



## MISSION COLLECTIVE VINS PAYS NORDIQUES (Norvège, Suède, Finlande)

Bureau de représentation du CIC à Stockholm

**CIC** *Aidexport*



Bureau de représentation du CIC à Stockholm



**Josef LAMY**  
Responsable du bureau



**Chloé VIEL-  
BOETTCHER**  
Chargée d'étude

**Entité du Crédit Mutuel Alliance Fédérale dédiée au Conseil en développement à l'international à travers 50 pays dans le monde**

**Activité : études sur mesure selon le besoin de l'entreprise, aussi bien à l'import qu'à l'export**

- Aide au ciblage de marché(s) porteur(s)
- Analyse sur le terrain du marché ciblé
- Prospection commerciale → identification et recherches de partenaires
- Aide à la création de société : implantation, recrutement homme-clef, recherche de locaux
- Recherches de cibles de croissance externe

**Bureau de représentation en Suède depuis plus de 20 ans**

Mène en collaboration avec les équipes de CIC Aidexport les études sur les marchés nordiques et fournit de l'assistance bancaire pour les clients du Groupe.

# Aidexport

## MISSION COLLECTIVE VINS PAYS NORDIQUES (Norvège, Suède, Finlande)

- Présentation de la mission
- Pourquoi les trois pays nordiques :  
Suède, Norvège et Finlande ?
- La recherche de partenaires sur le long  
terme
- Informations sur les marchés nordiques  
du vin





## Étape 1 : recherche de partenaires et e-rendez-vous

Dates : septembre 2020 à janvier 2021

### WEBINAIRES « COACHING » EN AMONT DES E-RDV

2 dates de webinaires de « coaching » collectif avec les clients et le bureau de représentation, sur les particularités de la culture du business des pays nordiques (30 min avec Q&A).

### 6 PROSPECTS PAR PARTICIPANT / 2 E-RDV PAR PAYS



### E-RDV, COURANT OCTOBRE-JANVIER

30 min à 1 heure par rdv

Participants : client, prospect, bureau

Envoi d'échantillons si possible en amont du rdv (en direct par le client)

Dégustation lors du e-rdv





## Étape 2 : Mission commerciale sur place

Dates : du 25 au 28 mai 2021

### PRÉSENTATIONS / DÉGUSTATIONS ET RENCONTRES B2B

À Oslo le 25 mai 2021 (rencontres b2b)

À Stockholm les 26 et 27 mai 2021 (rencontres b2b / présentation / dégustation)

À Helsinki le 28 mai 2021 (rencontres b2b)

### ÉVÈNEMENTS QUI ONT POUR BUT DE

Renforcer le partenariat entre vignobles et importateurs.

Introduire les vignobles auprès des sommeliers, restaurants, écrivains de vin, bloggeurs et, dans la mesure du possible, les acheteurs du monopole suédois.





## Objectifs de la mission

### DÉVELOPPER UN PARTENARIAT

Pour chaque participant, nouer un partenariat avec un importateur sur chacun des pays (dans la mesure du possible)

### TRAVAILLER SUR LE LONG TERME

Démarcher des importateurs ayant la volonté de développer la collaboration sur le long terme.

### CIBLER LES TROIS PAYS AVEC UN MONOPOLE D'ÉTAT

Les trois pays avec un monopole d'état sont visés pour optimiser les possibilités de partenariat suite à la mission.



# POURQUOI LES TROIS PAYS NORDIQUES : SUÈDE, NORVÈGE ET FINLANDE ?



- Trois pays avec des monopoles d'état :
  - pas d'importation directe (sauf en Finlande, env. 5%), tout passe par des importateurs agréés.
  - Suède : Systembolaget
  - Norvège : Vinmonopolet
  - Finlande : Alko
- Le rôle des monopoles consiste à :
  - mettre en place un assortiment varié
  - répondre à la demande des consommateurs
  - gérer les magasins

➔ Multiplier les opportunités de pénétrer rapidement le marché en ciblant les trois pays.



