



# Vinexpo 2005

**France, Allemagne, Grande-Bretagne, Etats-Unis, Japon :  
Les perceptions du vin  
par les « grands commençants »**

## **Sommaire**

**Introduction** P. 2

**Points clés de l'étude quantitative réalisée pour Vinexpo  
par Cuisine et Vins de France** P. 3

Le Vin et Moi

## Introduction

Que représente le vin pour un consommateur peu expert, sans éducation œnologique particulière, mais curieux et amateur malgré tout ? Ce « grand commençant » est l'objet de toutes les attentions de la part de la filière vin : le séduire, le fidéliser, sont des objectifs récurrents. Encore faut-il savoir lui parler le langage qu'il a envie d'entendre, celui qui correspond à son imaginaire du vin, à la représentation qu'il s'en fait.

Vinexpo s'est mis en quête d'**écouter** ces « grands commençants », d'analyser leur imaginaire, de **comprendre** leurs émotions et leurs sentiments un verre de vin à la main, de **cerner** la place du vin dans leur quotidien.

### Méthodologie de l'étude

L'étude quantitative réalisée en partenariat avec le site Internet de Cuisine et Vins de France. Mise en ligne du 17 février au 7 mars 2005, l'enquête s'adressait à une population adulte âgée de 18 à 65 ans et plus et a recueilli 5 838 réponses parmi lesquelles les « grands commençants » à 56,3%.

## Le vin et moi

### Une enquête de Vinexpo réalisée par Cuisine et Vins de France

2 205 hommes (37,8%), majoritairement âgés de 25 à 49 ans, et 3 633 femmes (62,2%), dans la même tranche d'âge mais avec un pourcentage significatif de répondants entre 18 et 24 ans (les jeunes femmes seraient-elles plus sensibles au vin ?) ont répondu au questionnaire mis en ligne sur le site [www.cuisineetvinsdefrance.com](http://www.cuisineetvinsdefrance.com). Ces chiffres s'expliquent aussi par la fréquentation générale du site qui est davantage féminine que masculine.

Parmi les 5 838 réponses recueillies, **3 288 répondants**, soit 56,3% de l'échantillon total, sont des « **grands commençants** » qui ne consomment du vin qu'une fois par semaine (46,8%) voire moins souvent (53,2%).

Cette étude vient soutenir au plan quantitatif l'étude internationale menée par le Cabinet Gatard. Elle a également été réalisée en Grande-Bretagne, par le magazine spécialisé Decanter.

### Les nouveaux consommateurs boivent du vin parce que c'est bon !

#### Une affaire de goût

En France, le vin est une affaire de goût, même parmi les grands commençants. Ils sont 38,3% à consommer du vin occasionnellement tout simplement parce c'est bon ! et 47,6% car cela se marie bien avec les plats.

Le vin fait partie de l'art de vivre revendiqué également par les nouveaux consommateurs français : ils sont 69,7% à attacher beaucoup d'importance à l'harmonie entre les mets et le vin.



A noter, les Français se différencient de leurs homologues anglais : 46,5% des Britanniques déclarent consommer du vin parce que cela les relaxe quand les Français ne sont que 6,5%.

#### Rouge ou blanc ?

Le vin rouge reste le vin préféré des Français. Ils sont 69,7% à le plébisciter. L'étude montre cependant que, parmi les consommateurs qui en boivent moins souvent, 37,1% s'initient à la consommation de vin en commençant par le blanc.

### Le vin tel qu'ils le perçoivent ...

#### Le vin est un lubrifiant social

76,1% des « grands commençants » ne boivent jamais de vin seul, comparativement à 67,4% pour l'ensemble des répondants de l'enquête. Puissant vecteur de convivialité, ils préfèrent le consommer en compagnie d'autres personnes.

Pour les grands commençants, le vin conserve un caractère festif qui lui vaut d'être présent aux repas en famille pour 29,5% des répondants et pour vivre des soirées entre amis pour 31% d'entre eux. 16,8% pensent au vin également pour accompagner un repas au restaurant ou un rendez-vous amoureux (7,5% des répondants). Et ils sont 7,8% à opter pour une bouteille de vin à offrir en cadeau. Partager une bouteille de vin est perçu comme une occasion d'échanges privilégiés, créant une complicité du moment.

