

Congrès Cidres, Vins et Alcools d'ici

Commercialisation SAQ

Mars 2023



ORIGINE
QUÉBEC



SAQ

Ordre du jour

1. L'équipe
2. Performance
3. Qui sont vos clients? Coup d'œil sur la donnée Inspire
4. Stratégie Marketing
5. SAQ 101
6. Questions

Présentation de l'équipe



Qui sommes-nous ?



Sandrine Bourlet :
Vice-Présidente
Commercialisation



Josée Dumas :
Directrice Gestion
de l'Offre



Simon Bourbeau:
Directeur de compte -
Produits du Québec,
Spiritueux et
Célébration



Éloïse Michaud :
Gestionnaire de
catégorie Produits
du Québec



Vacant : Technicien-
ne produits du
Québec
(produits.qc@saq.qc.ca)

Performance des ventes



Performance Produits du Québec P01 À P11

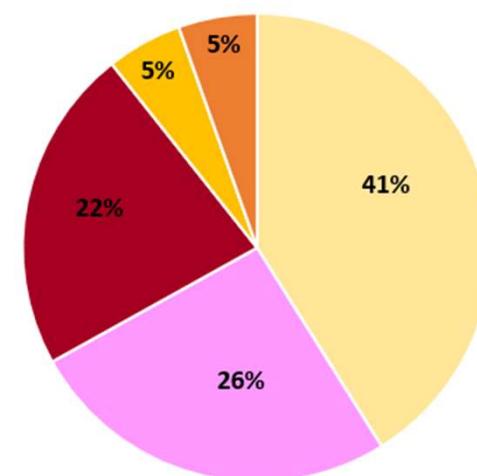
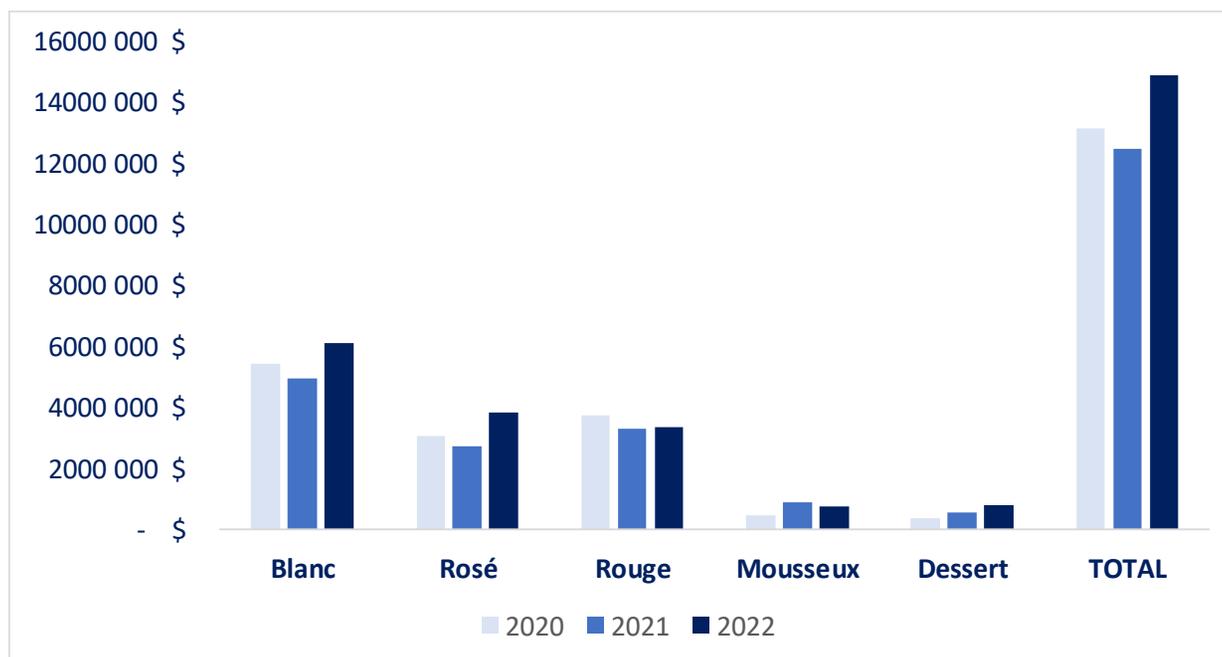
Avril 2022 à Janvier 2023

	Vins* 	Cidre 	Spiritueux 	Prêt a boire 
Ventes	14 M\$	7,5 M\$	423 M\$	77 M\$
Croissance	18,1 %	4,5%	6,4%	19,7%
Total Produits du Québec	Environ 651 M\$ Croissance + 8,6 %			

*Vins = vin blanc, vin rouge, vin rosé, mousseux
Ventes Brutes, incluant les taxes de vente et la taxe spécifique



