



**COMPTE RENDU DE LA REUNION DE LA COMMISSION
"ETUDES ET SUIVI DES PRODUITS" DU CNIV
DES JEUDI 20 ET VENDREDI 21 SEPTEMBRE 2018**

Participants :

Mrs/Mmes Brice AMATO (CIVP), Florian ANGEVIN (FranceAgriMer), Julie BARAT (FranceAgriMer), Ségolène CAMUSET (CIVC), Ann-Cécile DELAVALADE (CIVB), Magali DUBEAU (CIVB), Lauriane DUBOIS (CIVC), Stéphanie DUMONT (CIVA), Frédéric DUPRAY (BIVB), Fanny GAUTIER (InterLoire), Pierre GENEST (FEVS), Christophe JAMMES (CIVL), Laure LACOMBE (INTER OC), Frédéric LEMERLE (IVSO), Philippe LONGEPIERRE (BIVB), Ghislaine PARAN (FranceAgriMer), Anne-Laure PELLET (CIVR), Marjorie PLANCHON (InterRhône), Marie SEYER (CIVA), Dominique TOILLON (InterRhône), Samia TRAVERSAC (CIVL) et Marie-Henriette IMBERTI (CNIV).

1. PROJET DE PANEL CHR

Un état de l'historique du dossier et de la procédure d'appel d'offres en cours est réalisé.

Sur le 1^{er} lot, dont l'objectif est la mise en place d'un panel, au regard de l'objectif poursuivi à savoir l'obtention de données de cadrage vin et la quantification du marché, la proposition d'IRI ne permet qu'une information partielle des données et certains vignobles pourraient potentiellement n'être que faiblement représentés.

En conclusion, la commission économie considère que la proposition formulée ne permet pas de répondre pleinement à la demande de quantification au niveau de l'appellation (ou groupement d'appellations). EN effet, la quantification des références en volume et en valeur comporte trop de biais pour être extrapolée de manière suffisamment fiable pour répondre aux besoins des opérateurs.

FranceAgriMer estime, en revanche, que cette proposition, certes pas parfaite, répond globalement au cahier des charges et que la méthodologie permettra tout de même d'avoir une vision macroéconomique du panel.

- Dans ce cadre où les deux membres du groupement de commande sont en désaccord, l'offre ne sera pas notée et le marché jugé infructueux. Après débats, il est proposé de relancer très rapidement, avant la fin d'année, un marché afin de recueillir les données des phases 1 et 2 sous réserve d'un budget raisonnable sur la partie de la restauration collective.
- Un travail de réflexion sur la faisabilité de l'outil sur le volet de panel sera à entreprendre.

➤ La commission économie partage un constat d'impuissance sur ce type d'outil. Au-delà de l'interrogation sur l'adéquation entre le prix consacré et les moyens dédiés à l'outil de panel à mettre en place, la question de la faisabilité du recueil des données de vente directement auprès des opérateurs se pose.

Sur le 2nd lot, de relevé d'offres, il est proposé de retenir l'offre de Symetris constitue la meilleure en termes de proposition de codification et méthodologie employée au regard du nombre d'établissements relevés (800).

- Les interprofessions pourront s'interroger sur la possibilité d'augmenter le budget alloué à ce lot afin de permettre d'augmenter l'échantillon sur le lot 2.

2. IRI – OUTIL ILD PAR ERIC MARZEC ET DELPHINE SACHER-GENET

La présentation réalisée a pour objectifs de lever différentes interrogations sur ce dossier.

Pour rappel, le prestataire IRI propose de basculer les outils de panels de suivi des ventes de vins tranquilles et effervescents auprès de la grande distribution de l'outil actuel PlusSuite utilisant excel à un outil en ligne nommé ILD.

