
MILLESIME BIO - rencontre avec Olivier Goué, directeur chez SudVinBio / MillésimeBIO



Comment Millésime BIO accompagne-t-il les producteurs face aux difficultés actuelles du marché ?

Face à un contexte économique tendu, Millésime BIO constitue plus que jamais un véritable levier commercial. Chaque année, le salon réunit près de 9 000 visites professionnelles en trois jours, offrant aux exposants de nombreuses opportunités de développer leurs débouchés en France comme à l'international.

Au-delà du salon, SudVinBio multiplie les actions pour soutenir la commercialisation des vins bio, Des opérations de promotion sont régulièrement menées en partenariat avec la grande distribution afin d'aller à la rencontre des consommateurs, Les vins récompensés lors du Challenge Millésime BIO sont également mis en avant auprès des acheteurs, comme récemment lors des rencontres nationales de la Coopérative U à Béziers.

L'association est également engagée dans les accords de durabilité sur les vins bio IGP Pays d'Oc, renouvelés pour la vendange 2025 et le prochain millésime, Ces accords visent à définir des prix d'orientation permettant d'assurer une rémunération pérenne des producteurs, de mieux répartir la valeur entre les différents maillons de la filière et de garantir aux consommateurs un achat qui soutient une viticulture durable.

Depuis trois ans, elle organise également la Fête du Vin Bio, une opération nationale destinée à promouvoir les cavistes, restaurants et autres établissements qui mettent les vins bio à l'honneur, à travers des animations et des offres attractives.

MILLÉSIME BIO : Interview with Olivier Goué, Director at SudVinBio / Millésime BIO

How does Millésime BIO support producers in the face of the current difficulties in the market ?
Against a challenging economic backdrop, Millésime BIO is more than ever a genuine commercial lever. Every year, the trade show attracts nearly 9,000 professional visits over three days, offering exhibitors numerous opportunities to develop their markets both in France and internationally. Beyond the trade show itself, SudVinBio is stepping up its initiatives to support the marketing of organic wines. Promotional campaigns are regularly carried out in partnership with major retailers in order to reach consumers. Wines awarded at the Challenge Millésime BIO are also showcased to buyers, as was recently the case during Coopérative U's national meetings in Béziers.

The association is also involved in sustainability agreements for IGP Pays d'Oc organic wines, renewed for the 2025 harvest and the next vintage. These agreements aim to establish guideline prices that ensure sustainable remuneration for producers, achieve a better distribution of value between the various links in the supply chain, and guarantee consumers a purchase that supports sustainable winegrowing.

For the past three years, it has also organised the Fête du Vin Bio, a nationwide initiative designed to promote wine merchants, restaurants and other establishments that showcase organic wines, through events and attractive offers.

Avec 22 % de visiteurs étrangers en 2026, observez-vous des attentes différentes de celles des visiteurs français ?

Oui, les attentes varient sensiblement selon les marchés. Les conditionnements, les types de vins recherchés ainsi que les certifications et labels attendus diffèrent. Les préférences gustatives évoluent également d'un pays à l'autre, qu'il s'agisse de la sucrosité, du profil aromatique ou encore des styles de vins recherchés.

Certains marchés, notamment scandinaves, accordent une importance croissante à l'empreinte carbone des produits. L'allègement des bouteilles ou l'intégration de critères environnementaux dans les appels d'offres et les référencements deviennent désormais des attentes fortes.

Comment adaptez-vous le salon aux attentes de la génération Z ?

Les nouvelles générations expriment des attentes qui dépassent le seul produit : elles recherchent davantage de transparence, de pédagogie, de responsabilité environnementale et une offre plus diversifiée. Millésime BIO accompagne cette évolution en élargissant progressivement son offre avec des boissons à faible teneur en alcool ou sans alcool, mais aussi des cocktails, des bières et des spiritueux.

En plus de la Fête du Vin Bio, SudVinBio a aussi créé le site levinbio.fr, une plateforme pédagogique qui explique les différences entre les vins biologiques et conventionnels. Le site propose des articles pour mieux comprendre les labels et la réglementation européenne de l'agriculture biologique, ainsi que des entretiens avec des vignerons, des chercheurs, des climatologues et d'autres experts.

Photos : MINDPROD

With 22% of visitors coming from abroad in 2026, do you observe expectations that differ from those of French visitors?

Yes, expectations vary significantly depending on the market. Packaging, the types of wines sought, as well as the certifications and labels expected, differ. Taste preferences also vary from one country to another, whether in terms of sweetness, aromatic profile or the styles of wine sought.

Some markets, particularly Scandinavian ones, are placing increasing importance on the carbon footprint of products. Lighter bottles and the inclusion of environmental criteria in calls for tenders and product listings are now becoming strong expectations.

How are you adapting the trade show to the expectations of Generation Z ?

Younger generations have expectations that go beyond the product itself: they are looking for greater transparency, education, environmental responsibility and a more diversified offering. Millésime BIO is responding to this evolution by gradually broadening its offering to include low-alcohol and alcohol-free beverages, as well as cocktails, beers and spirits.

In addition to the Fête du Vin Bio, SudVinBio has also created the website levinbio.fr, an educational platform that explains the differences between organic and conventional wines. The website features articles designed to provide a better understanding of labels and European organic farming regulations, as well as interviews with winegrowers, researchers, climatologists and other experts.