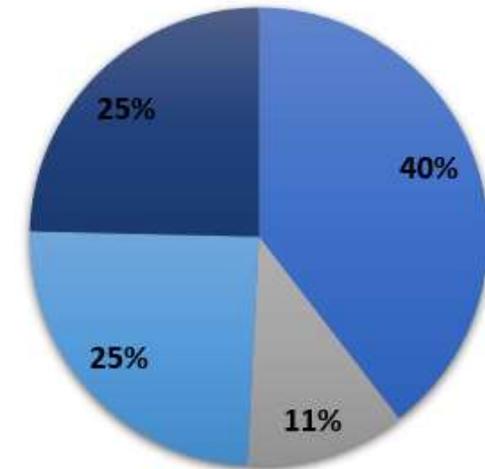
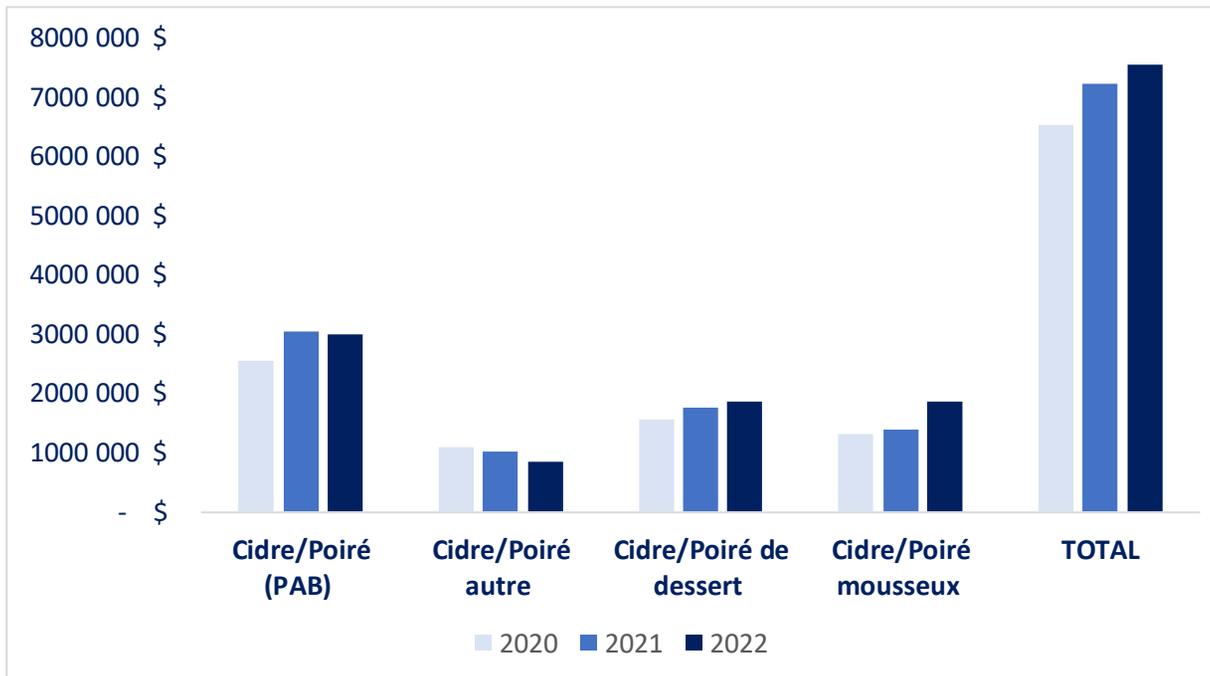
Performance des vins du Québec - P01 à P11



- Vin du Québec - Blanc
- Vin du Québec - Rosé
- Vin du Québec - Rouge
- Vin du Québec - Mousseux
- Vin du Québec - Dessert

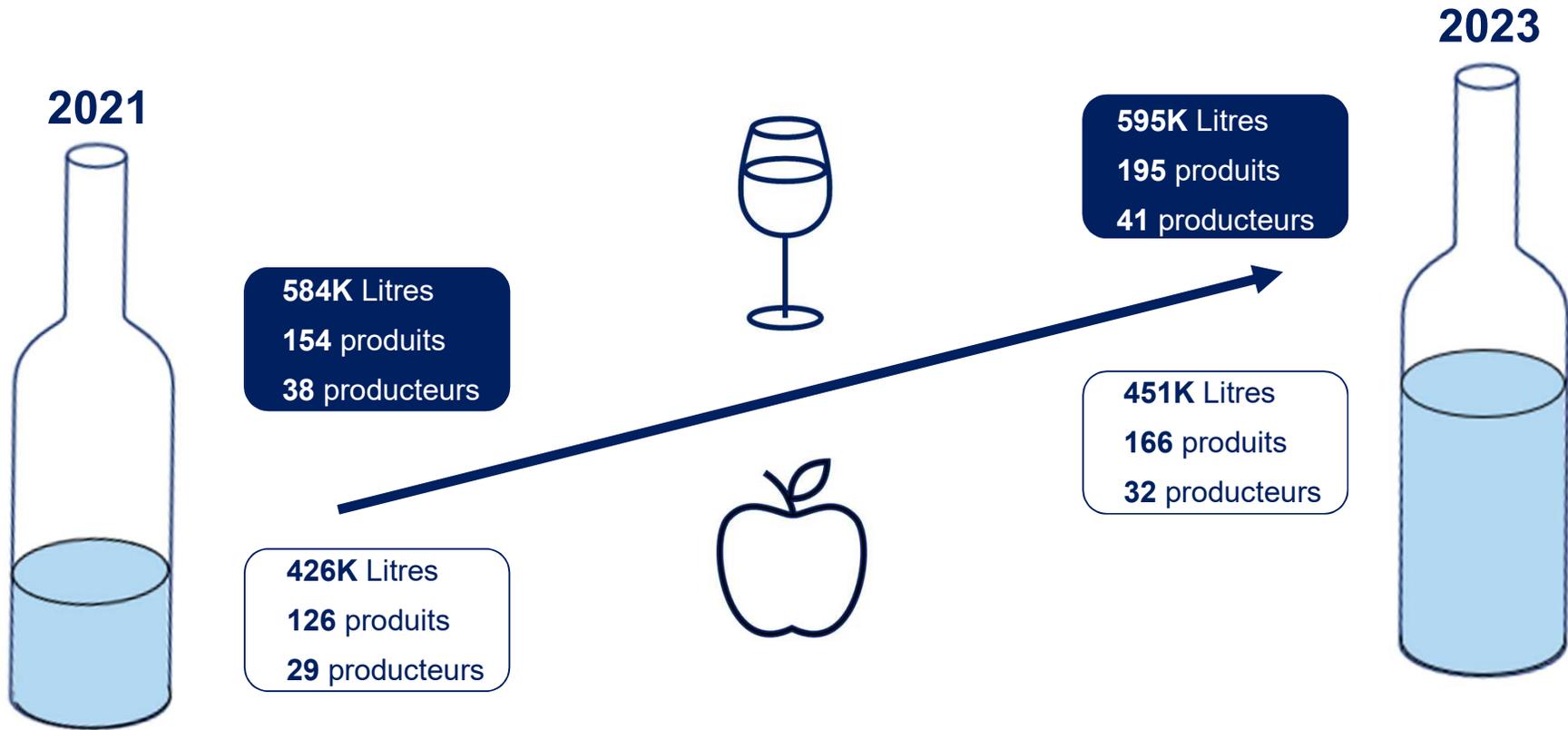
Les Rosés et Blancs ont le vent dans les voiles

