

population de plus de 15 ans des grandes métropoles mondiales ainsi que la consommation en volume du vin ont servi pour statuer sur le sujet. La capitale française appartient au groupe de « villes fermées », c'est-à-dire que la consommation est quasi exclusivement concentrée sur les vins produits dans le pays (les habitants ne consomment que 2% de vins étrangers). Buenos Aires, qui occupe la seconde place du podium, appartient à ce même groupe. Sa consommation de vin est quant à elle estimée à 3,43 Mhl. A contrario, d'autres agglomérations consomment des vins provenant des quatre coins de la planète, comme le bassin de la Ruhr en Allemagne, qui décroche la troisième place du podium avec une consommation de vin de 2,89 Mhl, Londres (4<sup>ème</sup> place) ou encore New-York (5<sup>ème</sup> place).

### Disparité ville-campagne

L'étude a également permis de montrer l'existence d'une disparité ville-campagne. La population mondiale vivant de plus en plus en ville (79% des habitants en France, 81% aux Etats-Unis et 82% en Grande-Bretagne), l'avenir du marché du vin se trouve dans les grandes agglomérations. Le directeur de l'Insec Wine and Spirits Institute souligne d'ailleurs que ce sont dans ces grandes villes que sont nés le développement de la consommation de vin au verre dans les restaurants ou les bars à vin, le succès des vins rosés et le fort développement de la consommation des vins effervescents du monde entier. Ces grandes agglomérations sont également créatrices des tendances de demain. Les cavistes, restaurateurs et sommeliers y jouent un rôle important car ils concentrent leurs efforts sur la promotion du vin auprès des consommateurs.

## LE BAROMÈTRE CHD



*Dans le cadre de notre partenariat avec Food Service Vision sur le comportement des boissons en CHD, nous vous proposons cette semaine un zoom sur les jus et les eaux.*

### Chiffres boissons / jus et eaux (Période : 1<sup>er</sup> Juin 2016 au 30 Juin 2016)

#### • Les familles de boissons les plus dynamiques en promotion au mois de Juin :

Il y a eu -6% d'UB boissons promotionnés au mois de Juin 2016 (vs Juin 2015) soit 1 806 UB, au sein de 47 catalogues (-4 catalogues vs juin 2015).

Au mois de Juin les familles les plus dynamiques, en nombre d'UB, sont :

- Les jus et nectars (+9,5%).
- Les softs drinks (+9,4%), tirés par les boissons à base de thé, les limes et les BAFFP.
- Les alcools apéritifs (+4,5%).

#### • Les marques les plus dynamiques en promotion sur le marché des jus et des eaux :

5 marques ont contribué à 61% de la croissance promotionnelles des jus et eaux au mois de Juin :

- Pago (14% de la croissance des UB)
- Caraïbos (14% de la croissance des UB)
- Badoit (13% de la croissance des UB)
- Spring Valley (11% de la croissance des UB)
- Volvic Touche de thé (9% de la croissance des UB)

#### • Top 5 des mises en avant nouveautés jus et eaux dans les catalogues :

Les nouveautés les plus mises en avant en catalogue au mois de Juin :

- Jus d'orange/mandarine/raisin blanc pur premium 1 lt - Plein Fruit
- Jus de citron/citron vert 33cl - Pago
- Nectar de Rhubarbe 20cl - Pago
- Aranciata et Limonata 33cl - SanPellegrino
- Eau minérale naturelle aux extraits de thé saveur pêche 50cl - Volvic Touche de Thé