

Millésime **BIO**



ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE VIN BIO EN EUROPE

L'étude porte sur trois marchés-clés : la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni

SOMMAIRE

- | | |
|---------------------------------|------------------------|
| 02 CONTEXTE | 07 ENGAGEMENT |
| 03 INFORMATION CLÉ | 08 PÉDAGOGIE |
| 04 DISPARITÉS NATIONALES | 09 BIÈRE BIO |
| 05 PROFILS SOCIAUX | 10 ÉCLAIRAGE |
| 06 MOTIVATIONS | 11 MÉTHODOLOGIE |

CONTEXTE

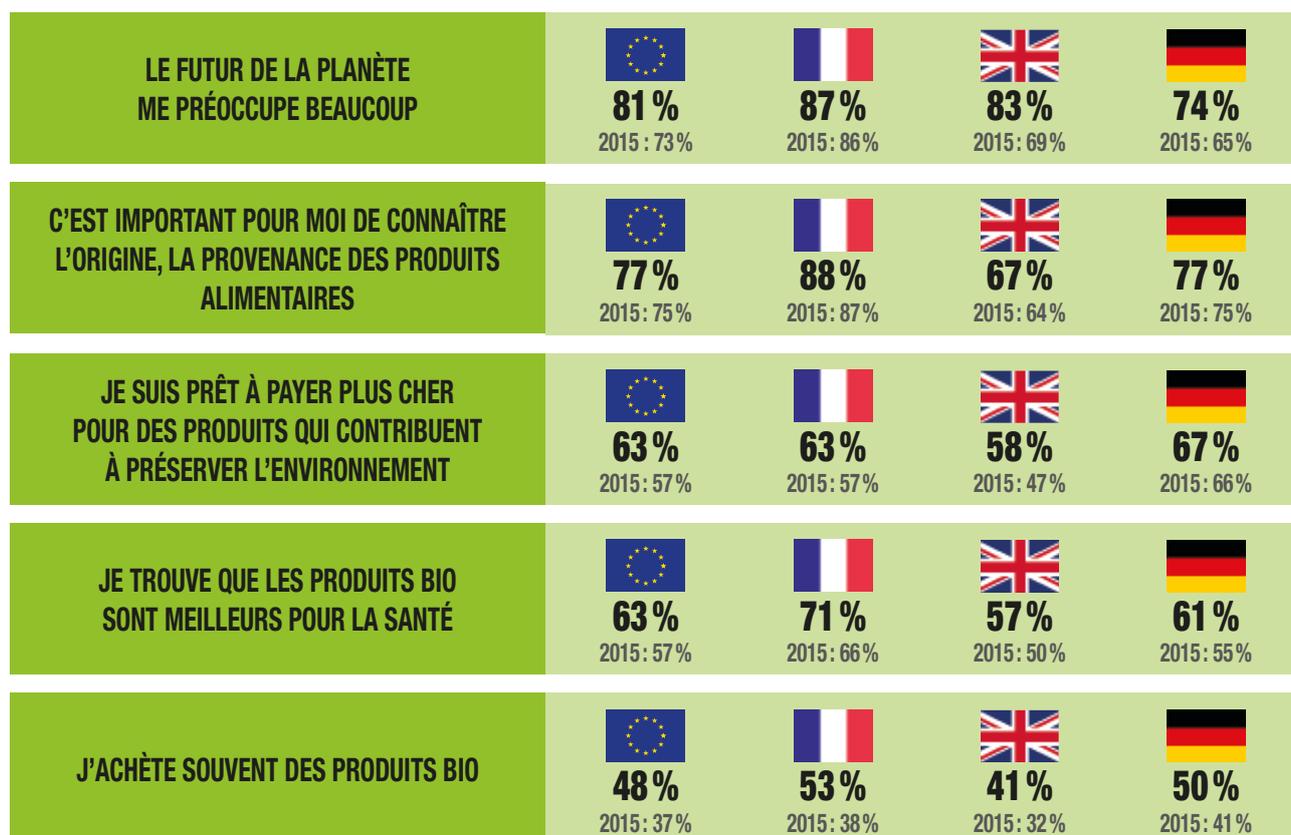
Un consommateur européen de plus en plus « green »

Les préoccupations environnementales atteignent un sommet. En 2015, 73 % des Européens se disaient préoccupés par le futur de la planète. Ils sont 81 % aujourd'hui.