Performance des cidres du Québec - P01 à P11

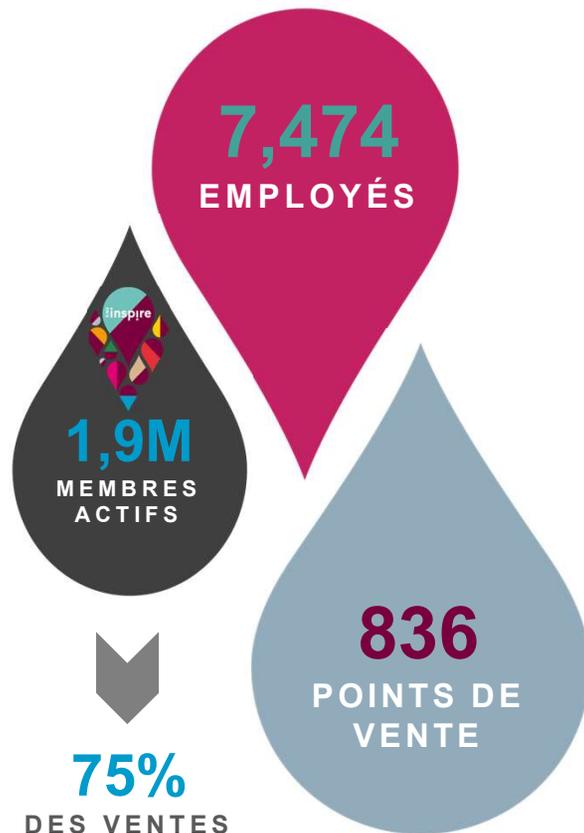


- Cidre/Poiré (PAB)
- Cidre/Poiré autre
- Cidre/Poiré de dessert
- Cidre/Poiré mousseux

Les vins et cidres du Québec en chiffres



Le réseau SAQ: adapté à tous



- **Transport pris en charge par la SAQ**
- **Technicien Québec** pour soutenir et guider les producteurs
- **Pour tous les types de modèles d'affaires** (autant gros que petit volume)
- **Pas de volume minimum requis**; tout dépend de vos capacités et ambitions
- **Formation** des employés en succursale
- **Grande couverture du territoire** québécois par nos points de vente

Qui achète des vins et cidres du Québec à la SAQ?

Données Inspire



Les acheteurs de vins et cidres du Québec



338 000 Acheteurs de Vins et Cidres du Québec

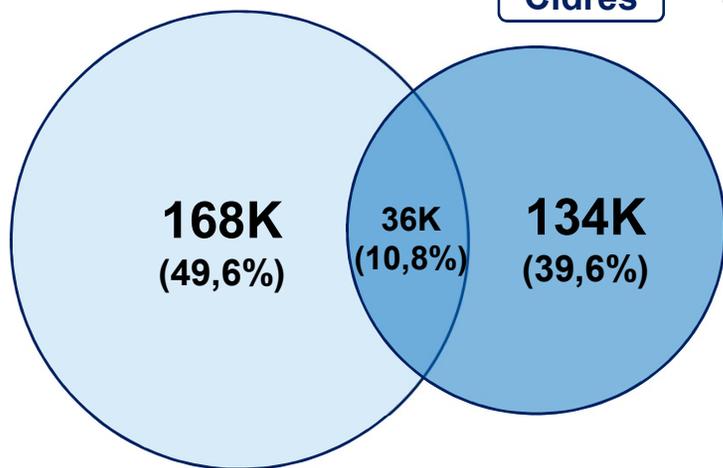
204K (60,4%)

Acheteurs Vin OQ
35% Réachat (52jrs)
Dépenses Moyenne/pér. = 182\$



171K (50,4%)