La présentation permet d'aborder les thématiques suivantes :

Présentation des data :

- Le format des exportations de données sera possible sous forme de graphes (sous forme d'image) ou xls, sur xls, ppt ou csv.
- La limite de l'export des graphiques est la capacité du support d'office. Ce qui induit que l'ensemble des informations affichées au passage de la souris ne peut être exporté. Les graphes sont modifiables dans une certaine mesure sous ILD mais sont ensuite figés à l'exportation.
- La présentation des géographies soit les régions Insee, sera réalisée dans des folders (la carte pourra présenter les régions Insee). Elle permettra de lire les chiffres et de proposer un dégradé de couleurs en fonction des résultats. A l'exportation en revanche, la carte ou le graphe sera constitué d'une image avec un tableau des données affiché en dessous.
- Un certain nombre de reports (graphe ou extraction) (15) seront construits et disponibles pour tous. Si l'ensemble des besoins des interprofessions ne sont pas couverts, une possibilité de développement sera possible moyennant devis supplémentaire.

- Le nombre de ces reports n'est pas suffisant pour satisfaire les demandes de tous.

- Tous nos tableaux de bord et totaux secondaires (TS) seront à reconstruire avec une possibilité de les publier pour que chacun y ait accès.

- Certains TS ne seront plus nécessaires suite à la migration de l'outil. Une expertise sera nécessaire pour identifier les TS à reconstruire.

Par exemple, une requête du type : conditionnement Bib[®] sur les 3 couleurs + rosé uniquement sur le format 75 cl demandera la construction d'une requête ad hoc.

- Les requêtes utilisées régulièrement pourront « être fléchées » pour qu'elles soient disponibles en 1ère vue.
- Sur une demande particulière de sortir un tableau identique pour 30 appellations : ceci sera possible via l'exportation sous xls des data avec les appellations en filtre pour une création des 30 tableaux identiques.
- Un document : « le saviez-vous ? » permet de répondre aux questions les plus fréquentes et sera mis à disposition au moment de la formation. Il est mis à jour tous les deux mois.

Tranches de prix :

Les tranches de prix ne seront pas disponibles sur le nouvel outil.

- La gestion des deux outils de manière concomitante se pose, ainsi que le passage de l'un à l'autre.

Historiques :

Aucun archivage n'est prévu au-delà des 5 années en cours + 1 (année en cours). A partir de 2019, une base csv sera disponible chez iri à la demande.

- L'accès aux historiques ne sera donc plus autonome pour les comités.

Délais de livraison et data :

Ces délais seront identiques aux actuels. Pour rappel, les EAN vin correspondent à ¼ du dictionnaire. Les données seront mises à disposition à J+8 y compris dans le cas des foires au vin. Aujourd'hui : le démarchage est fait pour le Cniv et les distributeurs.

Actuellement, le cumul de temps PlusSuite est rendu via un recalcul moyennisé. Par exemple : une DV sur un CAM est une moyenne sur la période et non pas recalculé. Sur ILD, les data seront calculées au moment de la requête. Attention, en conséquence aux écarts sur la DN par exemple. Linéaire est restitué sur certaines périodes mais pas tous.

Gestion des outils et passage de l'un à l'autre :

Après migration, l'outil PlusSuite sera maintenu. La maintenance générale de l'outil sera réalisée (ex : gestion des bugs) mais plus aucun investissement ne sera réalisé sur l'outil. La hotline dédiée à PlusSuite sera maintenue.

Gestion budgétaire :

La commission économie tient à signaler que cette proposition de nouvel outil demande de payer 2 fois l'accès aux données : ILD et PlusSuite, pour un prix qui est loin d'être négligeable 10 k€ en 2018 + 40 k€ en 2019 sur le panel vins tranquilles.

En plus de ce frein budgétaire, l'outil tel qu'il nous est développé à date, nous oblige à jongler entre plusieurs outils (notamment rester sur plus suite pour les tranches de prix).

A la fin de la réunion, un tour de table permet à chaque comité de faire un retour suite à cette proposition.

