



L'e-commerce de vin

Ventes privées, cavistes en ligne, *box*, etc. : quelles perspectives pour le marché et le jeu concurrentiel à l'horizon 2016 ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur l'e-commerce de vin. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

Eline Maurel
Directrice d'études
Xerfi-Research

L'e-commerce de vin

Ventes privées, cavistes en ligne, *box*, etc. : quelles perspectives pour le marché et le jeu concurrentiel à l'horizon 2016 ?

L'entrée de nouveaux acteurs bouleverse le jeu concurrentiel

La vente en ligne de vin ne cesse de séduire de nouveaux consommateurs. Dynamisée par la recherche d'une offre à la fois plus qualitative et plus large, elle est également soutenue par le développement de nouveaux concepts : sites de ventes privées, *box* œnologiques, etc. Mais avec plus de 350 e-commerçants, le marché est désormais très concurrentiel. Alors que Vente Privée et Cdiscount se sont déjà hissés aux premiers rangs, les enseignes de la grande distribution multiplient les offensives, à l'image de Système U et de son nouveau site Clubvinsetterroirs.com. De quoi remettre en cause les positions des grandes enseignes de cavistes (Nicolas, Lavinia, etc.) et des sites spécialisés (Wineandco.com, Vinatis.com, etc.). Ces derniers n'ont toutefois pas dit leur dernier mot, à l'instar de iDealwine qui vient de lever 2 M€ pour financer son développement à l'international. **A quelles évolutions du jeu concurrentiel faut-il s'attendre ? La concentration du marché est-elle inéluctable ? Quelles sont réellement les perspectives des ventes de vins *online* à l'horizon 2016 ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif**
Evolution des ventes en ligne de vin à l'horizon 2016, moteurs et freins à la croissance du marché.
- **Les *business models* des différents profils d'acteurs**
Cavistes en ligne, ventes privées, *box* par abonnement, ventes aux enchères, ventes directes des producteurs, etc.
- **Tous les chiffres et éléments pour comprendre l'évolution de la demande**
Profil type de l'acheteur en ligne de vin, consommation des ménages en vin, facteurs de mutation de la demande, grandes tendances de la vente en ligne en France, etc.
- **L'analyse du jeu concurrentiel et des axes de développement des acteurs**
Opérations de croissance externe, extension de l'offre de produits et de services, développement d'applications pour smartphones, classement des principaux sites spécialisés, fiches d'identité de 9 acteurs clés, bilan économique et financier de 47 opérateurs.

Téléchargez
immédiatement
cette étude sur
www.xerfi.com

avec le code étude
4DIS48



« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Nos prévisions

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur les ventes en ligne de vin à l'horizon 2016. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de l'environnement (mutation des comportements de consommation du vin, poids croissant des ventes en ligne, etc.), les mutations de l'offre (amélioration de l'ergonomie des sites, développement de nouveaux services etc.), ainsi que les avantages du commerce en ligne par rapport aux autres grands circuits de distribution de vin (grandes surfaces en particulier).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. ELEMENTS DE CADRAGE

1. Aperçu du marché et définitions

- Chiffres clés de l'e-commerce de vin en France
- Vue d'ensemble de la filière du vin
- Parts de marché des principaux circuits de distribution de vin en 2013

2. Comprendre le secteur

- Profil type de l'acheteur en ligne de vin
- Principaux types de sites marchands de vin visités par les acheteurs
- Analyse des principaux *business models* : cavistes en ligne, ventes privées, *box* par abonnement, etc.

2. ANALYSE ET PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. Environnement du marché

- Facteurs structurels d'évolution de la demande
- Consommation des ménages en vin (2005-2013)
- Evolution des ventes en ligne en France (2005-2013)

2. Ventes en ligne de vin en France

- Moteurs et freins à la croissance du marché
- Evolution des ventes (2008-2016)
- Axes de développement des opérateurs : diversification de l'offre, lancement de nouveaux services, opérations de croissance externe, etc.

