

27 JUIN 2016

Vins

LES TENDANCES DU MOMENT

La fontaine à vin se réinvente

Le distributeur à vin se veut aujourd'hui design et haut de gamme tout en gardant ses qualités de praticité et de produit économique, grâce à des acteurs qui innovent et misent sur la qualité.

Avec l'arrivée des beaux jours, elle refait généralement son apparition. La fontaine à vin, souvent associée aux festivités, n'est pourtant plus sortie seulement lors de ces occasions estivales. Ce contenant formé d'une outre en plastique et d'une caisse en carton, qui varie principalement de 1,5 à 5 litres, semble de plus en plus apprécié des Français. Il représente aujourd'hui 37 % des volumes de vin écoulés en grandes surfaces. Il y a dix ans, cela ne dépassait pas les 20 %. Ses avantages ne sont pas négligeables : non-oxydation du vin, qui n'est pas en contact avec la lumière du jour, conservation jusqu'à huit semaines après ouverture, et liberté de consommer au verre, selon l'occasion.

Du style...

Si la fontaine à vin était principalement l'alliée des fêtes pour sa praticité de transport et de service, elle s'intègre désormais dans l'intérieur des Français, qui la veulent de plus en plus design. «*Le cube reste le plus répandu,*



DESIGN CONTEMPORAIN
Roche Mazet mise sur des Bib au design contemporain mais rassurant. La marque propose sept cépages, dont le Chardonnay.



FRUITS ROUGES CONFITS
La marque Couleurs du Sud (Boisset) appose ses notes de dégustation sur le côté du Bib, afin d'orienter au mieux le consommateur.



ÉTIQUETTE ORIGINALE
Le spécialiste du Bag-in-box, BiboVino, ne propose que des fontaines à vin et garde la même étiquette que sur la bouteille.

990,5 M€

Le chiffre d'affaires, soit **23,7%** des vins, à **+5,3%**

+3% L'évolution des ventes en volume

2,71 € Le prix moyen au litre, à **+2,3%**

Source: Iri, CAM au 28.2.2016, en HM+SM



«*La demande est croissante pour les fontaines à vin de petites tailles, comme le 2,25 litres. Et depuis quelques années, certaines marques proposent des poches sur lesquelles*

l'étiquette de vin est déjà imprimée, ce qui permet la disparition du carton. »

Veronika Necasova, responsable projet et marketing chez Smurfit Kappa

mais, depuis peu, nous avons des demandes pour des caisses en forme de tubes, comme des fontaines, constate Veronika Necasova, responsable projet et marketing chez Smurfit Kappa, leader européen du système Bag-in-box. La mode est aussi aux formats de plus en plus petits, comme le 2,5 l ou le 1,5 l. » Si le 5 litres était la norme il y a quelques années, c'est aujourd'hui le 3 litres qui se vend le mieux. «*Un Bib de moins de 3 litres se cale dans la porte d'un réfrigérateur, ce qui convient bien pour un rosé*», explique Rachel Edme, chef de groupe marketing du groupe Roche Mazet.

... du fun...

Car l'autre grande tendance du moment est le vin rosé. Bien qu'il connaisse un fort pic de saisonnalité entre mai et septembre, la demande se fait de plus en plus importante tout au long de l'année. La fontaine à

vin associée au rosé semble être le duo gagnant : «*Historiquement, ils sont liés. Ils représentent la fraîcheur et la convivialité. Ils plaisent particulièrement aux 18-35 ans, qui consomment le vin principalement à l'apéro et qui sont dans cette quête de partage et de bonne humeur* », analyse Rachel Edme.

... et du premium

Mais le rosé comme le blanc et le rouge n'intéressent pas que la jeune génération. Les amateurs de vins aisés se tournent de plus en plus vers la fontaine à vin pour acheter du haut de gamme, notamment pour une consommation au verre à la maison. BiboVino, le caviste spécialisé dans ce contenant, surfe sur cette demande et propose plusieurs appellations comme une côte-rôtie ou un crozes-hermitage pour 42€ les 3 litres, soit 10,5€ la bouteille. ■

MARGOT ZIEGLER