

SVBA

VIGNERONS BIO D'AQUITAINE

ÉLÉMENTS DE RÉFLEXION  
ET REPÈRES COMMERCIAUX

POUR

# BIEN VENDRE SES VINS BIOLOGIQUES



2016 - 2<sup>ème</sup> ÉDITION

## SOMMAIRE

- > **01** PRÉSENTATION DU SVBA - p.3
- > **02** ÉTAT ACTUEL DE LA PRODUCTION DE VIN BIO EN FRANCE - p.4
- > **03** PRODUIRE BIO COÛTE PLUS CHER - p.5
- > **04** LE RENDEMENT, UNE VARIABLE IMPORTANTE DANS L'APPRÉCIATION DE SON COÛT DE PRODUCTION - p.6
- > **05** QUESTIONS FRÉQUEMMENT POSÉES SUR LE VIN BIO - p.7
- > **06** LES MARCHÉS DES VINS BIO : LA FRANCE - p.8
- > **07** LES MARCHÉS DES VINS BIO : L'EXPORT - p.9
- > **08** CALCULER SES PRIX, RÉFLÉCHIR SON POSITIONNEMENT - p.10
- > **09** ÉLÉMENTS DE RÉFLEXION SUR LE POSITIONNEMENT PRIX ET LA COHÉRENCE TARIFAIRE - p.11
- > **10** LA COHÉRENCE TARIFAIRE - p.12
- > **11** CONCLUSIONS ET ANNEXE - p.13

## ÉLÉMENTS DE RÉFLEXION ET REPÈRES COMMERCIAUX

POUR

# BIEN VENDRE SES VINS BIOLOGIQUES

## INTRODUCTION

L'objectif de ce document est de donner des repères à chacun, depuis les coûts de production jusqu'à l'évolution du marché, qui doit nous permettre de mieux vivre et de pérenniser nos activités. Nous sommes au début du développement des vins Bio, moment où se fixent les conditions de vente qui régiront le marché. Nous devons être conscients que nos propositions auront une incidence sur notre avenir et sur celui de nos confrères. Les repères que nous détaillons dans ce document devraient nous permettre de mieux positionner vos offres commerciales.



Jean-François Lespinasse,  
Responsable de la Commission économique  
du Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine



Anne-Lise Goujon,  
Présidente du Syndicat des Vignerons  
Bio d'Aquitaine

## > 01 PRÉSENTATION DU SYNDICAT DES VIGNERONS BIO D'AQUITAINE

Le **Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine** (SVBA) regroupe 190 Vignerons Bio et en conversion Bio sur l'ensemble des départements aquitains. Il assure la promotion des Vins Biologiques, la structuration de la filière, la représentation et la défense des intérêts des Vignerons Bio.

### LA REPRÉSENTATION ET LA DÉFENSE DES INTÉRÊTS DES VIGNERONS BIO

- Le Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine participe à de nombreuses instances où la voix des vignerons Bio doit être entendue, que ce soit sur le plan technique, économique, ou réglementaire. Il est impliqué au sein de nombreuses structures régionales (Comité régional Bio, INTERBIO Nouvelle Aquitaine, Commission viti-vinicole d'Aquitaine, etc.) et nationales (France Vin Bio, etc.).
- Le SVBA assure aussi la défense des intérêts de ses adhérents par une aide individualisée.
- Enfin, le SVBA est très attentif à l'utilisation du mot « Bio ». Il opère donc une veille spéciale sur l'utilisation de ce terme.

### LA STRUCTURATION AMONT ET AVAL DE LA FILIÈRE DES VINS BIO

Le SVBA est chargé de structurer la filière des vins Bio en collaboration avec les structures existantes.

Quelques exemples d'actions :

- Mise en place d'études économiques et statistiques sur la filière régionale des vins Bio (étude sur les coûts de production, sur les prix de vente, observatoire de la filière, etc.).
- Participation aux travaux réglementaires en cours (vinification Bio, contrôle, etc.).
- Diffusion d'informations et formation des vignerons Bio sur des thématiques majeures (Œnologie, commerce, communication, etc.).
- Appui à la vinification.

### LA PROMOTION DES VINS BIO AUPRÈS DES PROFESSIONNELS ET DES PARTICULIERS

Le SVBA organise différents événements promotionnels à destination des professionnels et du grand public, au niveau national et international.

- Stand regroupant des vignerons Bio d'Aquitaine lors de Prowein : salon international du vin et spiritueux (Allemagne)
- Présentation des vins Biologiques aquitains pendant la semaine des primeurs
- Le Concours « Expression des Vignerons Bio d'Aquitaine »
- Grande dégustation « Expression Bio » lors de Vinexpo (Bordeaux)
- Le Marché Gourmand des Vins Bio à Bègles



Stand des Vins Biologiques d'Aquitaine lors « d'Expression Bio » (VINEXPO).