3. FORCES EN PRESENCE

1. Forces en présence

- Panorama des principaux intervenants dans la vente en ligne de vin en France
- Principaux *pure players* spécialisés dans la vente de vin
- Panorama de *box* par abonnement commercialisées en France sur le segment de l'œnologie
- Principales sociétés du secteur

2. Fiches d'identité des principaux opérateurs

- *Pure players* généralistes : Cdiscount, Vente Privée
- *Pure players* spécialisés dans le vin : Héraclès (ex Groupe 1855), Millesima, Vinatis
- *Click & mortar* : Groupe Bernard Taillan (Cash Vin), Groupe Castel (Nicolas, Le Savour Club), Lavinia, Le Repaire de Bacchus
- Groupes de la grande distribution : vue d'ensemble (Auchan, Carrefour, Casino, Système U)

3. Faits marquants (2009-2013)

- Principales opérations de croissance externe

4. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 47 opérateurs du secteur à travers :

- *les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;*
- *les tableaux comparatifs des 47 opérateurs selon 5 indicateurs clés.*

Les données présentées portent sur la période 2008-2012, selon la disponibilité des comptes. 76% des comptes non consolidés 2012 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

Le jeu concurrentiel

Dans cette étude, vous trouverez aussi une analyse détaillée du paysage concurrentiel. Xerfi a identifié 3 principaux profils d'intervenants : les *pure players* généralistes (Vente Privée, Cdiscount), les *pure players* spécialisés dans le vin (Millesima, Vinatis, etc.) et les enseignes de cavistes ayant développé des sites marchands (Nicolas, Lavinia, etc.). Aux côtés de ces acteurs historiques se sont également positionnés les groupes de la grande distribution (Auchan, Carrefour, Système U, etc.) ainsi que des spécialistes des *box* (My Vitibox, Trois Fois Vin, etc.). Des nouveaux entrants qui bouleversent le jeu concurrentiel.

Les axes de développement

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement des opérateurs spécialisés : renforcement des liens entre magasins et sites internet pour les enseignes physiques, extension de l'offre disponible en ligne pour répondre à une demande de plus en plus tournée vers des produits haut de gamme (champagnes et spiritueux, vins bio, etc.), développement de nouveaux services (applications pour smartphones, conseils), etc. La gestion des contraintes logistiques reste également essentielle pour fidéliser la clientèle.

LES PRINCIPALES DONNEES STATISTIQUES ET MATRICES PRESENTES DANS L'ETUDE

- T1 Les chiffres clés de l'e-commerce de vin
- T2 La filière viticole en France
- T3 La segmentation des ventes de vins tranquilles par circuit de distribution (2013)
- T4 Le profil type de l'acheteur de vin sur Internet
- T5 Les principaux types de sites d'e-commerce de vin visités par les consommateurs
- T6 Les principaux types d'acteurs intervenant dans la vente en ligne de vin
- T7 Les différents business models des acteurs de l'e-commerce de vin
- T8 Les facteurs structurels d'évolution de la demande
- T9 La consommation des ménages en vin (2005-2013)
- T10 Les prix à la consommation des vins (2005-2013)
- T11 Les ventes en ligne en France (2005-2013)
- T12 Les moteurs et les freins à la croissance des ventes de vin sur Internet
- T13 Les ventes en ligne de vin en France (2008-2016)
- T14 Les principaux axes de développement des opérateurs
- T15 Les principaux acteurs intervenant en France dans le secteur
- T16 Les principaux pure players spécialisés dans la vente de vin
- T17 Panorama de box par abonnement commercialisées en France sur le segment de l'œnologie
- T18 Le chiffre d'affaires de la société Vente Privée (2007-2012)
- T19 Le chiffre d'affaires du groupe Cdiscount (2008-2013)
- T20 Le chiffre d'affaires de la société Millesima.fr (2007-2012)
- T21 Le chiffre d'affaires de la société Wine and Co (2008-2012)
- T22 Le chiffre d'affaires de la société Vinatis (2008-2012)
- T23 Le chiffre d'affaires de la société Nicolas Direct (2008-2012)
- T24 Le chiffre d'affaires de la société Savour Club (2007-2011)
- T25 Le chiffre d'affaires de la société Lavinia France (2007-2013)
- T26 Le chiffre d'affaires de la société Cash Vin (2008-2013)
- T27 Le chiffre d'affaires de la société Le Repaire de Bacchus (2009-2012)

