

ANALYSES ET CHIFFRES CLÉS

# LA CONSOMMATION DES VINS BIO EN FRANCE

Profils, tendances et circuits d'achat



Décembre 2022



**INTERLOIRE**  
Interprofession des Vins du Val de Loire

Association Interprofessionnelle  
**LOIRE VIN BIO**



# Faits marquants

Le bio prend de plus en plus de place dans la consommation alimentaire des Français.



La plupart des consommateurs ont **maintenu ou augmenté leur budget** alloué aux produits bio entre 2020 et 2021, et plus précisément parmi les moins de 25 ans et les CSP+.



La **moitié** des consommateurs achète des produits bio **toutes les semaines**.

Le marché des vins bio en France poursuit sa croissance jusqu'en 2021.



Les vins constituent l'un des rares produits bio à encore **se développer en valeur de vente**.



Il attire **de plus en plus de consommateurs**, dans toutes les tranches d'âge, et quels que soient les revenus.



Son taux annuel de croissance moyen en valeur est de **+14%** depuis 2010.



La **vente directe** représente la **moitié** du chiffre d'affaires.



Il a **dépassé le milliard d'euros** et est 14 fois plus important que le marché des bières, cidres et autres boissons alcoolisées bio.



La **vente directe** représente le **1<sup>er</sup> circuit de commercialisation** des vins bio en volume et en valeur.



À l'image du marché des vins, la cible des consommateurs de vins bio vieillit et le produit touche de plus en plus les consommateurs les plus aisés.



La majorité des consommateurs a **plus de 50 ans**. Ils consomment **75%** des volumes de vins bio.



En parallèle, la majorité des consommateurs appartient aux catégories socio-économiques dites « **aisées** » ou « **moyennes supérieures** » consomment **60%** des volumes de vins bio.

## L'offre de vins bio est dominée par les AOP et les vignobles méridionaux.



Les AOP sont les plus achetées quels que soient les circuits.



Les AOP ont recruté plus de consommateurs que les IGP et les vins sans IG.



Les vins des vignobles du **Rhône, Bordeaux, Languedoc-Roussillon, Provence et Corse** représentent **84%** des volumes mis en marché.



## Les rouges sont de loin les vins bio les plus consommés.



Les rouges recrutent de nouveaux consommateurs chaque année, mais les quantités achetées ont tendance à diminuer.



Les blancs et les rosés attirent également de nouveaux consommateurs et ils ont tendance à prendre de plus en plus de place au sein des vins tranquilles bio.



Les **rouges dominent** les ventes en grande distribution alimentaire généraliste, ainsi que l'offre des cavistes et des restaurateurs. Leur poids en bio est plus fort qu'au sein des vins non AB.

## La Loire est un vignoble incontournable du marché des vins bio, en circuit cavistes et restaurants.



Dans les circuits traditionnels (cavistes et restaurants), **la Loire est le 2<sup>e</sup> vignoble en terme d'offre bio** : 1 bouteille sur 5. Elle est le 1<sup>er</sup> vignoble en terme d'offre bio en blancs (secs et moelleux) et fines bulles. La Loire a conquis plus de poids dans l'offre de vins bio qu'en total vins.



En grande distribution, **la Loire est le seul vignoble d'AOP (avec la Provence) à poursuivre la croissance de son marché bio en 2022**. Mais, il est sous-représenté au sein des vins bio (10% des volumes) par rapport à ce qu'il pèse sur l'ensemble du marché (16%). Il est le 5<sup>e</sup> vignoble en volume de vente bio (3<sup>e</sup> en total marché).

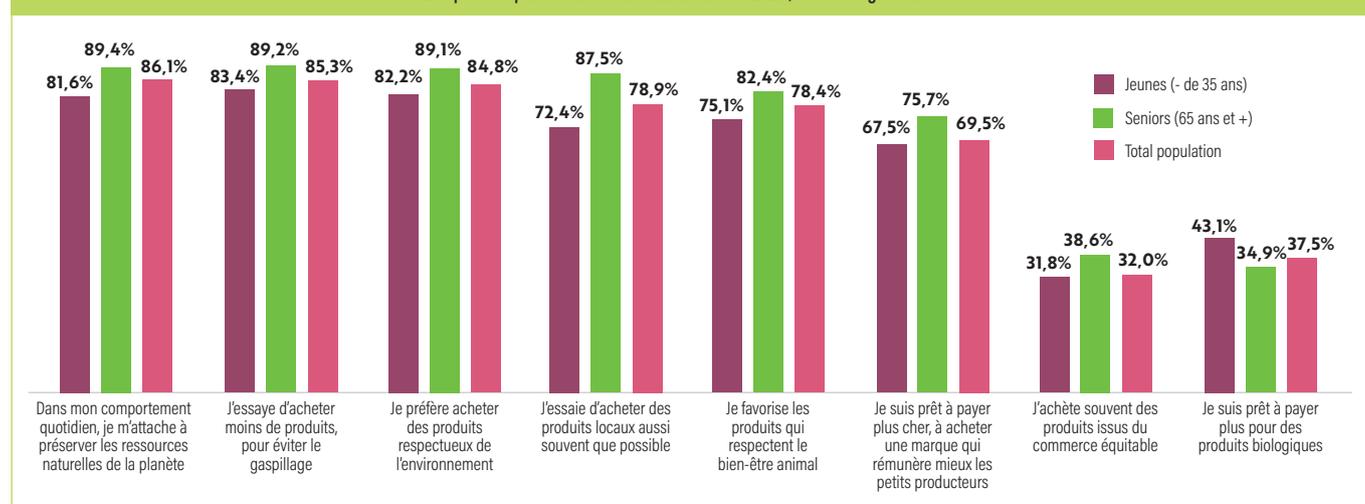
# La place du bio dans la consommation alimentaire (hors vin)

Même si la moitié des consommateurs ne trouve pas cela normal de payer plus cher pour un produit bio, ils ont majoritairement maintenu ou augmenté leur budget entre 2020 et 2021.

→ La grande majorité des consommateurs sont **préoccupés par les enjeux environnementaux** et sociétaux pour leur consommation alimentaire.  
 ▶ Les seniors (65 ans et plus) sont les plus nombreux à en être préoccupés, à l'inverse des plus jeunes (moins de 35 ans). Pourtant, les seniors sont les moins nombreux à être prêts à payer plus pour des produits biologiques, à l'inverse des plus jeunes\*.

→ En effet, **près de la moitié des jeunes trouve normal de payer plus cher un produit bio**, tout comme les consommateurs les plus aisés\*\*.  
 ▶ Près de 2/3 des seniors ne sont pas prêts à payer plus cher des produits bio. Cette perception du coût se retrouve aussi chez les consommateurs les moins aisés et les inactifs.

Les préoccupations des consommateurs en 2020, selon les générations \*



**Clé de lecture :** En 2020, 37,5% de l'ensemble de la population est prête à payer plus pour des produits biologiques. Cette part s'élève chez les moins de 35 ans à 43,1%.

## DÉFINITIONS\*\* :

**CSP : Catégorie socio-professionnelle de l'INSEE.**

→ CSP- : Employé.e, ouvrier.e.

→ CSP+ : Agriculteur exploitant, artisan, commerçant, chef d'entreprise, cadre supérieur, profession libérale, profession intermédiaire.

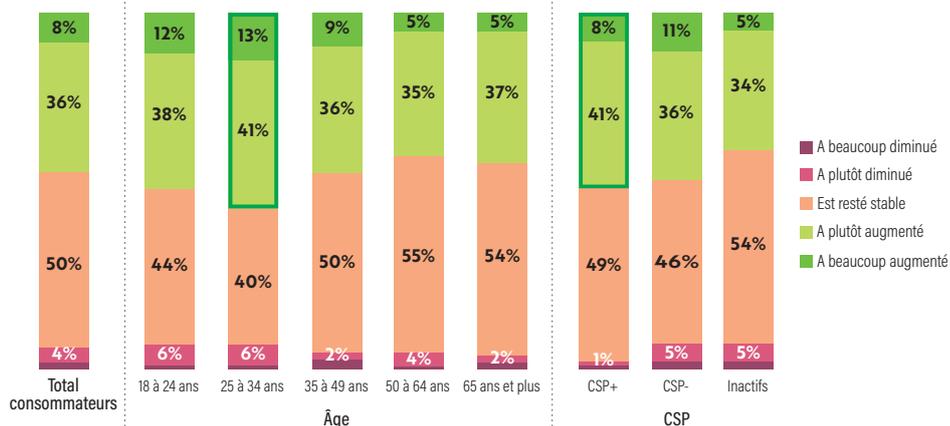
→ Inactifs : Retraité.e, étudiant.e, autre sans profession.



\* KANTAR, Étude consommateurs 2021, consommation à domicile

\*\* AgenceBio, Edition 2022 du baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France

Évolution du budget consacré aux produits bio en 1 an entre 2020 et 2021 (en % de consommateurs) \*\*



→ **Très peu de consommateurs ont diminué leur budget consacré aux produits bio entre 2020 et 2021** : pour la majorité d'entre eux, le budget est resté stable.