# POURQUOI LES TROIS PAYS NORDIQUES : SUÈDE, NORVÈGE ET FINLANDE ?



VINMONOPOLET

## ■ Fonctionnement des monopoles



### Plans de lancement

- Suède et Norvège : 2 fois par an
- Finlande : 3 fois par an



Précise les orientations du monopole pour les 6 mois suivants et annonce les produits qui seront recherchés via les appels d'offre



### Appels d'offres

- Publiés 4 fois par an
- Critères à respecter et envoi d'échantillons
- Dégustation à l'aveugle
- Lancement du produit



Décris les produits recherchés selon des critères précis



### Mise en vente des produits

Dans les boutiques et sur le webshop



**Assortiment fixe** : objectif de faire entrer un produit sur le long terme

**Assortiment temporaire** : recherche de produits spécifiques sur une période donnée

**Assortiment sur commande** : référencement direct sur le webshop, commande si demande du consommateur (pas d'appels d'offre)





## Pourquoi chercher des partenaires sur le long terme?

- Trois manières de se faire référencer auprès des monopoles



Les appels d'offre pour l'assortiment fixe



Les appels d'offre/demande pour l'assortiment temporaire

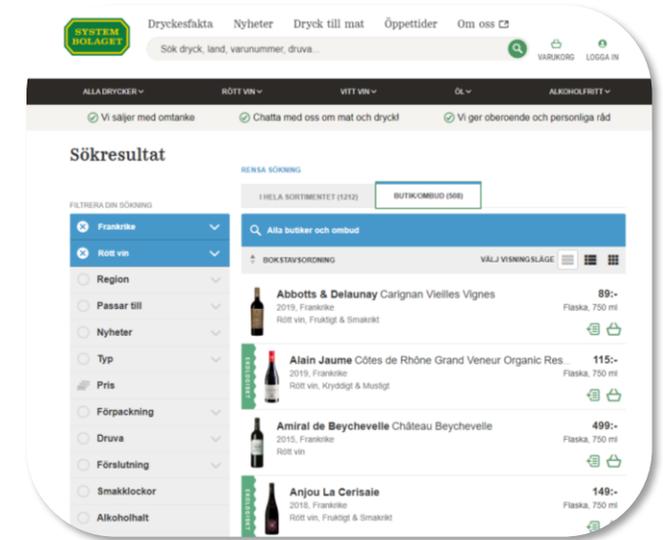
- Segments de prix plus élevés

- Recherche de l'exclusivité et de qualité : appellations de niche, médailles, bonnes critiques...



L'assortiment sur commande

- Référencement sur les sites internet et commande au fur et à mesure des ventes



Un bon importateur pourra travailler parallèlement sur tous les fronts : sur les appels d'offre en cours, en amont des futurs plans de lancement en lien avec les acheteurs des monopoles, etc.

