

Les restaurateurs plébiscitent le vin au verre

La quasi-totalité des restaurateurs sert du vin au verre. Economique, conviviale et synonyme de consommation modérée, cette offre est en phase avec les tendances du moment. Elle peut encore se diversifier.

En 2010, 89 % des restaurants ont proposé du vin au verre contre 78 % deux ans plus tôt. Ce résultat émane d'une enquête périodique conduite par CHD Expert, un cabinet spécialisé dans l'observation de la consommation hors domicile, auquel le Comité national des interprofessions des vins AOC (Cniv) achète ses études. Régulièrement, CHD Expert envoie 180 000 questionnaires aux restaurateurs. 6 000 d'entre eux y répondent en moyenne. Ces enquêtes montrent que depuis quatre ou cinq ans, la vente de vin au verre se développe au restaurant. Un établissement sur deux indique qu'il s'agit du contenant qui progresse le plus au sein de sa proposition comparé à la bouteille, à la demi-bouteille et au pichet. Ce dernier est en net recul. Il était servi par 71 % des répondants en 2010, soit huit points de moins qu'en 2009.

Une autre clientèle que le consommateur de ballon
Pour autant, le service au verre est loin d'être une nouveauté en restauration. « *Le ballon de rouge au comptoir a toujours existé, commente Nicolas Nouchi, directeur général de CHD Expert France. Aujourd'hui, c'est la consommation au cours du repas qui progresse et, dans une moindre mesure, à l'apéritif. Elle concerne un autre type de clientèle que le consommateur de ballons.* »

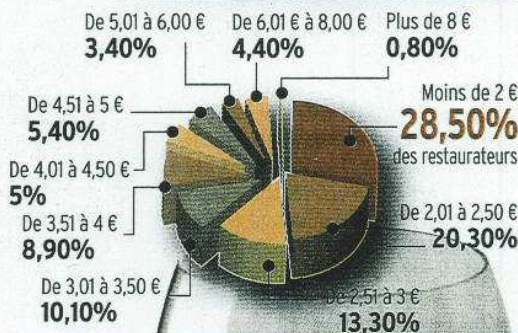
L'ascension du vin au verre va de pair avec l'évolution de l'offre globale des restaurateurs. « *Ils sont de plus en plus nombreux à concocter un plat du*

Les clients surveillent leurs dépenses

3,10 € : le prix moyen de la référence la plus vendue

Source : CHD Expert, 2 619 répondants

Question → Quel est le prix de votre référence de vin au verre la plus vendue ?

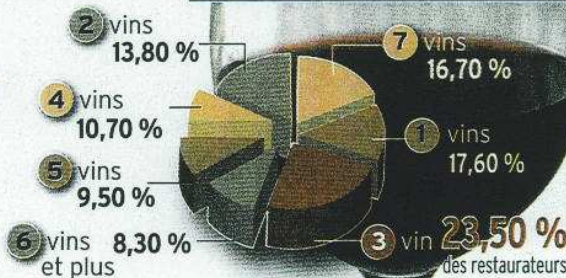


L'offre reste encore limitée

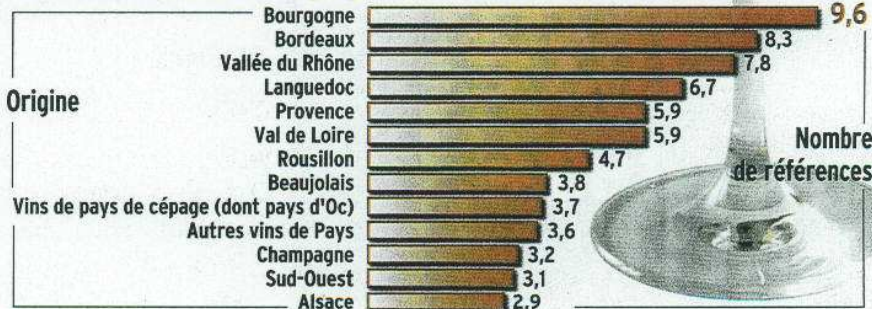
4,2 références en moyenne par restaurant

Source : CHD Expert, 3 154 répondants

Question → Combien servez-vous de vins au verre ?



Bordeaux et Bourgogne en tête dans les bars à vins



Source : Inter-Rhône. Base : uniquement les bars à vin.

jour à prix modéré, poursuit Nicolas Nouchi. *C'est l'une des conséquences de la crise. Ils l'accompagnent d'un verre de vin qui peut être générateur*

de marges substantielles. » En optant pour cette formule, les restaurateurs peuvent aussi proposer le vin qui mettra le mieux en valeur leur plat.

De son côté, le consommateur réalise une économie. « *Le prix du verre, entre 3 et 5 euros en moyenne pour un vin de milieu de gamme, est accessible,*

Une aubaine pour les viticulteurs

« Le service au verre est une opportunité pour le vigneron, lance Nicolas Nouchi, directeur général de CHD Expert France. La négociation avec le restaurateur ne se limite plus au prix et à la marge, comme avec la bouteille. Elle s'étend aux qualités du vin. » Pour bien se placer, il conseille de :

- préparer une description du vin : cépages, profil organoleptique, température de service, etc.,
- suggérer des plats précis en accompagnement,
- présenter votre domaine,
- demander à rencontrer les serveurs afin de leur présenter vos vins.

souligne Dominique Toillon, en charge de l'analyse des marchés à Inter-Rhône. A l'inverse, le différentiel entre une demi-bouteille et une bouteille n'est pas suffisamment important pour inciter le consommateur à opter pour la demie. »

Le verre est aussi synonyme de modération, une préoccupation montante chez nos compatriotes. Avec cela, la qualité des vins servis augmente.