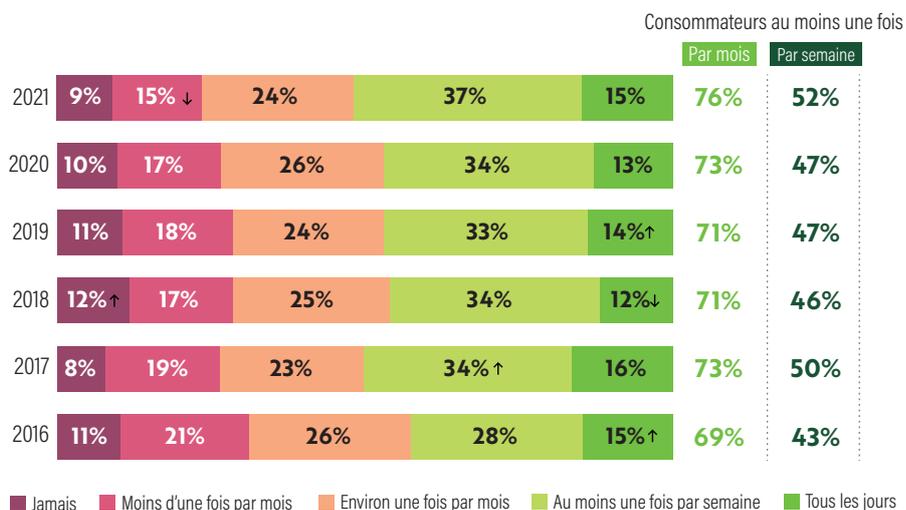
- ▶ La moitié des moins de 35 ans et des CSP+ ont augmenté leur budget consacré aux produits alimentaires bio.
- ▶ Les 50 ans et plus et les inactifs sont les moins nombreux à l'avoir augmenté.

**Clé de lecture :**

- 50% de l'ensemble des consommateurs ont vu leur budget pour les produits bio rester stable entre 2020 et 2021.
- 41% des consommateurs âgés de 25 à 34 ans ont plutôt augmenté leur budget de produits bio entre 2020 et 2021. Ils sont 13% à l'avoir beaucoup augmenté.

**La moitié des consommateurs achète des produits bio au moins une fois par semaine.\***

Évolution de la fréquence d'achat de produits bio (en % de consommateurs)\*



**Clé de lecture :**

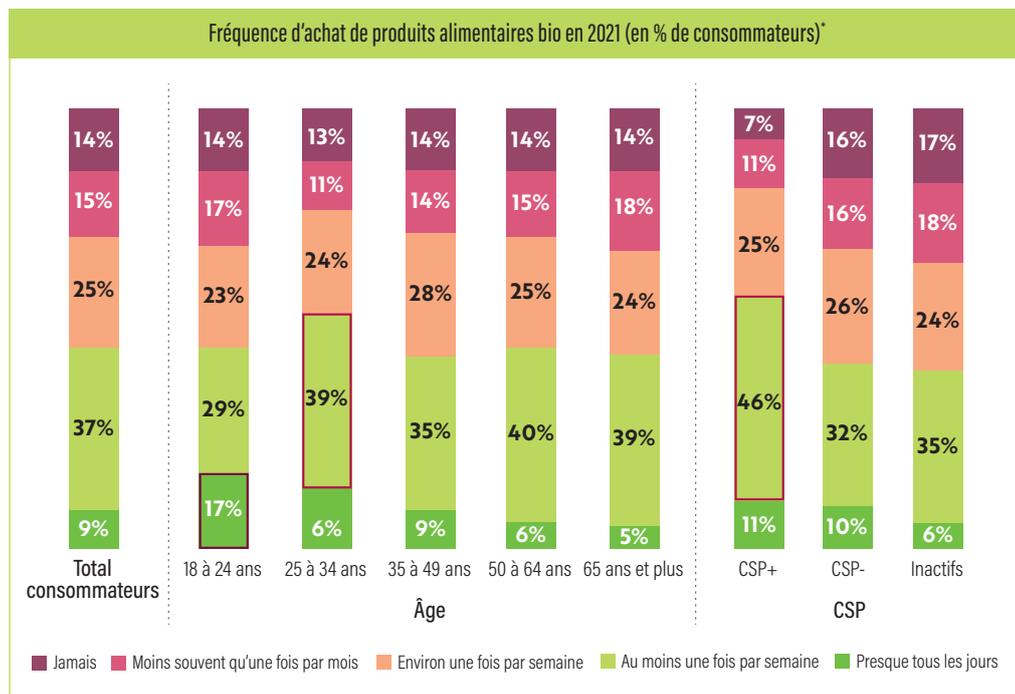
- En 2021, 52% des consommateurs achètent au moins une fois par semaine des produits bio : 37% en achètent au moins une fois par semaine et 15% en achètent tous les jours.

→ Depuis 2016, la part de consommateurs qui achètent au moins une fois par semaine des produits alimentaires bio est en augmentation, pour atteindre la moitié des consommateurs en 2021.

→ Les jeunes sont les consommateurs les plus nombreux à acheter presque tous les jours des produits biologiques, et la moitié d'entre eux en achète au moins une fois par semaine. À l'inverse, les 65 ans et plus sont les moins nombreux à en acheter aussi régulièrement.

→ Les consommateurs les plus aisés sont plus nombreux à acheter des produits bio. Ils en achètent plus régulièrement que les autres.

→ Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à consommer régulièrement des produits alimentaires bio : plus de la moitié d'entre elles en consomme au moins une fois par semaine.



**Clé de lecture :**

- En 2021, 45% des 25-34 ans achète hebdomadairement des produits bio : 39% en achète au moins une fois par semaine et 6% en achète presque tous les jours.
- 17% des inactifs n'achètent jamais de produits bio.

→ Achetées par 1/3 des consommateurs de produits bio, **les boissons constituent la famille de produits alimentaires bio la moins achetée** par rapport aux autres.

► Les légumes, les fruits et les œufs sont les produits bio achetés par le plus de consommateurs.

\*AgenceBio, Edition 2022 du baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France

# La place des vins bio parmi les produits bio

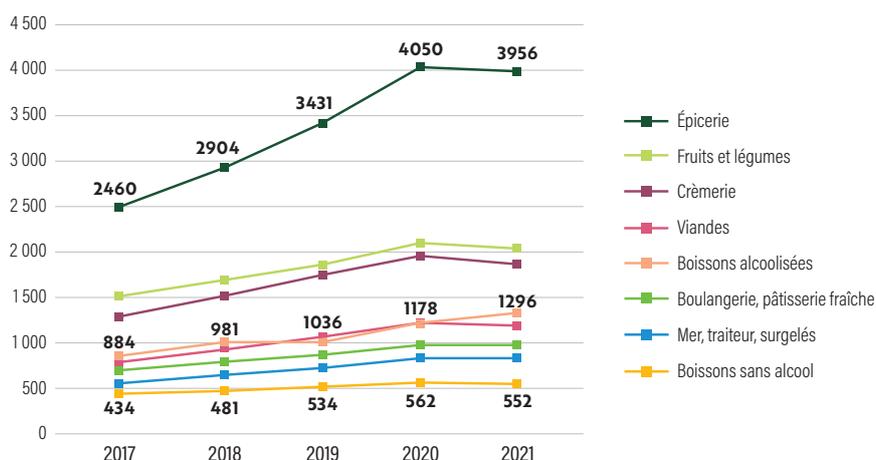
**Les boissons alcoolisées sont les seuls produits bio à avoir poursuivi leur croissance en valeur de vente jusqu'en 2021.**

→ Les boissons alcoolisées deviennent le 4<sup>e</sup> produit bio le plus important en termes de valeur, en dépassant les viandes.

## Clé de lecture :

En 2021, les boissons alcoolisées pèsent pour 1296 millions d'€. Une croissance s'est poursuivie depuis 2017, où elles pesaient 884 millions d'€.

Évolution de la répartition des ventes de produits alimentaires biologiques (en millions d'euros)\*



**Le marché des vins bio a triplé en 10 ans, et pèse plus d'1 milliard d'euros**

→ Les boissons alcoolisées bio sont portées majoritairement par les vins, qui représentent 93% de la valeur des ventes. Les 7% restants proviennent des cidres, bières et autres boissons alcoolisées.

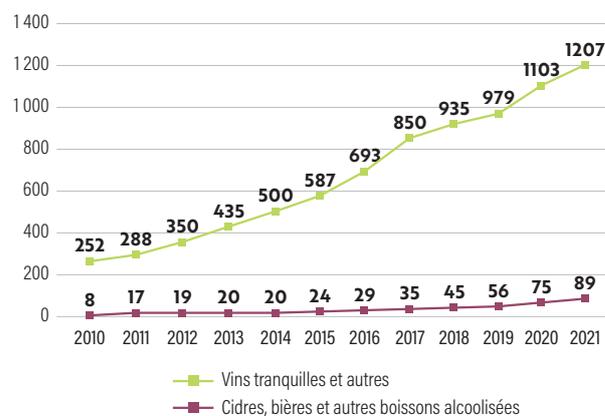
▶ En 2021, les vins bio représentaient 1,2 milliard d'€, soit 14 fois plus que la valeur du marché des cidres, bières et autres boissons alcoolisées, qui est un marché plus modeste de 89 millions d'€.

→ Le marché des vins tranquilles bio progresse chaque année en valeur : son **taux annuel moyen de croissance est de +14% depuis 2010.**

→ Le marché des autres boissons alcoolisées connaît une croissance principalement grâce aux bières. Même si ce marché reste modeste, il a doublé sa valeur entre 2010 et 2021.

▶ Les bières disposent d'une cible consommateurs plus étroite que les vins, mais elles recrutent plus vite de nouveaux consommateurs.