 Pour adhérer au Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine, n'hésitez pas à nous contacter :  
7, Le Grand Barrail  
33570 MONTAGNE  
Tel : +33 (0)5 57 51 39 60  
Fax : +33 (0)5 57 55 13 53  
contact@vigneronsbio-aquitaine.org  
www.vigneronsbio-aquitaine.org

## > 02 ÉTAT ACTUEL DE LA PRODUCTION DE VIN BIO EN FRANCE

Ces dernières années, le nombre de vignerons appliquant le cahier des charges de l'agriculture biologique a considérablement augmenté. En Aquitaine, par exemple, les surfaces viticoles Bio et en conversion ont plus que quadruplé en cinq ans. Le phénomène est identique dans toutes les régions du sud (Languedoc-Roussillon, PACA), mais également dans d'autres vignobles, tel l'Alsace, où les surfaces Bio représentent désormais plus de 14% du vignoble. On note toutefois, depuis 2012, un ralentissement du rythme des conversions en France. Plusieurs éléments d'explication peuvent être avancés : beaucoup de candidats à la conversion ont déjà franchi le pas, de sorte que le « stock » de candidats s'amenuise ; depuis 2012, les millésimes se sont avérés compliqués à gérer, sur le plan technique ; l'augmentation des prix constatée en conventionnel a sans doute freiné l'attrait économique du marché Bio.

La production de vins biologiques se stabilise donc en France.

### UNE PRODUCTION EN COURS DE STABILISATION

Figure 1 : La viticulture biologique en France, 2015

Source : Agence Bio/OC

**1 - Alsace**  
2 371 ha (+4%)  
dont 281 en conversion (-9%)  
281 prod. (stable)

**2 - Franche-Comté**  
385 ha (+5%)  
dont 88 en conversion (+2%)  
66 prod. (+3%)

**3 - Bourgogne**  
2 690 ha (+8%)  
dont 374 en conversion (+2%)  
298 prod. (+5%)

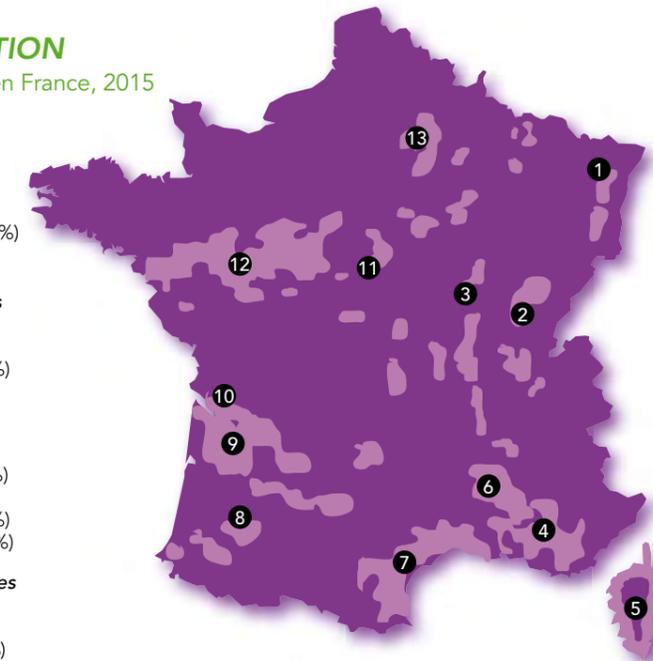
**4 - PACA**  
16 729 ha (+8%)  
dont 2 817 en conversion (-7%)  
935 prod. (+1%)

**5 - Corse**  
737 ha (+7%)  
dont 182 en conversion (+45%)  
48 prod. (+9%)

**6 - Rhône-Alpes**  
5 313 ha (+3%)  
dont 840 en conversion (+4%)  
555 prod. (+5%)

**7 - Languedoc-Roussillon**  
23 234 ha (+10%)  
dont 3 529 en conversion (+8%)  
1 300 prod. (+2%)

**8 - Midi-Pyrénées**  
2 281 ha (+1%)  
dont 240 en conversion (-25%)  
288 prod. (-1%)



**9 - Aquitaine**  
10 439 ha (+7%)  
dont 1 538 en conversion (-8%)  
712 prod. (-3%)

**10 - Poitou-Charentes**  
1 188 ha (+9%)  
dont 232 en conversion (+22%)  
97 prod. (+2%)

**11 - Centre**  
2 588 ha (+5%)  
dont 498 en conversion (-18%)  
196 prod. (+4%)

**12 - Pays de la Loire**  
2 728 ha (+9%)  
dont 548 en conversion (-4%)  
218 prod. (+1%)

**13 - Champagne-Ardenne**  
486 ha (+11%)  
dont 129 en conversion (-2%)  
113 prod. (+7%)

### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

La production française de vins biologiques se stabilise, après cinq années de très forte augmentation. Le marché des vins biologiques 2016, voire 2017, devrait donc être quasiment identique à celui de 2015. Ces dernières années, ce marché est devenu plus concurrentiel. Mais la décélération des conversions, conjuguée à une demande toujours très forte, devrait permettre à chacun de développer sa politique commerciale de manière plus sereine.

