

# VENTES EN GRANDE DISTRIBUTION FRANÇAISE

## FINES BULLES



## Crémant de Loire

Période : 14-08-2023 au 11-08-2024

**INTER.**  
INTERPROFESSION  
DES VINS DE LOIRE **Loire**

Document édité par le Pôle Prospective - Service Économie et Études

Fanny GAUTIER : [f.gautier@vinsdeloire.fr](mailto:f.gautier@vinsdeloire.fr) 02.47.60.55.08

# NOTE DE LECTURE

Les interprofessions viticoles françaises, réunies au sein du CNIV, cofinancent avec l'aide de FranceAgrimer les données de ventes des vins en grande distribution française (métropole). La société IRI est le fournisseur de données.

Les ventes des 1 303 hypermarchés, 4 247 supermarchés, 6 093 drives et 11 178 points de vente de type proximi (supérettes) sont relevées hebdomadairement.

InterLoire a créé des fiches "produits" pour chacun de ses vins. Editées tous les 2 mois, ces fiches sont téléchargeables sur [vinsdeloire.pro](http://vinsdeloire.pro).

## PAGE 1

Volumes vendus sur la période et leur évolution comparée à la même période de l'année passée.

**Volume**



Part de marché au sein du segment en volume et son évolution sur un an.

**PDM vol**



Chiffre d'affaires dégagé par le produit sur la période et son évolution sur un an.

**Valeur**



Prix moyen de la demande consommateurs sur la période et son évolution sur un an.

**Prix**



Le graphe présente **l'évolution sur 4 ans des ventes en volume** du produit réparties **selon les circuits**.

Le graphe présente **l'évolution sur 4 ans des ventes en volume** du produit réparties **selon les régions IRI**.

Le graphe présente **l'évolution sur 4 ans des ventes en volume et des prix consommateurs** du produit labellisé en **AB ou sans label**.

### Indicateurs principaux par circuits

**Evol vol (%)** : Evolution sur un an des ventes en volume exprimée en %.

**Ecart vol (hl)** : Gains ou pertes de ventes en volume exprimés en hl.

**DN** (Diffusion Numérique) : % de magasins ayant vendu le produit sur la période.

**Ecart DN** : Comparaison avec la DN de la période de l'année passée.

**DV** (Diffusion Valeur) : Chiffre d'affaires réalisés par les magasins ayant vendu le produit rapporté au chiffre d'affaires de l'ensemble des magasins. Mesure la performance des magasins vendant le produit.

**Ecart DV** : Comparaison avec la DN de la période de l'année passée.

**VMH** (Ventes Moyennes Hebdomadaires) : Ventes en volume réalisées en moyenne par semaine et par magasin, exprimées en litres/semaine/magasin.

**Nb réf** : Nombre de références distinctes vendues en moyenne chaque semaine par magasin.

**Ecart nb réf** : Comparaison avec le nombre de références de la période de l'année passée.

**PDM vol** : Part de marché au sein du segment en volume.

**Ecart PDM** : Comparaison avec la PDM de la période de l'année passée.



### Indicateurs principaux par région :

**Evol vol (%)**, **Ecart vol (%)**, **PDM vol**, **Ecart PDM** : cf ci-dessus

### Indicateurs principaux du marché AB, pour le produit et son segment :

**Evol vol AB (%)** : Evolution sur un an des ventes en volume du produit labellisé AB.

**Ecart vol AB (hl)** : Gains ou pertes de ventes en volume du produit labellisé AB.

**Poids AB** : Poids du label AB au sein des ventes en volume du produit, exprimé en %.

**Prix AB (€ / litre)** : Prix moyen de la demande consommateurs pour le produit labellisé AB.

**Evol prix AB** : Evolution du prix comparé à la même période de l'année passée.

## PAGE 2

Le graphe présente **l'évolution sur 4 ans des ventes en volume** du produit réparties **selon ses principaux contenants**.

Le graphe présente **l'évolution sur 4 ans des ventes en volume** du produit réparties **selon les 3 types de marques**.

Le graphe présente **l'évolution mensuelle des ventes en volume et le poids de la promotion**.

Il compare également **la saisonnalité du produit avec celle du segment**.

Le graphe représente **l'univers de concurrence du produit en bouteilles 75 cl au sein de son segment et dans la tranche de prix comprenant son prix moyen de vente**. Il n'est représenté que si sa DV est supérieure à 5. Les produits concurrents ont une DV supérieure à 75.

Les produits sont positionnés verticalement selon l'évolution sur un an de leur prix moyen de vente et horizontalement sur l'évolution sur un an de leurs ventes en volumes. Ils sont représentés par un cercle dont la taille dépend de leurs ventes en volume.