Évolution des valeurs des ventes en boissons alcoolisées biologiques (en millions d'euros)\*



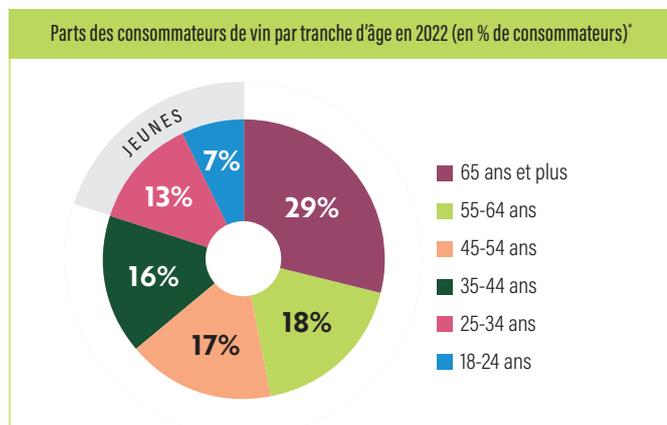
**Clé de lecture :** En 2021, les vins bio pèsent pour 1 207 millions d'€. La croissance s'est poursuivie depuis 2010, année où ils pesaient 252 millions d'€.

\*AgenceBio, Edition 2022 du baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France

# La consommation des vins bio à domicile

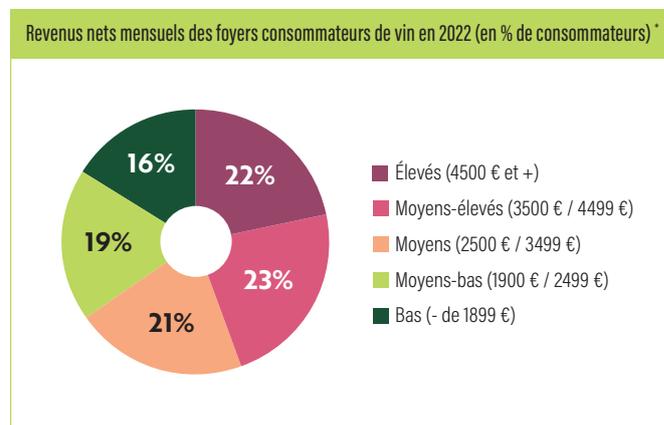
## Le profil des consommateurs de vin bio est identique à celui des consommateurs de vin.

- Presque la moitié des consommateurs de vin ont plus de 55 ans.\*
  - ▶ Plus précisément, les 65 ans et plus constituent la tranche d'âge la plus importante : presque 1 consommateur de vin sur 3.



**Clé de lecture :** 7% des consommateurs français de vin ont entre 18 et 24 ans. A l'inverse, 29% des consommateurs sont âgés de 65 ans et plus.

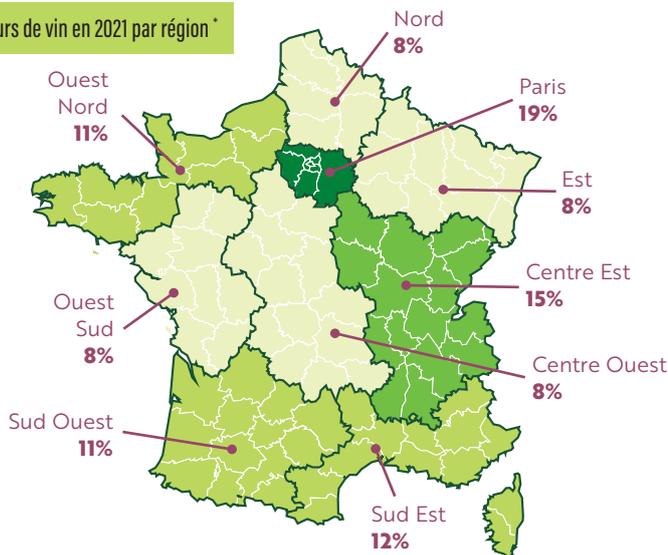
- Presque la moitié des consommateurs de vin ont des revenus élevés ou moyen-élevés.\*
  - ▶ Quasiment tous les acheteurs de vin bio achètent des vins non bio.
  - ▶ Moins de 3% des acheteurs de vins bio n'achètent que du vin bio.



**Clé de lecture :** 22% des consommateurs français de vin ont des revenus nets supérieurs à 4500€ par mois (pour le foyer).

### Répartition des acheteurs de vin en 2021 par région\*

- 1 consommateur de vin sur 5 réside en région parisienne\*
  - ▶ En Ile-de-France, la part des jeunes y est plus importante que la moyenne. À l'inverse, celle des 65 ans et plus est la plus faible.
  - ▶ Les régions Centre-Ouest, Ouest-Nord et Ouest-Sud, bassins de consommation des vins de Loire, rassemblent 27% des consommateurs de l'hexagone.



**Clé de lecture :** En 2021, 12% des consommateurs de vin résident dans le Sud-Est de la France.

\* KANTAR, Étude consommateurs 2021, consommation à domicile

## Les vins bio attirent de plus en plus de foyers, mais les achats restent occasionnels.

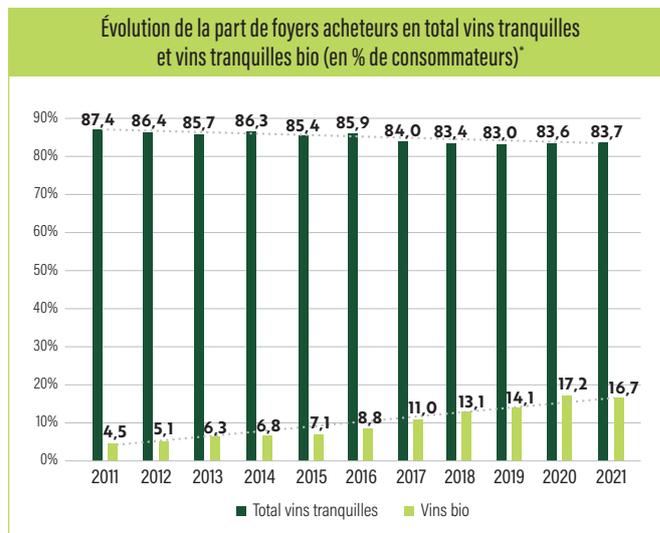
- En 10 ans, la part de foyers acheteurs de vin bio a presque **quadruplé**.
- Le vin bio continue d'**attirer des foyers acheteurs**, à l'inverse du total vin.
- Les achats en vins bio sont **occasionnels** : les Français en achètent environ 2 fois par an, alors qu'ils achètent du vin tranquille en moyenne 1 fois par mois.



- En moyenne, **1 bouteille sur 10** achetée par les foyers est une bouteille de vin bio.



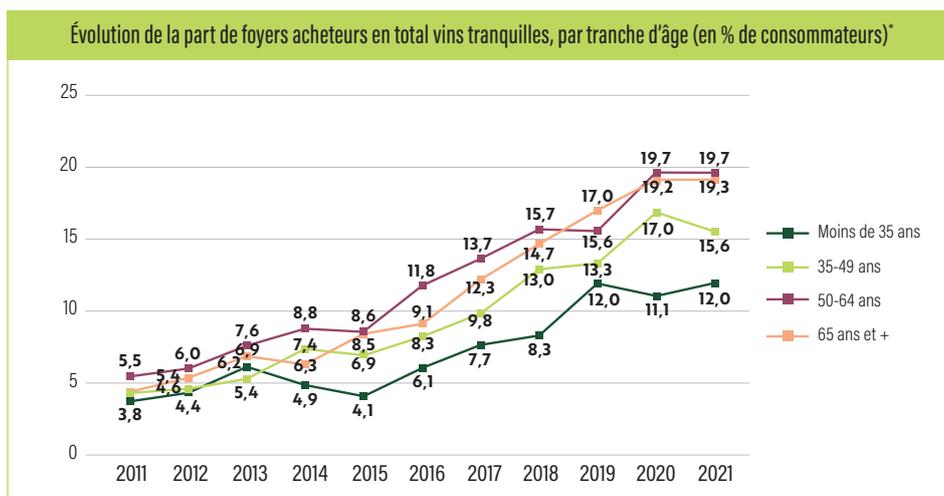
- ▶ Ce sont en moyenne 4 bouteilles de vin bio qui sont achetées à l'année par les foyers.



**Clé de lecture :** En 2021, 16,7% des foyers ont acheté au moins une fois du vin bio.

## Les plus de 50 ans sont les plus nombreux à acheter des vins bio, et achètent les 3/4 des volumes.

- 1 foyer sur 5 de **plus de 50 ans** a acheté au moins une fois dans l'année du vin tranquille bio. Par rapport aux autres tranches d'âge, ils sont **les plus nombreux** à en acheter. Les moins de 35 ans sont les moins nombreux.
- ▶ À l'image du marché total des vins tranquilles, **la majorité des consommateurs de vins bio a plus de 50 ans, et la cible vieillit.**
- Les vins bio, tranquilles comme effervescents, **touchent de plus en plus de consommateurs, dans toutes les tranches d'âge.**



**Clé de lecture :** En 2021, 12% des foyers âgés de moins de 35 ans ont acheté au moins une fois du vin bio. Ils sont 19,3% chez les 65 ans et plus.