Acheteurs Cidres OQ
27% Réachat (52jrs)
Dépenses Moyenne/pér. = 155\$

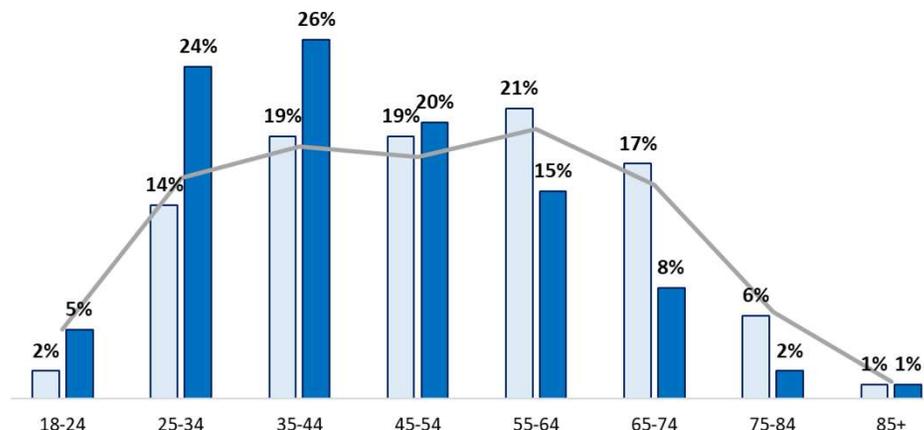


Les vins et cidres surindexent chez nos clients **Découvreurs, Passionnés et Connaisseurs**

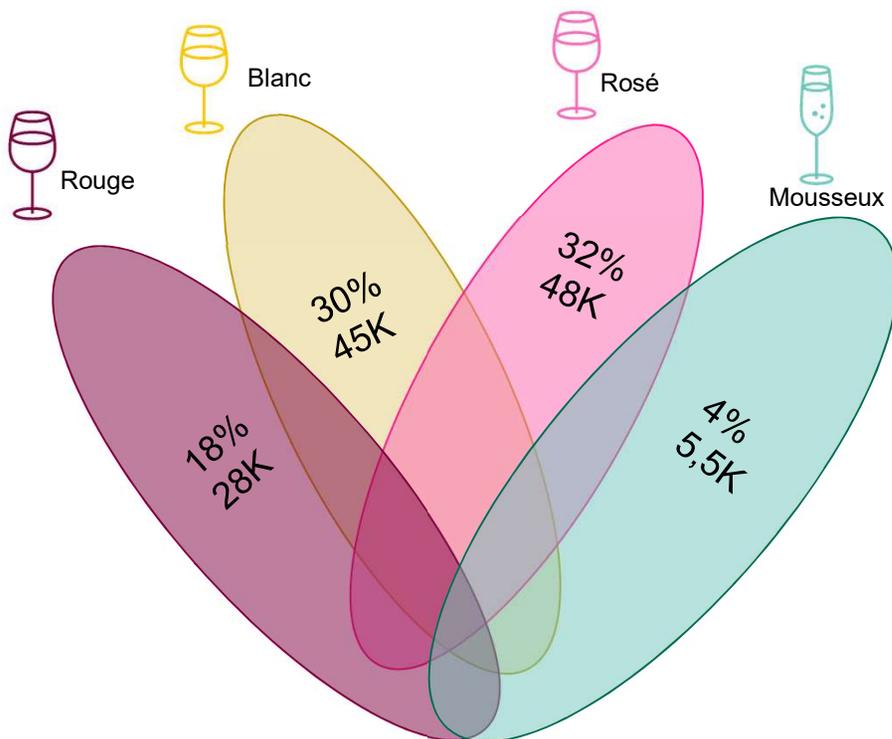
Socio-Démographique



Catégorie	Femmes (%)	Hommes (%)
Vins	56%	44%
Cidres	59%	41%
SAQ	54%	46%



Portrait des acheteurs de vins Origine Québec



84% des acheteurs de vins OQ sont demeurés exclusivement dans le même univers

8% des acheteurs ont navigué entre les Blancs et Rosés, en faisant les 2 univers avec le plus d'interaction

27% des acheteurs ont acheté du Rouge (vs **81%** total SAQ)

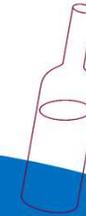
5,75% des acheteurs ont acheté des Bulles (vs **46%** total SAQ)

10% de recrutement sur les 2 dernières années principalement via les Blancs (45%)



150 175 Top 80% Acheteurs de Vins Origine Québec (204K acheteurs total)

Portrait des acheteurs de cidres Origine Québec



Non-filtrés

Acheteurs



+7,5% nombre d'acheteurs sur 2 ans

32% du recrutement s'est fait par le cidre de glace dans la dernière année

27% taux de réachat

78% des acheteurs de cidres non-filtrés ont acheté du vin nature dans la dernière année, et **46%** sont mordus



90% ont acheté du vin bio



7% du recrutement par une douzaine de produits

Plus de 87% des acheteurs ont acheté des PAB à base de spiritueux



PAB cidres



119 015 Top 80% Acheteurs de Cidres Origine Québec (171K acheteurs total)

Stratégie Marketing



Le client au rendez-vous!

