

ENQUÊTE NATIONALE CHR 2010

Depuis 2008, le cabinet CHD Expert réalise un suivi de la consommation de vin hors foyer pour le compte de FranceAgriMer. Celui-ci s'appuie sur une base redressée de 5 955 établissements représentatifs du marché des CHR et permet aujourd'hui de comparer les parts de marché, les évolutions des vins des différentes régions viticoles ainsi que les circuits d'approvisionnement.

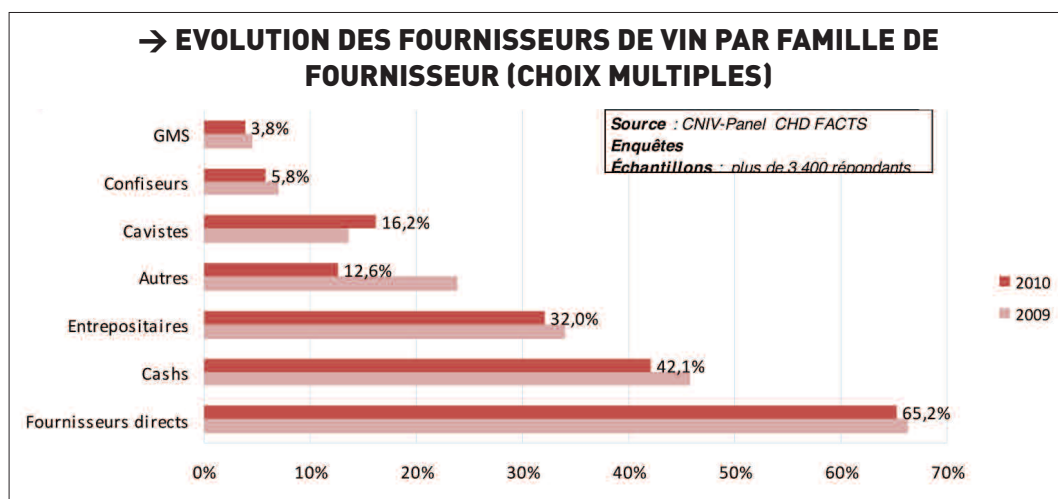
Compte tenu de l'importance du segment de la restauration pour les ventes de vin dans le secteur CHR, l'exploitation des résultats de cette année porte plus précisément sur les ventes de vin des établissements de restauration à table (hôtels avec restaurant, restaurants avec service à table, cafés avec restaurant, brasseries). D'après les résultats 2010, le vin représenterait en moyenne 17% des achats des restaurants en valeur (6% pour les vins effervescents et 11% pour les vins tranquilles), soit le deuxième poste de dépenses derrière les achats de produits frais (25% des dépenses) et devant les achats de produits surgelés (12% des dépenses).

LES FOURNISSEURS

Comme lors des années précédentes, l'enquête 2010 montre que les établissements de restauration à table peuvent avoir recours à une large

palette de fournisseurs de vin. À l'intérieur de cette large palette, on observe cependant qu'en moyenne les établissements n'utilisent que deux fournisseurs différents parmi lesquels ils privilégient toujours largement le fournisseur direct (un domaine indépendant, une cave coopérative, un négociant...). Les autres fournisseurs les plus sollicités sont respectivement les Cash & Carry, les entrepositaires et les cavistes.

Le recours à un type de fournisseur peut toutefois être différent selon les régions, la cible des établissements ou leur thème de restauration. De manière générale, on remarque ainsi que les restaurants des régions productrices, les établissements gastronomiques et ceux dont le ticket moyen repas (TMR) est supérieur à trente euros ont plutôt tendance à s'approvisionner directement auprès d'un domaine indépendant ou d'un fournisseur lié à la production. Les établissements de cuisine à thème et les restau- →



rants dont le TMR est inférieur à quinze euros ainsi que les restaurants qui ne sont pas situés dans une région de production sont par contre plus enclins à s'approvisionner auprès de sociétés de Cash & Carry et d'entrepôts. Malgré leur position privilégiée auprès des établissements de restauration, les fournisseurs exclusifs de vin (domaines, caves coopératives, négociants, cavistes...) semblent de plus en plus concurrencés par des fournisseurs non spécialisés, ce qui peut s'expliquer par le fait que les restaurateurs ont rationalisé leurs approvisionnements de boissons hors vin. Ainsi, d'après les résultats de l'enquête, on observe que les établissements de restauration à table utilisent désormais moins de deux fournisseurs de boissons hors vin, ce qui pourrait indiquer que certains d'entre eux auraient commencé à regrouper tous leurs achats de boissons auprès d'un seul fournisseur non spécialisé, au détriment de leur fournisseur exclusif de vin.