- L'intérêt des interprofessions est confirmé sous réserve d'une levée d'un certain nombre de freins identifiés :
- Une demande de visibilité sur les coûts à venir pour les 4-5 ans qui viennent et la mise en œuvre du nouvel outil et notamment dans l'hypothèse d'une migration future des outils - connexes : bases tranches de prix et individuelles par exemple.
 - Une demande de gestion des historiques des bases : à savoir un archivage sur ILD ou maintien des historiques sur PlusSuite.
 - La prise en charge par IRI de la recréation des custaggs et requêtes liée au passage à l'outil ILD.
 - Une mise à disposition d'un nombre plus important que les seuls 15 graphiques proposés pour une mise en production de données de base.
 - Un engagement sur le délai de mise à disposition et de livraison à 8 jours, ainsi qu'un engagement en termes de qualité des données livrées mais également dans le temps, à savoir que ces dernières n'évoluent pas drastiquement d'ici la livraison suivante.

3. IRI – ELEMENTS DE CONJONCTURE, POINT A MI ANNEE SUR LES DONNEES ISSUES DES PANELS DE VENTE DES VINS TRANQUILLES ET EFFERVESCENTS SUR LES MARCHES FRANÇAIS ET ANGLAIS PAR ERIC MARZEC

La présentation commence avec une analyse de la conjoncture France. Plusieurs tendances de fond se dégagent à mi-année sur la consommation des produits de grandes consommations sur les circuits de distribution.

Une consommation de plus en plus raisonnable

Le chiffre d'affaires s'élève à 60,3 milliards d'euros pour l'ensemble des produits en magasin sur les circuits hyper et supermarchés. Il est en recul de 0,6 % au premier semestre 2018 versus le premier semestre 2017. Cette baisse est surtout présente dans les grands hypermarchés.

Les produits de grande consommation (PGC) sont stables au global (+0,1 % du CA) et représentent 64,2 %. Le recul est surtout porté par le non alimentaire et en particulier le textile -5,6 % vs S12017

Catégorie de produits	Evolution de CA en % S1 2018 vs S1 2017	Poids CA/CATP (ensemble des produits)
PGC	+0,1 %	64,2
Poids variables	-1,0 %	18,5
Non alimentaires	-3,2 %	14,4
Vins tranquilles	-0,1 %	2,9
TOTAL	-0,6 %	-

Sur l'ensemble des circuits, les PGC progressent de 0,7 % en chiffre d'affaires mais les volumes sont en baisse de 1,2 %. Cette baisse concerne tous les circuits avec une aggravation de la tendance, ce qui n'a pas été observé en 5 ans. Ceci est la marque soit d'une déconsommation, ou d'un transfert de la consommation vers des marchés et autres circuits alternatifs.

Par concept, seuls la proxi (+3,1 % en évolution de volume S1 2018 vs S1 2017) et le e-commerce (+5,4 %) sont positifs. Les EDMP (ex. hard Discount) tous types confondus perd 5,5 %.

Au sein de ce contexte morose, seuls les bières et les cidres font office d'exception. Leurs ventes progressent de 2,2 % en volume quand bien même l'impact météo défavorable cette année a été calculé à une perte de 1,6 % sur les volumes de vente de produits PGC concernés.

L'indicateur de confiance des ménages recule en juin 2018 : 108 en juin 2017 à 97 juin 2018, et ceci dans un contexte où de nombreux messages incitent à acheter moins.

De plus, nous sommes dans un contexte d'absence de déflation : contrairement aux dernières années de « guerre des prix » où les prix étaient à la baisse depuis 2014, au premier semestre 2018, le prix est stable. Cependant, sur les produits de marque nationale (MN) à distinguer des Marques de distributeurs (MDD), on constate une baisse des prix reflétant cette « guerre des prix » qui continue.

Les promotions ne sont plus un levier de croissance. Elles restent très agressives mais ne permettent plus de faire progresser les ventes des produits.

Les assortiments de produits évoluent à la marge et sont à la hausse sur les concepts hypers et supers marchés (HM et SM).

L'évolution du Chiffres d'Affaires des PGC reste cependant positif à +0,7 %. En effet, l'évolution des prix d'achat s'élève à +1,9 %. Il résulte de l'inflation (+ 0,1 %) et surtout de la valorisation des produits (+1,8 %). Les consommateurs continuent, en effet, de valoriser leurs achats : s'ils achètent moins en volume, ils acceptent, en revanche, de dépenser plus pour leurs produits.

