

ÉCONOMIE

LES ACHETEURS DE VIN BIO EN FRANCE : QUELLES DYNAMIQUES ? QUELLES PERCEPTIONS ? De plus en plus d'acheteurs, des ventes qui progressent... mais des circuits aux évolutions contrastées

- Dans un contexte délicat à la fois pour le secteur du vin et pour le bio alimentaire, la filière du vin bio fait mieux que résister en maintenant sa dynamique de croissance avec un chiffre d'affaires en hausse de 6,3 % en 2022.
- En fonction des circuits, la dynamique est cependant disparate avec des circuits en repli, comme la grande distribution (- 7 %) ou les magasins spécialisés bio (- 7 %), et d'autres en croissance, comme le CHR (+ 12 %), les cavistes (+ 8 %), la vente directe (+ 5 %) ou l'export (+ 2 %).
- Aussi, au travers d'une étude menée avec le cabinet spécialisé Circana, nous avons tenu à interroger les acheteurs de vin bio sur leurs dynamiques d'achat mais aussi sur leur perception des différents circuits.
- L'objectif : mieux comprendre les singularités d'une filière à contre-courant des dynamiques structurelles d'un marché du vin frappé par la déconsommation et celles, inédites, du marché du bio alimentaire, impacté par le recul du pouvoir d'achat.

CHIFFRES-CLÉS (SOURCE AGENCE BIO)

PRODUCTION : un vignoble français de plus en plus bio

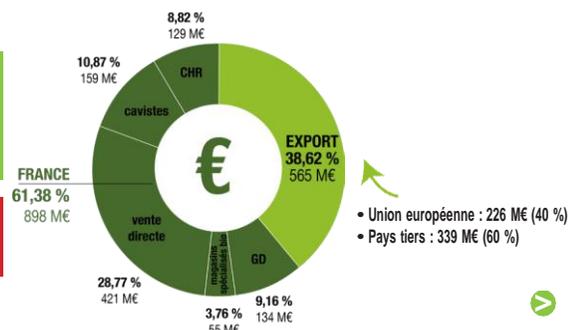


MARCHÉS : + 50 % en cinq ans...



... mais des évolutions divergentes

- LES CIRCUITS QUI PROGRESSENT**
- CHR : + 12 %
 - cavistes : + 8 %
 - vente directe : + 5 %
 - export : + 2 %
- LES CIRCUITS QUI RÉGRESSENT**
- grande distribution : - 7 %
 - magasins spécialisés bio : - 7 %



5 TENDANCES FAVORABLES AUX ACHATS DE VIN BIO

01.

DE PLUS EN PLUS D'ACHETEURS

39 % de néo-acheteurs de vin bio au cours des 12 derniers mois, avec des profils plus jeunes et plus diversifiés socialement.

02.

DES ACHATS EN CROISSANCE...

37 % des acheteurs ont augmenté leurs achats de vin bio au cours de l'année (11 % les ont réduits). 32 % des acheteurs prévoient d'augmenter leurs achats de vin bio à l'avenir (12 % pensent les réduire).

03.

... QUI FONT GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ AU BIO

Aujourd'hui, 92 % des acheteurs de vin bio sont mixtes en effet, achetant en moyenne 42 % de vins bio et 58 % de vins non bio. Or, ceux qui prévoient d'augmenter leurs achats de vin bio sont plus nombreux que ceux qui prévoient d'augmenter leurs achats de vins non bio.

04.

LES CONVERSIONS RENFORCENT NATURELLEMENT LES PARTS DE MARCHÉ DU BIO

Si 71 % des acheteurs de vin bio se disent motivés par des préoccupations environnementales, ils sont aussi 33 % à expliquer qu'ils achètent du bio de façon « passive » : le bio n'est pas en effet le premier critère de l'achat mais ils achètent bio car les vins qu'on leur conseille ou qui ont leurs préférences sont bio.

05.

PLUS LES ACHETEURS CHERCHENT DES VINS DE QUALITÉ, PLUS ILS CONSIDÈRENT QUE LE VIN DOIT ÊTRE BIO

Entre 5 et 10 euros, 27 % des acheteurs de vin bio estiment qu'il est indispensable qu'un vin soit bio. Au-dessus de 15 euros, ils sont 36 %.