- Plus de **400K nouveaux clients** ont acheté pour la première fois un produit du Québec en 2022
- **1 client sur 2** a entendu parlé des identifiants des produits du Québec, selon le dernier sondage client*

Mise en valeur promotionnelle

- **2 opérations BAQ**: 1 repas à l'achat d'un produit du Québec
- **Promotions** : 15X les points



*Étude portant sur la notoriété des diverses initiatives de la SAQ (novembre 2022) – Ad Hoc Recherches

Campagne marketing 360 soutenue tout le long de l'année

Objectifs :

- Valoriser les produits et artisans d'ici
- Faire découvrir et éduquer
- Accroître la notoriété des identifiants et leur compréhension

Campagne média

- **Message publicitaire à des moments clés :** St-Jean et temps des fêtes
- **Partenaire de la 8^e saison de « Arrive en campagne » diffusée dès le 3 mai à TVA;**
 - Intégration de produits d'ici et éducation sur les identifiants;
 - Un épisode 100 % dédié au vignoble « Côte de Champlain »

Plan numérique

- **Stratégie de contenu**, dont une web série où le terroir d'ici sera en vedette

Dons et commandite

- Minimum 1 vin OQ sur l'ensemble de nos commandites événementielles
- 40% de l'offre dans nos bistrots = Québec
- 80% des événements-bénéfices



Les vins et cidres sur le web

2020

- Lancement des identifiants dans SAQ.com et en succursale.
- Contenu met en valeur les produits du Québec.



2021

- Boutique en ligne dédiée.
- Caisnes Découvertes vins et cidres
- Relâchements de vins



2022

- Lancement de l'Espace Québec (boutique et magazine) et portraits de producteurs
- Balado portant exclusivement sur les Vins OQ.
- Caisse Découverte Rosés, Cidres et vins IGP
- Relâchement de vins et cidres non-filtrés



2023

- Portraits de producteurs OQ
- Série vidéo sur les producteurs du Québec
- Augmentation des relâchements exclusifs en ligne
- Coups de Coeur employés pour les produits du Québec (automne)
- Mise de l'avant de produits québécois sur nos RS



Vignoble du M : un nom synonyme de passion

Après un été à cœur ouvert, le vignoble du M a été élu le meilleur vignoble de la région de la Montérégie. C'est un honneur que le vignoble du M se voit attribuer. Plus de 10 ans d'expérience et de passion ont permis de créer un vin de qualité.



Support omnicanal des campagnes marketing (BAQ, media) et des promotions de masse et ciblées



SAQ 101

Introduction de produit

Délais d'introduction

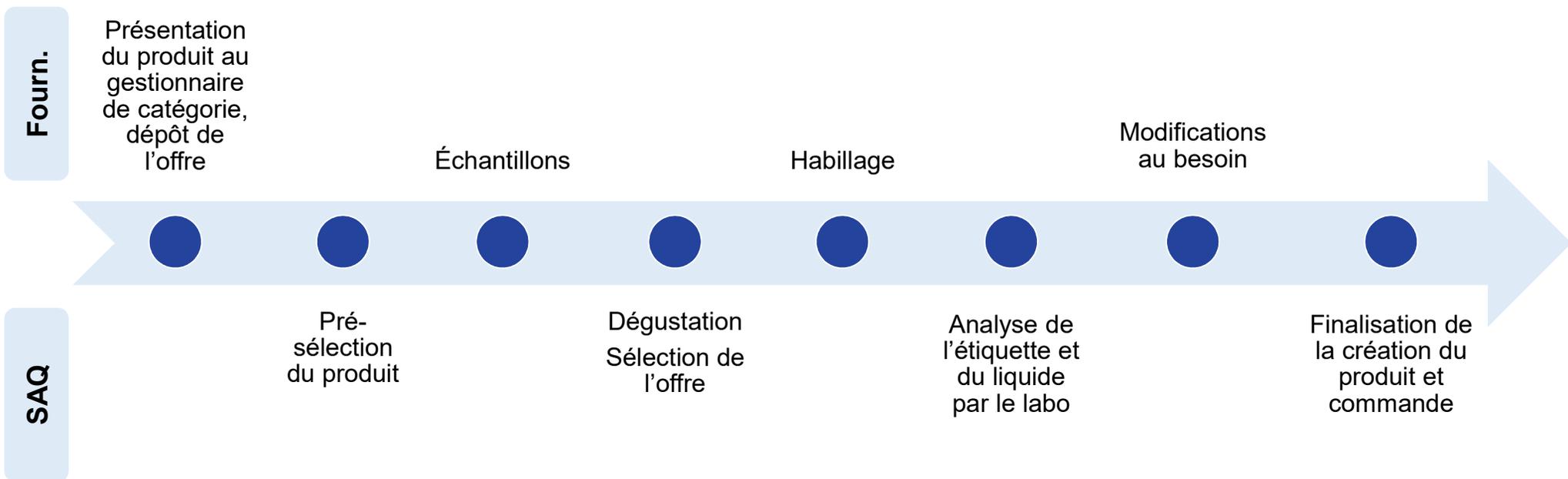
Planographie



Introduction de produit

- **Prérequis du produit :**
 - Approuvé par la RACJ
 - Respecte sa réglementation respective (provinciale et fédérale)
- **Processus de présentation de produits et volume proposé**
- **Outils à la disposition des producteurs pour faire croître leur marché :**
 - Liste des succursales et contacts
 - Données Inspire et statistique de ventes
 - Parrainage
 - Différentes stratégies de mise en marché adapté aux volumes disponibles (Nouvel Arrivage, relâchements, mises en valeur, etc.)
 - Promotions

Délais d'introduction



Sans embûches, on peut compter environ 3-4 mois pour lancer un nouveau produit.