2/ Des changements profonds de consommation

Ce contexte reflète des changements profonds de consommation. Les acheteurs sont désormais plus sensibles à la qualité du produit, motivé par des raisons de santé, et pour l'environnement.

Cette tendance à consommer mieux pour des raisons de santé et d'environnement est cependant en contradiction avec certains comportements d'achat. Les achats de plats cuisinés ne reculent pas, à l'inverse des achats de poissons et des fruits et légumes en grande surface. On peut s'interroger sur d'éventuels transferts des achats vers des circuits alternatifs.

- Cette tendance pourra être vérifiée avec le panel Kantar qui suit l'ensemble des circuits ;
- La commission demande à connaître le comportement sur les fruits et légumes bio.

Quatre comportements de consommation reflètent la volonté des consommateurs de « manger mieux » :

- Une alimentation conventionnelle plus saine avec notamment le recul important des achats de sucre et de produits sucrés ;

- Une alimentation qui tend vers le végétale plus que l'animal ;
- Une alimentation qui se convertit au bio ;
- Et une alimentation de plus en plus géocentrée.

Les mentions et labels se développent. Les produits équitables marquent une véritable progression. Ils pèsent 0,3 % du CA des PGC pour un montant de 331 millions d'euros (+15,9 % S1 2018 vs S1 2017). En revanche, cette progression est liée à un effet d'offre qui se développe. Il s'agit du même phénomène pour les produits sans gluten. Leur développement ne s'effectue que par le développement de l'offre en produits.

De nombreuses mentions « sans » se développent. Par exemple, le jambon sous vide sans nitrite, sans antibiotique, etc. mais dans ce contexte porteur pour les labels, le label rouge pourtant très connu se développe mal (- 8 % d'évolution volume S1 2018 vs S1 2017 sur le rayon traiteur de la mer, -3,1 % sur le rayon charcuterie).

Le poids du Bio - Au premier semestre 2018, les produits bio représentent 4 % du CA sur les PGC en augmentation de 74 % en 4 ans et de 23,5 % en 1 an. Les consommateurs qui achètent au drive sont particulièrement sensibles aux produits bio qui représentent près de 7 % du CA des PGC sur ce circuit.

La croissance du bio est avant tout tiré par l'offre qui progressent de 22 % sur le drive et jusqu'à 26 % en HM.

3/ Une redéfinition des parcours d'achat

Le proximi et le drive continuent de progresser mais sous l'effet seul d'ouverture de points de vente. A points de vente égal, les drive sont en effet moins performants que l'année précédente.

Concernant les EDMP, du côté des hard discount français (Netto ou Leader price), ils sont en baisse de -4,2 % de CA (S1 2018 vs S1 2017) ce ralentissement est moindre que les années précédentes, au contraire du hard discount allemand (Lidl) qui voyait son CA progresser ces dernières années et qui connaît un moins bien (seulement +0,4 % de CA S1 2018 vs S1 2017).

En dehors des grandes surfaces alimentaires, les spécialistes du frais progressent bien (+13 % de dépenses en CA au S1 2018 vs S1 2017) ainsi que les destockers (+ 34 %). Les seuls spécialistes à ne pas se développer sont ceux des surgelés.

En conclusion,

Pour les acteurs des PGC, l'enjeu est le travail sur l'offre avec l'accélération du « cleaning » de l'existant, la poursuite de la croissance de l'offre en produits bio et l'enjeu sur les circuits du frais, de plus en plus prioritaires pour les consommateurs. En effet, ces circuits du frais deviennent ainsi prioritaires pour générer du trafic dans les points de vente. Ceci dans un contexte où le lien entre prix et vente reste important, les catégories les plus inflationnistes sont également les plus déficitaires.

