

# BLITZ D'INFORMATION

JUIN 2008



**SAQ**

# BLITZ D'INFORMATION

JUIN 2008



SAQ

**Portrait des catégories**

**Priorités 2008-2010**

**Chantal St-Pierre & Dean Di Maulo**

# Portrait catégories - Méthodologie

Ventes \$

**Catégories en sommeil**  
« SLEEPERS »

**Catégories gagnantes**  
« WINNERS »

Nom  
Évolution \$ (%)  
Ventes \$

Évolution %

**Catégories dilemmes**  
« QUESTIONNABLES »

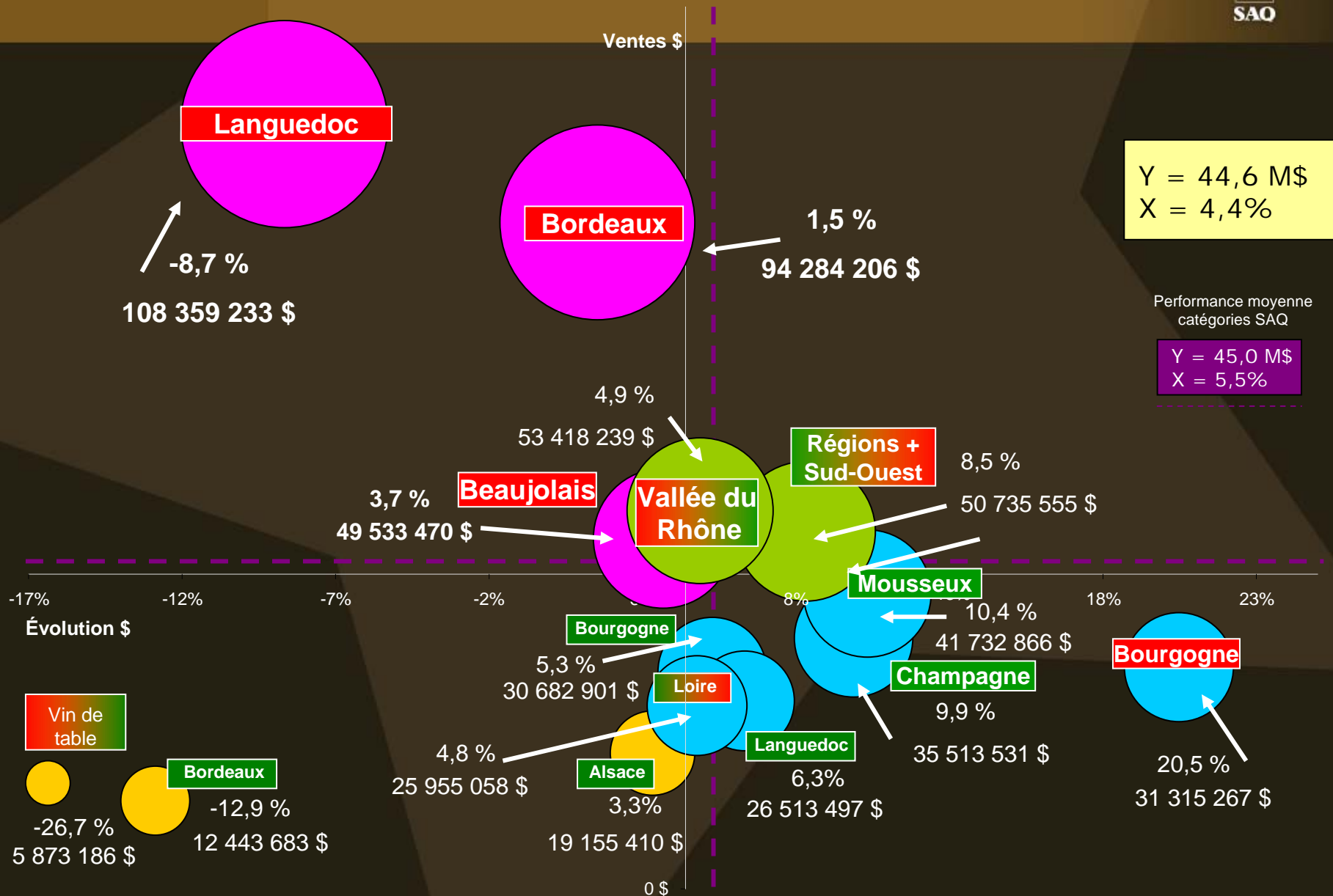
**Catégories opportunités**  
« OPPORTUNITIES »

