



VIGNERONS BIO  
NOUVELLE AQUITAINE

MÉ MORANDUM  
É CONOMIQUE  
VIN BIO

Édition 2020



# LA CONSOMMATION DE VIN BIO



Si la consommation générale de vin diminue en France, la part de Bio, elle, ne cesse d'augmenter, et ce, depuis une quinzaine d'années.

## LA DEMANDE DE VIN BIO CONTINUE DE CROÎTRE, SANS FLÉCHIR

### Évolution du chiffre d'affaires de la vente de vin Bio, en France



Source : ANDi, 2019

**AVEC UNE DEMANDE AYANT DOUBLÉE  
ENTRE 2012 ET 2017, ON NE PEUT PLUS  
RÉDUIRE LE VIN BIO À UN EFFET DE  
MODE PASSAGER.<sup>1</sup>**

Cette pratique est bien établie dans les volontés de consommation et les prévisions montrent qu'elle va continuer d'augmenter : **on consomme moins de vin mais mieux !**

Les marges de progression sont par ailleurs importantes : le vin Bio ne représente, en effet, que 4% des volumes de vin consommés en France<sup>1</sup> (chiffres 2018).

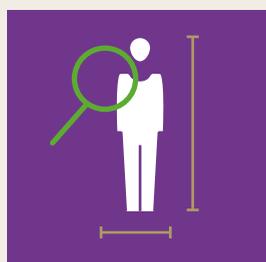


SEULS 18% DES  
CONSO MMATEURS  
RÉGULIERS DE  
PRODUITS BIO  
ACHÈTENT DU  
VIN BIO



## > LE PROFIL DU CONSOMMATEUR FRANÇAIS DE VIN BIO

Parmi les consommateurs réguliers de produits Bio, seuls 18% achètent du vin Bio<sup>1</sup>. **La cible n'est donc pas un consommateur de produits Bio mais plutôt un consommateur de vin.**



HOMME  
ENTRE 35 ET 50 ANS  
CSP +  
AMATEUR DE VIN  
CONSOMME 1 FOIS  
PAR SEMAINE

**Le consommateur de vin Bio** est un homme<sup>2</sup>, entre 35 et 50 ans, appartenant à une catégorie socio professionnelle supérieure. Surtout, il se considère comme amateur de vin. Il en consomme régulièrement (au moins une fois par semaine) et estime lui-même son niveau de connaissances en vin satisfaisant.

**Ses critères d'achat** pour choisir une bouteille de vin Bio sont ceux que l'on observe classiquement dans la filière Vin, confirmant ainsi l'idée que **le consommateur achète d'abord du vin avant d'acheter du vin certifié Bio<sup>3</sup>**. Il sera donc particulièrement attentif à l'origine et à la notoriété de l'appellation.

**Par contre, le respect de l'environnement s'ajoutera comme critère prédominant dans son acte d'achat.** Ce critère pèsera d'ailleurs davantage dans la balance qu'un prix avantageux dans le cas du vin Bio.

## Quels sont les 3 critères qui motivent le plus l'achat d'une bouteille de vin Bio ou d'une bouteille de vin en général



	Vin bio	Vin
L'origine (région de production ou pays)	57%	63%
Le respect de l'environnement, les labels environnementaux	43%	7%
La notoriété de l'AOC	37%	36%
Le prix	30%	50%
Les conseils (vendeurs, entourage)	25%	25%
L'indication du ou des cépages sur l'étiquette	24%	21%
Les médailles, les récompenses	19%	28%
Le millésime	16%	24%
La marque	12%	14%
Les promotions	11%	15%



## > LE LOGO AB, LE LABEL ENVIRONNEMENTAL LE MIEUX RECONNU PAR LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS

Rappelons d'abord que **pour plus de 80% des français, la Bio c'est bon pour l'environnement, la biodiversité et pour la santé**. Les français connaissent aussi très bien le logo AB. Sur une bouteille de vin présentée, le logo AB est le label environnemental le mieux reconnu par les consommateurs<sup>4</sup>.

À noter toutefois que des marges de progression sont là aussi possibles, puisque les Français ne se sentent pas assez bien informés sur l'Agriculture Biologique. Le travail de pédagogie auprès du consommateur n'est donc pas terminé et reste primordial pour pérenniser la crédibilité et l'attrait de la Bio.

