

Une industrie qui passe au vert

Vendre des vins durables

SEPTEMBRE 2024

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----------------|
| SYNTHÈSE | <u>3</u> |
| DESCRIPTION DU SONDAGE | <u>4</u> |
| L'IMPORTANCE DES PRATIQUES ÉCO-RESPONSABLES AUX YEUX DU NÉGOCE | <u>5</u> |
| L'IMPORTANCE DES PRATIQUES ÉCO-RESPONSABLES AUX YEUX DES CONSOMMATEURS | <u>6</u> |
| LA PERCEPTION DE LA VALEUR AJOUTÉE AU VIN | <u>7</u> |
| OBSERVATIONS COMPLÉMENTAIRES DU SONDAGE | <u>8</u> |
| SOURCES | <u>9</u> |

SYNTHÈSE

La sensibilisation croissante aux enjeux environnementaux a conduit à une demande accrue de la part des consommateurs pour des produits écoresponsables : les industries du monde entier ressentent la pression de réduire leur impact écologique. En conséquence, le développement durable a été propulsé au premier plan des stratégies commerciales, et les vignobles ne font pas exception à cette tendance. Les producteurs ont redoublé leurs efforts pour limiter leur empreinte carbone et mettre en œuvre des pratiques agricoles régénératives, en réduisant le poids des bouteilles ou en abandonnant l'usage de produits chimiques dans les vignobles, par exemple. Cette tendance ne fait que se renforcer, le marché du vin biologique à lui seul devant augmenter de 10,5 % (taux de croissance annuel composé) à l'échelle mondiale entre 2024 et 2030.¹

Pour évaluer la demande du marché en matière de pratiques durables, nous avons mené une enquête approfondie auprès de 48 acteurs clés du marché international des grands vins. Nous avons demandé à ces experts de classer dix pratiques durables en fonction de l'influence qu'elles exercent sur leurs décisions d'achat et sur celles de leurs clients. Nous leur avons ensuite demandé d'estimer la prime économique que ces pratiques pourraient générer.

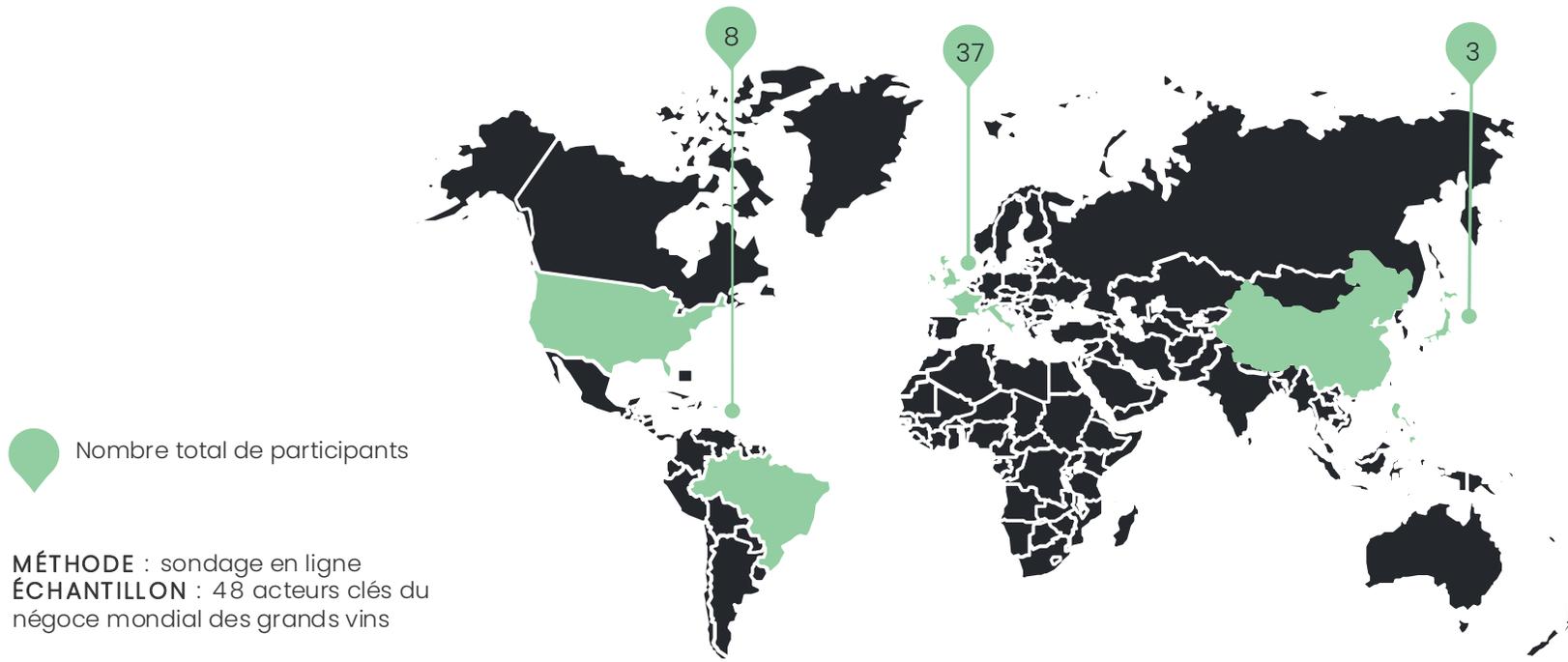
Les résultats de l'enquête illustrent un alignement clair entre les priorités du commerce et celles des consommateurs, avec cinq pratiques clés qui émergent comme les plus importantes pour les deux publics : la biodynamie, la neutralité carbone, les certifications bio, la Haute Valeur Environnementale (HVE) ou équivalent et les emballages minimaux et/ou recyclés. Par ailleurs, plus de 95 % des répondants estiment qu'une augmentation des prix pourrait être engendrée par l'adoption de pratiques écologiques, suggérant une corrélation positive entre les efforts de durabilité et la perception de la valeur ajoutée.

