

Adelphe publie les résultats de son étude sur la perception du vin en Bag-in-Box® (le cubi)

Le Bib® : un contenant qui a de l'avenir pour la filière viticole, véritable allié de l'été qui séduit de plus en plus de consommateurs

Le Bib® (Bag-in-Box®) représente 40 % des ventes de vin en grande distribution. Emballage léger et pratique, il séduit de plus en plus les consommateurs : plus de 100 millions de Bib®* sont mis en marché en France chaque année. Cet emballage constitue une alternative complémentaire à la traditionnelle bouteille en verre. Il présente l'avantage d'avoir un impact réduit sur l'environnement, à l'heure où l'emballage représente 30 à 40% de l'empreinte carbone de la filière. Pour mieux anticiper les usages à venir, les motivations d'achat mais aussi les freins, l'éco-organisme Adelphe a mené une étude auprès des consommateurs.

Le vin en Bib®, plébiscité par les Français, qui l'intègrent de plus en plus à leurs habitudes de consommation



Selon l'étude Opinion Way** réalisée pour Adelphe auprès du grand public, **45% des Français achètent du vin en format Bib®**. Parmi ces acheteurs, un quart sont des consommateurs réguliers, 38% occasionnels et 37% plus rares, que ce soit pour des occasions spéciales ou festives (50%) ou pour leur consommation courante (39%).

Les circuits de distribution se diversifient avec un plébiscite des grandes surfaces **(93%)**. **Mais des acheteurs se tournent aussi vers leur caviste** (66%) ou directement vers le producteur (65%).

Les principales motivations d'achat sont : le rapport qualité-prix (74%), la praticité de stockage (61%) et de transport (56%).

L'aspect environnemental est également valorisé, avec 32% des consommateurs qui soulignent l'impact réduit du Bib® sur l'environnement.

La perception de la qualité s'améliore : 31% des acheteurs reconnaissent que "la qualité du vin en Bib® est meilleure qu'avant".

Certains freins persistent néanmoins : parmi les non-acheteurs, la fidélité à la bouteille en verre reste prédominante (54%), suivie de l'inadéquation du volume par rapport à la consommation (49%) et les doutes sur la qualité (33%).

*FranceAgrimer 2017

**Etude Opinion Way pour Adelphe, réalisée en septembre 2024 auprès de 1 048 personnes représentatives de la société française, âgées de 18 ans et plus

Un choix éco-responsable : un tiers des acheteurs privilégie le Bib® pour son faible impact environnemental

- L'étude met en lumière l'importance croissante des considérations environnementales dans les choix des consommateurs : **un tiers des acheteurs de vin en Bib® (32%) indique explicitement choisir ce format en raison de son impact environnemental réduit.**
- **Et 20% estiment que le caractère moins impactant du Bib® sur l'environnement pourrait les inciter à acheter davantage ce type de format.**

L'éco-conception représente ainsi un levier d'achat significatif qui pourrait influencer positivement la décision d'achat (74%), 90% chez les 25-34 ans. Ces acheteurs, déjà sensibles au caractère écologique du Bib®, seraient ainsi enclins à poursuivre l'achat de ce format.

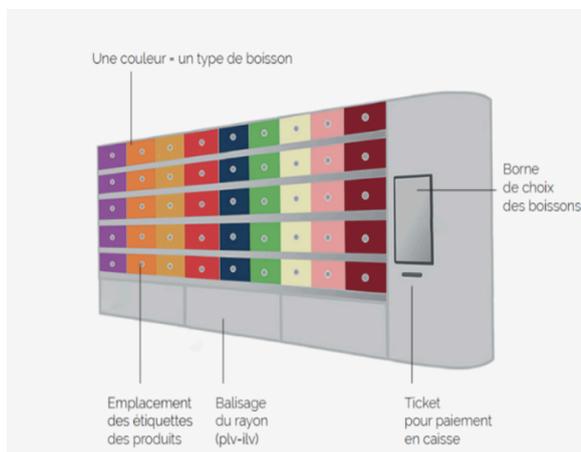
La conscience environnementale se traduit également par une bonne connaissance des gestes de tri : 92% des acheteurs de Bib® déclarent connaître les bons gestes pour recycler ces emballages, et 73% les appliquent effectivement. Certains reconnaissent ne pas toujours les suivre, jugeant la démarche trop contraignante (19%).