\*KANTAR étude consommateurs 2021, consommation à domicile

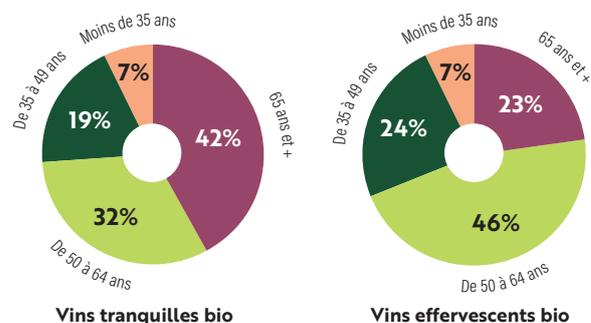
→ Comme pour le marché global des vins tranquilles, **les plus de 50 ans achètent la majeure partie des volumes**, et en particulier les 65 ans et plus (presque la moitié à eux seuls).

▶ *En 2021, ils ont acheté en moyenne 6 bouteilles, soit 3 fois plus que les moins de 35 ans.*

→ **En vins effervescents, le poids des plus de 50 ans sur le marché du bio est encore plus fort** : ils achètent 2 bouteilles sur 3. Plus particulièrement, les 50-64 ans représentent la moitié du marché.

→ Les moins de 35 ans sont les plus petits acheteurs de vins bio en volumes, mais **les vins bio ont tendance à peser plus dans leurs paniers d'achat de vins**, que les autres consommateurs.

Répartition des achats de vins bio, en volume, par tranche d'âge, en 2021\*



**Clé de lecture :** En 2021, les 65 ans et plus ont acheté 42% des volumes en vins tranquilles bio, et 23% des volumes en vins effervescents bio.

## Les consommateurs les plus aisés sont plus nombreux à acheter du vin bio, et achètent 60% des volumes.

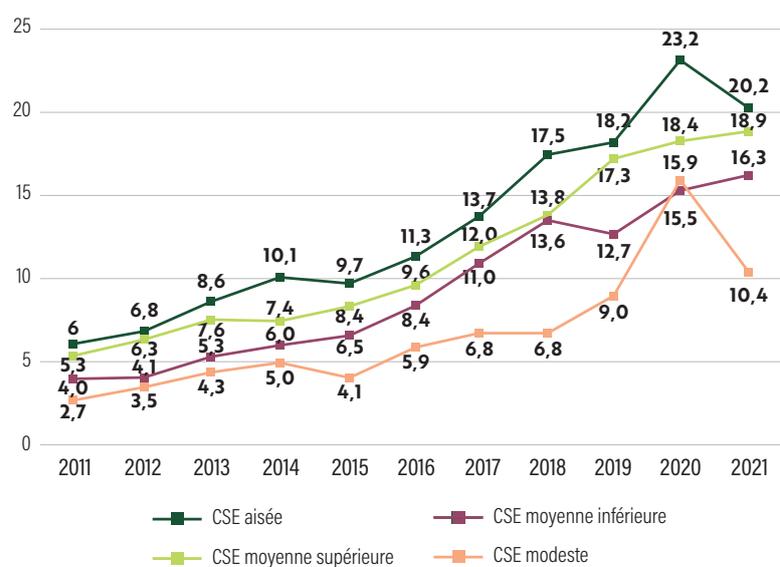
→ Les vins tranquilles bio **attirent de nouveaux consommateurs tous les ans, quels que soient les niveaux de revenus.**

▶ *Les vins effervescents bio attirent également un peu plus d'acheteurs tous les ans, sauf chez les consommateurs les plus modestes.*

→ Toutefois, en 2021, les consommateurs les plus aisés sont 2 fois plus nombreux à avoir acheté du vin tranquille bio et 5 fois plus pour le vin effervescent bio, que les consommateurs les plus modestes.

▶ *Ces écarts sont plus marqués au sein des vins bio que dans l'univers total des vins.*

Évolution de la part de foyers acheteurs de vins tranquilles biologiques, par CSE (en % de consommateurs)\*



**Clé de lecture :** En 2021, 20,2% des consommateurs aisés ont acheté au moins une fois du vin tranquille bio dans l'année. Chez les plus modestes, ils sont 10,4%. CSE = Catégorie Socio-Economique.

## DÉFINITIONS :

### CSE : Classe socio-économique selon l'INSEE.

- CSE Aisée : 2421€ bruts mensuels et + pour un foyer d'1 personne.
- CSE Moyenne supérieure : 1559 à 2420€ bruts mensuels pour un foyer d'1 personne.
- CSE Moyenne inférieure : 839 à 1558€ bruts mensuels pour un foyer d'1 personne.
- Modeste : moins de 838€ bruts mensuels pour un foyer d'1 personne.

Les revenus sont comptabilisés pour un foyer d'1 personne. La valeur du revenu et le nombre de personnes au sein du foyer influence la classification dans une CSE.

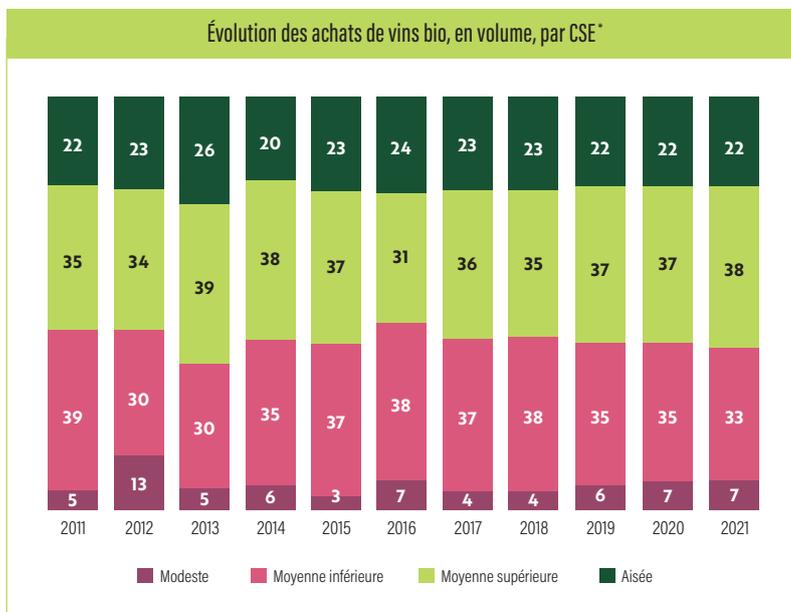


→ **60% des volumes sont achetés par les consommateurs aisés ou de classe moyenne supérieure**, à l'image du marché total vin.

- ▶ *Proportionnellement, les consommateurs aisés achètent plus de vins bio qu'un consommateur moyen.*
- ▶ *Ce sont les consommateurs les plus modestes qui achètent le moins de volumes de vins bio. Cependant, le nombre de cols achetés à l'année se stabilise, contrairement au total vin, qui voit les quantités chuter depuis 10 ans.*

**Clé de lecture :** En 2021, les consommateurs aisés ont acheté 22% des vins bio en volume.

Évolution des achats de vins bio, en volume, par CSE \*



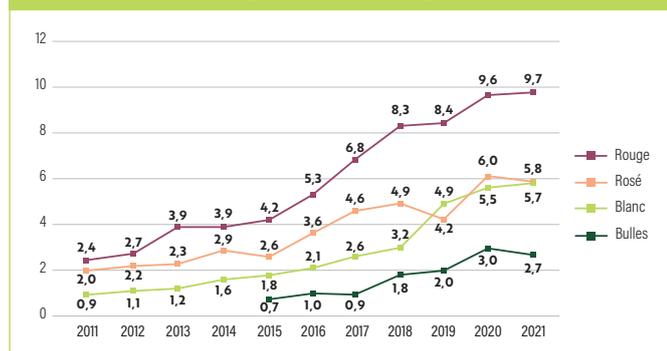
\*KANTAR étude consommateurs 2021, consommation à domicile

## Les vins rouges bio sont 2 fois plus consommés que les autres couleurs.

- **Les vins rouges bio sont les plus attractifs** : presque 1 foyer sur 10 en a acheté en 2021.
  - ▶ Ils recrutent de nouveaux consommateurs chaque année.
- Les volumes bio mis en marché sont très majoritairement méridionaux, ce qui explique le poids très fort des vins rouges sur le marché bio.
  - ▶ Bordeaux, Rhône, Languedoc-Roussillon et Provence-Corse représente 84% des volumes bio en AOP.

- **Les rosés et les blancs gagnent du terrain** : ils recrutent des consommateurs et les niveaux d'achat se maintiennent au fil des ans, à l'inverse des rouges.
  - ▶ C'est sur les blancs que la croissance des foyers acheteurs est la plus forte, et les quantités achetées sont stables.
  - ▶ Même si les rouges constituent de loin la couleur la plus achetée en 2021 (plus d'1 bouteille bio achetée sur 2 est du rouge et environ 4 bouteilles sont achetées par an), les quantités achetées ont tendance à diminuer et à se rapprocher du niveau des rosés.

