



Le business du vin

Foires aux vins, œnotourisme, e-commerce, applications mobiles, placements financiers, etc. : quelles dynamiques pour les business du vin ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le business du vin. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les dynamiques d'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 perspectives des différents business 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.



*Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com*

Avec le code étude 5DIS38

Jérémy Robiolle
Chef de projets
Xerfi France

Le business du vin

Foires aux vins, œnotourisme, e-commerce, applications mobiles, placements financiers, etc. : quelles dynamiques pour les business du vin ?

Edition Février 2016

130 pages + 53 fiches d'identité

Une offre à organiser, des potentiels à exploiter

Le potentiel de croissance des différents business du vin paraît illimité. Cours d'œnologie, événementiel, applications mobiles, placements fonciers, caves patrimoniales, etc. : tous ces segments semblent très prometteurs. Les *start-up* sont d'ailleurs toujours plus nombreuses à se lancer à l'assaut de ces marchés jusqu'ici sous-exploités, à l'image de Phileas Stravinarius, Wineadvisor ou encore Fundovino. Fortes de leur rapide développement, la plupart de ces jeunes pousses attirent aujourd'hui les investisseurs. Les nombreuses levées de fonds, à l'image de celle de 600 000€ bouclée en septembre 2015 par la plateforme communautaire Les Grappes, en témoignent. Mais la capacité des nouveaux entrants à saisir les opportunités qui s'offrent à eux est encore largement soumise à conditions. L'offre, aujourd'hui trop dispersée, peine encore à s'organiser alors que les risques de saturation sur certains segments sont de plus en plus importants. Dans ces conditions, **quels seront les business les plus attractifs au cours des prochaines années ? Quelle place pour les acteurs traditionnels (grandes surfaces alimentaires, cavistes, etc.) ? Quels moyens seront privilégiés par les nouveaux entrants pour s'imposer ?**

Les points clés de l'étude

- **La dynamique et l'attractivité des différents business**
Évolution et analyse du potentiel d'attractivité actuel et à venir de 4 grands business du vin : distribution (foires aux vins, vente en ligne, etc.), dégustation (cours d'œnologie, œnotourisme, événementiel, etc.), information œnologique (presse spécialisée, applications mobiles, etc.) et placements financiers (placements fonciers, caves patrimoniales, fonds, etc.).
- **Toutes les clés pour comprendre l'évolution de la demande**
Consommation des ménages en vin, niveau de connaissance des Français en matière de vin, nouveaux usages en matière d'information œnologique, arbitrages des ménages en matière d'épargne, etc.
- **L'évolution de l'offre des opérateurs**
Élargissement de l'offre à de nouveaux produits et prestations, diversification de l'activité des opérateurs dits traditionnels, recherche de financements pour les nouveaux entrants, etc.
- **L'analyse du jeu concurrentiel sur les différents segments**
Classements et tableaux de positionnement des principaux acteurs, analyse du nombre d'acteurs et des nouveaux entrants, focus sur les leaders et bilan économique et financier des 53 premiers opérateurs spécialisés dans les business du vin.

« 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 PREVISIONS

Xerfi vous propose une vue d'ensemble des dynamiques actuelles et à venir des différents business et segments de business du vin. L'analyse repose sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande des clients finaux (particuliers et entreprises), le contexte concurrentiel (intensification de la concurrence intra-sectorielle) ou encore les mutations de l'offre (développement de nouveaux produits ou services par les opérateurs, diversification des débouchés, etc.).