# Catégorie vins France - Quiz

Quelle est la catégorie française qui représente la plus grande opportunité de développement ?

- A. Languedoc
- B. Vallée du Rhône
- C. Sud-Ouest**
- D. Alsace

# Portrait catégories vins France

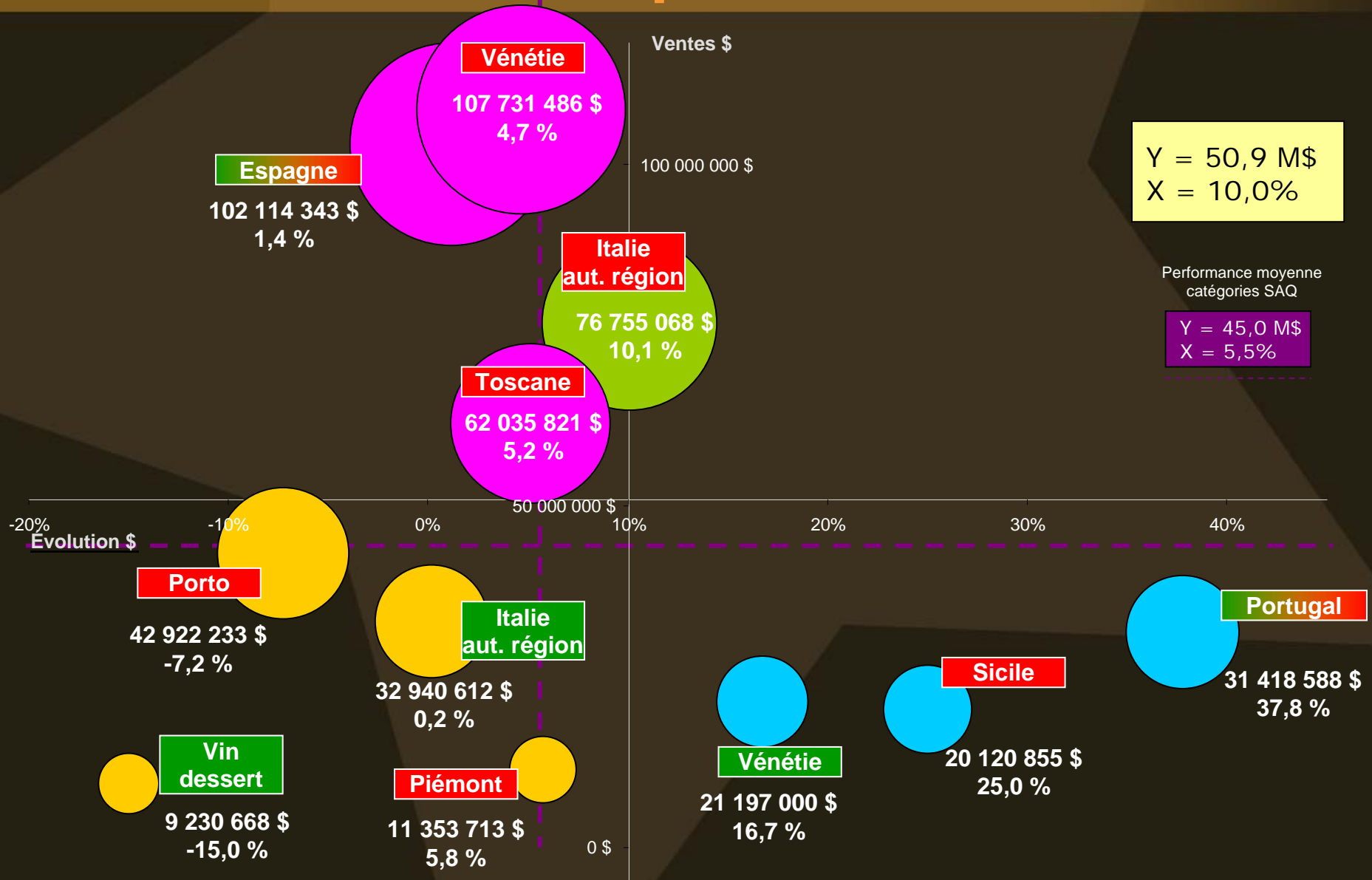


# Catégorie vins Italie et Europe – Quiz

Quelle a été la croissance de la catégorie des vins du Portugal dans la dernière année ?

