

# Le réseau Vignerons Indépendants de France, champion de la vente directe

Les vignerons indépendants disposent d'une relation forte avec leurs consommateurs finaux. Ils sont au plus près du consommateur.

Près de 100% des adhérents ont des relations en direct avec les particuliers.

81,1% du chiffre d'affaires des adhérents provient de la vente en bouteilles/BIB/petit vrac.

## LES CLÉS DE LA VENTE DIRECTE DANS LE RÉSEAU VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE :

- une spécialisation dans la vente en bouteilles,
- une forte présence en circuits courts.

## LES AVANTAGES DE LA VENTE DIRECTE POUR LE VIGNERON :

- une meilleure maîtrise de ses prix de vente et donc de la valorisation de son travail,
- l'opportunité de tisser des liens avec ses clients, relation de plus en plus appréciée par les acheteurs et source de fidélisation.

## Une spécialisation des adhérents dans la vente en bouteilles/BIB/petit vrac.

- 98,6% des adhérents pratiquent la vente en bouteilles/BIB/petit vrac,
- 81,1% du chiffre d'affaires des adhérents provient de la vente en bouteilles/BIB/petit vrac.

Types de vente	% d'adhérents concernés par type de vente	Répartition en % du chiffre d'affaires par type de vente
Bouteilles/BIB/petit vrac	98,6 %	81,1 %
Vrac	56,4 %	15,9 %
Vendange fraîche	8,3 %	3,0 %
Moûts	7,0 %	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

## Une stratégie de distribution multicanal qui fait la part belle à la vente directe.

Circuits de commercialisation en France	% d'adhérents concernés par circuit	Répartition en % des volumes vendus en France par circuit
Vente au domaine	96,1 %	21,2 %
Vente sur des salons / foires / marchés	73,3 %	5,8 %
Vente par correspondance / internet	52,7 %	3,4 %
Vente aux cafés-hôtels-restaurants	82,9 %	6,6 %
Vente aux cavistes	78,2 %	8,6 %
Vente à la grande distribution	27,8 %	9,3 %
Vente aux négociants, grossistes, cash and carry	64,3 %	41,7 %
Autres circuits	4,3 %	3,5 %
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

## Près de 100% des adhérents ont des relations en direct avec les particuliers :

- 96,1% vendent au domaine et 73,3% sur des salons/foires/marchés.
- Ces 2 circuits captent 27% des volumes totaux de vin vendus en France par les vignerons.

En revanche, en circuits "longs", si les relations avec le négoce concernent moins de vignerons (64,3%), elles absorbent 41,7% des volumes vendus en France.

# MIEUX CONNAÎTRE LE RÉSEAU VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE: MODES DE COMMERCIALISATION

## Vers une typologie des adhérents

A l'image de la viticulture française, le réseau des Vignerons indépendants de France est riche de sa diversité.

**Objectif d'une typologie: identifier des groupes cohérents de vignerons pour mieux cerner leurs caractéristiques, leurs pratiques, leurs stratégies.**

**Constitution de 4 groupes sur la base des principales formes de vente pratiquées par les vignerons.**

**Chaque nouvelle enquête de l'Observatoire alimentera cette typologie par des données quantitatives et qualitatives complémentaires.**

**Donc à suivre....**

Source : Enquête Nationale des Vignerons Indépendants réalisée en mars/avril 2011 auprès des 6000 adhérents du réseau Vignerons Indépendants de France. 950 questionnaires validés. Redressement de l'échantillon par la méthode des quotas pour être représentatif de l'ensemble du mouvement.

Avec le soutien de :



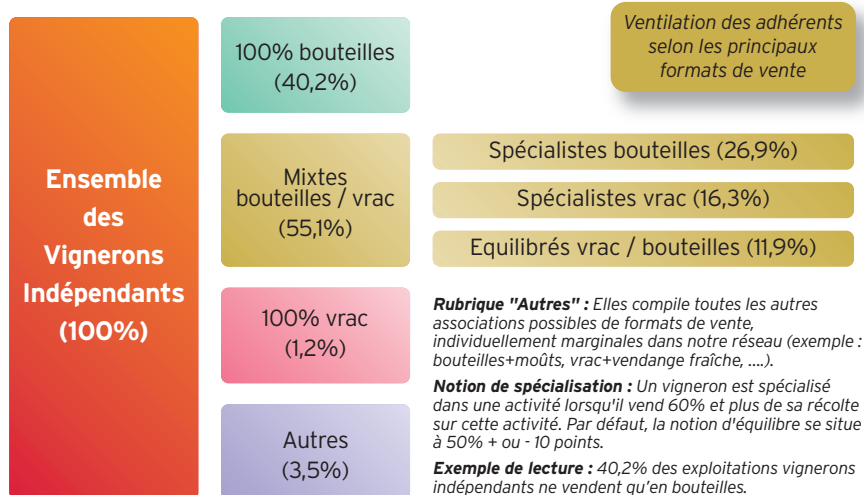
## Délimitation des groupes

Initialement, 4 formats de vente sont recensés dans le réseau Vignerons Indépendants de France et associables entre eux :

- bouteilles/BIB/petit vrac,
- vrac,<sup>(1)</sup>
- vendange fraîche,
- moûts.

(1) Vin vendu en vrac = vin vendu en gros contenants, en citernes, ... (forme de vente qui s'oppose à la vente en bouteilles, BIB et cubitainer (= petit vrac)).

**Le schéma ci-dessous récapitule les configurations de production les plus courantes dans le réseau.**



Sur l'ensemble des groupes et sous-groupes reflétant la totalité du mouvement Vignerons Indépendants de France, seuls 4 sont retenus car significatifs en nombre d'exploitations (totalisent 95,3% des adhérents) :

- les 100% bouteilles (40,2% des adhérents),
- les mixtes spécialistes de la bouteille (26,9%),
- les mixtes spécialistes du vrac (16,3%),
- les mixtes équilibrés vrac / bouteilles (11,9%).

## Les premières tendances observées

- La surface en ha de vignes plantées (et donc en corrélation la récolte), sont d'autant plus réduites que l'exploitation est spécialisée sur le format "bouteilles" : on passe en effet de 30 ha en moyenne sur les exploitations "mixtes spécialisées vrac" à 15,7 ha pour les exploitations "100% bouteilles". A l'inverse le chiffre d'affaires à l'hectolitre augmente, avec un seuil moyen maximal de 485 €/hl pour les "100% bouteilles". Ces résultats illustrent bien la stratégie "volume" des producteurs de vrac.
- En comparaison avec les données moyennes sur le réseau Vignerons Indépendants, on constate que :
  - le bio (exploitations certifiées agriculture biologique ou en conversion) est plus prégnant chez "les 100% bouteilles" (34,3% des exploitations du groupe contre 10,7% chez "les mixtes spécialisés vrac"),
  - la présence à l'export est plus importante chez les spécialistes bouteilles (autour de 72% chez "les mixtes spécialisés bouteilles" et "les 100% bouteilles" contre en moyenne 50% pour les 2 autres groupes),
  - la production AOC est présente de façon comparable sur tous les groupes, à l'inverse de la production de vins avec IGP qui concerne plutôt les exploitations "mixtes spécialisées en vrac" (53,9% exploitations productrices d'IGP sur ce groupe contre autour de 40% sur les autres groupes).

Vignerons Indépendants de France - Pôle Développement des entreprises  
4, Place Félix Eboué - 75583 Paris Cedex 12

tél : + 33 (0) 1 53 02 05 10 - fax : + 33 (0) 1 53 02 05 11

[www.vigneron-independant.com](http://www.vigneron-independant.com)