



**Typologie du circuit caviste en France
par classification ascendante hiérarchique**
Montaigne Etienne, Remaud Hervé, Sidlovits Diana,
IHEV Sciences Sociales, Montpellier

Cette communication a pour objectif de présenter de façon synthétique les résultats de l'enquête sur le circuit caviste réalisée par trois interprofessions françaises, fin 2002, et traitée par notre département des Sciences Sociales au sein de l'Institut des Hautes Etudes de la vigne et du vin de Montpellier (IHEV-Sciences sociales). Le circuit caviste en France n'avait fait, à notre connaissance, l'objet d'aucune recherche systématique au niveau national. Les résultats de cette enquête devaient donc permettre une meilleure connaissance de ce maillon de la filière.

Après un travail classique de validation des données, le dépouillement du questionnaire a été réalisé par une mise à plat et des tris croisés afin de bien caractériser l'ensemble de la population enquêtée (taille, localisation, chiffre d'affaire, nombre d'employés), la structure des ventes (conditionnement, qualité des produits, nombre de références par région), le type de clientèle, les fournisseurs et les attentes vis à vis des interprofessions.

Puis, partant de l'hypothèse de types de magasins et de pratiques commerciales assez hétérogènes, nous avons essayé de différencier cette population de cavistes à partir des critères enquêtés. Nous avons utilisé la méthode de Ward, au sein d'une classification ascendante hiérarchique, permettant de retenir les groupements les plus distincts et qui maximisent la variance intergroupe. Le classement opéré par cette méthode conduit à regrouper les classes au maximum alors qu'il pourrait exister des classes plus fines. Afin d'identifier les éléments structurant cette typologie, nous avons eu recours à une analyse discriminante.

Nous avons donc identifié les axes discriminants, c'est-à-dire les variables contribuant le plus à caractériser les types de caviste. Quatre fonctions expliquent 100 % de la variance. Le poids des variables dans l'explication des axes discriminants est validé à partir du test Lamba de Wilks. Les coefficients issus de la matrice des structures nous permettent alors d'identifier les variables "pesant" sur ces axes. L'axe 1 décrit le contenant et le contenu : bouteille + aoc (négatif) *versus* vrac/cubi + vin de table (positif). L'axe 2 décrit la clientèle : particuliers + entreprises (négatif) *versus* restaurateurs (positif). L'axe 3 décrit les modes d'approvisionnement : négoce + caves coopératives (négatif) *versus* caves particulières (positif). L'axe 4 décrit principalement les types de vins.

La caractérisation des résultats par type de cavistes nous a permis de définir les 5 catégories suivantes :

- **groupe 1** : « petits cavistes polyvalents, de proximité, à gamme réduite »
- **groupe 2** : « petits cavistes vracqueurs, à clientèle modeste »
- **groupe 3** : « cavistes de luxe de centre ville »
- **groupe 4** : « cavistes de centre ville à gamme diversifiée, orientés service aux entreprises »
- **groupe 5** « cavistes spécialisés pour la restauration ».

Les cavistes étaient vus par les professionnels du vin comme des magasins spécialisés somme toute, assez homogènes dans leur fonction et pratiques commerciales. Cette étude ouvre la voie à une vision plus fine et invite à une meilleure réflexion sur l'adaptation des relations commerciales à cette diversité.