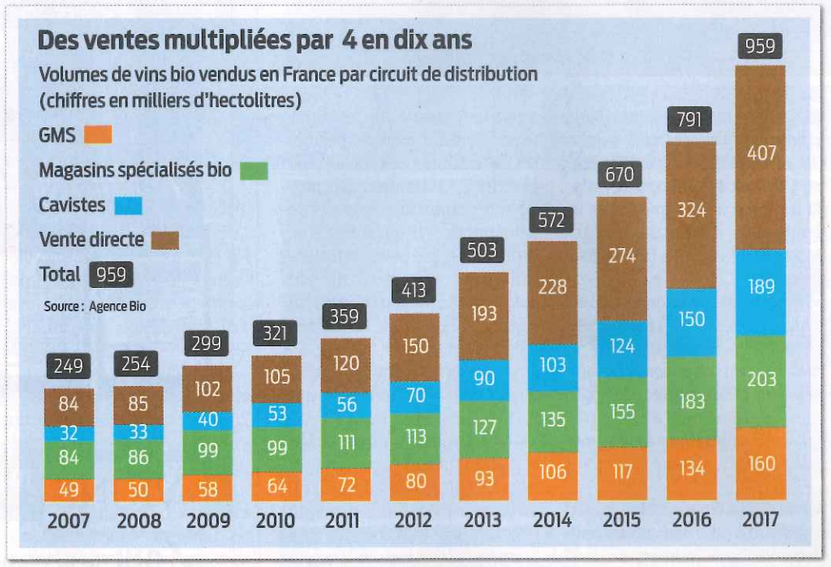
Perspectives radieuses pour les vins biologiques

Les consommateurs privilégient les produits sains et « sans ». La croissance des vins bio s'inscrit dans cette tendance. La grande distribution, qui pèse encore peu sur ce marché, s'y engouffre avec de grosses ambitions.



« *Le débat d'opportunité – on y va, on n'y va pas – est terminé. La question, aujourd'hui, c'est comment on passe au bio.* » Denis Verdier, président de l'ICV, a magistralement conclu le colloque organisé ce jeudi 23 mai par l'ICV, au cœur même de la cave des Vignerons d'Héraclès, leader français des vins bio. Les interventions de la matinée n'ont effectivement laissé aucune place au doute. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : dans un contexte de diminution de la consommation de vins en France, celle de vins bio affiche une croissance insolente : + 16,8 % par an en volume pour la période 2012-2017 et cela malgré le déficit de disponibilité. L'avenir semble tout aussi rose puisque les prévisions de Sudvinbio tablent sur une progression de 14 % par an en volume jusqu'en 2022. Des chiffres qui collent avec l'évolution des tendances de consommation surveillées par Pascale Hébel, directrice du pôle consommation et entreprise au Crédoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie).

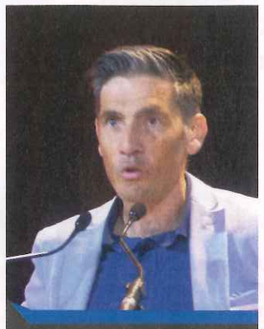
« Les jeunes générations sont celles qui se sentent les plus concernées. »

Pascale Hébel, directrice du pôle consommation et entreprise au Crédoc © M. TRÉVOUX

« La dégradation de l'environnement est une inquiétude majeure des consommateurs français. *La proportion des consommateurs qui, dans nos enquêtes, la situent dans leurs deux premières préoccupations a encore bondi de 7 % en 2018 pour atteindre 25 %. Et les jeunes générations, tout comme les populations les plus diplômées, sont celles qui se sentent les plus concernées* », souligne-t-elle. Cette montée en puissance des valeurs environnementales s'accompagne d'une prise de conscience de l'impact de l'alimentation sur la santé, un phénomène très récent, souligne l'analyste. *« Après les crises de la vache folle, de la fraude sur les lasagnes à la viande de cheval, des œufs contaminés au fipronil, 74 % des Français se disent inquiets pour leur alimentation. Dans ce contexte, le bio rassure »*, indique-t-elle. Ces dernières années, cette tendance s'est renforcée : les consommateurs se tournent non seulement vers les produits sans pesticides, mais ils tendent à exclure tous les produits de synthèse de leur alimentation (conservateurs, colorants...). C'est l'ère des produits « sans ». *« On passe d'une obligation de moyens avec le bio à une obligation de résultat avec les produits sans »*, pointe-t-elle.