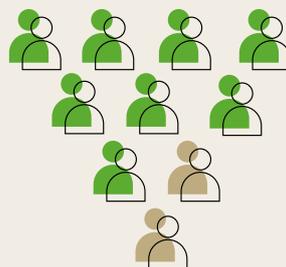
### Pourcentage de reconnaissance des labels environnementaux par les consommateurs français

Source : CIVB, 2018

Agriculture bio	74%	<div style="width: 74%;"></div>
Euro-feuille	24%	<div style="width: 24%;"></div>
Max Havelaar Fair Trade	13%	<div style="width: 13%;"></div>
Bio cohérence	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Haute valeur environnementale	5%	<div style="width: 5%;"></div>
Terra Vitis	4%	<div style="width: 4%;"></div>
Demeter	4%	<div style="width: 4%;"></div>
Biodivin	3%	<div style="width: 3%;"></div>
Nature et progrès	3%	<div style="width: 3%;"></div>
Bio solidaire	2%	<div style="width: 2%;"></div>



Le trio de tête des labels environnementaux



**POUR PLUS DE 80% DES FRANÇAIS, LA BIO C'EST BON POUR L'ENVIRONNEMENT, LA BIODIVERSITÉ ET POUR LA SANTÉ**



## > LA NOUVELLE GÉNÉRATION ENCLINE À PAYER PLUS CHER POUR LA BIO

En France, on enregistre toujours en 2019, **57% de la population qui ne trouve pas normal qu'un produit biologique (pas uniquement le vin) coûte plus cher qu'un produit non bio**, score encore plus fort auprès des 35 ans et plus<sup>2</sup>. **A l'inverse, les jeunes de 18-24 ans sont plus de la moitié (55%) à comprendre le prix plus élevé.**

**CETTE CIBLE MONTRE UN FUTUR « CONSENTEMENT À PAYER » POUR DU BIO, PLUS ÉLEVÉ QUE SES AÎNÉS.**

## > LE VIN BIO BÉNÉFICIE D'UNE APPROCHE PRIX DIFFÉRENTE DES AUTRES PRODUITS BIO

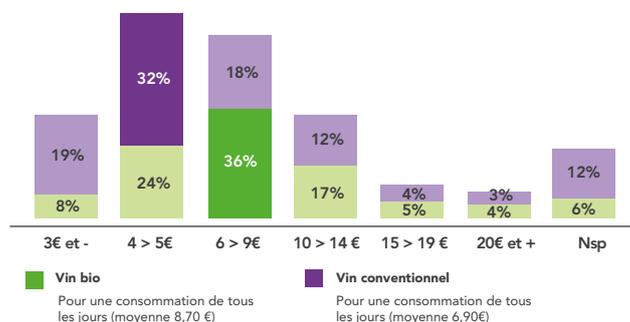
Comme évoqué précédemment, le vin Bio est considéré avant tout comme du vin par le consommateur. Il est donc à tout égard **difficilement comparable aux autres produits Bio, et notamment au niveau du prix.**

En effet, **le consommateur est habitué à une élasticité des prix bien plus importante pour le vin** : on trouve une bouteille de vin à tous les prix (de quelques euros, jusqu'à plusieurs centaines, voire milliers). Cela n'est pas le cas pour les fruits et légumes par exemple, dont les prix varient de quelques euros uniquement.

**La différence de prix entre le Bio et le conventionnel, impressionne moins et est mieux comprise par le consommateur pour le produit vin**, par rapport aux autres produits agricoles.

Une enquête IPSOS<sup>5</sup> le montre, les Français sont prêts à mettre 8,70€ en moyenne pour un vin Bio, contre 6,90€ pour un vin conventionnel.

### Combien dépensez-vous en moyenne pour l'achat d'une bouteille de...



Source : Etude IPSOS, CGI pour Sud de France, Sudvinbio, Octobre 2013

### les Français sont prêts à mettre

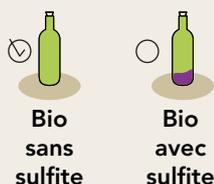


**LA DIFFÉRENCE DE PRIX ENTRE LE BIO ET LE CONVENTIONNEL, IMPRESSIONNE MOINS ET EST MIEUX COMPRISE POUR LE PRODUIT VIN**



## > LE CONSOMMATEUR FRANÇAIS VEUT DU VIN BIO ... MAIS PAS QU' ?

La recherche de performances environnementales et sanitaires des dernières années a démocratisé des **méthodes de production et des outils, complémentaires à ceux de l'agriculture biologique** (vinification sans sulfites ajoutés, cépages résistants, biodynamie, vegan...). De plus en plus médiatisés et s'installant sur les marchés, **le consommateur se contentera-t-il d'un vin « uniquement » Bio ?** Une récente étude de l'Institut des Sciences de la Vigne et du Vin et Bordeaux Sciences Agro<sup>6</sup> esquisse une réponse : **les consommateurs sont prêts à payer plus cher une bouteille de vin Bio sans sulfites ajoutés, qu'une bouteille de vin Bio avec sulfites. En revanche, le Bio reste un critère plus important** : dans l'étude, le vin conventionnel sans sulfites ajoutés reste moins valorisé que le vin Bio avec sulfites.