DESCRIPTION DU SONDAGE

Wine Lister a réalisé un sondage auprès de la majorité des plus grands marchands du monde, des principales maisons de vente aux enchères, et de plusieurs marchands spécialisés haut de gamme.

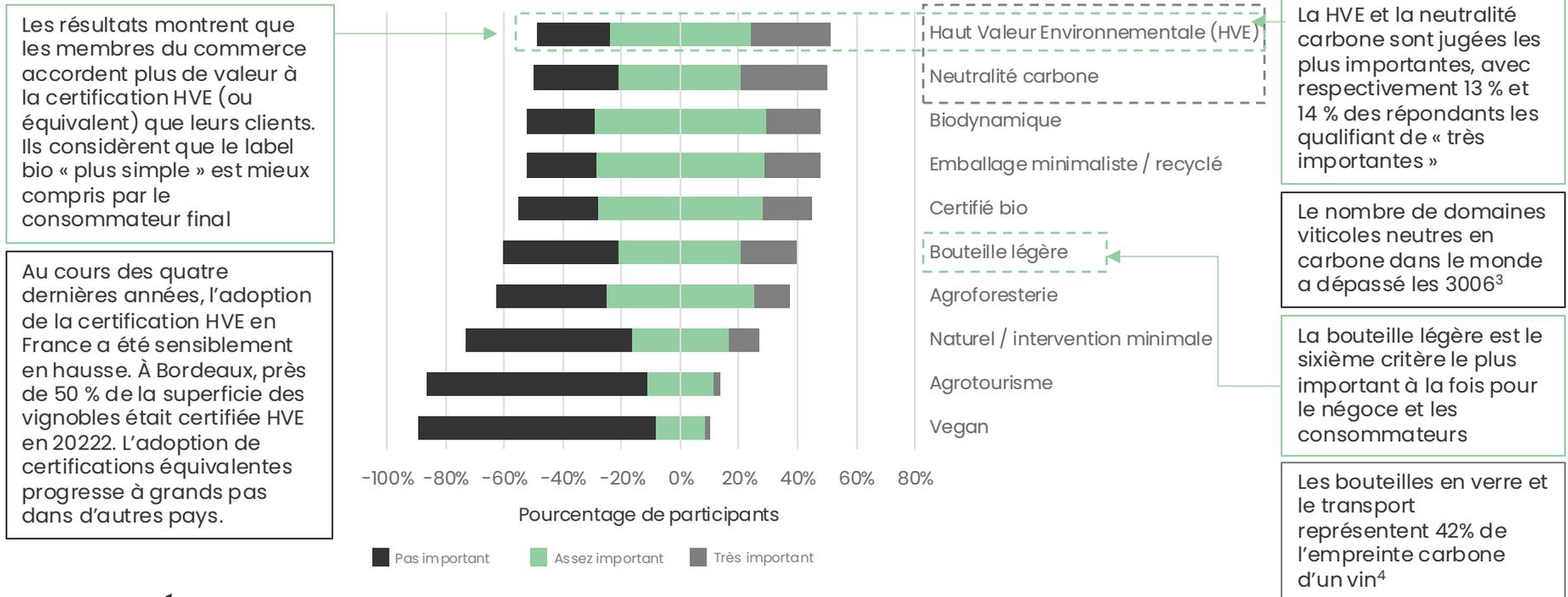
Les répondants, représentant plus d'un tiers du chiffre d'affaires mondial des grands vins, fournissent un aperçu unique de la perception des pratiques durables d'un point de vue du négoce et de leurs consommateurs

