

Tendances économiques et sociétales de la filière vin

- *Les tendances du marché du vin en France et à l'étranger.*
- *La tendance des vins No/Low.*

Arnaud SOULIER

Directeur Marketing International Groupe SOFRALAB



LE VIN REDEVIENT LA BOISSON PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS



LES BOISSONS ALCOOLISÉES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2024

60%VIN
+5 PTS // 2023**58%**BIÈRE
+2 PTS // 2023**39%**CHAMPAGNE
+2 PTS // 2023**31%**COCKTAILS
+2 PTS // 2023**22%**CIDRE
= // 2023**21%**SPIRITUEUX PURS
+1 PT // 2023

LE VIN PROGRESSE CHEZ



LE CHAMPAGNE PROGRESSE CHEZ

LES 18-25 ANS
+7 PTS // 2023

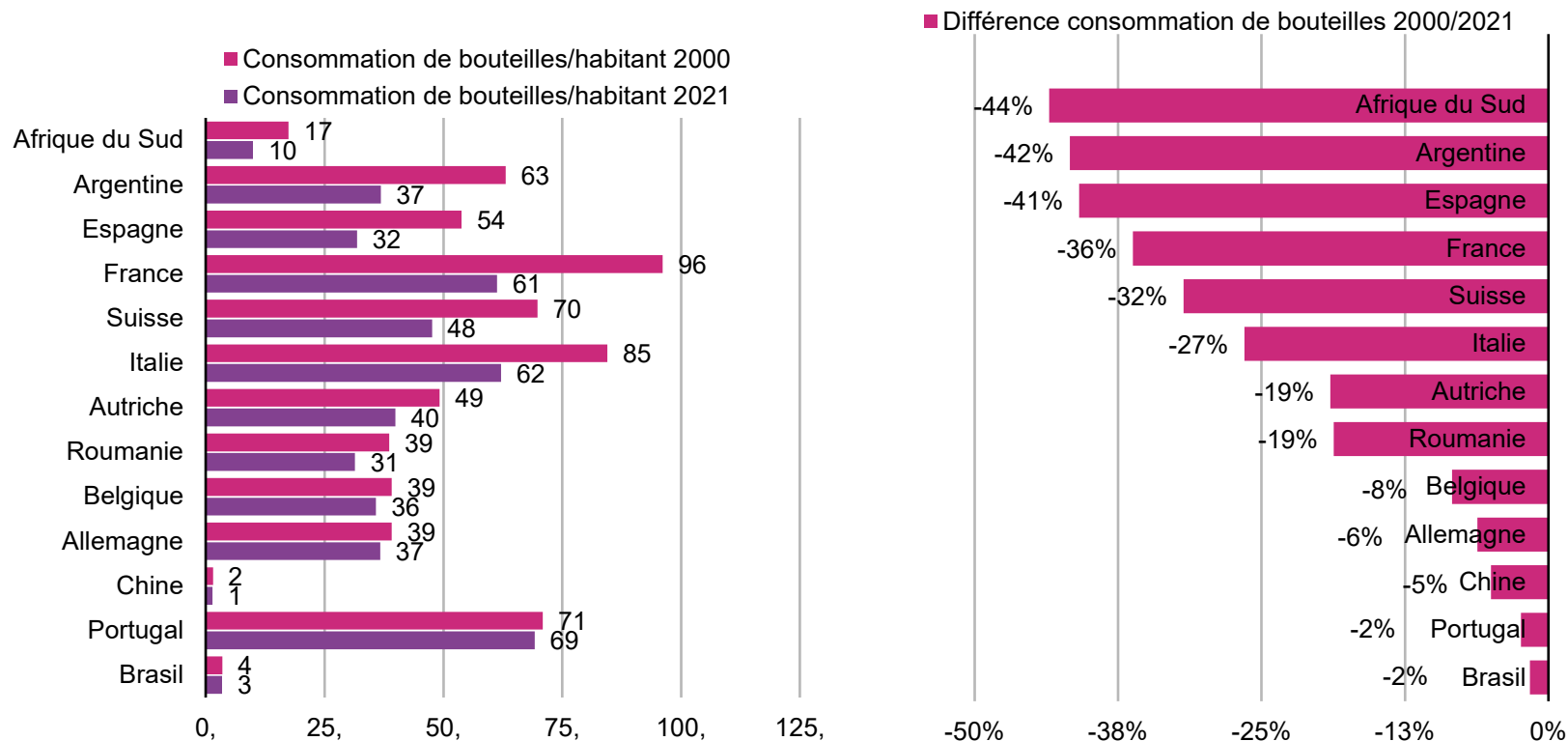
LA BIÈRE PROGRESSE CHEZ

LES 36-49 ANS
+5 PTS // 2023

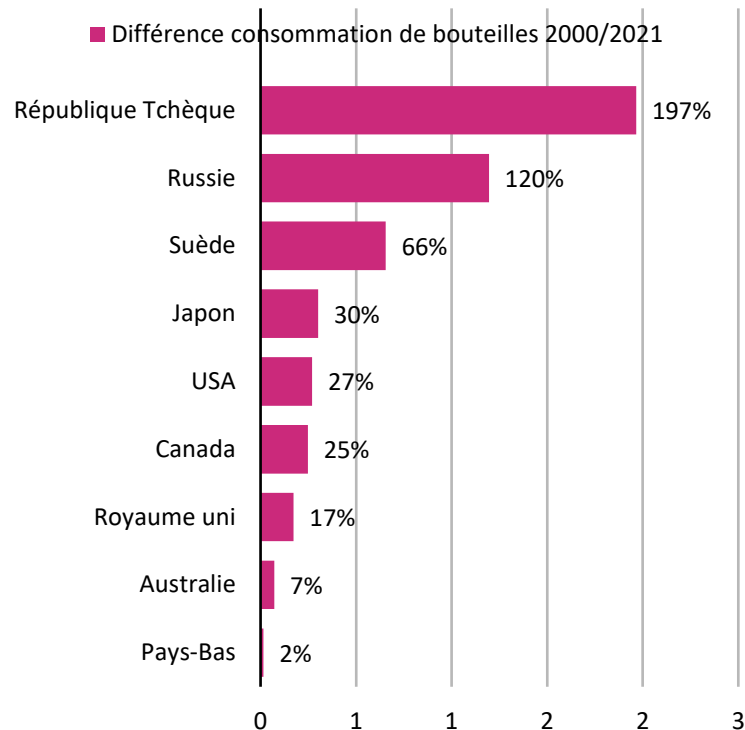
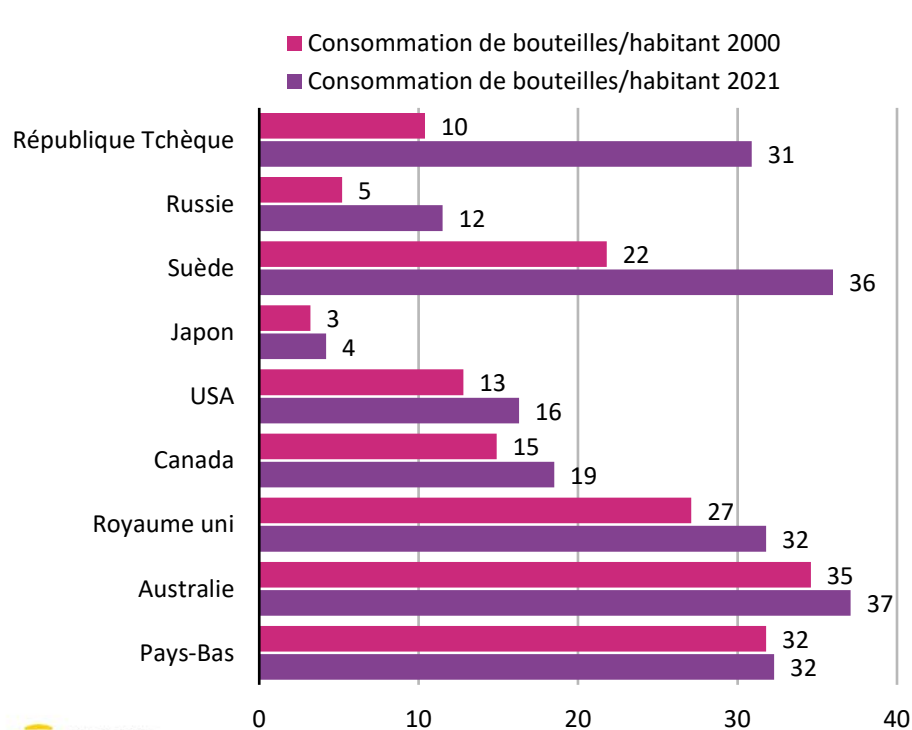
BON À SAVOIR

La part des non-consommateurs reste stable à 14% (-1pt). Elle est portée par les jeunes (23% pour les 18-25 ans) et les personnes ayant le plus faible revenu (18%).

Les pays qui ont vu baisser leur consommation de vin...