FOCUS SUR LES JEUNES : une tranche d'âge qui boit moins mais qui développe d'autres usages

La génération des 25-34 ans se distingue par des comportements d'achat spécifiques qui pourraient préfigurer les tendances futures :

- Ils privilégient les circuits spécialisés : caviste (84%) ou producteur (80%), ou magasins bio (70%), révélant une démarche plus engagée.
- Le digital fait partie intégrante de leurs habitudes : 60% achètent leur vin en Bib® sur internet, soit presque deux fois plus que la moyenne. Leur consommation est davantage événementielle : les 18-24 ans privilégient le Bib® pour les occasions spéciales ou festives (69%).
- **L'aspect environnemental est un levier majeur : 42% des 25-34 ans considèrent que le caractère écologique du Bib® pourrait les inciter à en acheter davantage, contre 20% pour l'ensemble des répondants.**

Le "mur de Bib® réemployable", imaginé par Adelphe dans le cadre du groupe de travail dédié, répond simultanément à plusieurs freins identifiés : quantité adaptable, réemploi facilité et offre étendue.



Ce système, qui permettrait au consommateur de choisir ses boissons dans des quantités parfaitement adaptées à ses besoins a été

présenté aux personnes interrogées : seraient-ils prêts à utiliser ce mur de Bib® réemployable ? Oui, à 72%. Quant à l'idée de retourner leur contenant réutilisable pour le remplir en magasin, elle séduit 82% des acheteurs de vin en Bib®.

Ces résultats confirment que l'argument environnemental constitue un atout majeur du Bib®, susceptible de convaincre de nouveaux consommateurs et de fidéliser les acheteurs

actuels.

Le « stand-up pouch » : un format complémentaire en développement

35% des acheteurs de vin en Bib® déclarent avoir déjà acheté du vin en format « stand-up pouch » (poche souple sans carton). Ce format rencontre un succès particulier auprès des jeunes (72%) et des acheteurs réguliers de Bib® (45%).

Les perspectives sont encourageantes puisque 56% des répondants indiquent avoir l'intention d'en acheter ou d'en racheter à l'avenir.

L'attrait du « stand-up pouch » repose sur trois piliers principaux : son rapport qualité-prix avantageux (53%), son impact environnemental réduit (45%) et sa praticité de transport (41%).



Faire du Bib® une opportunité qui répond aux besoins des consommateurs : Adelphe propose des solutions

D'après les résultats de l'étude, selon lesquels près de 8 sur 10 estiment que leur consommation va rester stable à l'avenir, 14% qu'ils vont l'augmenter, le Bib® a encore de longues années devant lui. Adelphe renforce son accompagnement auprès des professionnels pour continuer d'en réduire son impact : mise en place d'une pré-découpe pour séparer plus facilement la poche du carton,

utilisation d'une poche plastique recyclable, travail sur le carton, les colles, les encres ... sont autant de recommandations proposées dans le [guide Adelphe sur les 20 bonnes pratiques](#) pour éco-concevoir le Bib®. Un nouveau groupe de travail est également en cours, qui rassemble les producteurs, distributeurs et fabricants d'emballages notamment pour travailler à faciliter encore davantage la séparabilité de la poche et du carton pour garantir un meilleur recyclage de l'ensemble des éléments.



À propos d'Adelphe

Société de services agréée par l'État, filiale de Citeo, Adelphe est un éco-organisme dont la mission est de réduire l'impact environnemental des emballages ; il est particulièrement actif sur les filières des vins et spiritueux, des métiers de bouche et de la santé. Grâce à l'éco-contribution versée par les acteurs économiques de ces secteurs, Adelphe conseille les entreprises pour que leurs emballages soient davantage réduits-réemployés-recyclés, finance les collectivités locales pour mieux les collecter et les trier, et sensibilise ses publics sur les bonnes pratiques et les bons gestes à adopter. En 2025, plus de 45 000 entreprises adhèrent à Adelphe et mobilisent environ 90 millions d'euros pour développer ce modèle circulaire, contribuer à la décarbonation de l'économie et ainsi préserver l'environnement et la biodiversité.

Site internet : www.adelphe.fr



Contacts presse

Coline Hondermarck et Louise Aelbrecht – adelphe@monet-rp.com – 05 56 20 66 77