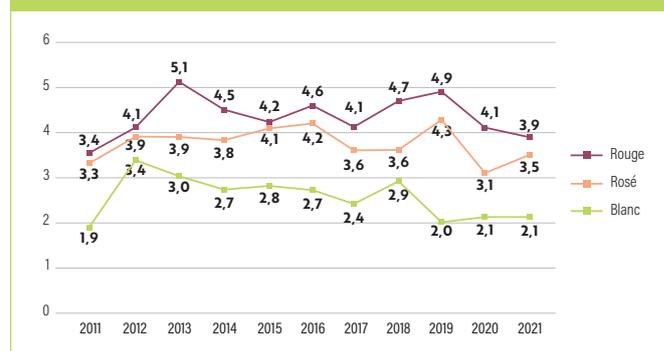
Évolution de la part de foyers acheteurs en vin biologique, par couleur (en % de consommation)\*



**Indication :** Les données en bulles bio ne sont pas disponibles avant 2014.

**Clé de lecture :** En 2021, 9,7% des consommateurs ont acheté au moins une fois du vin rouge bio dans l'année pour une consommation à domicile. Ils sont 5,7% à avoir acheté au moins une fois du vin blanc bio.

Évolution des quantités achetées par couleur (en nb de cols)\*



**Clé de lecture :** En 2021, les consommateurs de vin rouge bio ont acheté en moyenne près de 4 bouteilles dans l'année pour une consommation à domicile.



\*KANTAR étude consommateurs 2021, consommation à domicile

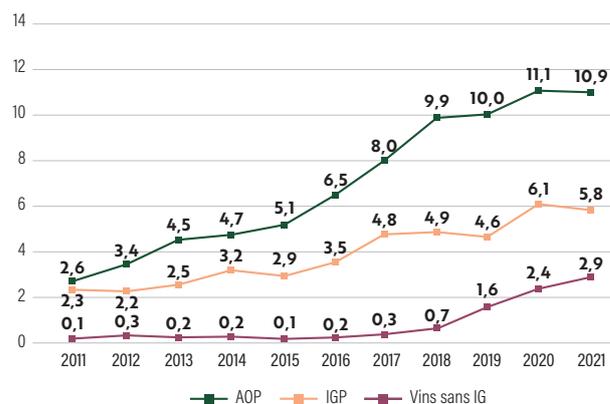
## Depuis 10 ans, au sein des vins bio, ce sont les AOP qui ont recruté le plus de consommateurs.

- Sans différence avec le total vin, les vins bio **AOP** sont achetés par une part plus importante de consommateurs que les vins bio IGP.
- En 10 ans, la part d'acheteurs en vins bio AOP a été multipliée par 4, et multipliée par 2,5 pour les vins bio IGP.
  - ▶ Même si la part d'acheteurs en vin sans IG est modeste (3% d'acheteurs), elle a connu la plus forte progression ces 4 dernières années.



- Sans différence avec le total vin, **les quantités achetées sont plus importantes en IGP, qu'en AOP.**
  - ▶ En 2021, un foyer consommateur de vin bio IGP achète en moyenne 4 bouteilles durant l'année.
  - ▶ En AOP, ces sont près de 3 bouteilles qui sont achetées.

Évolution de la part de foyers acheteurs de vins tranquilles bio par catégorie (en % de consommateurs)\*



**Clé de lecture :** En 2021, 10,9% des consommateurs ont acheté au moins une fois dans l'année un vin bio AOP. Ils sont 5,8% à en avoir acheté en IGP.

\*KANTAR étude consommateurs 2021, consommation à domicile

# Les circuits d'achat en vins bio

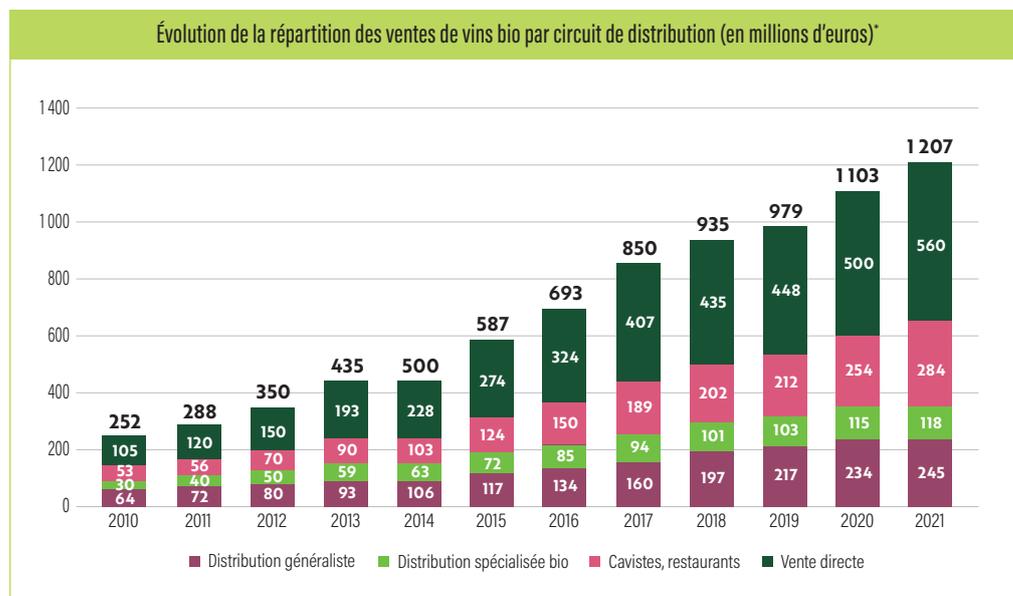
La moitié du chiffre d'affaires des vins bio se fait en vente directe.\*

→ En 2021, la valeur totale des ventes de vins bio s'élève à 1,2 milliard d'€, dont 560 millions proviennent de la vente directe, soit presque la moitié.

► Parmi l'ensemble des produits bio, ce sont les vins qui ont le plus fort poids en vente directe.

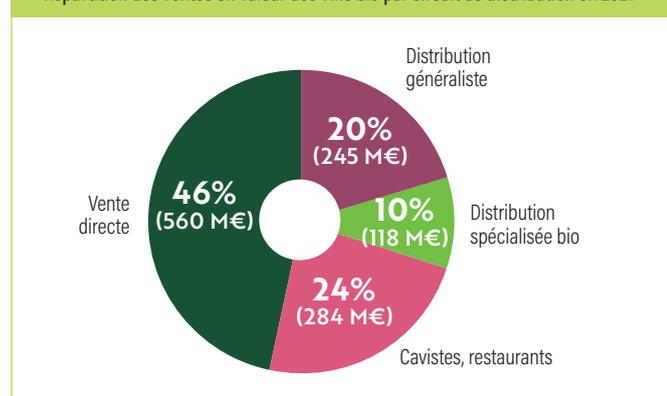
→ En distribution généraliste, le chiffre d'affaires dégagé par les vins bio est 4 fois supérieur à celui des bières bio.

► Ce poids est encore plus fort dans la distribution spécialisée bio : 15 fois.



**Clé de lecture :** En 2021, 118 millions d'€ de ventes de vin bio proviennent de la distribution spécialisée bio. Cette valeur s'élevait à 50 millions d'€ en 2012.

Répartition des ventes en valeur des vins bio par circuit de distribution en 2021\*



\*AgenceBio, Edition 2022 du baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France

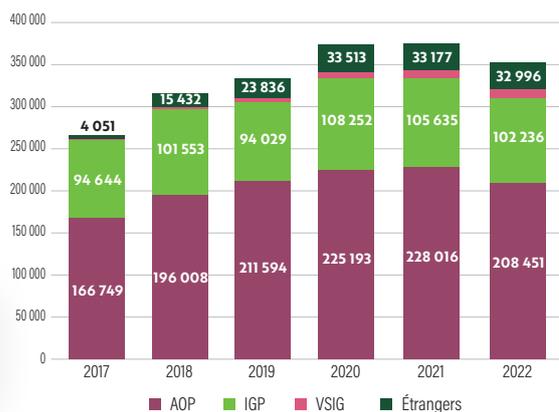
# La grande distribution alimentaire généraliste\*

## La valeur du marché a doublé entre 2016 et 2021, mais se contracte en 2022.

- Le marché des vins tranquilles bio s'est stabilisé en 2021 après plusieurs années de développement, en volume comme en valeur.
  - ▶ En 2022, il se contracte de 6% en volume et de 4% en valeur.
  - ▶ Ce recul concerne uniquement les AOP, les IGP, VSIG et vins étrangers, étant globalement stables.
  - ▶ En 2022, comme en 2021, **les vins bio constituent 6,2% du chiffre d'affaires dégagé par le rayon vin.**
- **Les AOP dominent le marché des vins bio** : elles représentent 60% des ventes en volume (contre à peine la moitié sur le marché total).

**LE MARCHÉ BIO EN 2022 = PRÈS DE 48 MILLIONS DE BOUTEILLES ET 275 MILLIONS D'€.**

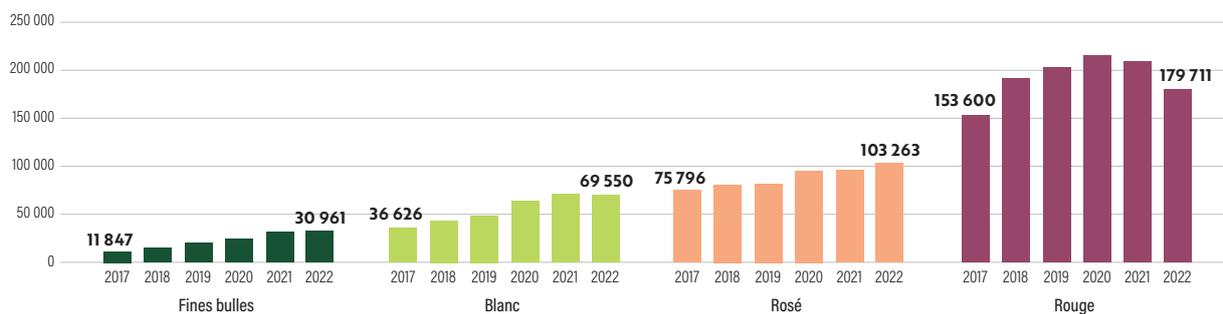
Évolution des ventes de vin tranquille bio en grande distribution généraliste par catégorie (volumes en hl)



**Clé de lecture :** En 2021, 208 451 hl de vins AOP bio ont été vendus. En 2017, ils ont été vendus à hauteur de 166 749 hl.