Aussi, les critères de consommation des Européens évoluent.

77 % des Européens (+ 2 points) considèrent désormais qu'il est important de connaître l'origine des produits alimentaires qu'ils achètent. 63 % estiment que le bio est meilleur pour leur santé (+ 6 points). La même proportion d'Européen est prête à payer plus cher pour des produits qui contribuent à préserver l'environnement (+ 6 points). Ces chiffres sont en hausse partout, en France, en Allemagne, au Royaume-Uni.

Conséquence : la consommation de produits bio progresse. 48 % des Européens (+ 11 points) déclarent en acheter souvent. Les Français sont les meilleurs : 53 % achètent souvent des produits bio (+ 15 points en six ans soit une augmentation de 39 %).



MILLÉSIME BIO : LE MONDIAL DU VIN ET DES AUTRES BOISSONS ALCOLISÉES BIOLOGIQUES

Près de 1 450 exposants et plus de 7 000 acheteurs professionnels en provenance d'une cinquantaine de pays : en trois décennies, le salon Millésime Bio est devenu la plus grande place de marché au monde pour les alcools issus de l'agriculture biologique, dont le vin mais aussi les spiritueux, la bière et le cidre. Le prochain salon, qui se tiendra fin janvier à Montpellier, marquera le retour des grands salons professionnels après une année et demie d'interruption. Pour ceux qui ne pourront faire le déplacement, le plus grand salon bio au monde propose une session digitale, programmée en amont du salon physique.

Session digitale : 17 et 18 janvier 2022

Session physique : 24-26 janvier 2022 – Montpellier, Parc des Expositions

www.millesime-bio.com

#MillesimeBio



INFORMATION CLÉ

LE VIN BIO, UNE CONSOMMATION QUI S'INTENSIFIE

29%

DES EUROPÉENS ONT INTÉGRÉ LE VIN BIO DANS LEUR PANIER DE CONSOMMATION

73 % des Européens ont consommé du vin au cours des six derniers mois contre 82 % en 2015. Mais si la consommation de vin baisse, celle du vin bio croit. 29 % des Européens l'ont ainsi intégré à leurs habitudes, contre 17 % en 2015. Les Français sont même 36 % à en consommer de façon habituelle, régulièrement ou de temps en temps, contre 17 % en 2015 : c'est plus du double ! Et ces chiffres sont appelés naturellement à grossir puisque le consommateur de vin bio est structurellement plus jeune que le consommateur de vin moyen.