Pays	Surface de vigne Bio (ha)
Espagne	84.381
Italie	72.361
France	66.210

Source: Agence Bio d'après différentes sources européennes - 2015

#### Et en Europe ?

La production de vin Bio a également beaucoup augmenté en Espagne et en Italie.

Selon l'Agence Bio, la majorité de ces volumes sont vendus en dehors du marché national (90% des vins Bio espagnols et 60% des vins Bio italiens sont exportés).

## > 03 PRODUIRE BIO COÛTE PLUS CHER

Le référentiel technico-économique du vigneron de Bordeaux, élaboré depuis 2012 par la Chambre d'Agriculture de la Gironde, a fait l'objet d'une déclinaison « Bio », il est réactualisé chaque année. L'hypothèse retenue est celle d'une exploitation en Entre-deux-Mers / Bordeaux, d'une surface de 15 hectare, plantée à 4 500 pieds hectares, et un rendement de 50 Hecto / Ha. Par ailleurs, ces chiffres reconstituent une rémunération de la main d'œuvre (y compris familiale) ainsi que l'accès au foncier. Les prix affichés sont donc ceux qui garantissent la viabilité économique de l'exploitation.

Le tableau ci dessous concerne l'année 2015 :

Coût	M. Bouteille	M. Bio
Approvisionnements	1 061 €	1 037 €
Mécanisation	1 691 €	2 198 €
Main d'œuvre	3 206 €	3 667 €
Coût technique vigne €/ha	5 958 €	6 901 €
Fermage	1 100 €	1 100 €
Assurance grêle	110 €	110 €
Autres charges / frais administratifs	601 €	721 €
Coût complet vigne €/ha (A)	7 769 €	8 832 €
Différentiel avec M. Bouteille		14%
Coût de vinification €/ha (B)	1 850 €	1 850 €
Coût complet du vin en vrac €/ha (A+B)	9 619 €	10 682 €
Coût complet du vin €/tonneau	1 731 €	1 923 €
Différentiel avec M. Bouteille		11%
Coût complet du vin par bouteille €/bouteille	1,45 €	1,60 €
Mise en bouteille €/bouteille	0,55 €	0,55 €
Habillage et commercialisation €/bouteille	1,30 €	1,30 €
Coût de revient bouteille commercialisée	3,30 €	3,45 €
Différentiel avec M. Bouteille	-	5%

VIGNE

VIN

### HYPOTHÈSE DE TRAVAIL ET MÉTHODOLOGIE

#### M. Bouteille :

l'itinéraire vise un bon équilibre entre qualité et quantité. Nous sommes proches d'un parcours Agriculture raisonnée. La commercialisation se fait en bouteille.

#### M. Bio :

application du cahier des charges de l'Agriculture Biologique.



Une étude de :

### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

Produire Bio coûte plus cher. Pour mémoire, la viticulture Bio emploie deux fois plus de main d'œuvre que la viticulture conventionnelle. Elle est donc créatrice d'emplois. En AOC Bordeaux, pour un rendement de 50 hecto/ha, le coût de production type s'établit, en Bio, à 1 923 € le tonneau. En conventionnel, le coût de production, à rendement équivalent, est de 1 731 € le tonneau minimum. Quel que soit l'itinéraire choisi (Bio ou conventionnel), l'activité viticole présente un coût de production supérieur aux cours du vrac actuellement constatés. Du fait de l'importance des coûts de commercialisation, le différentiel en bouteilles n'est plus que de 5 % entre le Bio et le conventionnel.

## > 04 LE RENDEMENT, UNE VARIABLE IMPORTANTE DANS L'APPRÉCIATION DE SON COÛT DE PRODUCTION

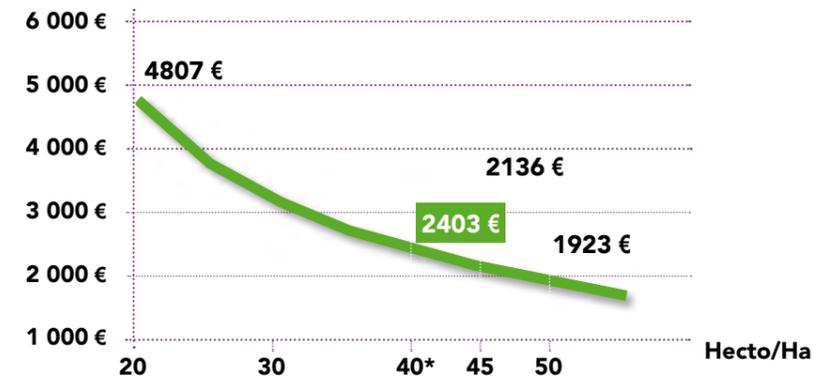
L'Agriculture Biologique étant un mode de production respectueux de la nature, il doit parfois lui payer un lourd tribut en conditions climatiques difficiles. Cependant, possible à atteindre ou non, l'objectif rendement que chacun se fixe a une incidence directe sur le coût de production.