### Indicateurs principaux par contenant, pour le produit et son segment :

**Evol vol**, **Ecart vol** : cf ci-dessus

**Prix unité (€)** : Prix moyen de la demande consommateurs du conditionnement.

**Evol prix** : Evolution du prix du conditionnement comparé à l'année passée.

**Poids MDD (%)** : Poids des Marques De Distributeurs au sein des ventes en volume du produit, par conditionnement.

### Indicateurs principaux par type de marques, pour le produit et son segment :

**Evol vol**, **Ecart vol**, **Evol prix** : cf ci-dessus

**Prix volume (€ / litre)** : Prix moyen de la demande consommateurs du produit, par type de marques, tous conditionnements confondus.

**Poids 75 cl (%)** : Poids des bouteilles 75 cl au sein des ventes en volume du produit, par type de marques.

### Indicateurs principaux de promotion et de fond de rayon, pour le produit et son segment :

**Evol vol**, **Ecart vol**, **Prix volume**, **Evol prix** : cf ci-dessus

**Taux promotion (%)** : Proportion des ventes en volume réalisées sous promotion sur la période. La promotion concerne les mises en avant, les affichages et communications en magasin, les prospectus, les special pack et les réductions de prix.

# Crémant de Loire

Ventes en grande distribution française

Période : 14-08-2023 au 11-08-2024

Univers : hypermarchés + supermarchés + drive + proxis (supérettes)



## CHIFFRES CLÉS

**+13,7%**

4 287

en milliers de cols vendus sur la période

Volume



**+0,9**

9,2

au sein des AOP de mousseux (hors Champagne)

PDM vol



**+15,3%**

27 485

k€ de CA

Valeur



**+1,3%**

6,41 €

€ TTC / 75 cl

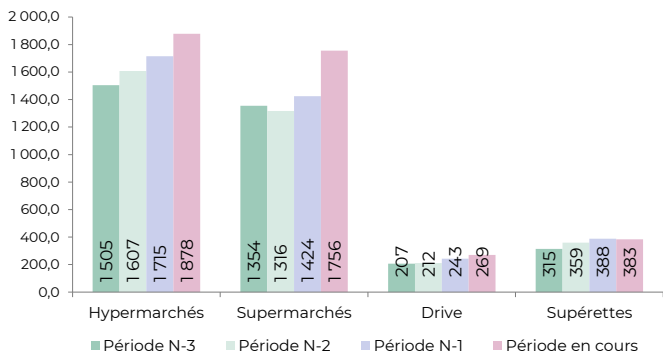
Prix



## CIRCUITS

x 1 000 cols

Circuits

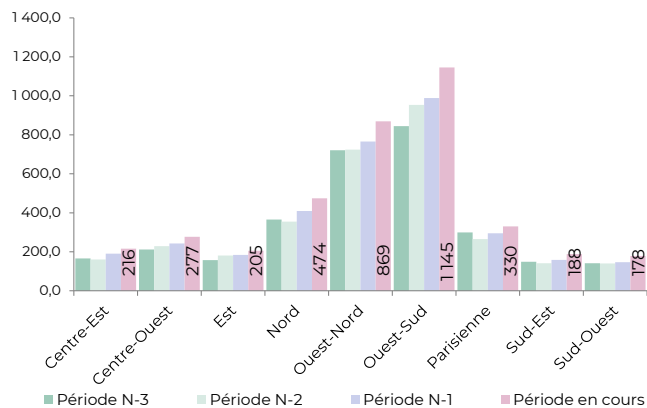


	Hyper	Super	Drive	Supérettes
<b>Evol vol (%)</b>	<b>+ 9,5%</b>	<b>+ 23,4%</b>	<b>+ 10,9%</b>	<b>- 1,1%</b>
Ecart vol (x1 000 cols)	163	333	26	-4
<b>DN</b>	<b>100</b>	<b>96</b>	<b>64</b>	<b>42</b>
Ecart DN	+0,0	-1,0	-4,3	-0,5
<b>DV</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>79</b>
Ecart DV	+0,0	-0,9	+0,3	+0,3
<b>VMH (cols / mag)</b>	<b>29,5</b>	<b>10,7</b>	<b>4,8</b>	<b>3,6</b>
Ecart VMH (cols)	+2,5	+1,7	-0,0	+0,0
<b>Nb réf</b>	<b>4,4</b>	<b>2,6</b>	<b>1,4</b>	<b>1,3</b>
Ecart nb ref	+0,2	+0,3	+0,1	+0,0
<b>PDM vol (% AOP mousseux)</b>	<b>8,3</b>	<b>9,8</b>	<b>10,4</b>	<b>10,4</b>
Ecart PDM	+0,6	+1,5	+0,4	-0,3