LA PART DE CONSOMMATEURS STRUCTURELS



29% 2015: 17%



36%
2015: 17%

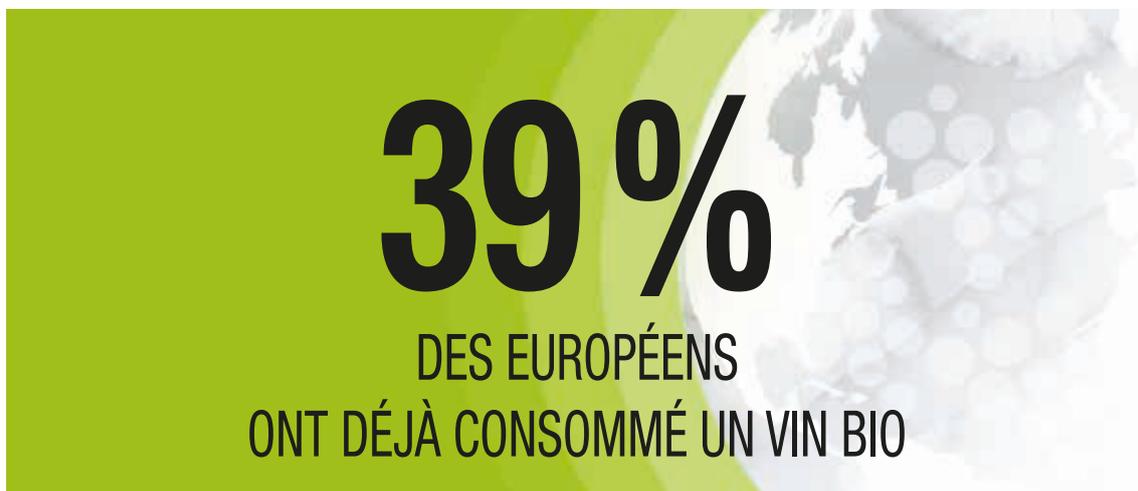


27%
2015: 18%



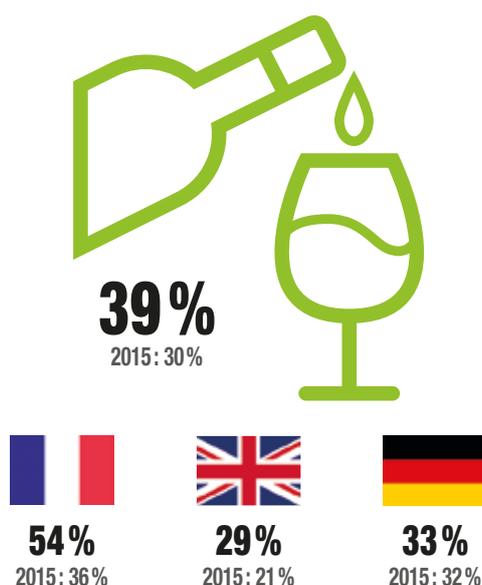
23%
2015: 18%

LES FRANÇAIS PLUS SENSIBILISÉS



C'est 9 points de plus qu'il y a six ans (soit une augmentation de 30 %), signe que le vin bio se démocratise. Mais la moyenne cache des disparités entre les pays. Les Français sont plus nombreux (54 %) que les Allemands (33 %) et les Britanniques (29 %) à avoir eu l'occasion de goûter à un vin bio.

LA PART DE CONSOMMATEURS STRUCTURELS OU OCCASIONNELS



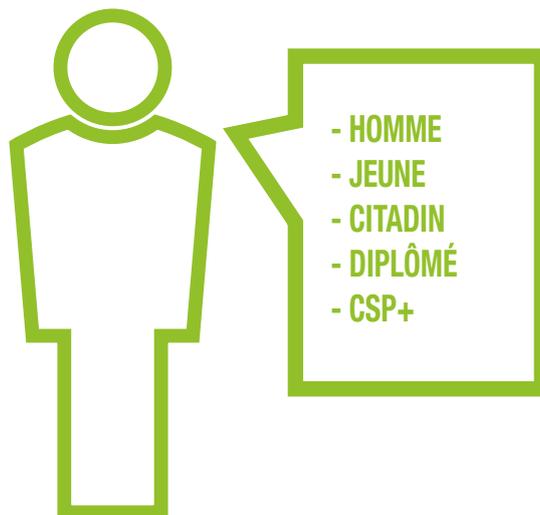
UN CONSOMMATEUR PLUS JEUNE

46 %

DES MOINS DE 35 ANS
ONT DÉJÀ CONSOMMÉ UN VIN BIO

Huit points séparent ainsi les moins de 35 ans (46 %) et les plus de 55 ans (38 % seulement). Le niveau d'éducation est un autre facteur de disparité : 48 % des plus diplômés ont déjà consommé du vin bio contre 25 % des moins diplômés. Le lieu de résidence aussi crée des écarts : ainsi 75 % des habitants de l'agglomération parisienne ont déjà eu l'occasion de goûter à un vin bio, c'est près du double de la moyenne européenne (39 %).

UN PROFIL CONSOMMATEUR PLUS JEUNE



LES PRÉOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES MAIS AUSSI LES ENJEUX ÉTHIQUES

61 %

DES EUROPÉENS CONSIDÈRENT QUE LE VIN BIO
EST PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Dans un contexte de montée en puissance des préoccupations environnementales, le premier levier de consommation est partout l'empreinte écologique du vin bio. Ainsi, parmi les principales motivations à consommer du vin bio, 58 % des consommateurs allemands, 54 % des français et 50 % des britanniques citent le respect de l'environnement. Toutefois, les critères se diversifient depuis 2015. Ainsi la dimension équitable prêtée au bio, dont on sait notamment qu'il crée plus d'emplois que le conventionnel, est une motivation majeure pour 35 % des Européens : c'est six points de plus en six ans.