PROFIL GÉOGRAPHIQUE DES MEMBRES FONDATEURS



L'IMPORTANCE DES PRATIQUES ÉCO-RESPONSABLES AUX YEUX DU NÉGOCE

DANS QUELLE MESURE L'ENGAGEMENT D'UN DOMAINE VITICOLE DANS LES INITIATIVES ÉCOLOGIQUES SUIVANTES INFLUENCE-T-IL VOTRE DÉCISION D'ACHAT ?



L'AVIS DU NÉGOCE

« Les clients peuvent facilement comprendre des concepts comme le bio, tandis que dans le commerce, nous savons que le bio ne sera pas toujours la solution idéale, selon les objectifs écologiques de chacun. Par exemple, à Bordeaux, cela peut entraîner une utilisation excessive du cuivre. »

- UN MARCHAND SPÉCIALISÉ BRITANNIQUE

« Il serait faux de dire que nous basons nos décisions d'achat de grands vins sur ces critères. Cependant, je crois que tous [ces critères] sont extrêmement importants et qu'ils deviendront cruciaux aux yeux des consommateurs dans les années à venir. »

- UN GRAND NÉGOCIANT BORDELAIS

« Si un domaine viticole vante ses initiatives éco-responsables dans le vignoble et la cave sur son site internet, mais envoie deux ou trois bouteilles dans un étui en polystyrène, couvertes de papier bulle ou de film plastique, cela sonne faux. »

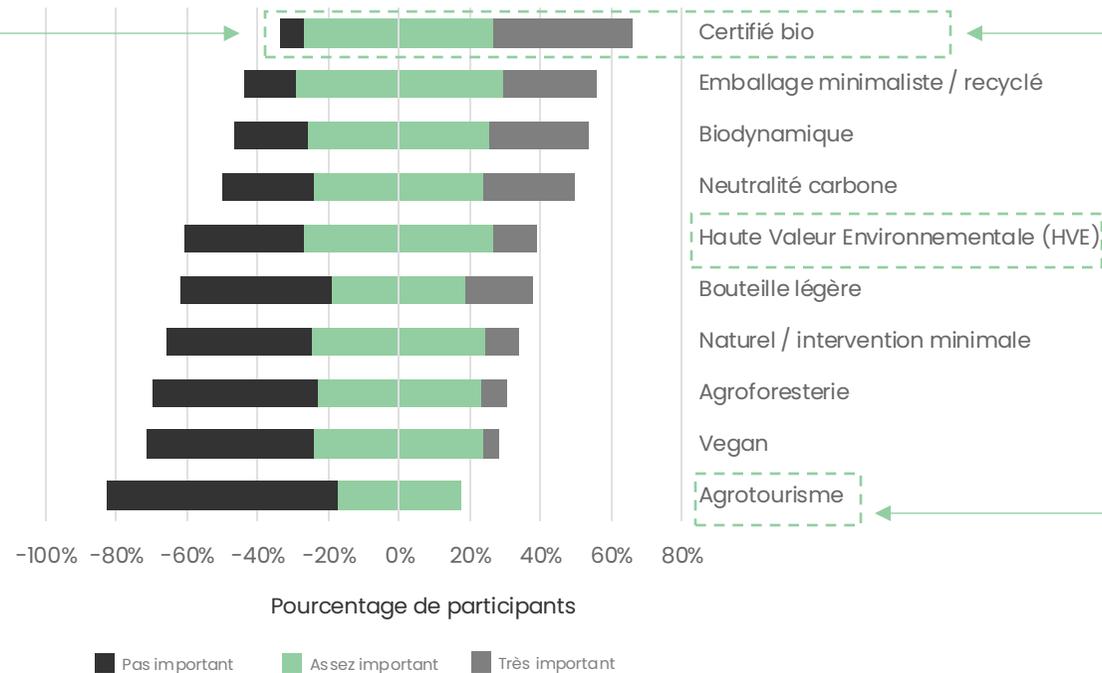
- UN MARCHAND SPÉCIALISÉ BRITANNIQUE

L'IMPORTANCE DES PRATIQUES ÉCO-RESPONSABLES AUX YEUX DES CONSOMMATEURS

DANS QUELLE MESURE LA MISE EN ŒUVRE DES INITIATIVES ÉCOLOGIQUES SUIVANTES PAR UN DOMAINE VITICOLE INFLUENCE-T-ELLE LES DÉCISIONS D'ACHAT DE VOS CLIENTS ?

