

Bilan à chaud : Satisfaction, fréquentation et contacts solides au rendez-vous de Millésime BIO

Le salon emblématique des vins bio renoue avec la fréquentation d'avant pandémie. Les allées garnies révèlent des mines satisfaites et des organisateurs contents de la qualité des échanges. L'espace dédié aux jeunes apparaît déjà comme une réussite.



Les allées sont restées garnies pendant les 3 jours du salon - crédit photo : Millésime bio 20238_MindProd

Les allées auront été bien garnies tout au long de cette édition des 30 ans de Millésime Bio. Presque 8 000 visites avaient déjà été enregistrés à l'issue de la 2ème journée, soit plus que lors de l'édition complète 2022 (7000 visites). Celle-ci, largement impactée par les restrictions de déplacement, marquait une baisse de 20% par rapport à la dernière édition physique de 2020. Totalisant 10 500 visites, cette édition 2023 renoue donc avec les standards d'avant pandémie. « La force de Millésime Bio est de pouvoir se renouveler chaque année pour fidéliser et attirer toujours plus de visiteurs. Nous sommes extrêmement satisfaits de renouer avec une atmosphère et une ambiance très positive », avale d'ailleurs Nicolas Richarme, le président de Sudvinbio. De l'espace spécifiquement dédié aux jeunes jusque dans les travées les plus éloignées, les 1500 exposants se montrent effectivement satisfaits d'un visitorat qui a bien garni les allées. Les cavistes sont venus en force, de même que les grossistes nationaux et européens proches, « et nous renouons avec des visiteurs du grand export, avec un retour de l'Amérique du nord ou l'Asie, notamment par le biais du Japon », approuve Jeanne Fabre, présidente du salon Millésime Bio. Comme en 2022, 20% de visiteurs sont venus de l'étranger, dont 15% d'Amérique du nord et 6% d'Asie. Comme toujours, ce salon « de vigneron pour les vignerons » est plébiscité par les participants pour les rencontres qu'il génère. « C'est un moment incontournable permettant de revoir des clients que nous ne voyons pratiquement qu'à cette occasion. J'ai également récolté quelques contacts intéressants », valide Clodéric Prade, vigneron au domaine d'Eriane, à Saint-Mamert du Gard. « Nous réalisons un travail important pour filtrer les inscrits, si bien que seuls des acheteurs qualifiés sont inscrits en tant que visiteurs », relève Jeanne Fabre.

Ouverture

Une semaine en amont de ce salon physique, des exposants avaient choisi de fidéliser leur participation à la session digitale. La levée totale des restrictions liées à la pandémie a cependant entraîné une baisse des échanges lors de cette préparation numérique. Alors que 4000 conversations avaient été réalisées en 2022, seuls 3100 échanges entre exposants et visiteurs (2500 conversations et 600 visios) ont eu lieu cette année. « Les gens pouvant se déplacer, le salon digital a plutôt servi aux acheteurs dans l'impossibilité de se déplacer », note Nicolas Richarme.



MILLÉSIME BIO 2023_Mindprod

Pour ses 30 ans, les organisateurs ont souhaité insuffler de la nouveauté, à l'image du développement de l'offre pour les autres boissons alcoolisées issues de l'agriculture biologique. « 86 offres différentes de bières, vodkas, whiskys, pastis, rhums ou cognac sont venues compléter celle en vins », souligne l'organisation du salon. Autre tendance en phase avec l'air du temps : « 46 exposants proposent une offre conditionnée en bouteille adaptée au réemploi en système de consigne », reprend un communiqué de l'organisation. L'exposition de jeunes vigneronnes au sein d'un espace dédié est une réussite manifeste de l'année, des jeunes en caves particulières ayant succédé les mardi et mercredi aux jeunes coopérateurs venus présenter leur production le lundi.

17% de vendeurs de vrac

Alors que l'offre volumique de vins bios a atteint des records avec le millésime 2022, le sujet du vrac faisait partie des conversations récurrentes de cette édition. Les organisateurs avaient pris les devants en permettant aux exposants de s'inscrire en tant que fournisseurs de vins en vrac. « 17% de vendeurs de vrac se sont enregistrés », indique l'organisation de Millésime Bio, mais dans les stands concernés, la satisfaction n'a pas toujours été au rendez-vous. Si certains attestent de quelques visites en ce sens, d'autres n'ont pas eu autant de réussite pour cette catégorie. « Nous ne sommes pas situés dans un endroit spécifique, il n'y a que par un filtre dans l'appli du salon que l'on peut rechercher spécifiquement notre catégorie de vendeur de vrac, sans visite ou contact spécifique à l'offre vrac », témoigne la représentante d'une cave coopérative de la région bordelaise. L'organisation atteste néanmoins du passage de visiteurs spécifique à cette catégorie, et promet de faire mieux pour la prochaine édition.