## RÉGIONALISATION

x 1 000 cols

Régionalisation

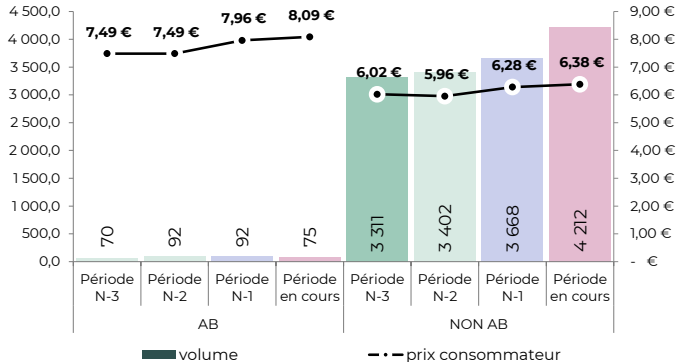


<u>Hyper - Super</u>	Evol vol (%)	Ecart vol (x1 000 cols)	PDM vol (% AOP mousseux)	Ecart PDM
<b>Centre-Est</b>	<b>+ 13,6%</b>	26	<b>4,1</b>	+0,4
<b>Centre-Ouest</b>	<b>+ 13,8%</b>	34	<b>9,0</b>	+0,9
<b>Est</b>	<b>+ 11,3%</b>	21	<b>2,5</b>	+0,3
<b>Nord</b>	<b>+ 15,8%</b>	65	<b>8,0</b>	+1,0
<b>Ouest-Nord</b>	<b>+ 13,6%</b>	104	<b>12,5</b>	+1,1
<b>Ouest-Sud</b>	<b>+ 15,9%</b>	157	<b>19,7</b>	+2,1
<b>Parisienne</b>	<b>+ 12,0%</b>	35	<b>11,0</b>	+0,8
<b>Sud-Est</b>	<b>+ 18,3%</b>	29	<b>7,6</b>	+0,8
<b>Sud-Ouest</b>	<b>+ 21,8%</b>	32	<b>8,2</b>	+1,0

## CERTIFICATION AB

x 1 000 cols

Certification AB



	Crémant de Loire	AOP mousseux (hors)
<b>Evol vol AB (%)</b>	<b>- 26,0%</b>	<b>- 7,5%</b>
Ecart vol AB (x1 000 cols)	-26	-114
Poids AB	1,8%	3,1%
<b>Prix AB (€ / 75 cl)</b>	<b>8,09 €</b>	<b>7,73 €</b>
<b>Evol prix AB (%)</b>	<b>+ 1,6%</b>	<b>+ 2,1%</b>