- A. 8 %
- B. 18 %
- C. 28 %
- D. 38 %**

# Portrait catégories vins Italie et Europe

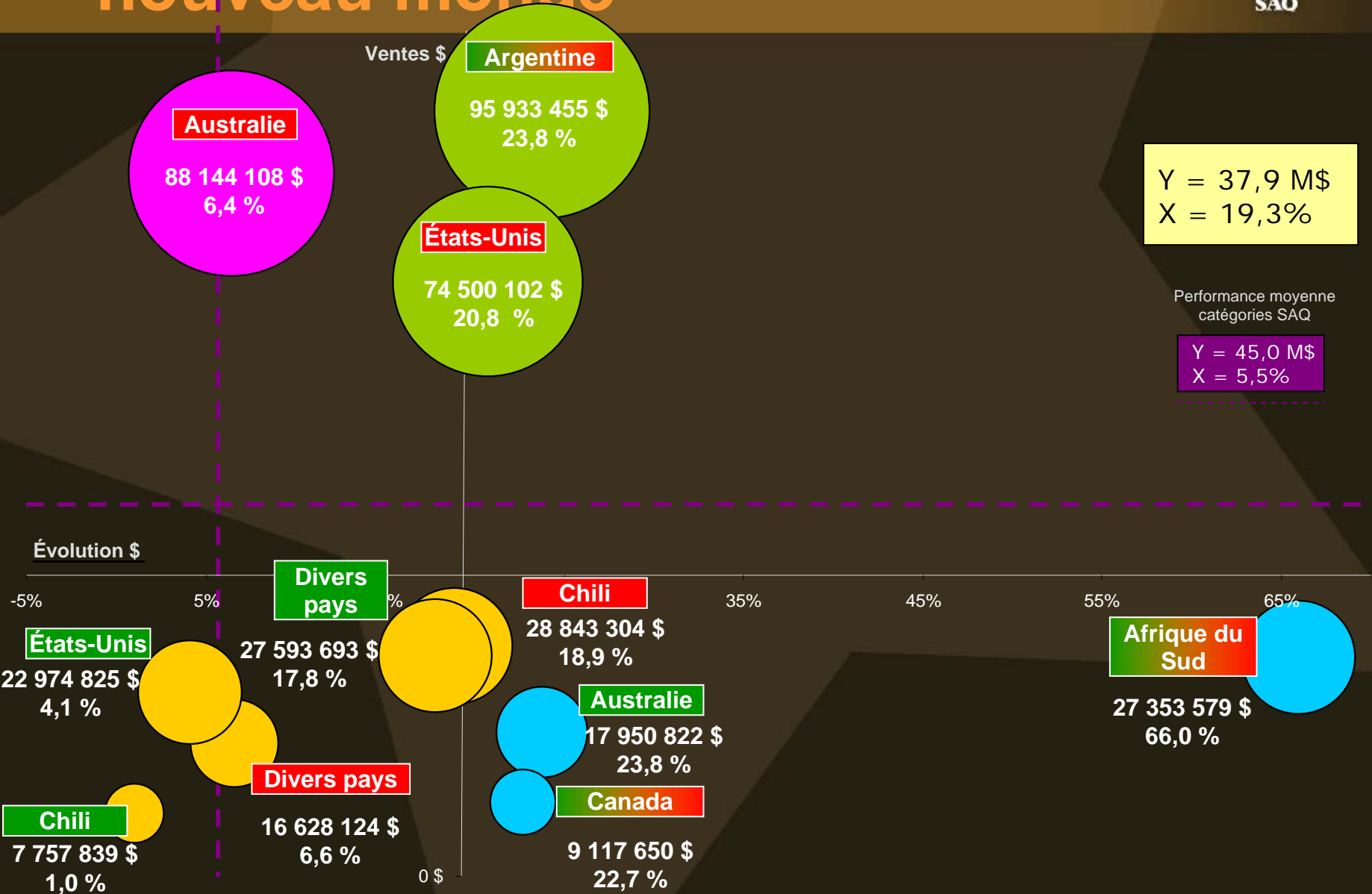


# Catégorie vins du nouveau monde – Quiz

Quelle catégorie a obtenu une croissance supérieure à 20 % dans la dernière année ?

- A. Argentine
- B. Afrique du Sud
- C. États-Unis rouge
- D. Toutes ces réponses**