Selon notre enquête, la certification bio est plus importante pour les consommateurs que pour le négoce (peut-être en raison d'une connaissance des différentes certifications éco-responsables plus nuancées chez les membres du négoce)

Une étude de 2021 menée par Ecological Economics a montré que, dans un échantillon de 128.182 vins, les certifications bio et biodynamique sont associés à des notes de critiques plus élevées (+6,2% et +5,6%, respectivement) par rapport aux vins conventionnels



La certification bio est considérée comme étant la pratique la plus importante, avec 17% des participants la jugeant comme « très importante » pour leurs clients

La certification HVE se classe cinquième, ce qui pourrait suggérer une disparité dans la connaissance de cette certification entre le négoce et les consommateurs

L'agrotourisme n'a été jugé « très important » pour les acheteurs finaux par aucune des personnes interrogées

L'AVIS DU NÉGOCE

« Les bouteilles légères sont importantes dans le commerce (y compris pour les frais d'expédition !) mais pour les clients, je crois qu'il y aura malheureusement encore des connotations de qualité associées au verre plus lourd. »

- UN MARCHAND SPÉCIALISÉ BRITANNIQUE

« Les consommateurs sont motivés par les questions écologiques mais ne comprennent pas toutes les implications. Ils peuvent, par exemple, être familiers avec des termes tels que « bio », mais « HVE » est trop compliqué. »

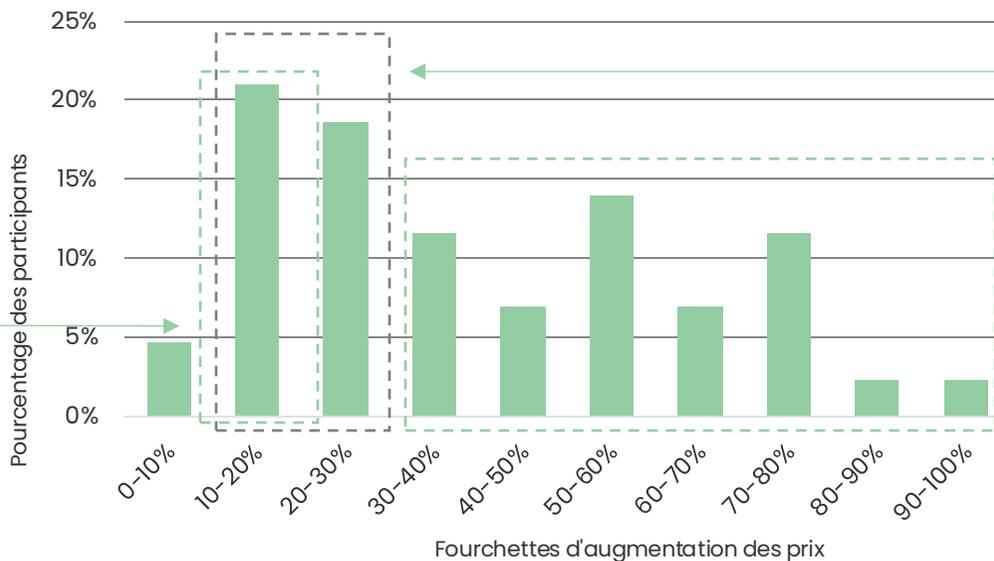
- UN MARCHAND SPÉCIALISÉ BRITANNIQUE

LA PERCEPTION DE LA VALEUR AJOUTÉE AU VIN

DANS QUELLE MESURE L'ADOPTION DE CES PRATIQUES POURRAIT-ELLE INFLUENCER LE PRIX D'UN VIN?

Plus de 95 % des personnes interrogées s'attendent à ce que les prix augmentent avec l'adoption de pratiques éco-responsables

Une grande partie des personnes interrogées (21 %) pensent que l'adoption de pratiques respectueuses de l'environnement pourrait entraîner une augmentation des prix de 10 à 20 %



40 % des personnes interrogées suggèrent une augmentation modeste mais significative des prix dans une fourchette de 10 à 30 %

Toutefois, 55 % des personnes interrogées estiment que ces pratiques peuvent entraîner une augmentation des primes de 30 à 100 %

Les professionnels du vin s'accordent à dire que l'adoption de pratiques durables ajoute de la valeur aux vins, soulignant ainsi l'avantage économique supplémentaire d'une viticulture éco-responsable. Dans une enquête menée auprès de 528 consommateurs italiens par le *Journal of Agriculture and Food Research* entre décembre 2022 et février 2023⁶,