**LES CONSOMMATEURS SONT PRÊTS À PAYER PLUS CHER UNE BOUTEILLE DE VIN BIO SANS SULFITES, QU'UNE BOUTEILLE DE VIN BIO AVEC SULFITES**

## ET DANS LE RESTE DU MONDE ?

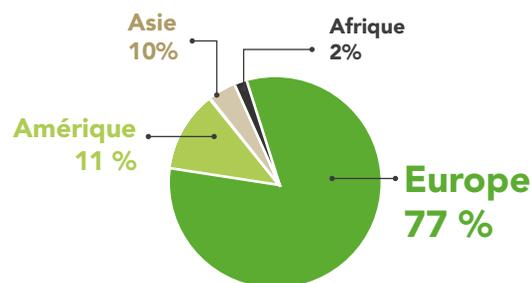
La consommation mondiale de vins tranquilles Bio a **quasiment doublé entre 2012 et 2017**, dépassant ainsi les 5 millions d'hectolitres<sup>7</sup>.

**L'Europe est le premier consommateur de vin Bio**, avec en tête l'Allemagne.

**Aux Etats-Unis, les ventes de vins bio ont doublé en 10 ans**. Le vin consommé est principalement importé.

En ce qui concerne l'Asie, la consommation de vin Bio reste encore discrète à ce jour, mais semble se dynamiser petit à petit : **les 3/4 des vins bio importés par le Japon proviennent de France** et il est prévu que la Chine entre dans le top 10 des principaux marchés du vin bio en 2022<sup>8</sup>.

Parts des importations mondiales de vin Bio (en volume) en 2017



Source : Agence Bio, 2019

Rang mondial	Principaux pays importateurs de vin Bio	Parts des importations mondiales de vin bio (en volume)
1 <sup>er</sup>	Allemagne	24%
2 <sup>nd</sup>	France	16%
3 <sup>ème</sup>	Royaume-Uni	10%
4 <sup>ème</sup>	Etats-Unis	8%
5 <sup>ème</sup>	Suède	7%
6 <sup>ème</sup>	Japon	6%



**99,5% DU VIN BIO CONSOMMÉ EN FRANCE EST D'ORIGINE NATIONALE**

Les importations françaises de vin Bio restent principalement liées à des échanges commerciaux plutôt que pour sa consommation : **99,5% du vin Bio consommé en France est d'origine nationale<sup>8</sup>**.

Au niveau de ses **exportations**, la France est très concurrencée par l'Espagne et l'Italie, qui inondent le marché par d'importants volumes : environ 90% de leurs productions sont exportées, contre **42 % pour la France<sup>9</sup>**.



**LA FRANCE EXPORTE 42 % DE SES VINS BIO**

# 2

## LA CONSOMMATION DE VIN BIO

### Ce qu'il faut retenir

**LA DEMANDE DE VIN BIO EST EN CROISSANCE EN FRANCE,  
SANS RALENTISSEMENT, DEPUIS UNE QUINZAINE D'ANNÉES.**

Pour décrire le consommateur de vin Bio type, il ne faut pas croire qu'il sera forcément un passionné du Bio. Au contraire, il n'est pas loin du consommateur de vin traditionnel. La seule différence est qu'il prend en compte dans son acte d'achat, le critère environnemental pour l'aider à choisir.

**À cet égard, le logo AB, très reconnu, est un atout majeur.**

Cela étant, **le prix supérieur en Bio reste un problème** pour une partie de la population... **mais pas pour les jeunes**, plus enclins à payer davantage pour un produit certifié AB. **La dynamique du « on consomme moins mais mieux » semble donc solidement s'installer en France**, appuyée par d'autres démarches complémentaires de la Bio (exemple : vin sans sulfites ajoutés).

Dans le reste du monde, la consommation de vins Bio a doublé depuis 2012, l'Europe restant le premier consommateur de vin Bio, avec en tête l'Allemagne.

1. ANDi/Agence Bio, Le marché alimentaire bio en 2018, Estimation de la consommation des ménages en produits alimentaires biologiques en 2018, édition 2019  
2. Agence Bio, Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France, Edition 2020 - 3. Sudvinbio/IPSOS, 2013 - 4. CIVB-Service Economie & Etudes Source, IFOP Green Label Equity, 2018 - 5. Etude IPSOS, CGI pour Sud de France, Sudvinbio, Octobre 2013 - 6. Défis environnementaux de la viticulture : une analyse comportementale des blocages et des leviers d'action (thèse), Yann Raineau, 2018 - 7. Agence Bio, L'agriculture Bio dans le monde, Les carnets internationaux de l'Agence BIO, Edition 2019 - 8. SudVinBio IWSR, Le marché mondial du vin bio 2012-22, Novembre 2018 - 9. Agence Bio, L'agriculture Bio dans l'Union Européenne, Les carnets internationaux de l'Agence BIO, Edition 2019. Création : Atelierv1.fr - Nelly Rivière - photographies : vigneron bio nouvelle aquitaine - unsplash.com



VIGNERONS BIO  
NOUVELLE AQUITAINE

Vous souhaitez davantage d'informations ?  
**Contactez-nous !**

contact@vigneronsbionouvelleaquitaine.fr 38 route de Goujon - 33570 Montagne  
www.vigneronsbionouvelleaquitaine.fr 05 57 51 39 60

Avec le soutien de :