Les pays qui ont vu augmenter leur consommation de vin



Aujourd'hui, il n'y a plus de tendances dominantes

Il y a plusieurs tendances qui co-existent

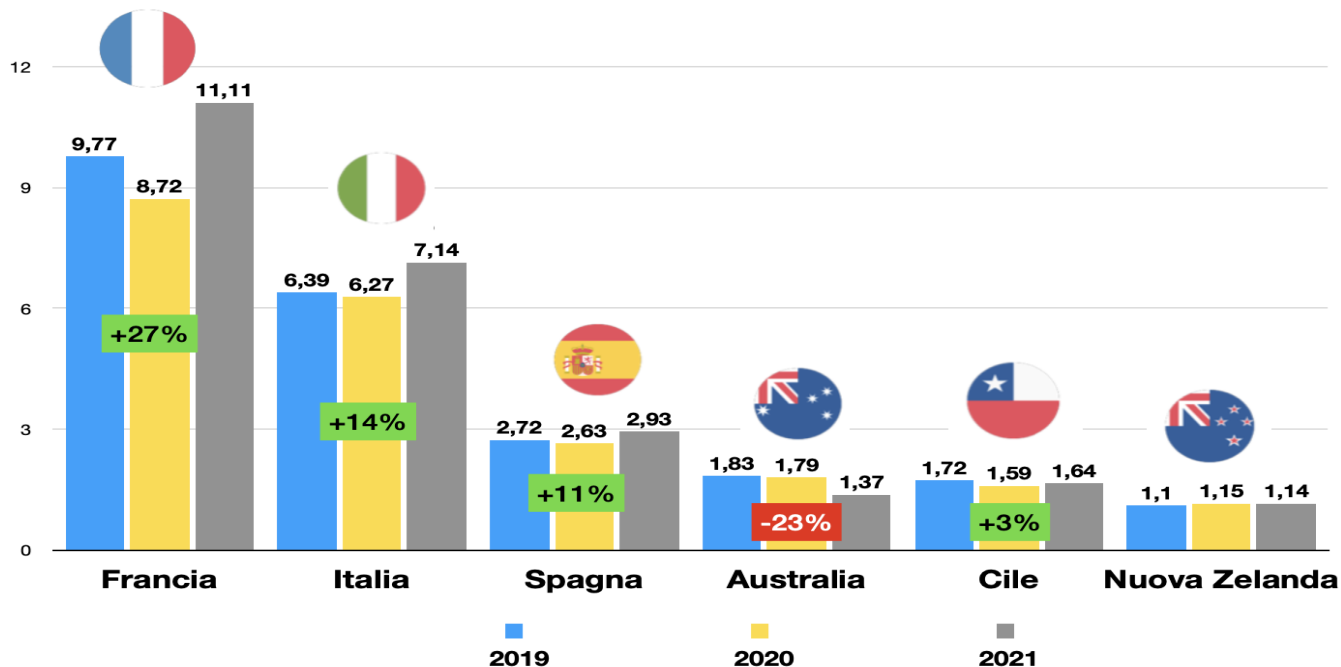
Aujourd'hui la tendance historique alliant tradition et vin est révolue !

Nous sommes entrés dans une phase où les tendances se mélangent sans cesse, où il n'y a plus rien de dominant, où la majorité des consommateurs veulent librement changer d'avis.

Goût international
Originalité
Augmentation de l'importance de la
marque
Facteur humain
(producteur / gérant)
Typicité territoriale (renouvelée)
Légèreté, Fraîcheur et buvabilité
Naturel

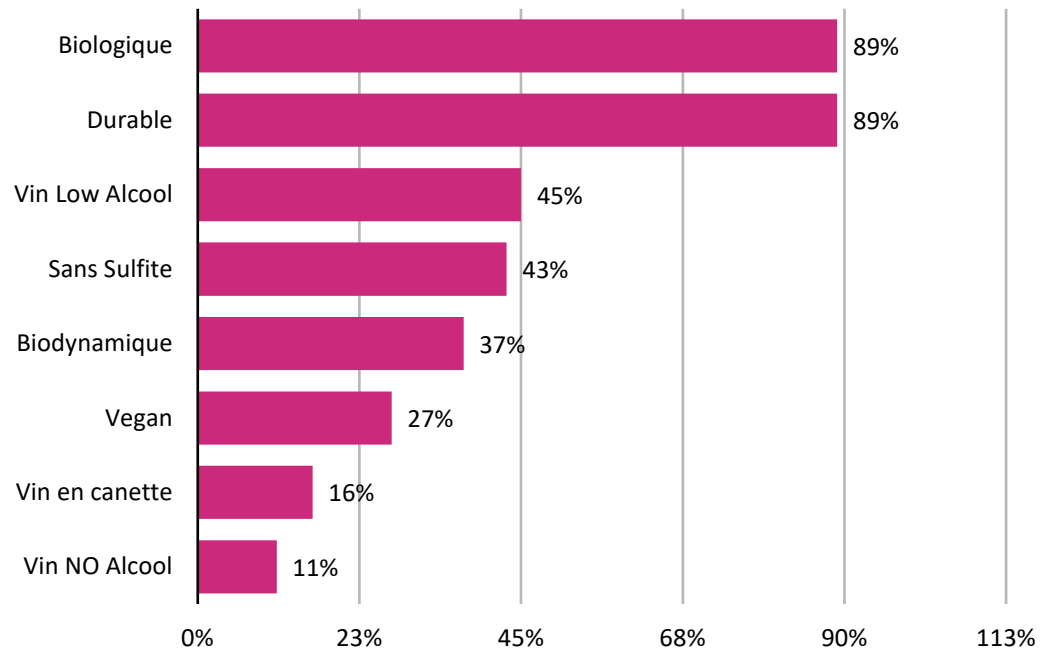
Les exportations restent une stratégie cruciale pour tous les pays producteurs