- La plus grande partie de l'échantillon (38 %) a déclaré qu'elle était prête à payer un supplément de prix compris entre 1,01 € et 3,00 € pour une bouteille de vin produite avec des pratiques respectueuses de l'environnement
- 20 % des personnes interrogées se sont déclarées prêtes à payer un supplément de plus de 5 euros par bouteille

OBSERVATIONS COMPLÉMENTAIRES DU SONDAGE

« Le consommateur brésilien n'est pas encore très conscient de l'importance des pratiques respectueuses de l'environnement, en particulier dans l'emballage des vins (par rapport, par exemple, à la gestion des vignobles). Le fait qu'un vin soit biologique ou biodynamique est généralement perçu comme très positif et peut entraîner un prix légèrement plus élevé. D'une manière générale, un grand nombre des domaines viticoles les plus réputés au monde, y compris à Bordeaux, appliquent déjà des pratiques respectueuses de l'environnement dans les vignobles. C'est ce qu'attend le consommateur haut de gamme, qui a tendance à considérer que ces initiatives contribuent à la qualité finale des vins. L'intervention naturelle / minimale (du moins en tant qu'identité manifeste de la marque) est une petite niche quelque peu isolée du reste des producteurs. »

- UN IMPORTATEUR SUD-AMÉRICAIN DE PREMIER ORDRE

« Les efforts en faveur de la durabilité deviennent un élément crucial de la conduite des affaires et il est essentiel que les producteurs s'y intéressent. Les bouteilles en verre sont le plus gros contributeur à l'empreinte carbone de notre entreprise. »

- UN MARCHAND BRITANNIQUE DE PREMIER ORDRE

« Les vins écologiques peuvent être intéressants pour certains clients. Il peut s'agir d'un complément. Mais en fin de compte, c'est la qualité du vin qui compte. »

- UNE MAISON D'ENCHÈRES EUROPÉENNE

« La bouteille légère est importante, mais seulement sur certains marchés (le Canada, par exemple). En revanche, elle pénalise les ventes en Chine. Certains consommateurs comprennent les termes « biologique », « biodynamique » et « vegan ». Les autres classifications ne sont pas encore connues sauf pour les consommateurs ultra-savants qui visitent les propriétés. Il s'agit d'une minorité de consommateurs. »

- UN GRAND NÉGOCIANT BORDELAIS

« Pour l'instant, ces facteurs ne sont pas vraiment pris en compte par nos consommateurs, même s'ils apprécieraient d'en entendre parler en tant qu'argument de vente supplémentaire. »

- UN MARCHAND SPÉCIALISÉ BRITANNIQUE

« Le client ne veut plus de superflu, l'emballage ne sert finalement à rien, [...] le client demande de plus en plus de bon sens plutôt qu'une certification. »

- UN MARCHAND SPÉCIALISÉ FRANÇAIS

« Les facteurs végétaliens et biologiques intéressent des groupes de clients de niche, mais ne constituent généralement pas le principal facteur de décision. Pour les vins naturels, la décision d'achat est plus délibérée, mais elle est souvent influencée par la réputation du vin et du viticulteur. Pour l'emballage, il s'agit d'une question de boucles d'or, ni trop ni trop peu. »

- UN IMPORTATEUR SPÉCIALISÉ BRITANNIQUE

SOURCES

¹ Grand View Research, "Organic Wine Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Red, White), By Packaging (Bottles, Cans, Others), By Distribution Channel (On Trade, Off Trade), By Region, And Segment Forecasts, 2024 – 2030", <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/organic-wine-market-report>

² Bordeaux fête le vin, 'Bordeaux, Vignoble Engagé', <https://www.bordeaux-fete-le-vin.com/engagements/vignoble-engagé.html>

³ Wine Caverns, 'Exploring Eco-Friendly & Sustainable Wine Practices 2024', <https://thewinecaverns.co.uk/blogs/news/exploring-eco-friendly-sustainable-wine-practices>

⁴ Wine Caverns, 'Exploring Eco-Friendly & Sustainable Wine Practices 2024', <https://thewinecaverns.co.uk/blogs/news/exploring-eco-friendly-sustainable-wine-practices>

⁵ Delmas, M. & Gergaud, O. (2021). "Sustainable practices and product quality: Is there value in eco-label certification? The case of wine." *Ecological Ergonomics*

⁶ Sgroi, F., Maenza, L., Modica, F. (2023). "Exploring consumer behavior and willingness to pay regarding sustainable wine certification." *Journal of Agriculture and Food Research*