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. LES FRANÇAIS ET LE VIN

1. LES NOUVELLES PRATIQUES DE CONSOMMATION

- L'évolution de la consommation d'alcool en France
- L'évolution des modes de consommation du vin
- Le développement de l'achat de vin en ligne

2. L'INTERET DES FRANÇAIS POUR LE VIN

- Le niveau de connaissance des Français en vin
- Les principales sources d'information des Français en matière œnologique
- Les nouveaux usages en matière d'information œnologique

3. LA CONSOMMATION DE VIN EN 2015

- Le pouvoir d'achat des ménages
- La consommation des ménages en vin
- Les prix à la consommation de vin
- Éléments de fiscalité sur les boissons alcoolisées

2. LE BUSINESS DE LA DISTRIBUTION DE VIN

1. LA DYNAMIQUE DU BUSINESS

- L'évolution des déterminants du business
- Les ventes de vins tranquilles en grande distribution
- Les ventes de vin en ligne

2. LE SEGMENT DE LA GRANDE DISTRIBUTION

- Les principales enseignes de grandes surfaces alimentaires
- Les axes de développement des GSA : foires aux vins, place des MDD, développement dans la vente en ligne

3. LE SEGMENT DE LA DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE

- Les principales enseignes de cavistes
- Les axes de développement des cavistes : extension du réseau d'enseignes spécialisées, enrichissement de l'expérience d'achat

4. LE SEGMENT DE LA VENTE EN LIGNE

- Les différents profils d'acteurs du e-commerce de vin
- Les axes de développement des *pure players* : multiplication des plateformes, sophistication de l'offre

3. LE BUSINESS DE LA DEGUSTATION DE VIN

1. LA DYNAMIQUE DU BUSINESS

- L'évolution des déterminants du business
- La fréquentation touristique en France
- Le tourisme d'affaires en France

2. LE SEGMENT DE L'INITIATION

- Les principaux « prestataires » de cours d'œnologie : tableau de forces en présence
- Les principaux créateurs de box, leurs offres et leurs *business models* : focus sur My Vitibox

3. LE SEGMENT DE L'ŒNOTOURISME

- Les politiques publiques en matière d'œnotourisme
- L'écosystème de l'œnotourisme en France : acteurs publics, propriétaires de domaines, organisateurs de voyages

4. LE SEGMENT DE L'ÉVÉNEMENTIEL

- Les principaux salons du vin en France : focus sur Vinexpo et le Salon des Vignerons Indépendants
- Les principaux organisateurs d'événements privés autour du vin : focus sur le groupe FICOFI

4. LE BUSINESS DE L'INFORMATION AUTOUR DU VIN

1. LA DYNAMIQUE DU BUSINESS

- L'évolution des déterminants du business
- Les ventes de presse magazine en France
- Les ventes de livres en France

2. LE SEGMENT DE L'ÉDITION

- Les principaux éditeurs de presse magazine spécialisée : tableau de forces en présence
- La diversification de l'activité des éditeurs de presse spécialisée : focus sur La Revue du Vin de France
- Les principaux éditeurs de presse quotidienne et magazine généraliste disposant d'un supplément ou d'un numéro spécial dédié au vin
- Les principaux éditeurs de livres ou guides spécialisés

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel des différents business du vin. Il ressort de l'analyse que les segments les plus matures (distribution sous enseigne, édition de presse spécialisée et de guides en particulier) sont globalement peu propices à l'arrivée de nouveaux entrants dans les années à venir. A l'inverse, les segments à plus fort potentiel de croissance comme la dégustation (cours, box) ou l'information numérique attirent et continueront d'attirer des opérateurs.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs du business. Pour les opérateurs dits « traditionnels » (enseignes de distribution, éditeurs spécialisés, etc.), la croissance passe de plus en plus par la recherche de nouveaux débouchés (diversification, internationalisation). Du côté des « nouveaux entrants » (sites de vente en ligne, applications mobiles), il s'agit d'accéder à des financements pour gagner progressivement en taille.