LES PRINCIPAUX OPERATEURS CITES DANS L'ETUDE

- 1JOUR1VIN
- 75CL.COM
- AUCHAN
- CARREFOUR
- CASINO
- CASH VIN
- CAVE PRIVEE
- CDISCOUNT
- CHATEAUNET
- DIRECT WINE
- EBAY
- GRANDS VINS PRIVES
- HERACLES
- IDEALWINE
- LAVINIA
- LE PETIT BALLON
- LE REPAIRE DE BACCHUS
- LE SAVOUR CLUB
- MEOWINE
- MILLESIMA
- MONDOVINO
- MY VITIBOX
- NICOLAS
- OCAVO
- PRICE MINISTER
- ROUGE BLANC
- SYSTEME U
- TROIS FOIS VIN
- VENTE PRIVEE
- VINATIS
- WINE & CO
- WINE IN BLACK

LES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE

- ABSOLUVINS
- ARES
- AUTREMENT BOURGOGNE
- BWC MEDIA
- CASH VIN
- CAVE PRIVEE
- CAVES DIRECT
- CAVISSIMA
- CAVISSIMA GRANDS CRUS
- CDISCOUNT
- CELLIERS LOVERIENS ET TERROIRS
- DESPRAT VINS
- DIRECT WINE
- DIRECT WINES LE CHAI AU QUAI
- ENCLAVE VINO THEQUE
- ETS GALHAUD
- FRANCE GOURMET DIFFUSION
- GRANDS CRUS DIFFUSION
- GUSTUMO
- GUY JEUNEMAITRE
- HERACLES
- IDEALWINE.COM
- LA CAVE DU MONDE
- LA VINO THEQUE DE BORDEAUX
- LAVINIA FRANCE
- LE PETIT BALLON
- LE REPAIRE DE BACCHUS
- LE VIN DES AMIS.COM
- LES PASSIONNES DU VIN
- MILLESIMA
- NICOLAS DIRECT
- ONE CONCEPT
- PHILIPPE RAOUX
- SAVOUR CLUB
- SAVOUR CLUB SELECTION
- SOFRAVIN
- TROIS FOIS VIN
- VENTE PRIVEE.COM
- VENTE PRIVEE DE VINS
- VINADEA
- VINATIS
- VINEABOX
- VINOSTORE
- VINS DU MONDE
- WEBA
- WINE AND CO
- XO-VIN

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, Xerfi apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international.

- **L'e-commerce en France à l'horizon 2020**
Marketplaces, cross canal, proximité, plateformes de consommation collaborative...quel sera l'e-commerce de demain ?
4DIS43 – Mars 2014
- **Le marché des box e-commerce**
Analyse du concept de box et de la dynamique du marché
3DIS50 – Juillet 2013

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ➊ Rentrez le code **4DIS48** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ➋ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire ou *via* Paybox
- ➌ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf dans votre boîte mail

BON DE COMMANDE

Réf : 4DIS48 / MSPE / INT

A renvoyer à
Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris
Mail : commande@xerfi.fr - Fax: 01 42 81 42 14

L'e-commerce de vin

Ventes privées, cavistes en ligne, *box*, etc. : quelles perspectives pour le marché et le jeu concurrentiel à l'horizon 2016 ?

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

<input type="radio"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) :	1 000 EUR HT	1 055,00 TTC
<input type="radio"/> en version électronique (fichier pdf) :	1 200 EUR HT	1 440,00 TTC
<input type="radio"/> les deux versions (électronique + classeur) :	1 400 EUR HT	1 680,00 TTC

(TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques)

A renseigner (en majuscules) :

Société :	Fonction :
Nom & prénom :	
Adresse :	
Code postal :	Ville :
Téléphone :	Télécopie :
E-Mail :	
TVA intracommunautaire pour les achats hors de France :	

*Tarifs valables jusqu'au 31/05/2015. Facture avec la livraison.
Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.*

En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Mode de règlement choisi :

- chèque ci-joint
- dès réception de l'étude et de la facture

Date, Signature et Cachet :