Directeur des achats de vin chez Gérard Bertrand, Stéphane Queralt voit un avenir radieux pour les vins bio. *« Aujourd'hui, les vins bio représentent 30 % du volume de notre sourcing. Nous visons 50 % en 2020. La croissance de la consommation va se poursuivre d'ici à 2022. Les prévisions misent sur un milliard de bouteilles consommées annuellement dans le monde d'ici trois ans. Deux pays majeurs – USA et Chine – n'ont pas encore réagi. Ils représentent un immense marché potentiel »*, avance-t-il.

Pour Stéphane Queralt, aucun doute, l'avenir de la région est dans le bio. *« Le bio doit devenir le standard pour notre région dans les dix ans à venir, avec un développement des recherches pour progresser dans notre production (cépages résistants, irrigation, limitation de la mortalité due à l'esca, réduction des degrés d'alcool...). Demain, le bio sera une des conditions indispensables pour continuer à vendre du vin »*, affirme-t-il. Mais l'acheteur prévient : *« Les vins bio sont vendus plus cher. Il faut donc être plus exigeant sur leur qualité, en particulier pour les rouges qui manquent parfois de maturité et de concentration. »*



« Demain, le bio sera une des conditions indispensables pour continuer à vendre du vin. »

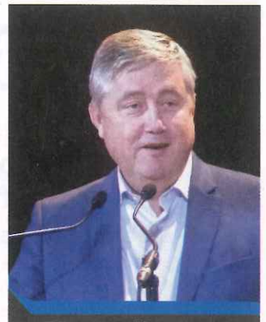
Stéphane Quéralt, directeur des achats de vin chez Gérard Bertrand © M. TRÉVOUX

Autre analyse concordante : celle de Benoît Soury, directeur du marché bio chez Carrefour. *« La progression du bio est un événement majeur*, estime-t-il. *Notre chiffre d'affaires dans ce secteur a progressé de 1,2 milliard d'euros en 2017 à 1,8 en 2018. Et nous visons les 5 milliards d'euros d'ici à 2022. »* Dans le rayon vins de Carrefour, les références en bio représentent aujourd'hui 10 % de l'offre, alors que le chiffre d'affaires ne pèse que 3 % du total du rayon.

En surreprésentant les vins bio, Carrefour espère inciter les consommateurs à les acheter. *« On peut se le permettre. C'est une période d'adaptation que nous avons déjà connue avec d'autres produits, mais c'est une situation qui n'est pas tenable à long terme. Nous allons adapter notre offre et nos outils de vente. Nous allons également former nos équipes aux vins bio. »* Le groupe a ainsi mené un test cette année dans son hypermarché de Chambourcy, en région parisienne, où un espace bio de 600 m² regroupe la totalité de l'offre bio. L'expérience a sans doute été concluante puisqu'elle sera étendue à une dizaine d'hypers en 2019.

Benoît Soury a également annoncé le doublement du nombre de références de vins bio dans les Carrefour bio en 2019. *« Les consommateurs veulent une origine France pour les vins bio. C'est une très grande chance pour les producteurs car le rapport de force est inversé, vu les faibles disponibilités de l'offre française »*, a-t-il poursuivi. Ce qui n'empêchera pas le groupe d'accroître ses exigences vis-à-vis de ses fournisseurs : *« Pour justifier du delta de prix entre bio et conventionnel, il faut plus de transparence. Il faut passer d'une obligation de moyens, à un discours par la preuve »*.

Metteurs en marché, distributeurs, enquêtes d'opinion...



« Nous allons adapter notre offre et nos outils de vente et former nos équipes aux vins biologiques. »

Benoît Soury, directeur du marché bio chez Carrefour © M. TRÉVOUX

Tous s'accordent pour prédire un avenir florissant aux vins bio. Reste à alimenter ce marché prometteur.

MICHÈLE TRÉVOUX