La France confirme son leadership en valeur



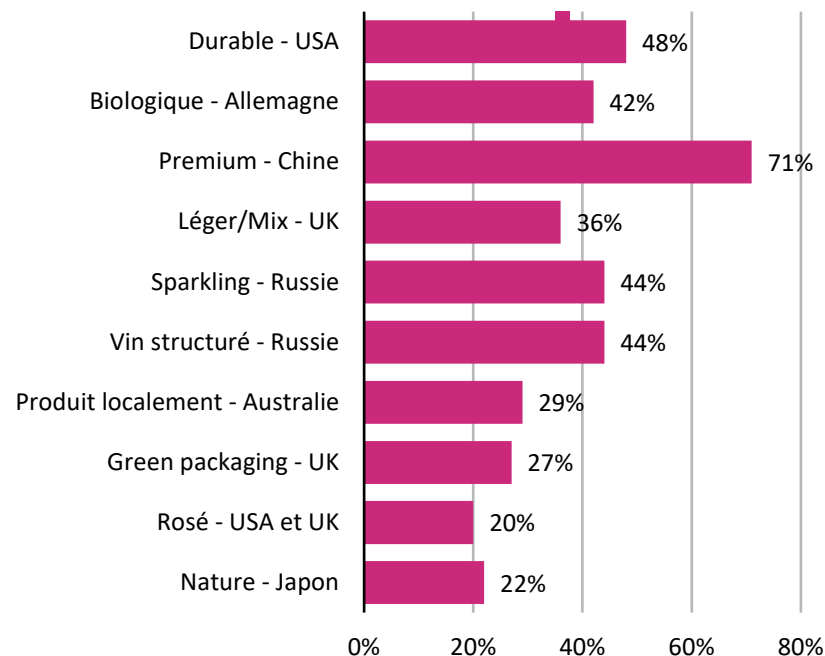
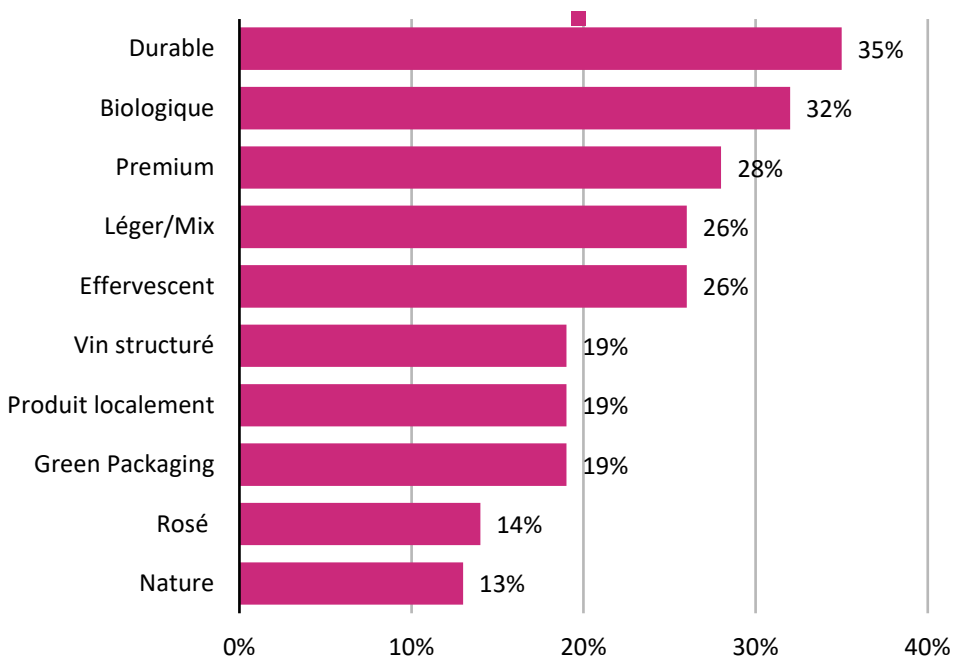
Tendances futures : l'avis des producteurs