## La moitié des vins bio vendus en GD sont des rouges : ils suivent une tendance baissière depuis 2 ans, contrairement aux autres couleurs.

Évolution des ventes de vin bio en grande distribution généraliste (volumes en hl)



- Représentant 42% de l'ensemble des vins tranquilles, **le poids des vins rouges en grande distribution est plus important au sein des vins bio : 1 bouteille sur 2.**

**Clé de lecture :** En 2022, 69 550 hl de vins blancs bio ont été vendus en grande distribution généraliste, (vs 36 626 hl en 2017).

- Après plusieurs années d'expansion, **l'assortiment des vins rouges diminue en 2022** alors qu'il se stabilise en blancs et croît en rosés.

- Plus petit, le marché des vins effervescents bio croît rapidement : **ses volumes ont plus que triplé entre 2016 et 2022.**

\*IRI

## En rouges, les 3 géants du marché dominent également le segment des vins AB. Mais leur ventes reculent et expliquent le recul des vins rouges AB.

→ Les 3 vins rouges les plus vendus en volume sont les mêmes dans le marché des vins AB et l'ensemble du marché des rouges.

- ▶ Mais dans un ordre différent : hors logo AB, IGP Pays d'Oc devance Bordeaux et Côtes du Rhône.
- ▶ À noter que parmi les 10 meilleures ventes en 2022, seul le merlot espagnol progresse depuis 4 ans.

→ Les AOP de vins rouges sont sur-représentées dans le marché des vins AB.

- ▶ 7 AOP font partie du top 10 des vins rouges AB (contre 5 dans l'ensemble du marché où les vins sans indication géographique (VSIG) français et étrangers d'entrée de gamme ont du poids).

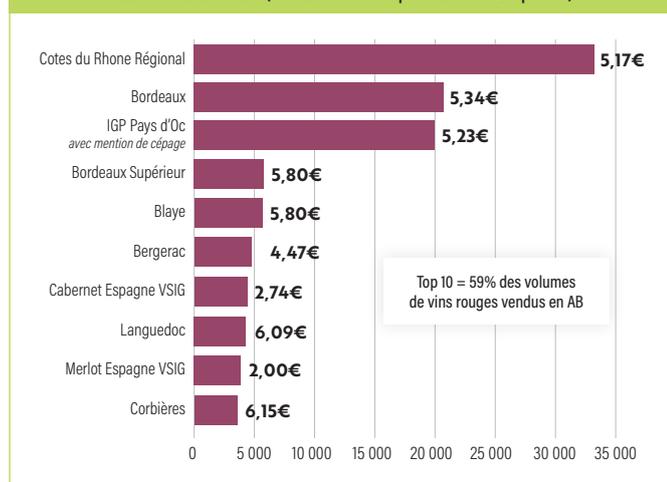
**Indication :** Pour l'IGP Pays d'Oc, la majorité des volumes est constitué de merlot, de bi-cépages et de cabernet.

→ Dans un marché des vins rouges AB en recul depuis 2 ans, 3 AOP ligériennes figurent dans le top des vins qui parviennent à développer leurs ventes depuis au moins 4 ans.

- ▶ Chinon est le 2<sup>e</sup> vin rouge à progresser le plus vite en AB avec des gains proches du leader de la croissance.

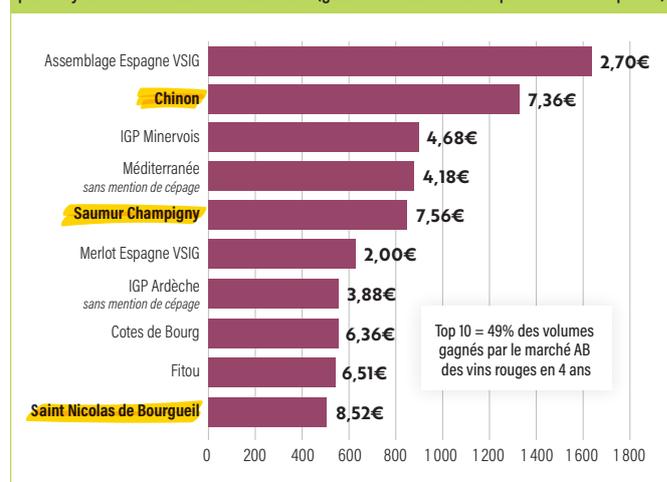


Top 10 des vins rouges AB les plus vendus en 2022 et prix moyen de vente aux consommateurs (volumes en hl et prix en € TTC / éq. 75 cl)



**Clé de lecture :** En 2022, les Côtes du Rhône représentent le vin rouge le plus vendu en grande distribution avec le logo AB. Son prix de vente aux consommateurs est de 5,17€ TTC en équivalent 75 cl.

Top 10 des vins rouges AB aux plus fortes croissances de volume entre 2019 et 2022 et prix moyen de vente aux consommateurs (gains de volume en hl et prix en € TTC / éq. 75 cl)



**Clé de lecture :** Entre 2019 et 2022, ce sont les vins espagnols d'assemblage sans indication géographique qui ont le plus progressé en volume sur le marché des vins rouges AB. Leur prix moyen de vente rapporté à la bouteille 75 cl est de 2,70€.

→ **En 2022, l'écart moyen de prix entre une bouteille de vin rouge AB et non AB est d'un peu plus de 1€.**

- ▶ C'est sur les AOP que l'écart est le plus resserré (+0,56€ / +9%) avec un impact fort de Bordeaux.
- ▶ En moyenne, les VSIG français et les vins étrangers AOP sont les mieux valorisés en AB : le prix moyen d'une bouteille dépasse les 7€.
- ▶ La valorisation du marché AB suit le même rythme que celle du marché des vins non AB : +3% entre 2021 et 2022.

Marché des vins rouges en 2022 : Prix moyens et écart de prix entre AB et non AB



**En rosés, les leaders en volume tirent la croissance du marché des vins AB, avec une nette valorisation par rapport aux vins non AB.**

→ **Le marché des vins rosés AB se concentre autour de quelques produits.**

- ▶ 80% des ventes sont faites par 10 vins (le top 10 du marché des vins rosés constitue 61% des volumes).
- ▶ Plus précisément Côtes de Provence et IGP Sable de Camargue représentent à elles 2 plus de 40% des ventes.

→ **La croissance du marché des vins rosés est faite quasi essentiellement par les principales références.**

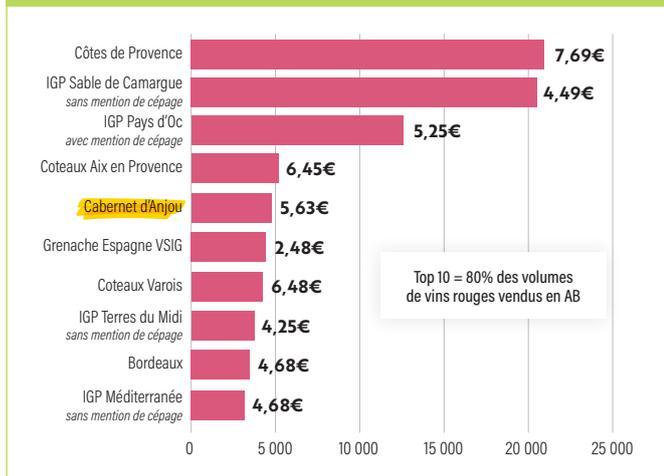
- ▶ À l'exception de l'IGP Pays d'Oc, du grenache espagnol et de Bordeaux qui perdent du terrain, les vins les plus vendus sont également ceux affichant les plus fortes croissances.
- ▶ Le leader de la croissance en rosés, l'IGP Sable de Camargue est le vin ayant gagné le plus de volumes en 4 ans, toutes couleurs confondues.

→ **Cabernet d'Anjou fait partie des vins leaders du marché AB mais son poids est moindre comparé à celui qu'il a dans l'ensemble du marché.**

Marché des rosés AB	Ensemble du marché des rosés
5 <sup>e</sup> vin en volume le plus vendu	2 <sup>e</sup> vin
4,6% de parts de marché en volume	6,7%
3 <sup>e</sup> AOP la plus vendue	1 <sup>ère</sup> AOP
9,9% de parts de marché en volume au sein des AOP	22%

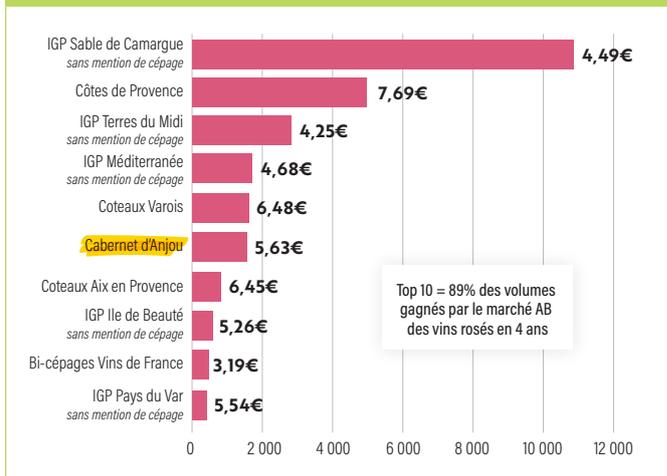


**Top 10 des vins rosés AB les plus vendus en 2022 en AB et prix moyen de vente aux consommateurs (volumes en hl et prix en € TTC / éq. 75 cl)**



**Clé de lecture :** En 2022, les Côtes de Provence représentent le vin rosé le plus vendu en grande distribution avec le logo AB. Son prix de vente aux consommateurs est de 7,69€ TTC en équivalent 75 cl.