3. LE SEGMENT DE « L'INFORMATION NUMERIQUE »

- Les applications de reconnaissance : vers de nouveaux modèles d'enrichissement des bases de données
- Les plateformes communautaires spécialisées : à la recherche de nouveaux financements

5. LE BUSINESS DES PLACEMENTS VITI-VINICOLES

1. LES DETERMINANTS DU BUSINESS

- Les déterminants communs du business

2. LA DYNAMIQUE DU BUSINESS

- L'évolution des déterminants du business
- Le taux d'épargne des ménages français
- Les arbitrages entre placements conventionnels et placements financiers
- L'évolution du cours des vins

3. LE SEGMENT DES PLACEMENTS FONCIERS

- Les banques et assurances
- Les sociétés de gestion

4. LE SEGMENT DES PLACEMENTS DE BOUTEILLES

- Les caves patrimoniales
- Les fonds d'investissement

6. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 53 opérateurs spécialisés 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 53 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2010-2014, selon la disponibilité des comptes. 56% des comptes non consolidés 2014 et 77% des comptes 2013 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| • ALDI | • GROUPE AUCHAN |
| • AXA | • GROUPE FIGARO |
| • BNP PARIBAS | • GROUPE LES ECHOS |
| • BRAVOFLY RUMBO GROUP | • GROUPE MARIE-CLAIRE |
| • CARREFOUR | • GROUPE WEEKENDESK |
| • CASINO | • LIDL |
| • CASTEL FRERES | • MULTIPASS |
| • CORA | • MONDORAMAS VOYAGES |
| • CREDIT MUTUEL | • RELAIS & CHATEAUX |
| • CREDIT AGRICOLE | • SMART & CO |
| • FICOFI | • VENTE PRIVEE |

PRINCIPALES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| • AGENCE LA ROUTE DES VINS | • LES PASSIONNES DU VIN |
| • AUTREMENT BOURGOGNE | • MILLESIMA |
| • AXA MILLESIMES GESTION | • MILLESIMES |
| • CABINEX | • ORSA COM |
| • CASH VIN | • PATRIMOINE GRANDS CRUS |
| • CAVES-DIRECT | • PATRIWINE |
| • CAVISSIMA | • PRODEGUSTATION |
| • CAVISSIMA GRANDS CRUS | • REVUE DU VIN DE FRANCE |
| • CHAIS D'OEUVRE | • SOFRAVIN |
| • CHATEAUNET | • STE DES EDITIONS FERET |
| • CINEREA INTERNATIONAL | • TERRA HOMINIS |
| • DIRECT WINE | • TERRE DE VINS |
| • EDITIONS JEAN LENOIR | • TROIS FOIS VIN |
| • ENCLAVE VINO THEQUE | • U WINE |
| • ETS NICOLAS | • VENTE PRIVEE DE VINS |
| • FICOFI | • VIA-VOYAGES |
| • GECI | • VINADEA |
| • HERACLES | • VINATIS |
| • HUBRIS | • VINEABOX |
| • IDEALWINE COM | • VINEXPO OVERSEAS |
| • IN VINO EVENT | • VINOCASTING |
| • INTER CAVES | • VINOMEDIA |
| • LA BERGERE | • VINOSTORE |
| • LA CAVE DU MONDE | • WINE AND CO |
| • LAVINIA FRANCE | • XO-VIN |
| • LE REPAIRE DE BACCHUS | |
| • LE VIN DES AMIS COM | |
| • LES CHAIS DU SAVOUR | |

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

- ❶ Rentrez le code **6IAA50** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché du vin en caisse-outre**
4DIS70 – Octobre 2015
- **Le e-commerce de vin**
4DIS48 – Mai 2014

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



BONDE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6IAA50 / SPE

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____

Société : _____

Adresse : _____

Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

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. Tarifs valables jusqu'au 31/03/2016 (TVA 5,5% pour le papier et TVA 5,5% pour les versions électroniques).

Le business du vin

Foires aux vins, œnotourisme, e-commerce, applications mobiles, placements financiers, etc. : quelles dynamiques pour les business du vin ?

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 688,00 € TTC	2 110,00 € TTC



MODE DE REGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607