

LA FOIRE AUX VINS



Comment faire face aux évolutions ?

■ Contexte

Les Français et les Foires aux vins

3 raisons pour expliquer la baisse des ventes lors des foires aux vins depuis 2018 (valeur et volume) :

#1 - la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs

#2 - des changements des habitudes de consommation

#3 - la limitation des promotions (loi Egalim)



CA FAV 2022
réalisé par les hypers, supers,
magasins de proximité et drive.



par rapport à 2021.



poïds moyen des FAV
dans le CA des
rayons



+ 2,7 %

évolution du prix moyen
au litre, à 4,93 €

Source : Iri, CAM au 24 avril 2022, tous circuits GMS

■ Contexte

Le bond du E-Commerce

41 %

des français achètent du vin en ligne en 2022

L'achat en ligne reste davantage répandu chez les jeunes

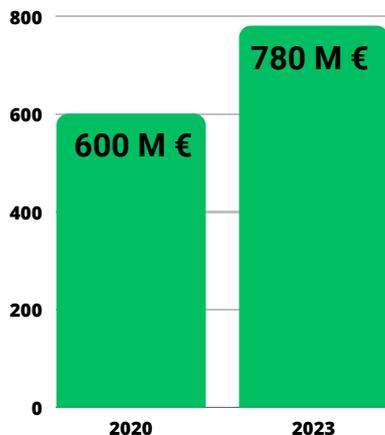
55 %

18-25 ans

53 %

26-35 ans

Evolution des ventes à distance de vin



Etude Xerfi 2021

Des consommateurs qui se renseignent en ligne avant d'acheter



69 % des consommateurs sur le net dépensent plus de 10 € par bouteille.



38 % des acheteurs de vins se renseignent avant de passer à l'acte d'achat sur les sites Internet et 37 % sur les réseaux sociaux.



- 32% des utilisateurs y suivent des domaines, châteaux, marques ou producteurs de vins.
- Un grand acheteur de vin sur deux achète du vin recommandé sur les réseaux sociaux qu'il suit.

Baromètre SOWINE/DYNATA 2022

Baromètre SOWINE/DYNATA 2021

■ Contexte

Plus de 50% des consommateurs sont sensibles aux labels environnementaux

53%

des consommateurs sont prêts à payer plus cher si le vin affiche un label environnemental

Un chiffre d'autant plus fort pour deux catégories

66%

18-35 ans

69%

grands acheteurs de vin

Les freins à l'achat de vin avec un label environnemental

#1

Le prix cité à 44%,

#2

Le manque de connaissance des labels cité à 32%

Les labels environnementaux sont reconnus par les consommateurs :

- 85% pour le label **Agriculture Biologique**
- 36% pour le label **des Vignerons Engagés**
- 29% pour la certification **Haute Valeur Environnementale**
- 26% pour le label **Terra Vitis**



NATURE & PROGRES



TERRA VITIS®
plaisir du vin terre vivante

Les Vins S.A.I.N.S.



■ Contexte

Des connaissances accrues en matière de vins et spiritueux

62%

des consommateurs français déclarent s'intéresser au vin



Depuis 2010, la part de néophytes a reculé de 15 points au profit de celle des amateurs éclairés (47% en 2022) et des connaisseurs/experts (4%)

75%

des consommateurs français déclarent se renseigner avant d'acheter, via leur entourage, des professionnels ou des sites web



Dans la lignée de cette démarche d'apprentissage, l'achat devient un acte plus réfléchi.



Les Français pourraient même acheter moins de vin, mais utiliser leur budget de façon plus qualitative.



■ Communication

Cibler les amateurs de vins

Les actions à mener pour réussir votre Foire Aux Vins



Invitez vos prospects cœur de cible à une soirée dégustation, pour que cet environnement premium les incite à l'achat.

Pour cela, adressez-vous **aux amateurs de vin & de gastronomie** :

- Un ciblage réalisé à partir d'achats de vins et/ou de produits gastronomiques (vente à distance, cavistes et retailers...)
- Un ciblage pouvant être affiné par le genre (homme/femme), l'âge et les revenus
- Des données conformes aux RGPD (opt-in en SMS et email, adresses postales traitées en RNVP) et mises à jour mensuellement

SMS

pour bénéficier d'un taux de lecture incomparable (95% des SMS sont lus)
1,3 millions de numéros de téléphone

The illustration shows a smartphone on the left with an SMS message from 'AppelPlus 13 17'. The message text reads: 'Johan, à l'occasion de la Foire aux vins, nous vous réservons une soirée unique. Découvrez notre invitation sans plus attendre bit.ly/3rONKk4 STOP au 36062'. To the right of the phone is a wine bottle with a label that says 'SOIRÉE DÉGUSTATION DE GRAND VIN' and '18 Mai 2022 20h-22h'. A yellow arrow points from the phone to the bottle.