# Crémant de Loire

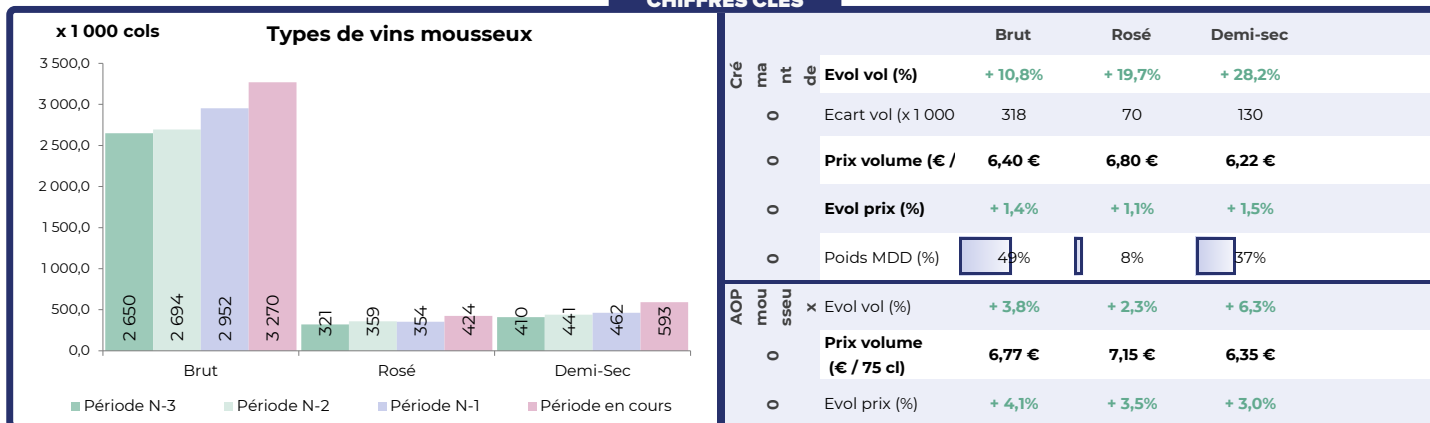
Ventes en grande distribution française

Période : 14-08-2023 au 11-08-2024

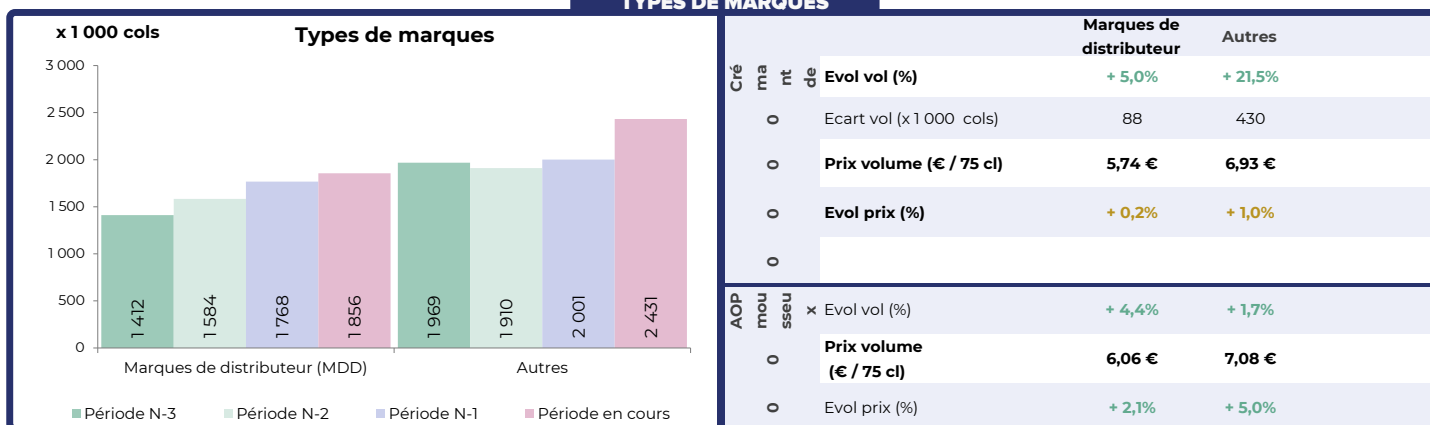
Univers : hypermarchés + supermarchés + drive + proxis (supérettes)



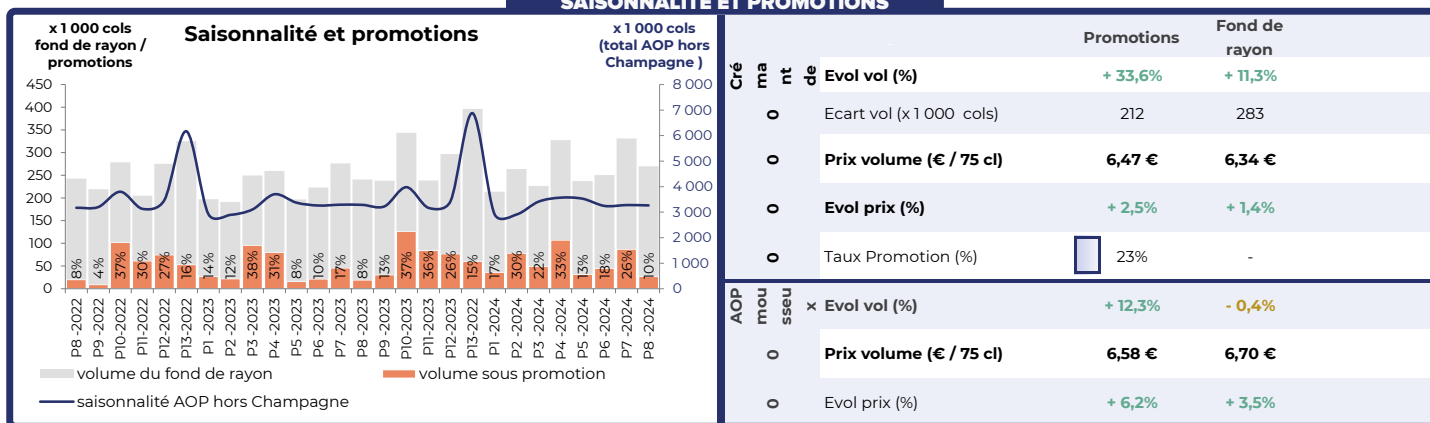
## CHIFFRES CLÉS



## TYPES DE MARQUES



## SAISONNalité ET PROMOTIONS



## CONCURRENCE