En 2014, le rendement moyen de nos adhérents en AOC Bordeaux rouge s'élevait à 39 hl/ha.

En 2013, ce rendement était de 24 hl/ha (et de 36 hl/ha en 2012).

Il a été difficile de réaliser une moyenne de 45 hl/ha sur ces dernières années. Cette moyenne nous permettrait pourtant de mieux répondre aux impératifs économiques et commerciaux de nos exploitations.

### VARIATION DU COÛT DU VIN AU TONNEAU EN FONCTION DU RENDEMENT (hl/ha)



\* le rendement moyen constaté chez les vignerons Bio en 2014 était de 39 hl/ha.

Rendement (hl/ha)	M. Bouteille	M. Bio
20	4 329 €	4 807 €
30	2 886 €	3 205 €
40	2 164 €	2 403 €
45	1 924 €	2 136 €
50	1 731 €	1 923 €
55	1 574 €	1 748 €

Gain ou perte de productivité 40 hl/ha* = Base 100	
20	-50%
45	+11%
55	+27%

\* moyenne du rendement constaté en 2014 chez nos adhérents

### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

Toute baisse de rendement entraîne une augmentation du coût de production.

Il est essentiel de raisonner en termes de débouché commercial avant de déterminer ses objectifs de production :  
A qui suis-je capable de vendre aujourd'hui pour quel prix et sur quel volume ? Quel effort commercial suis-je capable d'assumer pour trouver de nouveaux marchés ?

Le coût de production doit se calculer sur une période de plusieurs années, afin de tenir compte des aléas climatiques. Une telle moyenne permet en effet de prendre en considération l'absence de régularité des rendements.

## > 05 QUESTIONS FRÉQUEMMENT POSÉES SUR LE VIN BIO

### 01 EXISTE-T-IL UN MARCHÉ SPÉCIFIQUE POUR LES VINS EN CONVERSION ?

Cette question revient souvent, car la période de conversion est une période délicate. Durant ces trois années, tous les investissements (matériels et humains) doivent être faits, tous les risques doivent être pris (première application de nouveaux itinéraires techniques). Et pourtant, le vin vendu ne peut pas être valorisé comme étant « en conversion vers l'agriculture biologique ». Les nouvelles règles posées par le règlement vinification ont encore durci les conditions d'usage de la mention « vin en conversion », de sorte qu'elle est désormais quasiment impossible à obtenir. En tout état de cause, il n'existe pas de marché spécifique pour les vins en conversion. Toutefois, ils permettent à des opérateurs de faire baisser le taux de résidus de certains assemblages. Cet intérêt «écologique» peut permettre de mieux positionner son offre.

### 02 COMMENT VONT S'ÉCOULER LES VOLUMES DE VINS BIO QUI VONT ARRIVER SUR LE MARCHÉ ?

Le Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine milite, notamment au sein de la Fédération nationale des Vins Bio (France Vin Bio), pour une politique ambitieuse d'accompagnement commercial au profit de la filière Vin Bio. A notre sens, le Plan Ambition Bio ne prend pas pleinement en compte la situation de la filière, qui a su développer sa production, et doit maintenant développer la commercialisation, notamment à l'export. Un programme français de promotion des Vins Bio nous semble donc indispensable. Dans l'attente, le Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine s'attache, avec l'aide des collectivités territoriales, à développer ses actions d'aide à la commercialisation: organisation de dégustations professionnelles, présence sur les salons export, concours régional, sensibilisation des consommateurs, etc. Il faut également penser que les nouveaux volumes n'auront pas forcément tous besoin de nouveaux marchés. Ces volumes sont en partie déjà commercialisés sur le marché conventionnel. Une « conversion » de ces marchés est donc probable, à condition de bien réussir à négocier les nécessaires augmentations de prix si ceux-ci sont insuffisants, un ou d'autres avantages commerciaux : volume, fidélisation.

### 03 EST-CE QU'UN VIN BIO EST VENDU PLUS CHER QU'UN VIN CONVENTIONNEL ?

Tout dépend du point de vue... Le marché du vrac est très restreint en Bio et risque donc d'être peu valorisant. En ce qui concerne le prix de vente des bouteilles, la différence entre vin Bio et vin conventionnel n'est pas patente. Les frais de vinification sont équivalents, et les frais de mise en bouteille et de commercialisation sur le marché bouteille ont en effet tendance à « réduire » la différence initiale (voir page 5, « Produire Bio coûte plus cher »).

### 04 J'AI BESOIN RAPIDEMENT DE TRÉSORERIE, MAIS LE PRIX QUI M'EST PROPOSÉ POUR MON VRAC NE ME CONVIENT PAS. QUE DOIS-JE FAIRE ?