MÉTHODOLOGIE

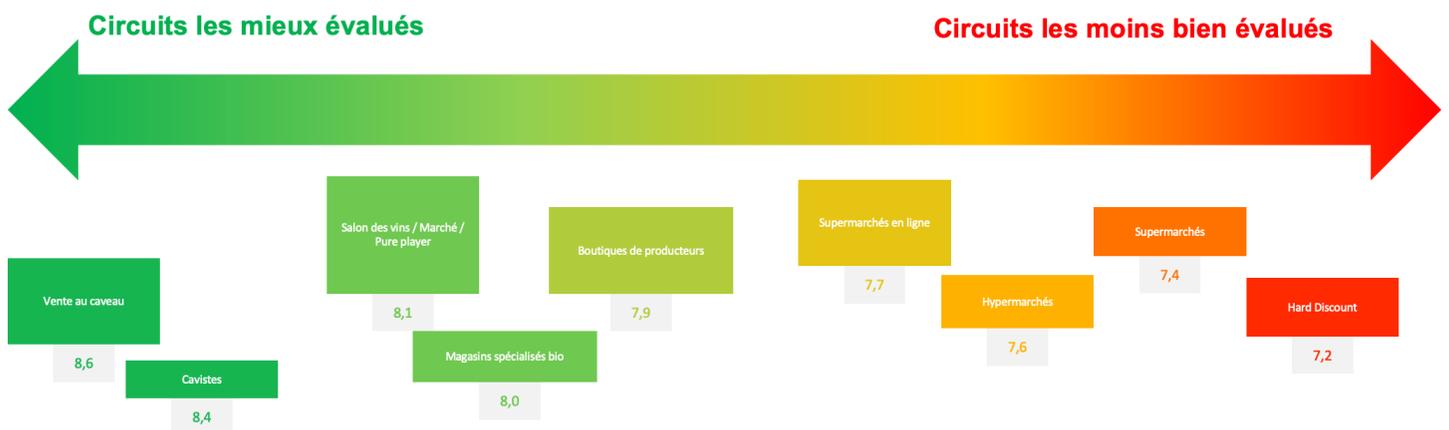
- Échantillon : 1 054 acheteurs de vin bio
- Segmentation : sexe, âge, CSP, région
- Dates : du 5 au 9 septembre 2023



ACHATS POUR LA CONSOMMATION À DOMICILE

LES ACHETEURS DE VIN BIO PRÉFÈRENT L'ACHAT EN VENTE DIRECTE ET CHEZ LES CAVISTES

- Les acheteurs de vins bio fréquentent plus de circuits pour leurs achats de vin bio (3,2) que pour leurs achats de vins non bio (2,5)
- Ils font varier leurs attentes d'un circuit à l'autre. La confiance dans les vins achetés est le premier moteur de la vente directe mais aussi des magasins spécialisés bio et c'est la qualité du conseil qui distingue les cavistes. Quant à la grande distribution, elle est d'abord jugée « pratique ».
- Leurs préférences recoupent le poids de chaque circuit dans le chiffre global de la filière avec la vente directe qui arrive en tête grâce à la vente au caveau.



Les acheteurs en vente directe

- 33 % des acheteurs ont augmenté leurs achats en vente directe depuis un an
- 35 % vont développer leurs achats sur le circuit à l'avenir

Les acheteurs en cavistes

- 32 % des acheteurs ont augmenté leurs achats sur le circuit depuis un an
- 29 % vont développer leurs achats sur le circuit à l'avenir

Les acheteurs en magasins spécialisés bio

- 33 % des acheteurs ont augmenté leurs achats sur le circuit depuis un an
- 28 % vont développer leurs achats sur le circuit à l'avenir

Les acheteurs en grande distribution

- 20 % des acheteurs ont augmenté leurs achats sur le circuit depuis un an
- 21 % vont développer leurs achats sur le circuit à l'avenir

SUPERMARCHÉS EN LIGNE, PUREPLAYERS DU VIN : UN NÉO-CIRCUIT À FORTE CROISSANCE



- 38 % des acheteurs de vin bio ont développé leurs achats sur Internet depuis un an
- 33 % vont développer leurs achats sur Internet à l'avenir



ACHATS EN RESTAURATION

POUR LES ACHETEURS DE VIN BIO, LA RESTAURATION POURRAIT MIEUX VALORISER LES VINS BIO

- 23 % des actes d'achat de vin bio se font en restauration, prioritairement dans les restaurants, loin devant les bars à vin et les brasseries.
- Le circuit, en reprise en 2022 après les restrictions en usage en 2021, génère aujourd'hui 14 % du chiffre d'affaires généré par les ventes de vin bio en France.
- Mais les acheteurs de vin bio considèrent que c'est un circuit qui valorise mal les vins bio, avec des notes qu'on peut juger très moyennes.

IMPORTANT DE LA SÉLECTION
DE VINS BIO



MISE EN VALEUR DES VINS BIO
SUR LES CARTES DES VINS



MILLÉSIME BIO, LE MONDIAL DU VIN ET DES BOISSONS ALCOOLISÉES BIOLOGIQUES

Avec 1 500 exposants issus de vingt pays, Millésime BIO est le plus grand salon de vin bio au monde, attirant chaque année plusieurs milliers d'acheteurs professionnels en provenance des principaux pays consommateurs ainsi que des nouveaux marchés. Depuis 2019, il est aussi ouvert aux bières, spiritueux et cidres issus de l'agriculture biologique. Millésime BIO est organisé par SUDVINBIO, l'association interprofessionnelle des vignerons bio d'Occitanie qui regroupe 1 100 vignerons et coopérateurs ainsi que 45 metteurs en marché de la Région Occitanie, la première région bio d'Europe.
www.millesime-bio.com