UNE OFFRE QUI SE DIVERSIFIE

Les résultats de l'enquête 2010 permettent d'observer une tendance à la diversification de l'offre des restaurants qui se traduit par une progression des taux de présence de tous les vignobles (ou catégories de vin) dans les établissements de restauration ainsi que par une hausse du nombre d'origines (7,7 en 2010 contre 7,2 en 2009) et de références (37 en 2010 contre 32 en 2009) utilisées par les établissements de restauration.

Malgré cette progression de la mixité de l'offre, on continue d'observer que le taux de présence d'une origine (ou d'une catégorie de vin) dans un établissement reste fortement déterminé par la région dans laquelle il est implanté avec toutefois une prédominance des vins des vignobles de Champagne, de Bordeaux, de Provence et de la Vallée du Rhône.

Comme observé dans les précédentes enquêtes, les origines qui sont le mieux diffusées dans les restaurants ne sont pas celles qui se vendent le plus en volume. En 2010, l'origine qui vend le plus de bouteilles de 75 cl par semaine reste l'origine Loire avec une moyenne de 6,3 bouteilles par semaine et par établissement. Présente dans près de 78% des restaurants, l'origine Bordeaux n'est pas celle qui se vend le plus. Elle figure cependant en bonne place dans le classement des meilleures rotations en volume par semaine devant les origines Bourgogne et Provence (qui ont progressé par rapport à 2010), Vallée du Rhône ou encore

Languedoc, dont le taux de présence n'est pas des plus importants.

PART DE MARCHÉ PAR RÉGIONS VITICOLES

À partir des taux de présence des différentes origines de vin dans les établissements de restauration et d'une reconstitution des volumes annuels écoulés par établissement et par région, l'enquête CHD permet de procéder à une évaluation de la part de marché en volume des différentes origines de vin. Compte tenu d'un taux de présence important, d'une bonne rotation du nombre de bouteilles utilisées par semaine et malgré un recul par rapport à 2009, l'origine Bordeaux (12,2% de parts de marché contre 13,1 % en 2009) resterait celle qui détient la part de marché en bouteille de 75 cl la plus importante dans les établissements de restauration à table. Elle serait suivie par la Provence (10,2%) dont la part est assez comparable à celle de 2009 puis par les vins des origines Vallée du Rhône (9,4% contre 10,1%) et Loire (8,9% contre 9,8%), qui seraient par contre en baisse par rapport à l'année précédente.

Dans le détail du classement, on observe aussi une bonne progression de la part de marché bouteille pour les vins de Bourgogne (8,7% contre 7,9% en 2009), les vins effervescents (4,4% contre 3,4%) et les vins étrangers (3,5% contre 2,9%). Les parts de marché séparées des origines Languedoc (5,6% contre 5,5% en 2009), Roussillon (3% contre 3,2%) et des vins de pays de cépage, dont les vins de pays d'Oc (4,9% contre 4,8%), sont par contre plus éloignées dans le classement en raison de la distinction de ces trois origines (ou catégories) qui a été choisie pour l'enquête. Toute productions réunies, le Languedoc-Roussillon figure au premier rang des ventes de bouteilles en restauration. ■

→ POUR EN SAVOIR PLUS :

- Part de marché par couleur
- Part de marché par contenant
- Évolution des ventes de vin au verre
- Évolution des ventes de vin au pichet
- Évolution des ventes de champagne à la coupe

Télécharger gratuitement
l'Enquête nationale CHR 2010
(source FranceAgriMer infos n°174)
www.vsnews.fr - rubrique V&S études