Il faut dans ce cas s'adresser à des négociants ou courtiers en vins Bio. Ils sont peu nombreux en Aquitaine, mais dynamiques. Si le prix qui vous est proposé est très bas, donc voisin des prix pratiqués en conventionnel, mais que le besoin en trésorerie est trop pressant, vous pouvez vendre votre vin en conventionnel, même si celui-ci est Bio. Si votre nom de château est utilisé, pensez à la cohérence tarifaire (voir chapitre Calculer ses prix), et à l'effet boomerang que pourrait entraîner la présence de vos vins à des prix différents et avec des certifications différentes.

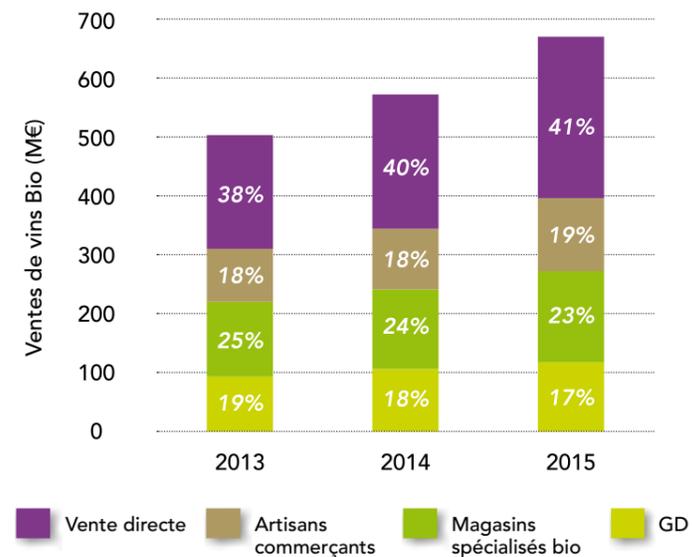
## > 06 LES MARCHÉS DES VINS BIO : LA FRANCE

Le marché français des vins Bio représente, en 2015, 670 millions d'euros - soit environ 12% du marché de tous les produits Bio. Il a augmenté de 17% entre 2014 et 2015. En quatre ans, les ventes de vins Bio ont progressé de 62%.

### RÉSEAUX DE DISTRIBUTION :

VENTE DIRECTE	CAVISTES ET CHR	MAGASINS SPÉCIALISÉS BIO	GRANDE DISTRIBUTION
<b>+</b> Contact direct avec les consommateurs. Valorisation du produit.	Réseau France accessible. Développement de la restauration bio.	Marché dédié. Demande en augmentation. Prix plutôt intéressants.	Référencement national, régionaux ou locaux. Gros volumes.
<b>-</b> Prend du temps. Permanence nécessaire. Gamme variée.	Fortement démarché. Petits volumes. Les délais de paiement ne sont pas toujours respectés.	Volumes commercialisés faibles hormis sur les réseaux franchisés. Les conditions de négociation ne sont pas toujours faciles à comprendre.	Marge réduite. Exigences qualité et promotion. Gros volumes.

### ÉVOLUTION DES VENTES DE VINS BIO EN FRANCE :



### GRANDE DISTRIBUTION : UN MARCHÉ DIFFÉRENT

Le marché de la grande distribution est un marché de volumes, les marges prises sont plutôt faibles pour attirer les consommateurs et c'est un marché ultra-saisonnier.

Problème de rotation : un vin Bio se vend 4 fois moins vite qu'un vin conventionnel (accompagnement à la vente nécessaire).

Ce marché doit être bien travaillé pour être rémunérateur.

INTERBIO Nouvelle-Aquitaine a créé en 2013 une charte Bio Vin Solidaire, qui rassemble producteurs et négociants autour d'une approche conjointe des marchés.

Renseignements : [www.biovinsolidaire.com](http://www.biovinsolidaire.com)

### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

Le seul fait de proposer du vin Biologique n'est pas (plus) une garantie de vente assurée. Avec l'élargissement de l'offre, seuls les vins Bio de qualité trouveront désormais leur marché, quel que soit le circuit visé. La vente directe est plus valorisante, mais attention à bien calculer vos frais commerciaux ! Enfin, la stratégie de développement commerciale reste profondément personnelle. Le Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine, en partenariat avec le réseau de la Fédération régionale de l'Agriculture Biologique, propose des formations qui vous permettent de décortiquer les grandes problématiques : ensuite, à vous de jouer ! Des aides publiques peuvent venir prendre en charge, en partie, votre accompagnement commercial.

## > 07 LES MARCHÉS DES VINS BIO : L'EXPORT

**L'Amérique du Nord :** le marché des vins Bio est estimé à 242 millions de dollars aux Etats-Unis (soit 5% des importations). La consommation de produits Bio progresse dans ces pays, +9,5% en 2012 contre +4,7% pour le secteur alimentaire conventionnel.