LE TOP 3 DES LEVIERS DE LA CONSOMMATION DE VIN BIO



54 %

PARCE QUE SA CULTURE ET
SA PRODUCTION RESPECTENT
DAVANTAGE L'ENVIRONNEMENT



54 % 50 % 58 %



40 %

POUR ESSAYER,
TESTER CE PRODUIT



43 % 42 % 34 %



35 %

PARCE QU'IL FAVORISE
UNE FILIÈRE DE PRODUCTION
PLUS ÉQUITABLE



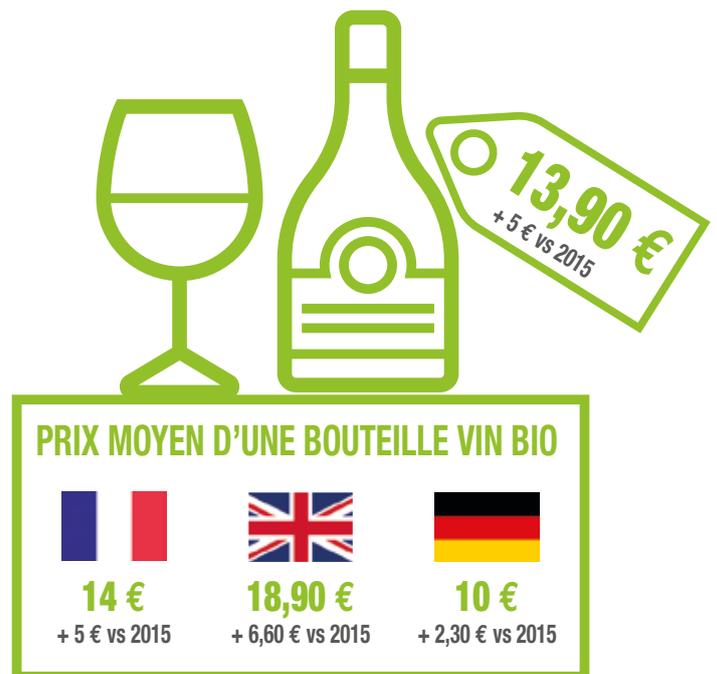
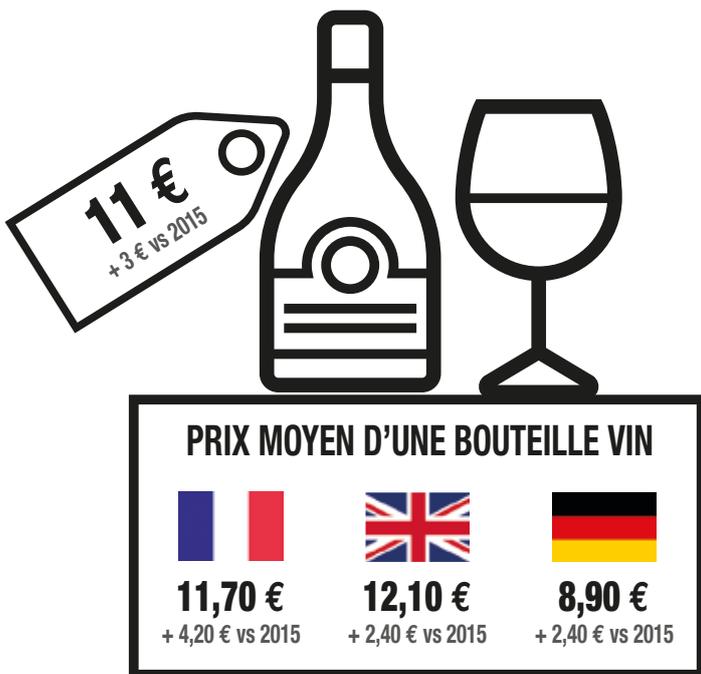
35 % 31 % 38 %

LES CONSOMMATEURS ACCEPTENT DE DÉPENSER PLUS POUR UN VIN BIO

2,90 €

LE SURCOÛT CONSENTI
POUR L'ACHAT D'UN VIN BIO

En moyenne, les Européens dépensent 13,90 euros pour un vin bio contre 11 euros pour un vin non bio. L'écart se creuse donc. En 2015, il était de 90 centimes. Cette dynamique est probablement à relier avec les débats en cours relatifs à la juste rémunération des producteurs et plus largement avec le consentement à payer plus cher pour consommer mieux. Aujourd'hui, 63 % des Européens (consommateurs ou non) sont prêts à payer plus cher pour des produits qui contribuent à préserver l'environnement, contre 57 % en 2015.