➤ Suite à la suggestion d'Inter Oc, la commission demande si un travail sur l'ensemble des labels environnementaux dans le domaine du vin peut être réalisé et aller ainsi au-delà du bio seul. Un état des lieux a été fait chez IRI à l'hiver 2018 : la codification actuelle ne permet pas de suivre l'ensemble des labels. Eric Marzec fera une demande en ce sens pour un établissement d'un état des lieux. Une liste complète de références (gencodes) est à créer et à tenir à jour. (pistes de travail : produits identifiés par les distributeurs (central et sur prospectus), ou via les organismes de certification tels que terravitis ou demeter).

Suite à cette présentation, les tendances de vente à mi année des vins tranquilles et des vins effervescents en France sont présentées.

Eric Marzec apporte les précisions suivantes :

- Une livraison sera réalisée à P9. Additionnelle, elle permettra de livrer toutes les modifications attendues.

La commission économie demande les précisions et apports suivants :

- Distinguer sur le linéaire de la part des BIB[®] et bouteilles, en faisant attention à l'impact du changement du type de linéaire dans les enseignes : bouteilles debout et couchées
- Analyser par TDP les AOP rouges 75 cl et BIB rouges afin d'observer un éventuel changement du basculement des TDP de moins de 5 € vers les tranches supérieures à 5 € sur un total HMSM

Les tendances de vente à mi année des vins tranquilles et des vins effervescents au Royaume-Uni sont ensuite présentées. De nombreuses difficultés ont été observées sur cet outil. Un dédommagement sera à demander en commun par la commission pour les compenser.

4. GfK - POINT A MI ANNEE SUR LES DONNEES ISSUES DES PANELS DE CONSOMMATION DES VINS TRANQUILLES ET EFFERVESCENTS SUR LES MARCHES BELGE ET ALLEMAND PAR MARC MONDUS

Marc Mondus, consultant pour GfK, présente les tendances de consommation sur le premier semestre de l'année 2017 et sur les marchés belge et allemand.

- La commission regrette avoir été informée au dernier moment de l'arrêt du suivi par région des produits non gencodés sur les circuits spécialisés en Allemagne. Cette question pourra être posée à l'occasion de l'affermissement de la tranche. La date de l'affermissement doit être précisée par FranceAgriMer suite au renouvellement de l'appel d'offres cet été.
- La présentation des données annuelles de ces mêmes panels se tiendra le 11 ou 12 mars 2019.

5. WINE SEARCHER : PRESENTATION DE LA SOCIETE ET DES SERVICES PROPOSES

Rémy Marty et Nicholas Oakes, responsable Wine-Searcher Europe présente Wine searcher qui propose des services du moteur de recherche pour tous les produits alcooliques vendus en ligne qu'il ont constitué.

Le moteur de recherche permet de recueillir l'offre en produits alcoolisés mais pas des données de vente. Wine searcher parle donc de « demande ». Entre septembre et août 2018, le nombre de recherche s'est élevé à 53 millions dont 1/3 pour des vins français.

Est ainsi couverte par le moteur de recherche, toute offre en ligne qu'elle soit issue d'une entreprise qui possède une boutique en ligne ou des magasins spécialisés de vente en ligne (Cavistes, e-commerce). Ce service ne couvre par le circuit des CHR, ni certains sites de vente en ligne tels que Amazon.

Le moteur de recherche permet une « souplesse » sur la connaissance de l'offre et de filtrer des vues par couleurs ou par des consommateurs d'un pays d'origine pour des offres dans leur propre pays, par exemple.

La Chine n'est pas couverte pour l'instant suite à des difficultés techniques avec les robots et des problématiques d'identification de nom de domaines.

De plus, certains opérateurs refusent d'être référencés tel que la chaîne de cavistes Nicolas. Aucune donnée de profil du consommateur n'est recueillie, il est donc possible de situer l'utilisateur jusqu'à la ville (pays et région) uniquement mais pas de le caractériser.

Des données d'historique sont disponibles à univers constant sur 5 ans.

- Rémy Marty propose à la commission la possibilité d'avoir un compte d'accès utilisateur payant et gratuit.