# Portrait catégories vins nouveau monde

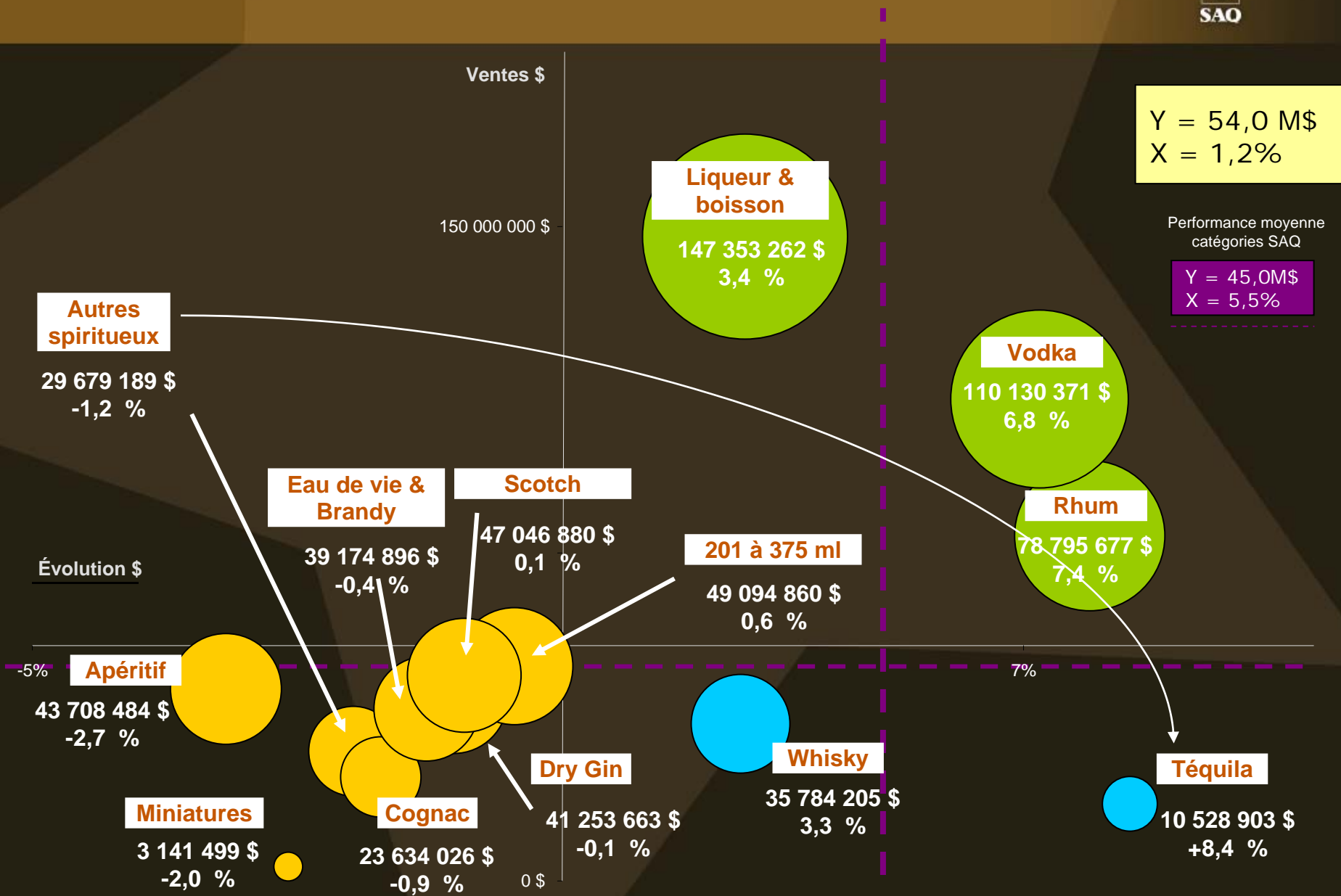


# Catégorie spiritueux - Quiz