**Top 10 des vins rosés AB aux plus fortes croissances de volume entre 2019 et 2022 et prix moyen de vente aux consommateurs (gains de volume en hl et prix en € TTC / éq. 75 cl)**



**Clé de lecture :** Entre 2019 et 2022, l'IGP Sable de Camargue a le plus progressé en volume sur le marché des vins rosés AB. Son prix moyen de vente rapporté à la bouteille 75 cl est de 4,49€.



→ En 2022, ce sont les rosés qui valorisent le plus leurs bouteilles de vin AB par rapport au reste du marché : un rosé AB est vendu en moyenne 1,90€ plus cher qu'un vin non AB.

- ▶ Les AOP sont les vins AB les mieux valorisés, avec un prix moyen proche de 7€ la bouteille.
- ▶ Pour les AOP, la valorisation du marché AB suit le même rythme que celle du marché des vins non AB : +3% entre 2021 et 2022.
- ▶ Pour les IGP, le prix des vins rosés non AB augmente plus vite (+5%) que celui des vins AB.

Marché des vins rosés en 2022 : Prix moyens et écart de prix entre AB et non AB



## En blancs, ce sont également les leaders en volume qui permettent au marché des vins AB de se développer.

→ IGP Pays d'Oc avec mention de cépages domine le marché des vins blancs AB : sa part de marché en volume est de 28% (et 18% dans l'ensemble des vins blancs).

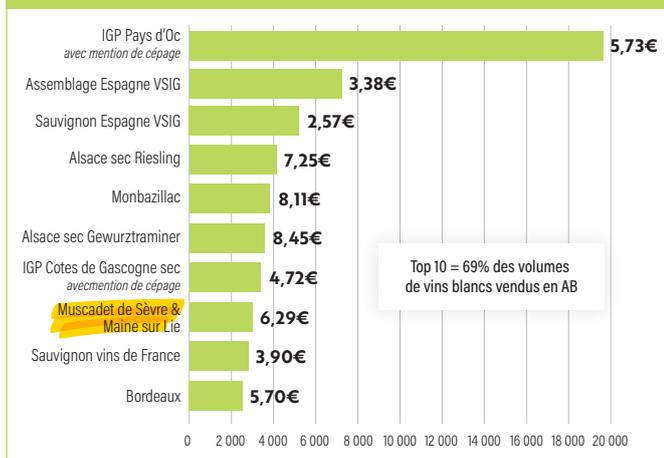
→ Comme pour les rosés, la croissance du marché des vins blancs est faite quasi essentiellement par les principales références.

▶ À l'exception de Bordeaux, les vins les plus vendus affichent les plus fortes croissances.

→ Muscadet-Sèvre-et-Maine sur lie fait partie des vins leaders du marché AB. Même si son rang est inférieur en AB que dans l'ensemble du marché, il détient une part de marché plus forte au sein des vins AB.

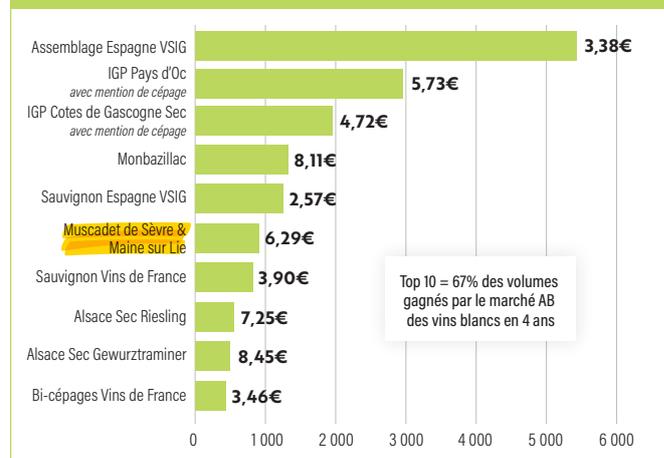
Marché des blancs AB	Ensemble du marché des blancs
8 <sup>e</sup> vin en volume le plus vendu	5 <sup>e</sup> vin
2,9% de parts de marché en volume	2,7%
4 <sup>e</sup> AOP la plus vendue	1 <sup>ère</sup> AOP
7,5% de parts de marché en volume au sein des AOP	5,8%

Top 10 des vins blancs AB les plus vendus en 2022 et prix moyen de vente aux consommateurs (volumes en hl et prix en € TTC / éq. 75 cl)



**Clé de lecture :** En 2022, l'IGP Pays d'Oc avec mention de cépages représente le vin blanc le plus vendu en grande distribution avec le label AB. Son prix de vente aux consommateurs est de 5,73€ TTC en équivalent 75 cl.

Top 10 des vins blancs AB aux plus fortes croissances de volume entre 2019 et 2022 et prix moyen de vente aux consommateurs (gains de volume en hl et prix en € TTC / éq. 75 cl)



**Clé de lecture :** Entre 2019 et 2022, ce sont les vins espagnols d'assemblage sans indication géographique qui ont le plus progressé en volume sur le marché des vins blancs AB. Leur prix moyen de vente rapporté à la bouteille 75 cl est de 3,38€.

→ En 2022, les blancs constituent la couleur la mieux valorisée en AB avec un prix moyen supérieur à 7€ la bouteille.

- ▶ Les AOP sont les vins AB les mieux valorisés, avec un prix moyen supérieur à 8€ la bouteille.
- ▶ La valorisation du marché AB n'est que de 1% entre 2021 et 2022 alors qu'en non AB, le prix moyen a augmenté de 4%.

Marché des vins blancs en 2022 : Prix moyens et écart de prix entre AB et non AB



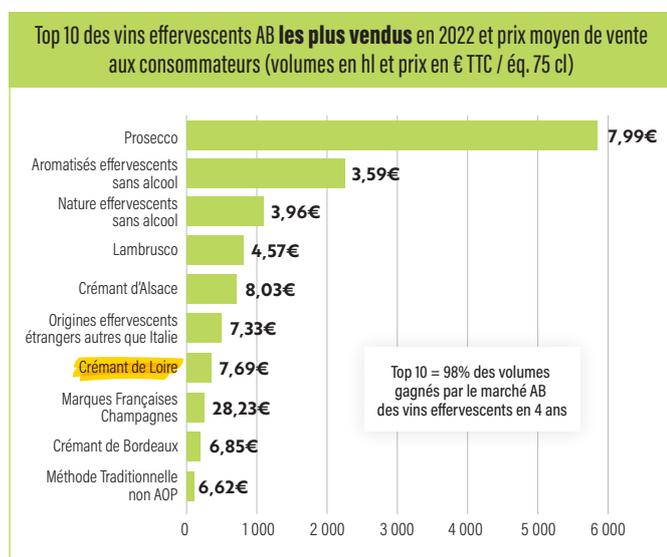
## La croissance du marché des vins effervescents AB est clairement portée par le Prosecco.

→ **1 bouteille de vin effervescent AB sur 3 est un Prosecco.** Ses ventes expliquent la moitié de la croissance du marché AB des vins effervescents en 4 ans.

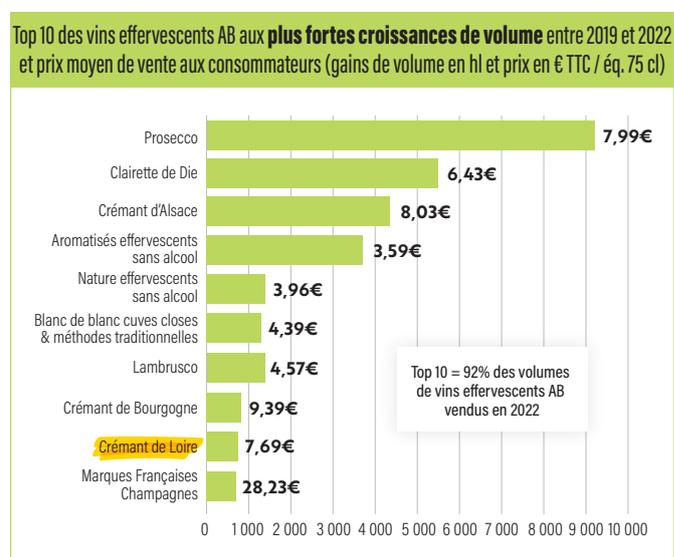
→ Hors Prosecco, **les vins sans alcool AB ont significativement augmenté leurs ventes.**

→ **Champagne et Cuves closes sont quasi absents du marché AB.**

→ **Crémant de Loire fait partie des 10 références les plus vendues en AB et qui se développent.**



**Clé de lecture :** En 2022, Prosecco représente le vin effervescent le plus vendu en grande distribution avec le logo AB. Son prix de vente aux consommateurs est de 7,99€ TTC la bouteille de 75 cl.