Les restaurants où le ticket moyen par client est de moins de 10 euros ont l'offre la moins pourvue. « Cela correspond aux lieux qui servent des repas express à base de quiches, pizza... », remarque Nicolas Nouchi. Même combat pour les établissements où le ticket moyen dépasse les 45 euros par client. Dans cette catégorie, figurent les restaurants gastronomiques qui privilégient la vente en bouteilles. Les établissements où le ticket moyen oscille entre 15 et 20 euros sont les plus chauds partisans du vin au verre.

Difficile de vendre bien plus cher que 3 euros

L'enquête dévoile, ensuite, le prix moyen de la référence la plus vendue au restaurant : 3,10 euros TTC.

Signe de l'attention portée par les consommateurs à leur portefeuille, près de la moitié des restaurateurs révèle que la référence la plus vendue au sein de leur établissement affiche moins de 2,50 euros. Pour seulement 28 % d'entre eux, la référence la plus vendue vaut plus de 3,50 euros.

Les auteurs de l'étude ont également demandé aux restaurateurs d'indiquer leur référence la plus chère. En moyenne, elle se situe à 4,80 euros, ce qui demeure assez modeste éga-

lement. Quant à la référence la moins chère, elle s'élève à 2,70 euros de moyenne. Et, dans un établissement sur deux, elle affiche moins de 2 euros. « De nombreux restaurants sont situés dans des petits quartiers ou en milieu rural, indique Nicolas Nouchi. S'ils servent un plat du jour aux alentours de 10 euros, ils ne peuvent pas vendre le verre à plus de 3 euros. »

Vers une offre de plus en plus variée

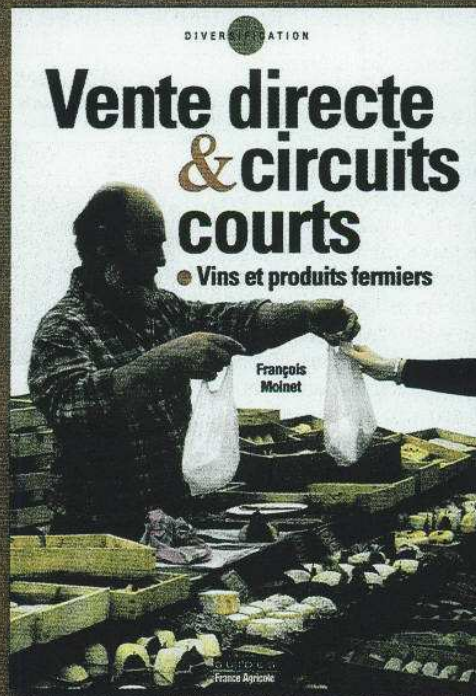
Côté choix, les restaurateurs proposent en moyenne 4,2 références. Ceux qui en ont trois sont les plus nombreux (23,5 %), suivis de ceux qui n'en possèdent qu'une (17,6 %) et de ceux qui en servent sept ou plus. Les politiques en matière d'offre et de mise en avant sont donc très différentes selon les établissements. Ces écarts montrent aussi que si le vin au verre est largement répandu, il lui reste encore un fort potentiel de développement. Cela est étayé par un autre résultat de l'étude : un restaurant sur quatre seulement propose une formule avec verre de vin compris.

« L'offre a besoin d'être de plus en plus variée, considère Nicolas Nouchi. En période de crise, les consommateurs veulent aussi se faire plaisir. Ils recherchent le choix et sont curieux de découvrir des goûts de vins différents. »

Une catégorie de fournisseur a bien compris. Il s'agit des distributeurs, à l'instar de la Maison Richard. Ses équipes commerciales, aguerries au marketing, suggèrent une offre de vins renouvelée avec des outils d'aide à la vente du vin au verre : ardoise, verrerie... Et ça marche, ces fournisseurs progressent auprès des restaurateurs.

Chantal Sarrazin

Le guide pratique pour réussir sa vente directe



François Moinet
2010 • 408 p. • 17 x 24 cm

Face à une demande croissante des consommateurs, un agriculteur peut trouver une nouvelle source de revenu en vendant lui-même sa production : à la ferme, sur un marché local ou un point de vente collectif. L'auteur donne des conseils pour mieux vendre (accueil, dégustation...) et présente à l'aide de nombreux exemples une méthode utile pour bien réussir ses ventes directes en tenant compte de la réglementation. Des adresses utiles complètent l'ouvrage. Un livre indispensable pour tous ceux qui souhaitent se lancer dans la vente directe.

+ Carnet d'adresses utiles à la fin de l'ouvrage

EDITIONS
France Agricole

Bon de commande

Objet : je désire recevoir _____ exemplaire(s) de : **VENTE DIRECTE ET CIRCUITS COURTS**

Prix unitaire : 42,00 € + frais d'envoi éco 3,90 € express 7,00 €

Veuillez trouver ci-joint mon règlement d'un montant total de _____ € par :

Chèque Carte bancaire n° : _____

Date de validité : _____

Cryptogramme (3 derniers chiffres au verso de votre carte bancaire) : _____

Nom ou société _____ Prénom _____

Adresse _____

Ville _____ Code postal _____

Tél. _____ Fax _____ E-mail _____ @

Editions France Agricole - 8 cité Paradis - 75493 Paris Cedex 10

Tél. 01 40 22 79 74 • Fax 01 40 22 70 37

www.lagalerieverte.com