Les nombreux « visages » du développement durable



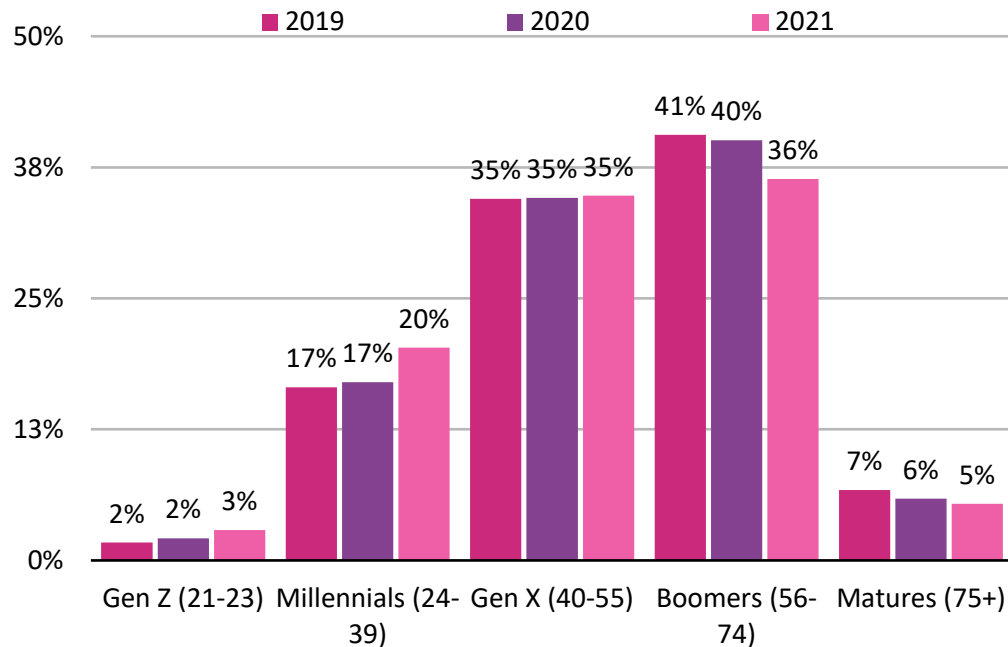
Les attentes des consommateurs

... Et les différences dans les marchés



Jeunes consommateurs : le vrai défi du vin

Exemple : La classification générationnelle des consommateurs de vin aux États-Unis

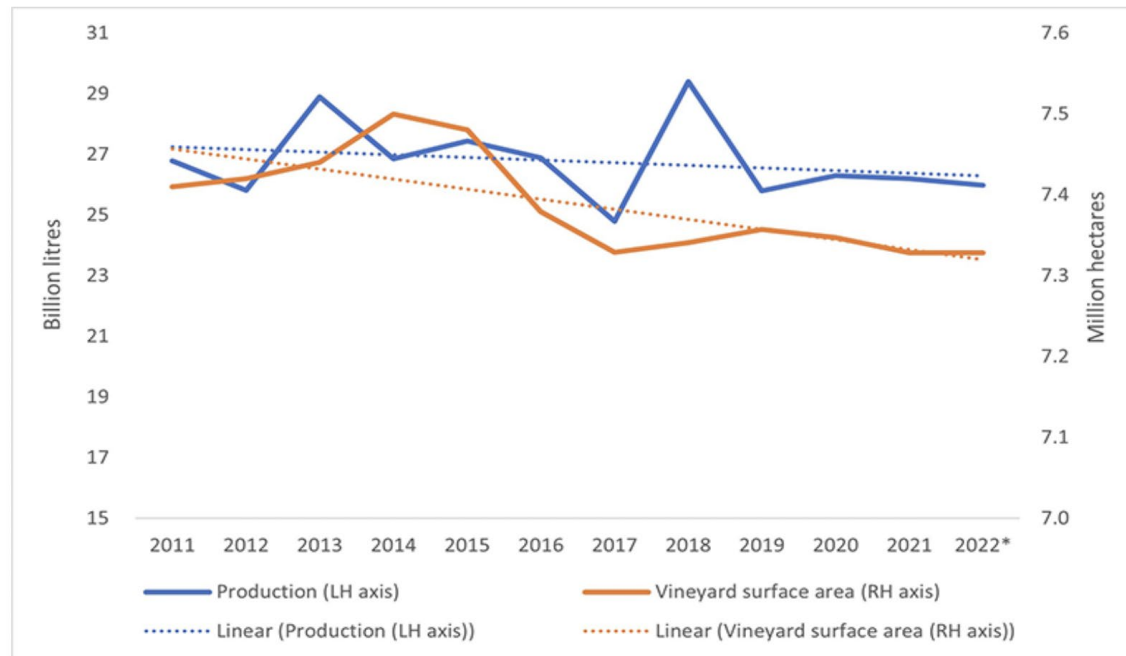


La production mondiale reste stable en moyenne... mais avec de grande variabilité d'une année sur l'autre

Figure 1 Global vineyard area[2] and wine production over time

☼ Le grand impact des changements climatiques sur la production

☼ La diminution de la superficie du vignoble mondial se poursuit...



Source: OIV

Toujours plus stratégique d'avoir une marque forte

La reconnaissance/crédibilité de la marque est de plus en plus stratégique.

Ces cinq exigences fondamentales :

1. Équilibre, harmonie et complexité
2. Capacité à provoquer des émotions (personnalité vs neutralité) **DIFFERENCIATION**
3. Relation avec son producteur
4. Durabilité environnementale, sociale et économique
5. Reconnaissance par la "communauté du goût" (des critiques de vin aux influenceurs, des leaders d'opinion aux amateurs de vin)

Un univers complexe qui nous amène à **CHANGER, S'ADAPTER !**

- ENERGIE
- % DEGRE ALCCOLIQUE ELEVE
- STRESS HYDRIQUE
- pH ELEVE
- PROBLÈME DE MATURITE
- PROBLEME MICROBIOLOGIQUE
- SOLS APPAUVRIS

