

# ■ ÉTUDE

## Le vin bio ne connaît pas la crise

À la différence des vins conventionnels, le bio se porte bien. C'est l'une des leçons de l'étude commandée par Millésime Bio à Circana, cabinet de conseil spécialisé dans la consommation. Cette bonne forme s'explique notamment par les caractéristiques propres à la distribution de ces vins. En effet, « nous sommes sur un marché qui est très atypique par rapport au reste du bio. La GMS occupe une place moins importante [9,16 % des ventes, NDLR] tandis que la vente directe représente une grosse part [28,77 % des ventes, NDLR]. Or, habituellement, près de la moitié des produits bio sont vendus en GMS », détaille Christophe Ferreira, consultant Shopper Insights pour Circana. De plus, la vitalité des vins bio tranche par rapport aux vins conventionnels. « Les vins bio continuent de recruter : sur ces douze derniers mois, 39 % des acheteurs de vins bio sont des nouveaux acheteurs. Nous avons une dynamique plus positive sur les vins bio que sur les non-bio et elle devrait perdurer dans le futur. Nous devrions donc

avoir une part de vins bio dans les achats qui devrait progresser », assure ainsi l'expert de Circana, confiant pour la catégorie.

Un constat qui ressort également au niveau du chiffre d'affaires de la filière vitivinicole bio française. En 2022, celui-ci a ainsi atteint 1,463 milliard d'euros, en progression de 6,3 % par rapport à 2021, selon l'Agence Bio. En outre, ce chiffre d'affaires a connu une ascension constante et fulgurante depuis 2012, année pour laquelle il a correspondu à 444 millions d'euros. De plus, les vins bio ont connu de belles hausses de chiffre d'affaires dans les CHR (+12 %), chez les cavistes (+8 %), mais également en vente directe (+5 %) et à l'export (+2 %). Aussi, les CHR représentent, avec 129 millions d'euros, 8,92 % du chiffre d'affaires des vins bio. Or, un verre de vin bio sur quatre est consommé

en hors domicile et les acheteurs y sont « en attente d'une meilleure valorisation de l'offre de vins bio », précise Christophe Ferreira. Par ailleurs, les nouveaux acheteurs, de plus en plus nombreux donc, se révèlent aussi de plus en plus jeunes et avec des profils sociaux davantage diversifiés. Pour preuve, les consommateurs de moins de 25 ans représentent 12 %, contre 5 % en moyenne, et les inactifs atteignent 42 % des nouveaux acheteurs, contre 35 % en moyenne.

Ce renouvellement de la clientèle s'accompagne également d'une hausse des achats. En effet, 37 % des acheteurs de vins bio pensent avoir augmenté leurs achats au cours de l'année, alors qu'ils ne sont que 11 % à penser les avoir diminués. Dans le même temps, ceux qui pensent accroître leurs achats de vins non bio représentent seulement 17 %.

### ACDV Le Kiosque : l'appli de Décision Boissons !

Retrouvez tous les numéros de *Décision Boissons*, *L'Auvergnat de Paris* et *La Revue des Comptoirs* sur notre application mobile : ACDV Le Kiosque.

Recevez des notifications pour être prévenu lorsque le dernier numéro est disponible.