**Clé de lecture :** Entre 2019 et 2022, Prosecco a le plus progressé en volume sur le marché des vins effervescents AB. Son prix moyen de vente est de 7,99€ la bouteille.

→ **En 2022, le prix moyen d'un vin effervescent AB est inférieur de 10% à celui d'un vin non AB**, en lien avec la quasi absence des champagnes en AB.

- ▶ Pour les AOP, un vin AB est valorisé 18% de plus qu'un vin non AB (7,37€ vs 6,25€).
- ▶ Le Prosecco bio se positionne juste en-dessous des 8€ la bouteille en AB, soit 24% de plus qu'en non AB.

Marché des vins effervescents en 2022 : Prix moyens et écart de prix entre AB et non AB

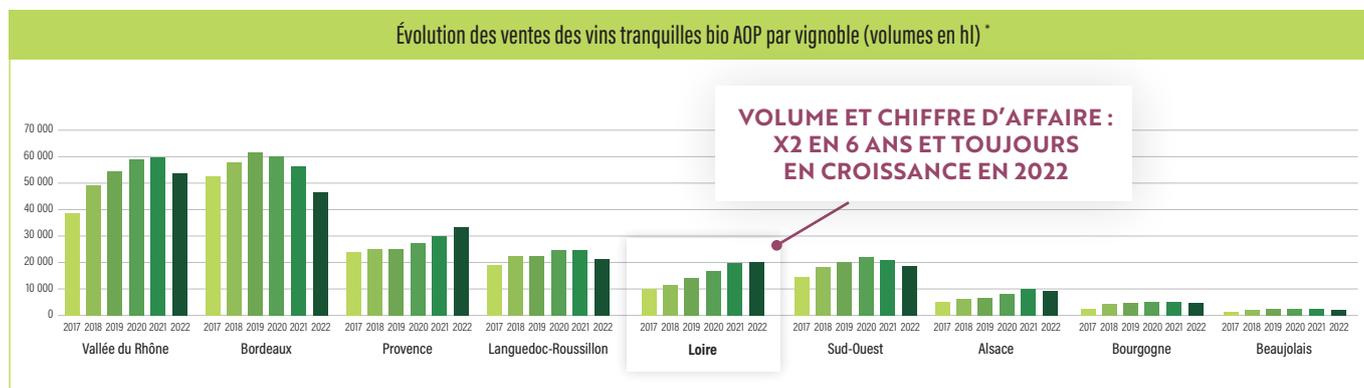


## En 2022, la Loire est le seul vignoble d'AOP (avec la Provence) à poursuivre la croissance de son marché bio dans la grande distribution.

→ **La croissance du marché des vins bio de Loire est ininterrompue** : le chiffre d'affaires et les volumes ont plus que doublé en 5 ans. En 2022, les ventes progressent de 4% en volume et de 2% en valeur.

→ **La Loire est sous-représentée au sein des vins bio** : elle pèse 10% des volumes (vs 16% sur le total marché).

→ **Les vins bio restent un marché de niche pour la Loire** : ils représentent 3% des volumes du vignoble vendus en GD et 5% du chiffre d'affaires.



**Clé de lecture** : La Loire a vendu 20 000 hl de vins bio AOP en 2022 en grande distribution généraliste (vs 10 000 hl en 2017).



→ **Les rouges de Loire constituent la couleur la plus vendue dans le marché AB des vins de Loire**. Pour les vins de Loire hors logo AB, les rosés et les blancs devancent les rouges en volume.

▶ Cabernet d'Anjou est l'AOP ligérienne la plus vendue en AB, devant Saumur Champigny et Chinon.

→ **Toutes les couleurs et les fines bulles développent au fil des ans leurs ventes en AB.**

▶ Ce sont les rouges qui assurent le plus la croissance.

▶ Cabernet d'Anjou est l'AOP dont les ventes en AB ont le plus augmenté en 4 ans, devant Chinon et Saumur Champigny.

# L'offre de vins bio dans les circuits traditionnels (cavistes et restauration)

En 2022, 1 bouteille sur 5 présente chez les cavistes français est un vin bio.

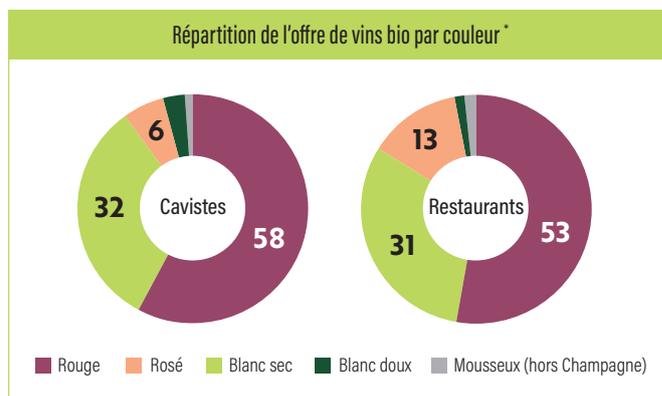
→ L'offre de vins chez les cavistes est constituée à 21% de vins bio, en vins tranquilles comme en mousseux.

▶ Les relevés des cartes au restaurant montrent la présence de 10% de vins bio au sein des vins tranquilles et 7% au sein des vins mousseux.

→ Dans les 2 circuits, les rouges dominent l'offre de vins bio (plus de la moitié des références).

- ▶ Les blancs secs bio représentent le tiers de l'offre.
- ▶ Les rosés bio ont deux fois plus de poids dans l'offre des restaurateurs que des cavistes.
- ▶ Les vins mousseux bio, hors Champagne et les vins blancs mœlleux bio, constituent une offre confidentielle.

→ Les AOP constituent les ¾ de l'offre de vins bio.



**Clé de lecture :** chez les cavistes, 32% de l'offre de vins bio concerne les blancs secs (et 31% dans les restaurants).



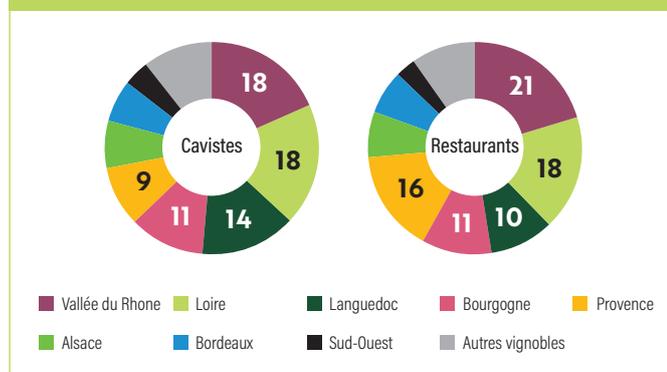
Source : Symétris

## Chez les cavistes comme chez les restaurateurs, 1 bouteille sur 5 de vins AOP bio provient de la Loire.

- **L'offre bio de la Loire est la 2<sup>e</sup> plus large** dans les 2 circuits, après celle de la Vallée du Rhône.
- Vallée du Rhône, Loire et Languedoc représentent la moitié de l'offre bio dans les 2 circuits.
- **C'est en rouge que l'offre ligérienne est la plus large.** La Loire présente la 3<sup>e</sup> offre bio chez les cavistes après la Vallée du Rhône et le Languedoc-Roussillon, et la 2<sup>e</sup> au restaurant, toujours après la Vallée du Rhône. Chinon est la 5<sup>e</sup> AOP la mieux référencée chez les cavistes et la 3<sup>e</sup> au restaurant. Saumur-Champigny, Bourgueil, Anjou et St Nicolas sont dans le top 20.
- **En blancs secs, la Loire constitue ¼ de l'offre** dans les 2 circuits. Il s'agit de **l'offre bio la plus large** devant l'Alsace et la Bourgogne. Anjou est la 2<sup>e</sup> AOP la mieux référencée chez les cavistes et Sancerre, Savennières, Saumur, Muscadet Sèvre-et-Maine, Vouvray et Muscadet Sèvre-et-Maine sur lie sont dans le top 20.
- **En blancs doux, l'offre est clairement dominée par la Loire** et les Coteaux du Layon (20% des références à eux seuls).



Répartition de l'offre de vins bio au sein des AOP par vignoble (en %) \*



**Clé de lecture :** chez les cavistes comme sur les cartes des restaurants, la Loire représente 18% de l'offre vins bio.

→ **En rosés, l'offre ligérienne en bio est quasi absente** et est représentée principalement par le Cabernet d'Anjou, les Fiefs vendéens et le Chinon. La Provence constitue les 2/3 de l'offre.

→ **La Loire détient l'offre la plus large en fines bulles** devant l'Alsace et le Languedoc. Vouvray, Crémant de Loire et Montlouis-sur-Loire constituent l'essentiel de la gamme bio.

# INTERLOIRE

Interprofession des Vins du Val de Loire

62, rue Blaise Pascal - CS 61921 - 37019 Tours Cedex 1

Tél. : +33 (2) 47 60 55 00 • Fax : 33 (2) 47 60 55 09

[www.vinsvalde Loire.fr](http://www.vinsvalde Loire.fr) • [contact@vinsvalde Loire.fr](mailto:contact@vinsvalde Loire.fr)

Association Interprofessionnelle

## LOIRE VIN BIO



LOIRE VIN BIO

9 rue André Brouard - BP 70510 - 49105 Angers

Tél. : 02 41 18 61 40

