



Le e-commerce de vin

E-cavistes, *marketplaces*, sites de ventes privées, *box*, grande distribution : dynamique des ventes et mutation du paysage concurrentiel d'ici 2020

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le 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 acteurs. 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.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 7DIS79

Alexandre Masure
Chargé d'études senior
Xerfi France

Le e-commerce de vin

E-cavistes, *marketplaces*, sites de ventes privées, *box*, grande distribution : dynamique des ventes et mutation du paysage concurrentiel d'ici 2020

Édition juin 2017
100 pages d'études

Les *winetechs* peuvent-elles bousculer les positions ?

Le e-commerce de vin a quadruplé en 5 ans ! Un rythme effréné qui nourrit naturellement les convoitises des distributeurs, dans un contexte où la consommation de vin bat de l'aile en France. Sur ce marché pour le moins animé, plusieurs centaines de sites sont déjà recensés. Parmi les *pure players*, les cybermarchands généralistes (Vente privée, Cdiscount...) ont su prendre le meilleur sur des spécialistes comme Millésima, Wineandco ou Mondovino. Partis avec retard, les *click & mortar* n'ont pas dit leur dernier mot. Les GSA affinent en effet leur modèle autour du *drive* tandis que les cavistes se convertissent peu à peu au e-commerce. Mais les positions ne sont pas totalement figées, d'autant que de nouveaux acteurs aux ambitions fortes comme Vivino, l'un des fleurons de la *WineTech*, pourraient bousculer l'ordre établi. Deux questions restent ainsi en suspens : **le rythme de croissance actuel du marché peut-il se maintenir d'ici 2020 ? Et quels acteurs sont les mieux placés pour en tirer profit ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2020**
La consommation des Français en vin, les prévisions du chiffre d'affaires des ventes de vin en ligne à l'horizon 2020, le décryptage des principaux *business models* des e-commerçants de vin.
- **L'étude détaillée de la demande**
L'analyse des mutations de la consommation de vin en France, la pénétration de l'e-commerce en France, l'attitude des Français face à l'achat de vin en ligne (profil des acheteurs, attentes vis-à-vis des distributeurs, etc.).
- **Le décryptage des leviers de croissance des acteurs et des grandes évolutions de l'offre**
La généralisation des foires aux vins sur Internet, l'essor des services de livraison express, l'arrivée de nouveaux acteurs issus de la *WineTech*, etc.
- **Le panorama détaillé des forces en présence**
L'analyse détaillée des 7 profils d'acteurs présents dans la vente en ligne de vin (chiffres clés, description de l'offre, derniers faits marquants), les fiches d'identité de 8 acteurs clés et le bilan économique et financier de 33 entreprises spécialisées dans le e-commerce de 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.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur les ventes en ligne de vin à l'horizon 2020. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande (accoutumance à l'achat sur Internet, succès de la vente directe, etc.), le contexte concurrentiel (arrivée de nouveaux acteurs, intensification de la concurrence entre circuits) ainsi que les mutations de l'offre et des leviers de croissance des acteurs (foires aux vins sur Internet, livraison express, 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 FONDAMENTAUX ET L'ENVIRONNEMENT DE MARCHÉ

1. APERÇU DU MARCHÉ ET DÉFINITIONS

- Les chiffres clés
- Vue d'ensemble de la filière du vin
- Les principaux circuits de distribution de vin
- Les forces et faiblesses des principaux circuits

2. COMPRENDRE LE SECTEUR

- La typologie des opérateurs intervenant dans le e-commerce de vin
- Les principaux *business models* de la vente en ligne de vin

3. LES DÉTERMINANTS DU MARCHÉ

- Les principaux déterminants de la vente en ligne de vin

4. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

- Le e-commerce en France
- Les Français et l'achat de vin sur Internet : profil des acheteurs, attentes et circuits privilégiés

2. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. LE MARCHÉ DU VIN

- Les tendances de la consommation de vin en France
- La consommation des ménages en vin
- Les prix à la consommation des vins

2. LES VENTES EN LIGNE DE VIN EN FRANCE

- L'évolution des déterminants
- Les ventes en ligne de vin en France (2008-2020p)

3. LES LEVIERS DE CROISSANCE ET MUTATIONS DE L'OFFRE

- La généralisation des foires aux vins sur Internet
- L'essor des services de livraison express
- Le déploiement des *winetechs* et l'arrivée de nouveaux acteurs

3. LES FORCES EN PRÉSENCE

Cette partie offre une analyse de chaque profil d'acteurs intervenant dans la vente en ligne de vin. Chaque sous-partie inclut une description détaillée de leur offre en matière de vins (nombre de références, positionnement prix, etc.) et un rappel des derniers faits marquants.

1. LE PANORAMA DES PRINCIPAUX ACTEURS

- La typologie des principaux acteurs

2. LES FORCES EN PRÉSENCE

- Les 30 principaux e-cavistes en France
- Les plateformes en ligne de producteurs de vins
- Les *marketplaces* généralistes
- Les enseignes de cavistes
- La présence en ligne des principaux groupes de GSA
- Les autres acteurs : éditeurs de boxes spécialisées, sites d'enchères, etc.

4. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

Cette partie vous présente les chiffres clés et décrypte le concept, l'offre de produits/services et les fonctionnalités des sites des 8 acteurs suivants.

- | | |
|--|--|
| • VENTE PRIVÉE
VENTE-PRIVEE.COM,
LE PETIT BALLON | • CDISCOUNT |
| • MILLÉSIMA
MILLESIMA.FR | • VINATIS
VINATIS.COM |
| • YVON MAU
MONDOVINO.COM | • GROUPE DUCLOT
CHATEAUNET.COM
CHATEAUPRIMEUR.COM |
| • FRANCE GOURMET
DIFFUSION
VENTEALAPROPRIETE.COM | • IDEALWINE |

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel du e-commerce de vin. Xerfi a en effet réalisé un panorama des 7 principaux profils d'acteurs intervenant sur ce marché. Pour chacun des profils, l'étude propose un tableau des principaux leaders, une analyse de leur positionnement et de leur activité dans la vente de vin en ligne. Vous trouverez ainsi des classements exclusifs et les chiffres clés et une typologie de l'offre.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux leviers de croissance actionnés par les acteurs du marché. La généralisation des foires aux vin, le déploiement du *click & collect* parmi les réseaux leaders de cavistes, l'essor des dispositifs de livraison express de la part des cybermarchands généralistes, l'arrivée de nouveaux acteurs issus du monde de l'univers de la *WineTech* porteurs d'une nouvelle promesse de valeur font ainsi partie des principaux axes étudiés.

5. LES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES PRINCIPALES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 33 sociétés présentes dans la vente en ligne de vin à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des entreprises (informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel) ;
- les tableaux comparatifs des 33 sociétés selon cinq indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2009-2015, selon la disponibilité des comptes. 69% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPALES DONNÉES STATISTIQUES ET MATRICES PRÉSENTES DANS L'ÉTUDE

- T1 La filière du vin en France
- T2 Les ventes de vins tranquilles par circuit de distribution
- T3 Les forces et faiblesses des principaux circuits de distribution
- T4 Les principaux profils d'opérateurs présents dans la vente en ligne de vin
- T5 Les principaux business models de la vente en ligne de vins
- T6 Le chiffre d'affaires du e-commerce/m-commerce en France
- T7 Le taux de pénétration de l'achat en ligne de vin chez les Français
- T8 Les principaux sites visités par les internautes pour leurs achats de vin
- T9 La pratique de l'achat en ligne de vin selon l'âge, le genre et le lieu d'habitation
- T10 Les facteurs déterminants le choix d'un site de vente de vin
- T11 Les grandes tendances de la consommation de vin en France
- T12 La consommation des ménages en vins (en volume et valeur)
- T13 La structure de la consommation de vins par famille
- T14 Les prix à la consommation des vins (global et par famille)
- T15 Le chiffre d'affaires de la vente de vin sur Internet en France

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- AMAZON
- AUCHAN
- BIBOVINO
- CARREFOUR
- CASINO
- CASTEL
- C10
- CDISCOUNT
- EBAY
- E.LECLERC
- ITM ENTREPRISES
- LA MARTINICAISE
- LIDL
- MAISON RICHARD
- PRICEMINISTER
- SHOWROOMPRIVE
- SYSTEME U
- TAILLAN
- VENTES PRIVEES

LES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE

- ANGEL WINE
- BWC MEDIA
- CAVES NOTRE DAME
- CHAIS D'OEUVRE
- CHATEAUNET
- COSTE
- DEFI VIN
- FA DAU
- FRANCE GOURMET DIFFUSION
- GASTR-OENO-MES
- GRANDSVINS-PRIVES COM
- IDEALWINE COM
- INTOTHEWINE
- LAVINIA FRANCE
- LE CHAI PRIVE
- LES CAVES DU BON TEMPS
- LES PETITES CAVES
- LIT DE VINS
- MILLESIMA
- MILLESIMES
- OCAVO
- ONE CONCEPT
- TROIS FOIS VIN
- V COMME VIN
- VENTE PRIVEE DE VINS
- VINACTIF
- VINADDICT
- VINATIS
- VINOCASTING
- VINS ETONNANTS
- WINE AND CO
- WINE IN BLACK
- WINEADVISOR

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

- ❶ Rentrez le code **7DIS79** 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 PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le business du vin**
6IAA50 – Février 2016
- **Le marché du vin en caisse-outre**
5DIS70 – Octobre 2015

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



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 7DIS79 / XR-

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 30/06/2018 (TVA 20,0%).

Le e-commerce de vin

E-cavistes, *marketplaces*, sites de ventes privées, *box*, grande distribution : dynamique des ventes et mutation du paysage concurrentiel d'ici 2020

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 200,00 € HT	1 200,00 € HT	1 600,00 € HT
1 266,00 € TTC	1 440,00 € TTC	1 920,00 € TTC
☐	☐	☐

MODE DE RÈGLEMENT 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