L'export de vins Biologiques vers les Etats-Unis suppose toutefois une certification spécifique de votre vinification (celle du National Organic Program). Si les réglementations européenne et américaine sont désormais équivalentes sur la vigne, elles restent sensiblement différentes sur la vinification. Rapprochez vous du Syndicat des Vignerons Bio de Nouvelle-Aquitaine pour sécuriser votre démarche Export.



**Europe du Nord :** ces pays sont fortement consommateurs de produits Bio. 70% des Allemands consomment des produits Bio, le marché des vins Bio représente environ 200 millions d'Euros. C'est le premier pays importateur de vins Bio en Europe. La même réglementation s'applique dans toute l'Europe : un sacré avantage !

**L'Asie** recherche les produits Bio pour la santé. Le Japon représente le 7<sup>ème</sup> marché en termes de volumes pour l'export des vins français, avec une croissance continue (+6% entre 2009 et 2010).

Les pays à monopole, **Suède, Norvège, Finlande, Canada, certains états des USA, etc.** : la distribution est assurée en exclusivité par un monopole public qui achète par appels d'offre via des agents agréés. Il est donc très difficile de se faire une place dans ce type de pays. Certains agents pratiquent cependant la vente privée aux consommateurs ou en CHR pour des volumes plus faibles. Dans les pays du nord de l'Europe, la consommation de produits Bio est très importante. Ce sont des marchés à surveiller de près.

### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

A moins de trouver une relation providentielle, une démarche à l'export nécessite un investissement important en temps et en argent.

Il s'agit donc d'un investissement sur la durée. Il est fortement déconseillé de faire du coup par coup. Certains pays sont plus contraignants que d'autres : renseignez-vous bien sur les modalités de commercialisation avant toute démarche (le site [www.export.aquitaine.fr](http://www.export.aquitaine.fr) peut vous y aider). Par ailleurs, pour vendre à l'export, la maîtrise de l'anglais reste indispensable.

Aborder ces marchés dans une démarche collective dans le cadre d'un négoce participatif ou d'un regroupement avec d'autres collègues est sûrement une solution plus avantageuse que la participation solitaire à une opération sans lendemain, même si celle-ci est subventionnée. Le Syndicat des Vignerons Bio de Nouvelle-Aquitaine propose des actions Export (Prowein, Vinexpo, etc.), ainsi que des conseils réglementaires qui vous aideront à construire votre démarche Export.

### AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DE L'EXPORT :



Marchés en expansion.  
Volumes importants.  
Soutien technique et financier.



Investissement sur la durée.  
Représentation sur place.  
Forte concurrence avec  
les vins Bio espagnols, italiens  
et du nouveau monde.

### LES AIDES À L'EXPORT

Il existe beaucoup de dispositifs d'aides à l'export, et malheureusement beaucoup d'interlocuteurs !

En Aquitaine toutefois, une plateforme regroupant les différents acteurs de l'export (Ubifrance, CCI, etc.) a été créée : le site internet [www.export.aquitaine.fr](http://www.export.aquitaine.fr) vous permet ainsi d'accéder à une foule d'informations : quelles aides, pour quelle démarche (prospection, consolidation, etc.), vers quel pays ?

Sachez aussi que vous pouvez bénéficier d'un accompagnement via l'AAPrA (Agence Aquitaine de Promotion Alimentaire), dans le cadre de ses actions de promotion (l'AAPrA est présente sur la quasi-totalité des salons grand export).

## > 08 CALCULER SES PRIX, RÉFLÉCHIR SON POSITIONNEMENT

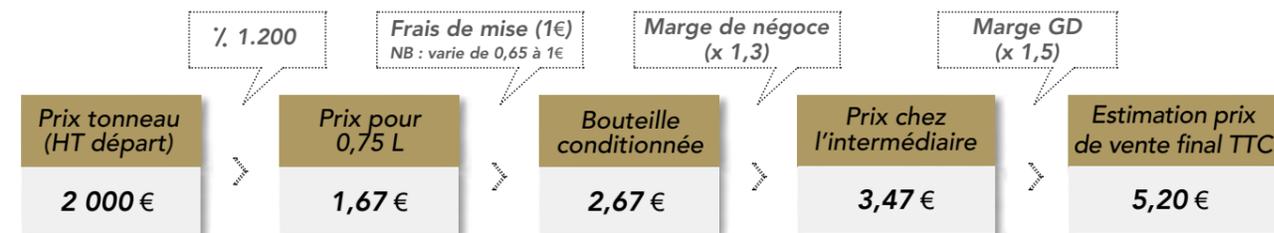
En Bio, le marché du vrac ne doit pas être un objectif de commercialisation. Sauf à des conditions très particulières, ce marché est rarement rémunérateur (que ce soit en Bio ou en conventionnel). Il peut par ailleurs vous conduire à vous faire concurrence à vous-même, entre votre production bouteille et une production vrac sur laquelle vous n'avez plus la main.