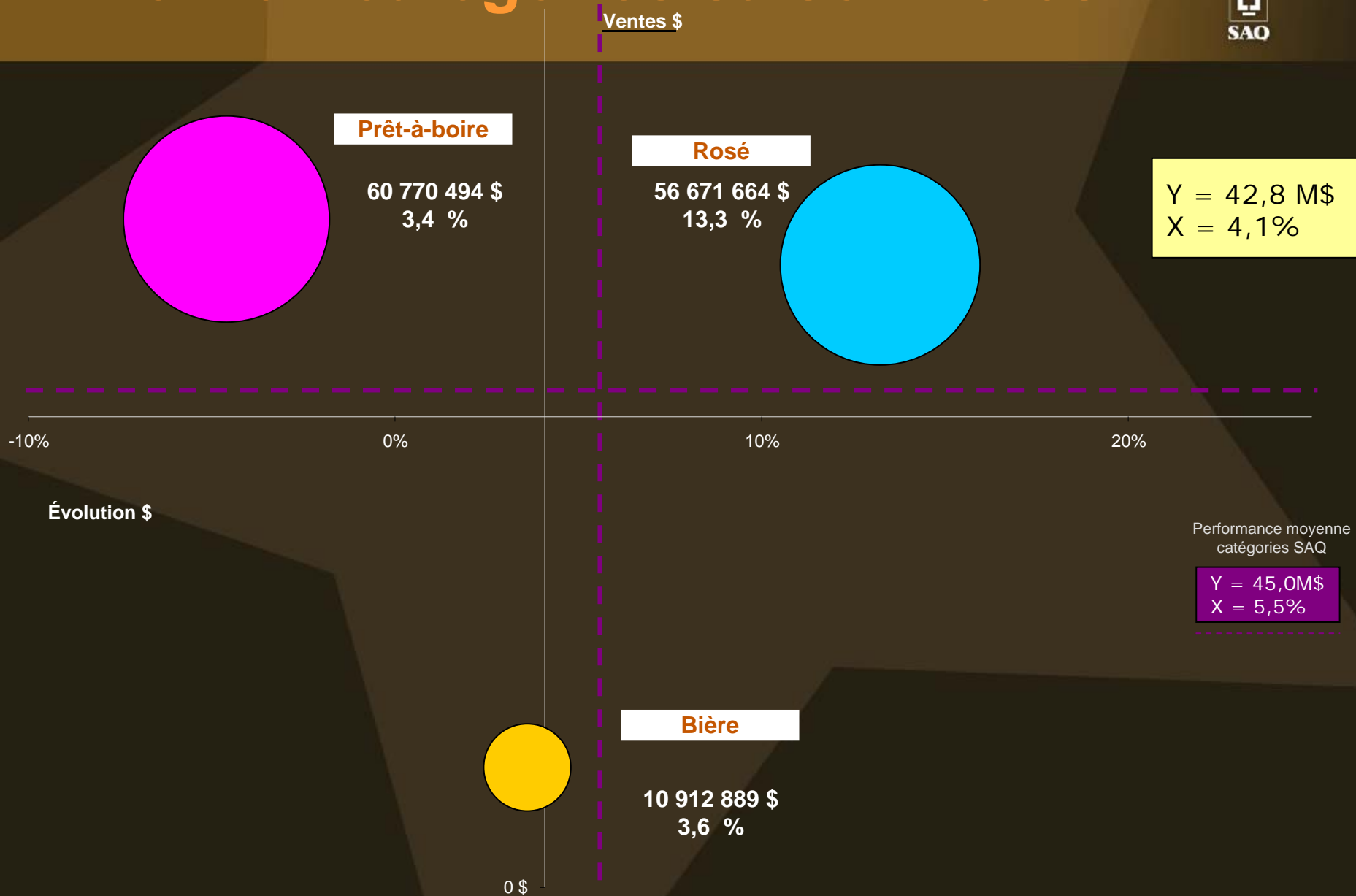
Quelles sont les 2 catégories les plus importantes dans les spiritueux ?