A partir de mai dernier, tous les producteurs reçoivent chaque mois leurs statistiques de recherche : nombre de recherches, utilisateurs, pays, nombre de points de vente les vendant. Ce service est gratuit pour les producteurs.

Cette analyse de l'offre par ou pour le producteur est vendue 250 \$ en one shoot, 800 \$ pour 4 rapports par trimestre mais également 500 \$ pour les concurrents, 1 600 \$ pour les 4 trimestres. Les historiques sont disponibles à mi-mois avec des propositions des relevés tous les trimestres.

- La commission demande s'il serait possible de recevoir quelques data France telles que la liste des enseignes en ligne, le nombre de producteurs français, etc. afin de savoir quelle serait la cohérence avec nos connaissances.

6. OUTIL DE RECENSEMENT DE DATA VIN AUX USA

Benoit Bechet, directeur de la société Agrex, présente les résultats de l'étude sur le recensement des outils de recherche et constitution de data sur la vente de vins aux Etats-Unis.

Il passe en revue un certain nombre d'outils et d'entreprises avec leurs organisations, prestations et éventuels budget à prévoir. Un suivi des données de vente sur ce marché varié et complexe ne pourrait s'envisager que par l'achats de différentes sources de données avec une problématique importante de compilation de ces données recueillies.

- Suite à ces travaux peu satisfaisants, la commission souhaite constituer un groupe de travail regroupant la Loire, la Bourgogne, Bordeaux, le Rhône et la Provence afin de continuer la réflexion.

7. POINT SUR LES ETUDES EN COURS

- Relevé de l'offre auprès des cavistes en Ile de France et en région.

L'étude est en cours. Un calendrier de livraison et de présentation sera émis pour une remise des résultats en novembre. Le retour des corrections devra être cadré.

- Recherche prestataire pour une prestation de macro sur excel.

Le prestataire a été trouvé et la prestation est en cours.

- AO e-commerce.

L'appel d'offre est en cours de finalisation et sera prochainement lancé par FranceAgriMer.

- Panel IRI Uk indemnités :

- Demande d'une couverture plus large que major multiple : mesure vol, val
- Pas de notion de diffusion, nombre de ref, pas de notion d'appellations : demande d'avoir du détail mesures nbre ref et diffusion, appellations groupement appellations régionale vs le reste, proposition de sélection des lignes couleurs pour les grandes masses ou groupements. Couverture sur les vins tranquilles et **vins effervescents** avec une livraison unique à P13.

7/ AGENDA 2019

La commission arrête les dates suivantes :

Date	lieu
Vendredi 1 ^{er} février	Grande salle – CNIV
Lundi 11 et mardi 12 mars	Grande salle - CNIV
Vendredi 5 avril	Grande salle - CNIV
Jeudi 20 et vendredi 21 juin	Grande salle – CNIV
Jeudi 19 et vendredi 20 septembre	Grande salle – CNIV
Jeudi 24 et vendredi 25 octobre	Grande salle – CNIV
Vendredi 13 septembre	Grande salle – CNIV

Concernant les présentations de résultats de panel, la commission souhaite voir appliquer le calendrier suivant :

Panel	Date limite d'envoi de brief	Date limite d'envoi de présentation par le prestataire	Date de présentation des données
Présentation à P13 FR, UK, Allemagne - IRI	28/01/2019	04/03/2019	12/03/2019
Présentation des données annuelles conso Belgique et Allemagne - GfK	28/01/2019	25/02/2019 Belgique 04/03/2019 Allemagne	11/03/2019
Présentation des données annuelles conso France - KANTAR	04/02/2019	12/03/2019	05/04/2019
Présentation à P6 FR, UK - IRI	26/07/2019	04/09/2019	19/09/2019
Présentation des données à mi-année conso Belgique et Allemagne - GfK	26/07/2019	04/09/2019	20/09/2019
Présentation à P8 ALL, PB - IRI	02/09/2019	07/10/2019	24/10/2019

➤ Les différents prestataires en seront informés pour validation.

Prochaine réunion le vendredi 23 novembre 2018