- PROFIL FRAIS
- AROMATIQUE
- BUVABILITE
- LOW SO2
- LOW ALCOOL %
- BIO/NOP/VEGAN
- TRANSPARENCE



Buvabilité

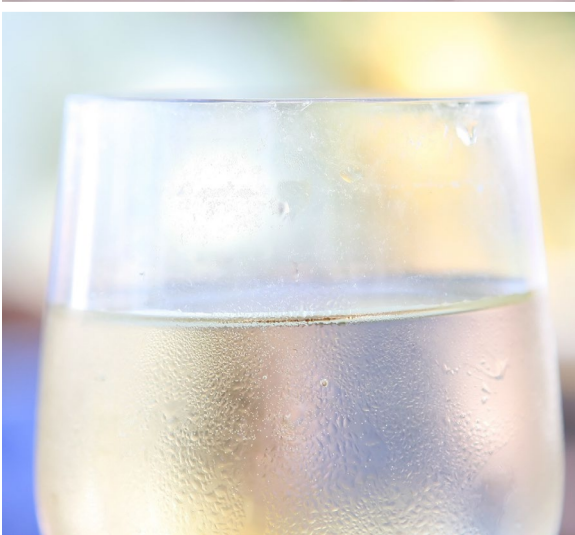
œnoterris





Fraîcheur

œnoterris



La tendance des vins NO / LOW ALCOOL

PAS D'EMBEILLIE POUR LES NO-LOW

UNE CONSOMMATION PORTÉE PAR LES BIÈRES ET LES COCKTAILS SANS ALCOOL OU À TENEUR RÉDUITE EN ALCOOL

TOP DES BOISSONS sans alcool ou à teneur réduite en alcool



28%

-1^{er} // 2023

DES FRANÇAIS CONSOMMENT DES NO-LOW*

LA CONSOMMATION EST SUPÉRIEURE PARMI

Les 26-35 ans

41%

+5^{pts} // 2023

Les consommateurs fréquents de spiritueux en cocktail

52%

-14^{pts} // 2023

Les grands acheteurs de vins

35%

-12^{pts} // 2023

* No-Low : boisson sans alcool ou à teneur réduite en alcool

Étude menée en décembre 2023 sur un échantillon de 1058 Français entre 18 et 65 ans, dont la représentativité a été assurée par la méthode des quotas.

LE CHOIX DE LA MODÉRATION ET DU GOÛT

LES PRINCIPALES MOTIVATIONS



52%

pour consommer moins d'alcool
+10^{pts} // 2023



41%

pour faire attention à sa santé
+2^{pts} // 2023



41%

pour le goût
+4^{pts} // 2023

MOMENTS DE CONSOMMATION

50%

À L'APÉRITIF

48%

LORS DE SOIRÉES

33%

AU COURS D'UN REPAS

10%

À UN AUTRE MOMENT

BON À SAVOIR

Les bières No-Low sont plus consommées par les hommes +9^{pts} vs l'ensemble, ainsi que les experts ou amateurs éclairés de bière +3^{pts}.

SOWINE x dynata

Raisons pour une consommation accrue de boissons non-alcoolisées depuis le début de la pandémie



Sondage auprès de 560 personnes. Source : graphique créé par Nippon.com sur la base des données du groupe Suntory.

nippon.com

La tendance des vins NO / LOW ALCOOL

☞ Aspects Réglementaires

- Vins désalcoolisés et autres boissons

Désalcoolisation partielle ou totale des vins

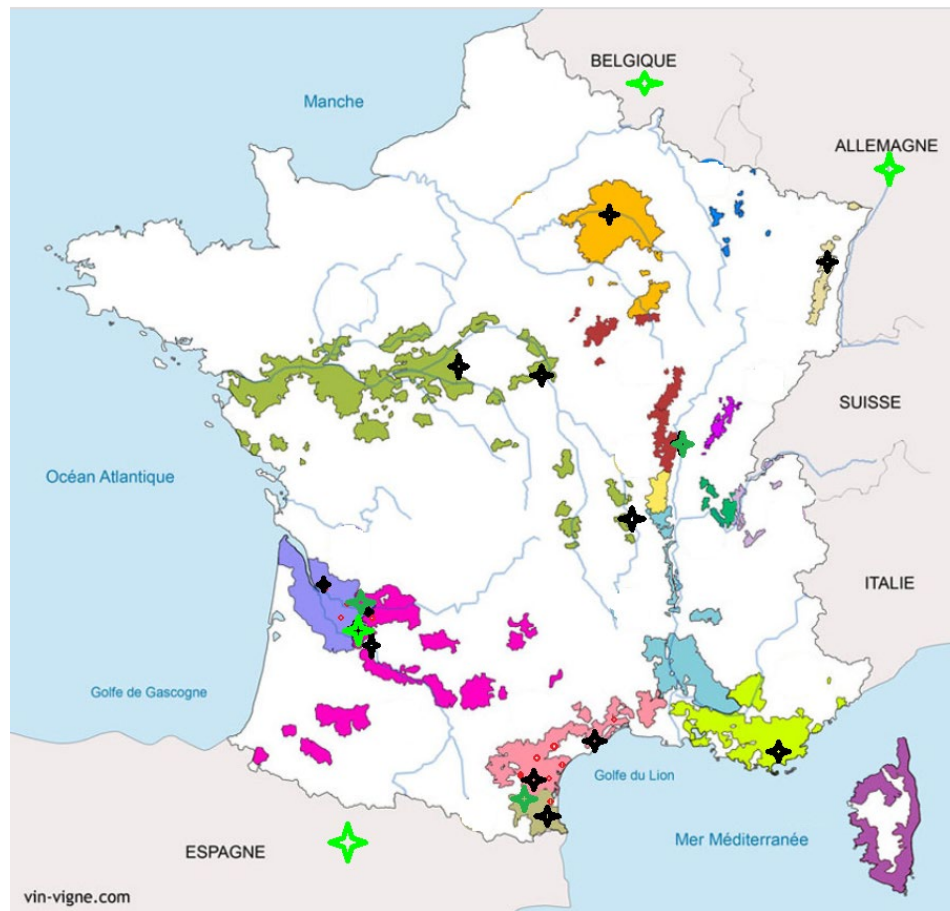
- $>8,5\%$ = vin si baisse du TAV est $< 20\%$ du TAV initial
 - si la baisse est $>20\%$ = vin partiellement désalcoolisé
 - $0,5\% < \text{TAV} < 8,5\%$ = vin partiellement désalcoolisé
 - $< 0,5\%$ vin désalcoolisé
-
- Avec ou sans ajout d'arôme