Mise en marché en succursale

Planographie



•Espace précis alloué pour une catégorie

•La taille de la section dépend de la taille de la succursale

•À l'intérieur de la section, certains produits sont **planogrammés**

•Le reste des produits est dans l'espace **flex**

Mise en marché en succursale

Déploiement d'une planographie axée sur les produits Origine Québec

- **Planographie Origine Québec**

- Section **OQ par catégorie**, à des endroits stratégiques en succursale

Ex: Vins rouges en bord d'allée, en début de section; Création de la section Cidre PAB à côté des PAB à base de spiritueux

- **113 succursales** complétées depuis octobre 2020, 17 à venir en début 2023 (et plus à venir!)
- **Augmentation du pied linéaire depuis 2020 pour Origine QC : +25,2%**
 - Vin Rouge QC **+2,4%**
 - Vin Blanc et Rosé QC **+35,6%**
 - Cidre PAB **+162%** (nouvelle section PAB à base de cidres à côté des PAB spiritueux)

Performance de la nouvelle planographie



La croissance des succursales déployées est plus de

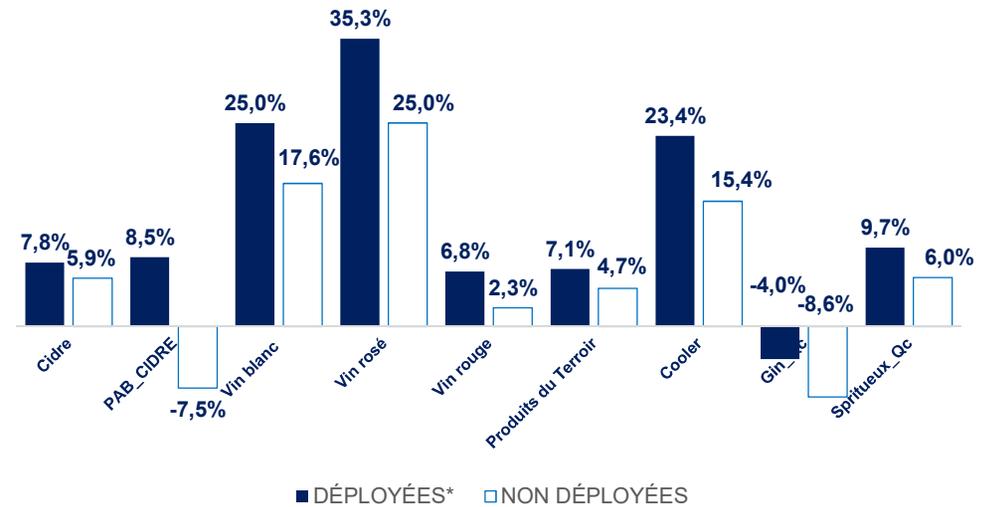
2x plus importante

que le reste du réseau



Lorsque la planographie est déployée dans une succursale, les ventes augmentent en moyenne de

17% par période



Cette croissance plus importante se traduit dans

chacune des catégories

*Analyse basée sur les succursales ayant exécuté la nouvelle planographie en P01 2022 et avant (70 succ.) . 40 autres succursales ont été exécutées depuis P02 2022

Période de questions





Annexes



PROFIL INSPIRE CIDRES

PROFIL CLIENT : Acheteurs de Cidre Origine Québec 13P

Période d'analyse: De 2021-P11 à 2022-P10

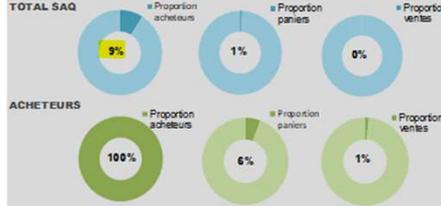
NOMBRE D'ACHETEURS



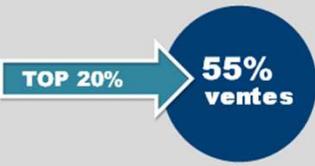
170 889
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL

TOTAL SAQ



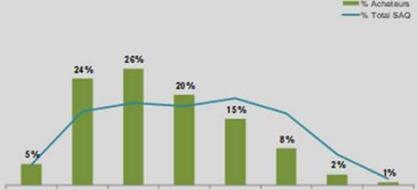
CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS



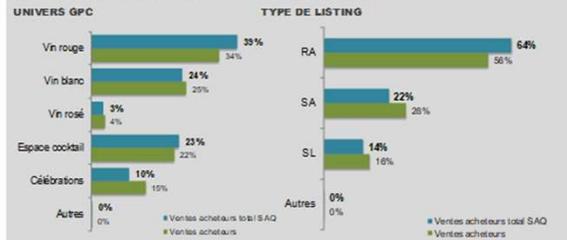
SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



59% femmes
41% hommes
(SAQ: 54%) (SAQ: 46%)



COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ

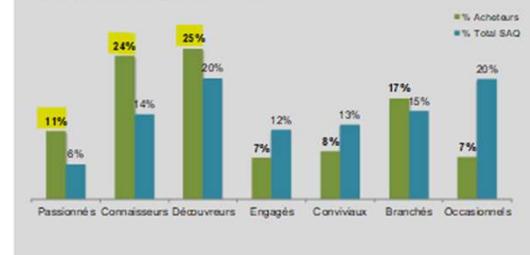


COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

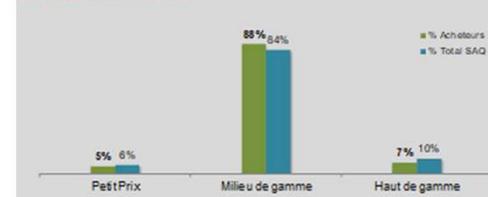
Par transaction	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Des ordinateurs sélectionnés	0,97 \$	71,72 \$
Panier moyen	0,2	4,5
Nombre moyen de bouteilles	6,40 \$	15,90 \$
Prix moyen en bouteilles		17,62 \$