DES CONSOMMATEURS PAS ASSEZ INFORMÉS

40%

DES FRANÇAIS QUI N'ONT JAMAIS ACHETÉ DE VIN BIO SE CONSIDÈRENT MAL INFORMÉS

Le manque d'information fait partie des principaux freins à l'achat de vin bio pour 38 % des Européens, un chiffre étonnamment en croissance depuis 2015 (+ 7 points). Paradoxalement, cette évolution est à relier au succès du vin bio. En effet, la demande en information va de pair avec la notoriété. Les Français, qui sont ceux qui demandent le plus d'information, sont aussi les plus nombreux à savoir que le vin bio existe : 83 % des Français connaissent le vin bio mais seulement 50 % des Allemands et 43 % des Britanniques !

LE TOP 3 DES FREINS À L'ACHAT DE VIN BIO



38%

PARCE QUE VOUS MANQUEZ D'INFORMATION SUR CE PRODUIT



40% **41%** **26%**

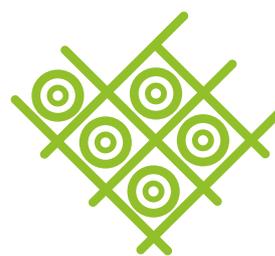


36%

PARCE QUE VOUS TROUVEZ QUE LE PRIX DU VIN BIO EST TROP ÉLEVÉ



27% **42%** **41%**



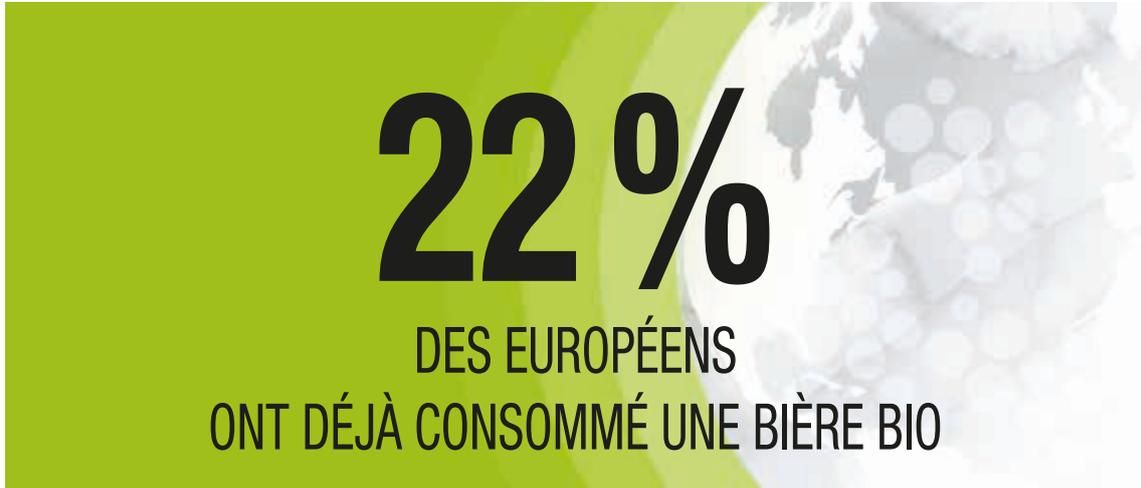
23%

PARCE QUE VOUS N'EN TROUVEZ PAS FACILEMENT DANS LE(S) MAGASIN(S)...



18% **27%** **22%**

UN MARCHÉ EN PLEINE PROGRESSION



22 % des Européens ont déjà goûté une bière bio dans les pays interrogés, et même 30 % des Français. 16 % en achètent régulièrement ou de temps en temps. Les Français sont 24 % ! Si la curiosité est le premier levier, l'environnement arrive en suivant : il s'agit en effet d'une raison d'avoir déjà essayé la bière bio pour 38 % des consommateurs (42 % pour les consommateurs français).