☞ Une filière qui se structure



Les producteurs

- ▶ **Champagne** (French Bloom – Frerejean-Taittinger)
- ▶ **Alsace** (Cave de Ribeauvillé; Grands Chais de France)
- ▶ **Bourgogne** (Kriter – Castel)
- ▶ **Arc méditerranéen** (UCCOAR Carcassonne; Comptoirs des Vins de Flassans, Dom. Montrose, Dom. Costes, Dom Mireval)
- ▶ **Bordeaux Sud-Ouest** (Grands Chais de France, UCCOAR Café de Paris, Clos de Bouard)
- ▶ **Val de Loire** (Maison des Vins Ackerman, Dne de la Grenaudière)



Les producteurs : Caves coopératives, Négociants, Domaines

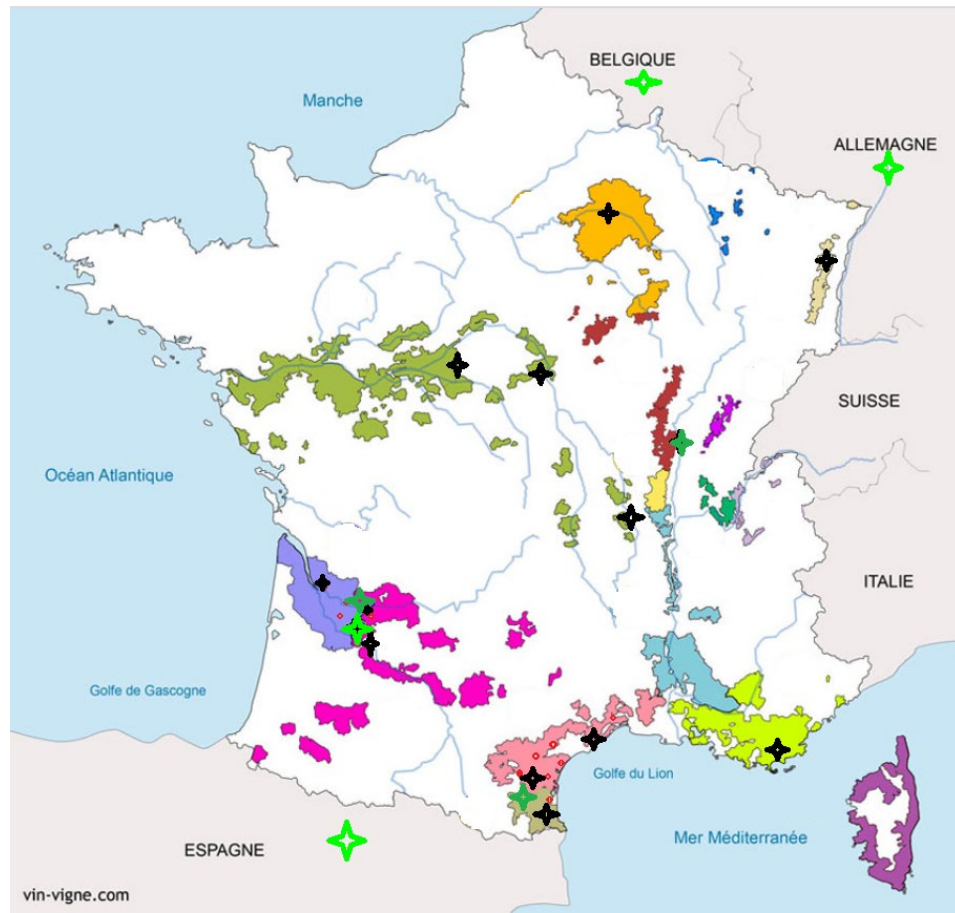


Les techniques de désalcoolisation

- ▶ **Distillation sous vide** avec ou sans récupération d'arômes
- ▶ Désalcoolisation par **osmose inverse**