Par période (par membre)	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Nombre moyen de transactions	0,1	2,2
Nombre moyen de bouteilles	0,3	9,7
Dépenses moyennes	2,10 \$	155,31 \$

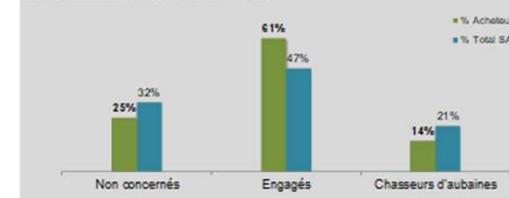
SEGMENTATION STYLE DE VIE



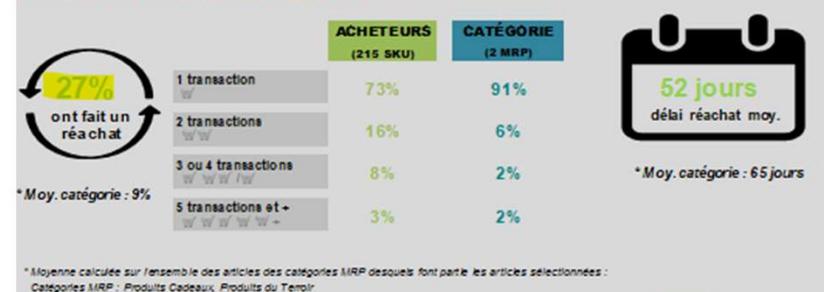
SEGMENTATION PRIX



SEGMENTATION PROMOTION



FRÉQUENCE ET DÉLAI DE RÉACHAT



PROFIL INSPIRE VINS

PROFIL CLIENT : Acheteurs de Vin Origine Québec 13P

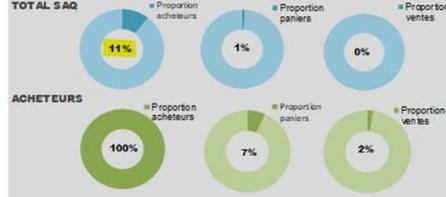
Période d'analyse: De 2021-P11 à 2022-P10

NOMBRE D'ACHETEURS

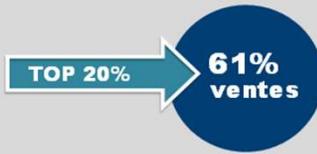


204 530
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL TOTAL SAQ



CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS



SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



56% femmes
44% hommes
(SA Q: 54%) (SA Q: 46%)

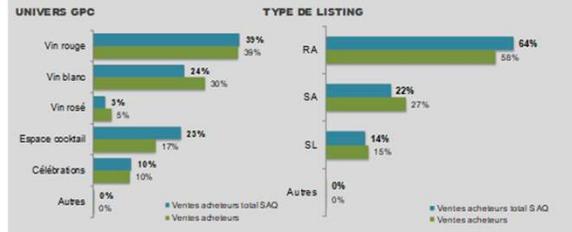


COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

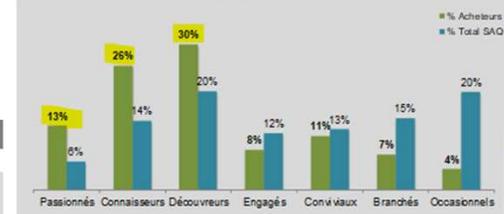
Par transaction	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Panier moyen	1,76 \$	80,48 \$
Nombre moyen de bouteilles	0,1	4,7
Prix moyen bouteilles	17,71 \$	17,30 \$

Par période (par membre)	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Nombre moyen de transactions	0,2	2,3
Nombre moyen de bouteilles	0,2	10,5
Dépenses moyennes	3,98 \$	182,01 \$

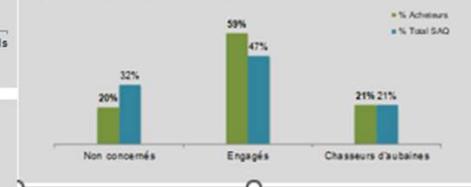
COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ



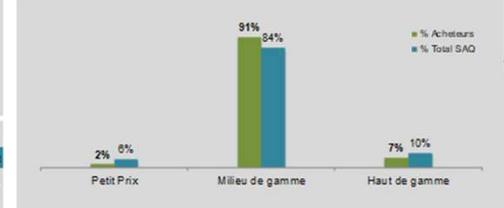
SEGMENTATION STYLE DE VIE



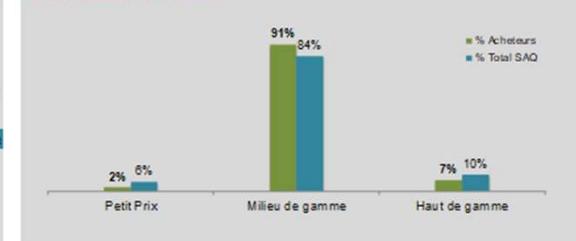
SEGMENTATION PROMOTION



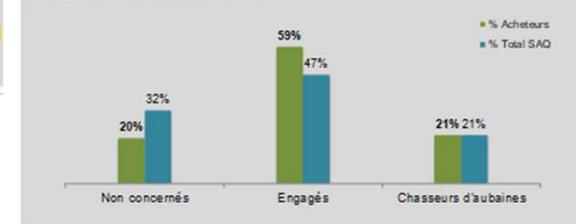
SEGMENTATION PRIX



SEGMENTATION PRIX



SEGMENTATION PROMOTION



Résultats Nouvelle Planographie Québec

	DÉPLOYÉES*		NON DÉPLOYÉES	
	# SUCC	% VAR 2022 vs	# SUCC	% VAR 2022 vs
SAQ	51	9,2%	207	3,3%
SAQ Express	2	3,4%	23	5,8%
SAQ Sélection	18	9,4%	56	5,8%
Total	71	9,1%	286	4,3%

Catégories	VAR % 2022 vs 2021	
	DÉPLOYÉES*	NON DÉPLOYÉES
Cidre	7,8%	5,9%
PAB_CIDRE	8,5%	-7,5%
Vin blanc	25,0%	17,6%
Vin rosé	35,3%	25,0%
Vin rouge	6,8%	2,3%
Produits du Terroir	7,1%	4,7%
Cooler	23,4%	15,4%
Gin_Qc	-4,0%	-8,6%
Spritueux_Qc	9,7%	6,0%

*Analyse basée sur les succursales ayant exécuté la nouvelle planographie en P01 2022 et avant. 40 autres succursales ont été exécutées depuis P02 2022

Ventes \$ Vins et Cidres par région

Régions	# Succursale	Vt\$ Cidre OQ	Vt\$ Vin OQ	TOTAL	Parts de marché
Abitibi-Témiscamingue	8	131 212 \$	216 990 \$	348 202 \$	2%
Bas-Saint-Laurent	12	162 335 \$	431 791 \$	594 126 \$	3%
Capitale-Nationale	48	841 695 \$	1 731 104 \$	2 572 799 \$	12%
Centre-du-Québec	9	146 480 \$	288 920 \$	435 400 \$	2%
Chaudière-Appalaches	21	286 629 \$	630 624 \$	917 253 \$	4%
Côte-Nord	7	83 169 \$	142 570 \$	225 738 \$	1%
Estrie	15	238 380 \$	464 415 \$	702 795 \$	3%
Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine	12	86 892 \$	147 940 \$	234 831 \$	1%
Lanaudière	25	404 230 \$	947 125 \$	1 351 355 \$	6%
Laurentides	35	703 058 \$	1 616 748 \$	2 319 806 \$	11%
Laval	15	282 405 \$	464 622 \$	747 027 \$	3%
Mauricie	14	202 958 \$	400 815 \$	603 773 \$	3%
Montérégie	70	1 491 163 \$	3 120 644 \$	4 611 807 \$	21%
Montréal	84	2 093 473 \$	2 427 346 \$	4 520 819 \$	21%
Nord-du-Québec	2	8 938 \$	15 261 \$	24 199 \$	0%
Outaouais	18	278 896 \$	400 596 \$	679 492 \$	3%
Saguenay/Lac-Saint-Jean	13	218 865 \$	479 228 \$	698 093 \$	3%
Total général	408	7 660 777 \$	13 926 740 \$	21 587 516 \$	100%

Visuels pour utilisation

- NOUVEL ARRIVAGE

Vins d'ici à découvrir

ORIGINE QUÉBEC

quantité limitée

Espace Québec

Vendanges le Québec en fête!

Les découvertes, c'est ici -> ce que ça passe

Rencontres inspirantes

Reportage Haut Terroir

Le savoir-faire local

soins sous le bouchon

Les cidres Origine Québec

Quantité limitée | En ligne seulement

Magasiner

caisse découverte cidres d'ici

SAO Produits Espace Québec Nouveautés Promotions Inspiration À propos

EN LIGNE SEULEMENT

Savorez les vins Origine Québec

caisse découverte vins d'ici

Magasiner

Québécois et fiers de l'été

Episode 8 Les vins du Québec

Lire Article

Découvrir

Fait Découverte Artisans du terroir

Acheter

Vendanges: le Québec en fête!

Lire Article

Flair des Vendanges

>Lorem ipsum lorem

En savoir plus

Notre sélection casher

Acheter

SAO Produits Espace Québec Nouveautés Promotions Inspiration À propos

Val Caudalies, une expérience pour tous les sens

Quelques kilomètres après Dunham et ses vallées mystérieuses, une gangue rouge communique avec le regard et nous invite à tourner à gauche. C'est ici, face aux Apolléniens, que s'éveille le vignoble Val Caudalies.

Acheter

Une histoire d'amitié

Chaque histoire de vin est une aventure. Elle est jalonnée de rencontres, de découvertes, de passion et de savoir-faire. C'est ainsi que se crée une histoire d'amitié entre un vigneron et son vin. Une histoire qui se vit au quotidien, dans les vignes, dans les caves, dans les bodegas, dans les restaurants, dans les bars, dans les fêtes, dans les moments de partage. Une histoire qui se vit avec les amis, les proches, les collègues, les clients, les visiteurs. Une histoire qui se vit avec le vin. Une histoire qui se vit avec le Québec.

Acheter

Planographie OQ