LE TOP 3 DES LEVIERS DE LA CONSOMMATION DE BIÈRE BIO



44 %

POUR ESSAYER,
TESTER CE PRODUIT



49% 47% 31%



38 %

PARCE QUE SA CULTURE ET
SA PRODUCTION RESPECTENT
DAVANTAGE L'ENVIRONNEMENT



42% 36% 33%



29 %

PARCE QU'ELLE FAVORISE
UNE FILIÈRE DE PRODUCTION
PLUS ÉQUITABLE



32% 30% 22%

« ON EST PASSÉ D'UNE CONSOMMATION DE CURIOSITÉ À UNE CONSOMMATION STRUCTURELLE »



TROIS QUESTIONS À
NICOLAS RICHARME,
 PRÉSIDENT
 DE SUDVINBIO

Six ans après la précédente, cette nouvelle étude confirme la progression de la consommation de vin bio. Votre réaction ?

Pour moi, la principale information, c'est qu'on est passé d'une consommation de curiosité à une consommation installée, à une consommation structurelle. L'écart s'est réduit entre les consommateurs qui déclarent avoir eu l'occasion de goûter à un vin bio, ne serait-ce qu'une fois dans leur vie, et les consommateurs réguliers. Plus d'un tiers des Français achètent du vin bio de façon fréquente ! D'ailleurs, la dynamique est clairement du côté du bio : dans des marchés dans lesquels la consommation de vin baissait, la consommation de vin progresse, qu'elle soit occasionnelle ou régulière. Cela signifie que le bio gagne en volumes mais aussi en poids stratégique. La consommation évolue et elle se déplace sur le bio. Aujourd'hui, c'est dans un salon comme Millésime Bio qu'on trouve le futur du vin.

Quelles sont les marges de progression ?

Elles restent importantes, tant sur les volumes que sur la demande. Heureusement, nous avançons aujourd'hui sur nos deux jambes. L'offre monte en puissance et les marchés suivent. La production progresse et va progresser encore : en France, 891 exploitations ont commencé leur conversion en 2021, 1 313 en 2019 et 3 186 en 2020 ! De son côté, la consommation augmente et augmente partout. Et pourtant il y a encore des freins à lever, montre l'étude, comme l'information : les marchés ne sont pas encore tous parfaitement sensibilisés au bio, ce qui suggère des réserves de croissance si on continue à faire de la pédagogie.

Cette étude est aussi la première à s'intéresser à la consommation de bière bio.

Effectivement, on assiste aujourd'hui à une extension du domaine du bio. Le vin est historiquement l'une des filières les plus en pointe concernant le bio. Toutes filières confondues, on estime à 9,5 % la part de la surface agricole utile (SAU) convertie au bio en France. Pour le vin, c'est 17 % ! Et le vin est une locomotive qui entraîne d'autres filières, comme le cidre et la bière. C'est une (belle) surprise de l'étude que de montrer qu'un consommateur européen sur cinq achète plus ou moins régulièrement de la bière bio. La demande est là et elle va tirer la production.

À PROPOS DE SUDVINBIO

Fondée en 1991, l'association Sudvinbio rassemble près de 500 entreprises issues de la filière bio de la région Occitanie : domaines, caves coopératives, maisons de négoce... Elle organise chaque année, le salon Millésime Bio, la plus grande place de marché au monde pour les alcools issus de l'agriculture biologique, dont le vin mais aussi les spiritueux, la bière et le cidre.

www.sudvinbio.com

MÉTHODOLOGIE

ÉCHANTILLON

3 000 personnes de 18 ans et plus (1 000 pour l'Allemagne, 1 000 pour la France et 1 000 pour le Royaume-Uni) constituant un échantillon représentatif des populations concernées.

DATES

22 septembre - 08 octobre 2021

MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet. Méthode des quotas : sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, région et catégorie d'agglomération.

RÉSULTATS

Les chiffres mentionnés dans ce document portent sur les consommateurs de vin bio (sauf mentions contraires lister les pages).

RÉALISATION

Ipsos



Association Interprofessionnelle

SUDVINBIO

Olivier Goué

+33 (0)6 99 98 23 45

olivier.goue@sudvinbio.com

PRESSE

Agence Clair de Lune

Anaïs Marchand & Fanny Courtial

+33 (0)4 72 07 42 41

fanny.courtial@clairdelune.fr

#MillesimeBio