- A. Vodka / Rhum
- B. Vodka / Liqueur et boisson**
- C. Whisky / Vodka
- D. Liqueur et boisson / Rhum

# Portrait catégories spiritueux



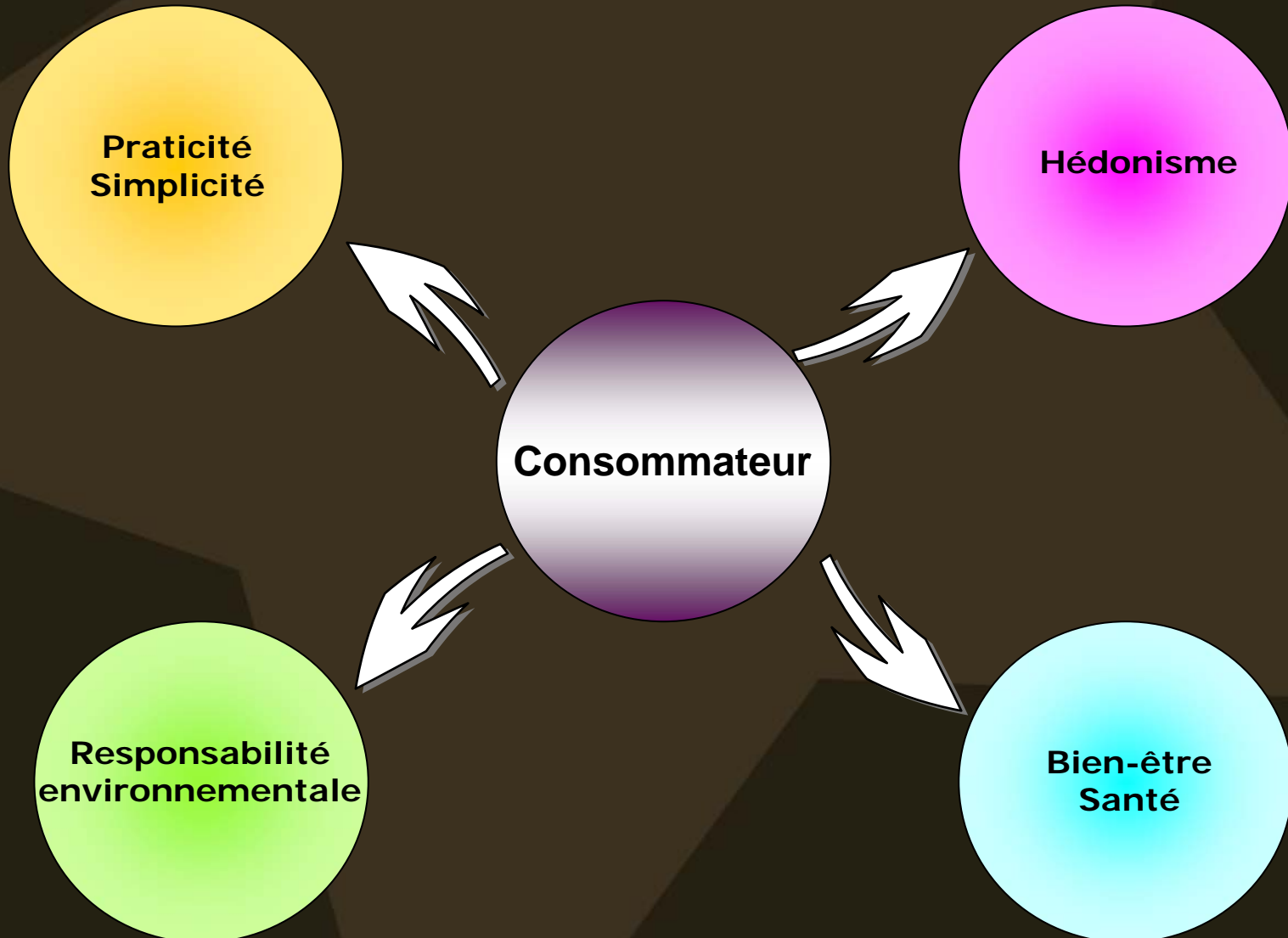
# Portrait catégories saisonnières



# Portrait des catégories SAQ - Synthèse et priorités

LES CATÉGORIES DILEMMES « QUESTIONNABLES »	LES CATÉGORIES EN SOMMEIL « SLEEPERS »	LES CATÉGORIES OPPORTUNITÉS « OPPORTUNITIES »	LES CATÉGORIES GAGNANTES « WINNERS »
Vin de Table  Porto  Chili blanc  Cognac	Languedoc rouge  Bordeaux rouge  Vénétie rouge  Espagne  Toscane rouge	Mousseux  Bourgogne rouge  Portugal  Canada  Tequila	Vallée du Rhône  Région + Sud- Ouest  Italie autres régions rouge  États-Unis rouge  Liqueur et boisson  Vodka

# Tendances de consommation mondiale



# Tendance de consommation – impact sur nos marchés

**Praticité  
Simplicité**

**Twist Cap**

**Vinopack  
PET**

**Format individuel**

**Responsabilité  
environnementale**

**Vinopack  
PET**

**Tout emballage  
recyclable**

**Embouteillage  
local**

**Vins biologiques et  
biodynamiques**

**Vins et alcools  
équitables**

**Empreinte carbone**

**Bien-être  
Santé**

**Consommation  
modérée**

**Produits plus  
qualitatifs**

**Recherche de  
produits plus  
sains (bio)**

**Cocktail avec  
fruits frais**

**Format individuel**

**Rapport  
qualité/prix**

**Hédonisme**

**Consommation  
plaisir**

**Produits plus  
qualitatifs**

**Sensibilité prix  
moins forte**

**Curiosité et  
ouverture à  
découvrir**

# Conclusion

- **Tendances des catégories**
- **Tendances de consommation**
- **L'intelligence d'affaires**
- **Expertise et vigie de l'industrie**
- **Livrer la meilleure offre possible à notre clientèle**

# Période de questions