La majorité de ces lots vrac sont commercialisés uniquement pour raison de trésorerie : il n'en demeure pas moins que ces lots, sur lesquels le vigneron ne s'est pas réellement investi, seront achetés par des consommateurs curieux. La qualité de ces lots est donc également importante pour l'image positive des vins Biologiques. Ce marché est un marché de référence : les publications officielles concernent majoritairement les transactions vrac, avec les conséquences que l'on connaît sur le marché bouteilles.

Marché annexe pour beaucoup d'entreprises, il n'en demeure pas moins un élément de fixation de la cote, tant en prix qu'en qualité, de l'ensemble des vins Bio. Les développements qui suivent prennent donc compte de cet état de fait.

### PRIX / TONNEAU OU PRIX / BOUTEILLE ?

Dans les négociations vrac, on parle en prix / tonneau. Il faut savoir faire rapidement la conversion prix au tonneau / prix à la bouteille. Cette conversion est à connaître avant toute négociation. Exemple de construction de prix...



### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

Pour garantir la pérennité économique de l'activité, et notamment la rémunération de la main d'œuvre familiale, la chambre d'Agriculture estime le coût de production du tonneau de Bordeaux Bio à 1 923 € (pour 50 hl/ha). Nos estimations nous laissent penser que ce prix correspond à un prix de vente final de 5,20€/bouteille, une fois les frais de mise et les marges intermédiaires intégrées, une fois les frais de mise et les marges intermédiaires intégrées. Selon ce calcul, un vin bio ne devrait pas se retrouver à moins de 5,20€ TTC dans un rayon de magasin. C'est seulement à partir de ce prix de vente qu'une exploitation viticole peut commencer à rémunérer correctement le foncier et le travail familial.

Prix tonneau	Prix de vente final	Augmentation pour le consommateur	incidence d'une augmentation du prix au tonneau sur un prix de vente final
1 716 €*	4,74 €		
1 850 €	4,95 €	+0,20 € / bouteille	134 € / tonneau soit 0,11 €/bouteille
2 000 €	5,20 €	+0,46 € / bouteille	284 € / tonneau soit 0,24 €/bouteille

\*prix moyen de 49 contrats vrac enregistrés en Bio par le CIVB sur la campagne 2010/2011

Hypothèses retenues :

- Marge distributeur : 1,5 (elle varie de 1,5 à 1,7 en général)
- Marge intermédiaire : 1,3 (elle varie de 1,2 à 1,35 en général)
- Estimation moyenne des frais de mise en bouteille = 1€ (Variation importante chez nos adhérents de 0,70 € à 1,20 €)

### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

Sur une augmentation de prix, environ la moitié de celle-ci revient au producteur, l'autre moitié aux intermédiaires distributeurs et TVA... Pourtant, seul le producteur supporte les aléas climatiques impactant directement ses coûts de production. Ne pas se laisser intimider par le « vous n'êtes pas dans le marché ».

Maîtriser ses coûts de mise permet de réelles économies. Chez nos adhérents, ces coûts varient ainsi de 0,7 € à 1,2 € !

## > 09 ÉLÉMENTS DE RÉFLEXION SUR LE POSITIONNEMENT PRIX ET LA COHÉRENCE TARIFAIRE

### LE POSITIONNEMENT PRIX EN CONVENTIONNEL EN GRANDE DISTRIBUTION : PETIT LEXIQUE

La **grande distribution** représente aujourd'hui plus de 75% de la commercialisation des vins. En conventionnel, et sur le circuit de la grande distribution, des termes précis sont utilisés pour décrire les catégories de vins par tranche de prix. Il est important de connaître ces éléments de langage, car cela permet de savoir à quoi fait référence un acheteur, par exemple, quand il parle de vin « entrée de gamme » ou « cœur de gamme ».

### STRUCTURE (équivalent à 75 cl)

Source : CIVB Service Economie & Etudes - Source : IRI

2015 TOTAL AOP (Eq 0.75L)	P.V.C (euros TTC)	Poids (%)	Évolution 2015/2010
1 <sup>er</sup> Prix	PVC < 2	4,7	-70%
	2 < PVC < 3	15,1	-46%
Entrée de Gamme	3 < PVC < 4	26,9	-14%
	4 < PVC < 5	21,1	31%
Cœur de Gamme	5 < PVC < 7	18,8	43%
Haut de Gamme	PVC > 7	13,4	56%



Dans les développements précédents, nous avons vu que le coût de production du tonneau de Bordeaux Bio s'établissait, selon les références technico-économiques produites par la Chambre d'Agriculture, à 1 923 € pour 50 hl/ha. A ce rendement, ce prix (2 000 € le tonneau correspond à un prix final de 5,20 € TTC) permettrait la rémunération du foncier et des producteurs.

Si l'on reprend le vocabulaire de la segmentation du marché de la grande distribution conventionnelle, cela signifie qu'une bouteille de vin Bio qui entre dans la catégorie 1<sup>er</sup> prix ne garantirait pas la rémunération du producteur.