Les prestataires

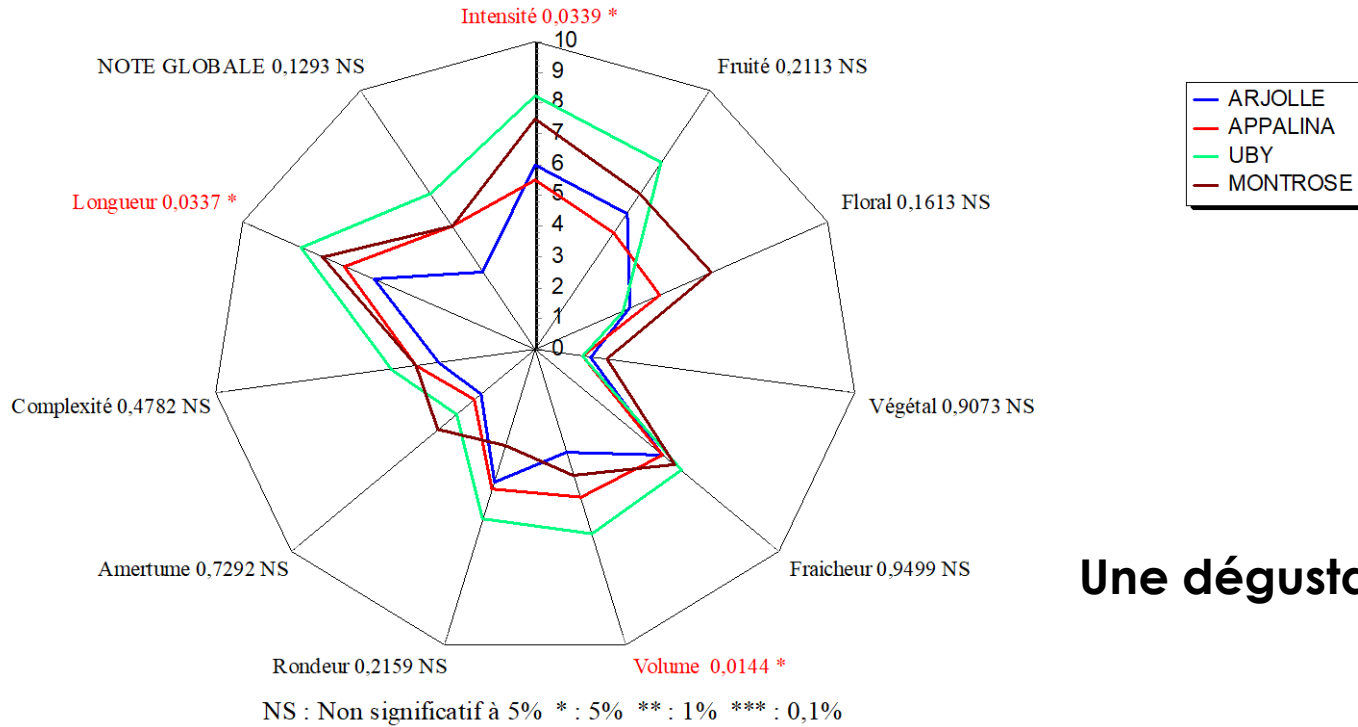
- ▶ **2 centres** de désalcoolisation en France font de la prestation : **Distillerie d'Arzens** et **Bordeaux Families**
- ▶ **3 centres en Europe** : MIS (**Belgique**), Bev. O (**Espagne**), Zenothèque (**Allemagne**)
- ▶ **Prestataires mobiles** : **Michael Paetzold**, **Gemstab** (désalcolisation partielle).



Les différents produits dégustés: vins désalcoolisés et boissons à base de raisin (sans alcool)



Dégustation Rosé



Une dégustation surprenante !

Les services du Groupe SOFRALAB pour les vins NO LOW ALCOOL

CONSEIL ŒNOLOGIQUE

*PREPARATION DES VINS A LA DESALCOLISATION
HYGIENE (MAITRISE DU RISQUE MICROBIOLOGIQUE)*

EXPERTYSE ANALYTIQUE : LABORATOIRE OCEANIA
ANALYSES FINES
ANALYSES MICROBIOLOGIQUES



RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

*ESSAIS PILOTES (LABORATOIRES ET INDUSTRIELS)
POUR L'OPTIMISATION DE LA STABILISATION
MICROBIOLOGIQUE DU PRODUIT FINAL*



X Velcorin®

Velcorin® (Diméthyl Dicarbonate -DMDC) est un stabilisant microbiologique à froid pour les vins et les boissons faiblement ou non alcoolisées (NO LOW).



Le VELCORIN ® s'utilise au moment de la mise en bouteilles. Le process n'a pas d'impact sur les qualités organoleptiques des boissons. Les unités de dosage VELCORIN DT ® sont mobiles. Leur flexibilité d'utilisation permet une application sécurisée et parfaitement maîtrisée du DMDC.

Pour tout renseignement, contacter :

Antoine FLEURY

**Product Support Specialist
Velcorin**

afleury@sofralab.com

+33 6 31 29 80 66



Les besoins identifiés

- Conseil / Produit : hygiène / désinfection



WEBINAIRE 25/04/24 – Maîtrise des conditions d'hygiène des vins NO LOW du chai à l'embouteillage





**Merci pour votre
attention**

Groupe SOFRALAB®
Tél. : +33 3 26 51 29 30 / www.sofralab.com