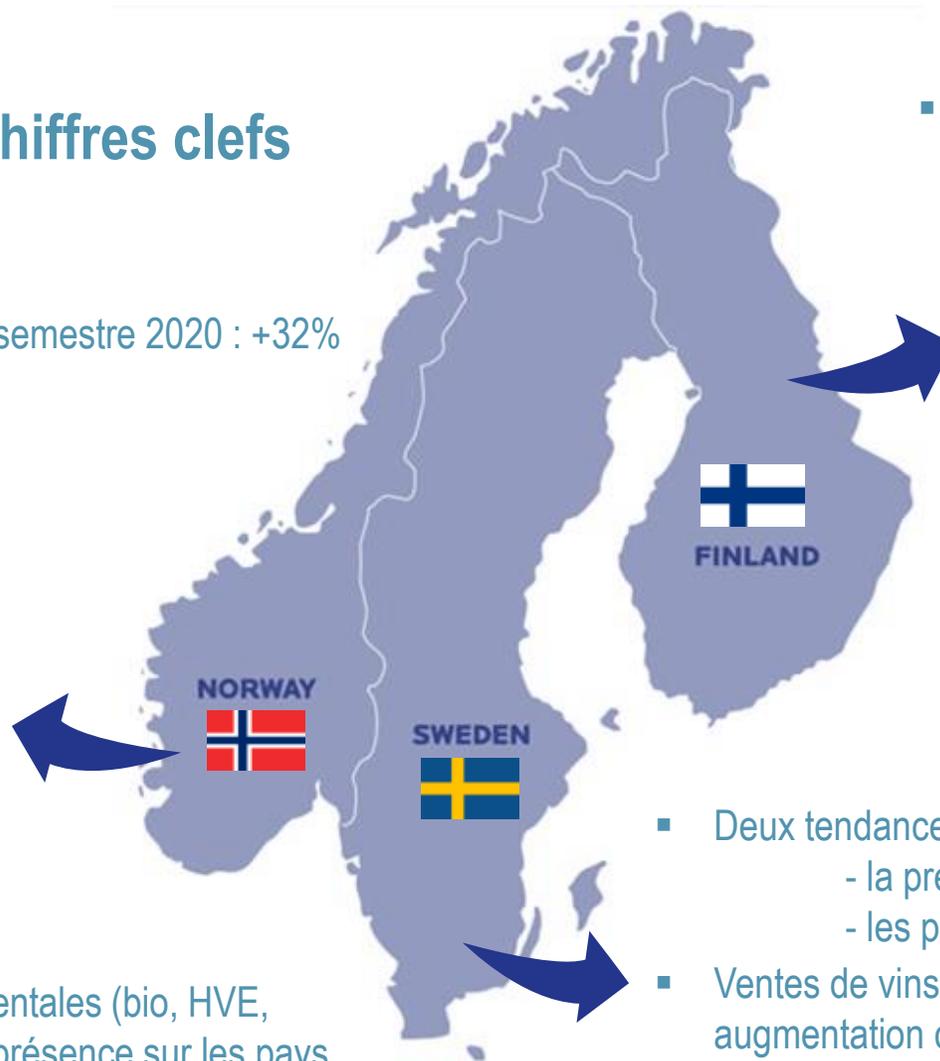


## Tendances et chiffres clefs

- Total ventes de vins français au 1er semestre 2020 : +32%

### Ventes vin français Vinmonopolet – comparaison 1<sup>er</sup> semestre 2019/2020

Vin rouge	23 %
Vin blanc	46 %
Vin mousseux (dont Champagne)	31 %
Vin rosé	86 %
Vin pétillant	38 %



- Tendance 2020 : recherche de spécialités / produits de niche pour l'assortiment temporaire.

### Ventes vin français Alko – comparaison 1<sup>er</sup> semestre 2019/2020

Vin rouge	15 %
Vin blanc	10 %
Vin mousseux	11 %
Vin rosé	38 %

A noter : les certifications environnementales (bio, HVE, biodynamique...) ont déjà une bonne présence sur les pays nordiques, mais ils représentent un atout supplémentaire.

- Deux tendances se développent en parallèle en 2020 :
  - la premiumisation : recherche de qualité, tendance constante
  - les prix bas : tendance actuelle lié à la période covid-19
- Ventes de vins français en augmentation constante : +15%

### Ventes vin français Systembolaget – comparaison 1<sup>er</sup> semestre 2019/2020

Vin rouge	9,4%
Vin blanc	15,2 %

- Être ponctuel
- Avoir un support de communication en anglais (site internet)
- Être patient dans la négociation
- Être pragmatique
- Être réactif
- Faire un suivi rapide
- Respecter les délais et les engagements
- Dans la mesure du possible et compte-tenu des particularités, avoir un seul partenaire par pays



**i** Grâce aux statistiques complètes publiées par les trois monopoles, le bureau de Stockholm est à même de vous renseigner sur des éléments clés du marché. Par exemple : quantités par appellations.