La présence d'une bouteille de vin Bio en entrée de gamme peut garantir une rémunération du producteur. Mais cela suppose une maîtrise de rendements élevés et réguliers.

Le positionnement des vins Biologiques dans les segments Cœur de gamme et Haut de gamme sont plus en rapport avec leurs coûts de production.

### ! CE QU'IL FAUT RETENIR

- Une bouteille de vin Bio positionnée dans la catégorie 1<sup>er</sup> prix est très en dessous des coûts de production.
- Une bouteille de vin Bio dans la catégorie Entrée de gamme ne peut assurer une rémunération du producteur qu'à certaines conditions (notamment rendements élevés).
- Une bouteille de vin Bio dans les catégories Cœur de gamme et Haut de gamme peut assurer une pérennité de l'activité viticole, en adéquation avec ses coûts de production.

## > 10 LA COHÉRENCE TARIFAIRE

Avant de fixer son prix, il faut tenir compte de ses circuits de vente :

### 1/ EN DÉDUIRE DES TARIFS PAR CIRCUIT DE VENTE

- **Vente à la propriété.** Votre zone de chalandise est située autour de vous et englobe notamment vos confrères et vos clients qui font l'effort de venir chez vous. Pensez que vous leur consacrez du temps et des dégustations, et que ce prix peut servir de référence sur les autres secteurs de vente !
- **Vente sur salons.** Pensez aux coûts supplémentaires que génèrent vos ventes : transport, démarchage, frais de foire, etc.
- **Cavistes, magasins spécialisés :** en général, ils utilisent un coefficient de 1,8 à 2 qu'ils appliquent au prix HT que vous leur avez consenti. Pensez, lorsque vous faites une proposition, qu'il est plus facile d'accorder des remises ou des services que d'augmenter ses prix une fois ceux-ci calés.
- **Restauration :** en général, ils utilisent un coefficient de 3 à 5 qu'ils appliquent au prix HT que vous leur avez consenti.
- **Grande distribution / Hard Discount :** c'est un marché qui doit générer des volumes et le prix consenti doit être assujéti à ces volumes. En général, les acheteurs utilisent un coefficient de 1,5 à 1,7 qu'ils appliquent au prix HT que vous leur avez consenti. Si ce vin se retrouve dans d'autres circuits, veillez à la cohérence de l'ensemble.
- **Vente par internet :** c'est votre vitrine, soyez vigilant car les prix qui sont ou seront affichés par vous ou vos revendeurs peuvent devenir le prix de vente référent qui conditionnera toute votre politique commerciale.



### 2/ VÉRIFIER LA COHÉRENCE TARIFS, PRIX ET COÛTS DE REVIENT

- Tenir compte du coût réel de la main d'œuvre (notamment familiale) ; intégrer une rémunération du foncier sur les terres qui ne sont pas en fermage.
- Le rendement reste un facteur déterminant de compétitivité. Il est à considérer sur une moyenne de plusieurs années.
- L'objectif est de faire vivre votre entreprise: raisonner en marge globale de votre activité en maintenant une cohérence de qualité et de prix entre les différents produits et les secteurs de vente.
- Bien penser votre vin dans sa globalité... et dans sa complexité ! Différentes gammes, mais aussi différents noms de châteaux, voire différentes certifications. La grille de prix que vous établirez sera la base de votre politique commerciale. Les vins vendus en « rendu mise » se retrouveront aussi dans ces circuits : si le prix proposé est trop faible, pensez à vendre votre vin Bio en tant que vin conventionnel, à savoir sans indiquer la certification Bio. Ce « déclasser » est préférable à une baisse de prix en Bio, qui risque d'entraîner toute la filière.

Vente à la propriété, vente sur des foires, chez des cavistes, en grande distribution, à l'export... le même vin peut se trouver à des prix différents car les services proposés ne sont pas les mêmes. La cohérence de votre politique commerciale a pour but de rassurer le consommateur final, qui peut se trouver confronté à des propositions différentes pour le même produit. Sur certains circuits où vous pressentez un écart de prix de vente trop important, vous pouvez proposer des noms de cuvée qui ne portent pas tort aux autres lieux de vente.





**SVBA**

VIGNERONS BIO D'AQUITAINE

**SYNDICAT DES VIGNERONS  
BIO D'AQUITAINE**

7, Le Grand Barrail  
33570 Montagne - FRANCE

T. : +33 (0)5 57 51 39 60

F. : +33 (0)5 57 55 13 53

[contact@vigneronsbio-aquitaine.org](mailto:contact@vigneronsbio-aquitaine.org)

[www.vigneronsbio-aquitaine.org](http://www.vigneronsbio-aquitaine.org)

 Rejoignez-nous sur Facebook !

Document édité avec le soutien financier de :



avec le Fonds Européen Agricole  
pour le Développement Rural (FEADER) :  
l'Europe investit dans les zones rurales