Email

pour bénéficier d'un large espace d'expression et connaître en détail les interactions de vos lecteurs avec votre message
1,6 millions d'adresses email

The illustration shows a vertical email newsletter layout. At the top, it says 'Délicieux'. Below that is a large image of a wine bottle with the text 'SOIRÉE DÉGUSTATION DE GRAND VIN'. Underneath are several smaller images and text blocks, including 'Le plaisir de nos vins' and '18 Mai 2022 20h-22h'.

Voie postale (courrier, catalogue)

pour optimiser la mémorisation et le partage de votre message au sein du foyer
3,3 millions d'adresses postales

The illustration shows a postal invitation card. At the top, it says 'Invitation'. Below that is a large image of a wine bottle with the text 'SOIRÉE DÉGUSTATION DE GRAND VIN' and '18 Mai 2022 20h-22h'. The card also includes the text 'Délicieux' and '100 Boulevard de la République 92100 Nanterre 92'.

■ Communication

Faire découvrir sa sélection

Les actions à mener pour réussir votre Foire Aux Vins

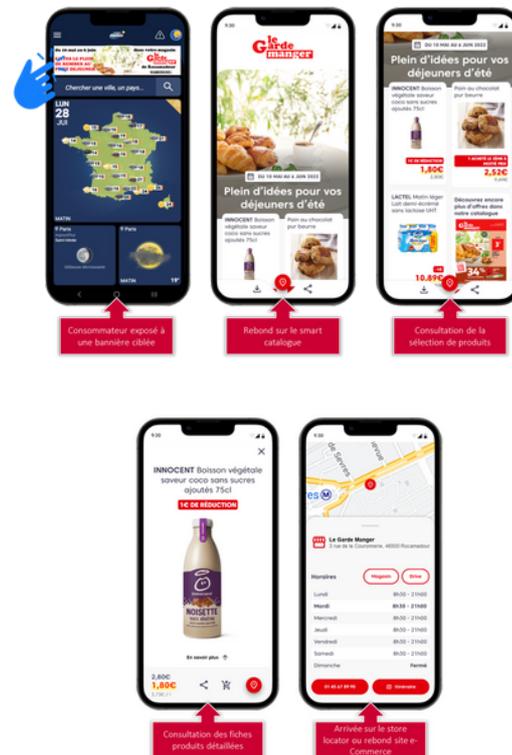
En période de foire aux vins, où chaque consommateur est à l'affût, **le déclencheur du choix est la sélection proposée par le magasin**. C'est pourquoi il est très important de **disposer d'une surface d'exposition visible et durable**.

Le **Smart catalogue** est l'outil idéal car c'est un **catalogue digital intelligent : ciblé, personnalisé et contextualisé**.

Il vous apporte un avantage concurrentiel certain sur votre zone de chalandise grâce à une analyse précise et ad hoc de votre zone de chalandise, en intégrant des données comme les profils socio démo, les potentiels de consommation...

Cette **connaissance de votre zone et de vos cibles vous assure le meilleur ROI de votre mix marketing**.

Parcours consommateur



■ Communication

Collecter des données
qualifiées

Les actions à mener pour réussir votre Foire Aux Vins

Différenciez votre point de vente grâce à la **gamification** et organisez un jeu concours :

- **Faites gagner des bons d'achat** en instant gagnant pour faire revenir les joueurs et augmenter leur panier moyen

Animez votre magasin en relayant votre jeu sur des bornes habillées en magasin et les réseaux sociaux :

- Collectez des données RGPD pour mieux connaître vos clients et les adresser toute l'année
 - > **Emails et Mobile opt-in**
 - > **Données de segmentation (budget, préférences, etc.)**





Merci



MEDIAPOST est une filiale du
Groupe La Poste



Rendez-vous sur
www.mediapost.fr



Nous contacter
09 72 72 52 10
marketing.operationnel@mediapost.fr