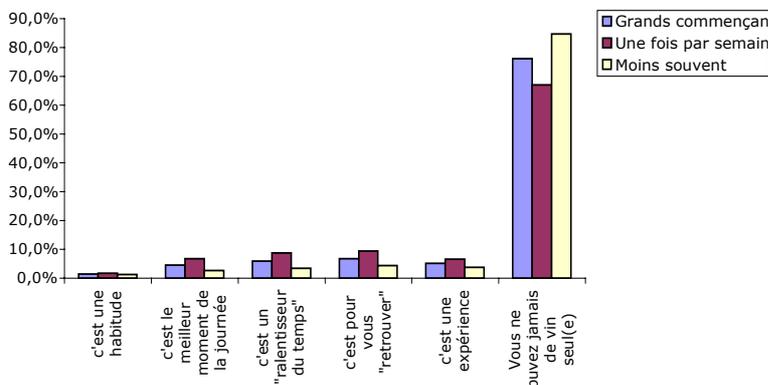
La consommation de vin est ainsi fortement liée au degré de festivité du repas et, très souvent, est synonyme de plaisir et de partage : c'est la garantie de toujours passer un bon moment pour 68% des répondants et il tendrait à favoriser les conversations pour 19,3% des d'entre eux. Les « grands commençants » utilisent le vin comme « outil de séduction » à 6,1% ... à condition d'être en bonne compagnie.

### Le vin ralentisseur du temps

Pour 6% des consommateurs occasionnels, déguster un verre de vin seul est une façon de ralentir le temps, de s'octroyer un espace temporel. Boire un verre de vin permet de faire une pause, d'arrêter le temps et surtout de se retrouver pour 6,8% des répondants.

Cette attitude naissante chez les Français est clairement exprimée par les Anglo-saxons qui sont 27% à boire du vin seuls pour se créer un moment à soi (étude Decanter).

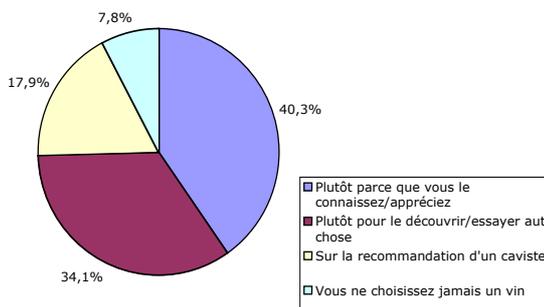
Lorsque les grands commençants boivent du vin



### La curiosité pour un produit pourrait l'emporter sur la fidélité

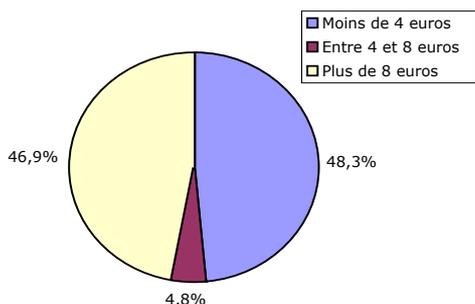
Lors de l'achat, 40,36% des répondants choisissent un vin qu'ils connaissent déjà, ils restent fidèles à des produits qu'ils sont sûrs d'apprécier. Mais ils sont aussi curieux et avides de nouveautés : 34,1% d'entre eux préfèrent acheter un vin qu'ils ne connaissent pas et qu'ils ont envie de découvrir. Par ailleurs, les conseils d'un professionnel sont toujours les bienvenus pour 17,9% d'entre eux qui achètent leur vin sur la recommandation d'un caviste.

Le choix du vin



### La qualité plutôt que la quantité : les Français confirment la tendance mondiale

Somme consacrée pour une soirée entre amis/en famille



Les Français confirment la tendance mondiale d'une consommation de vins plus chers et donc de meilleure qualité notamment dans le cadre d'une consommation festive.

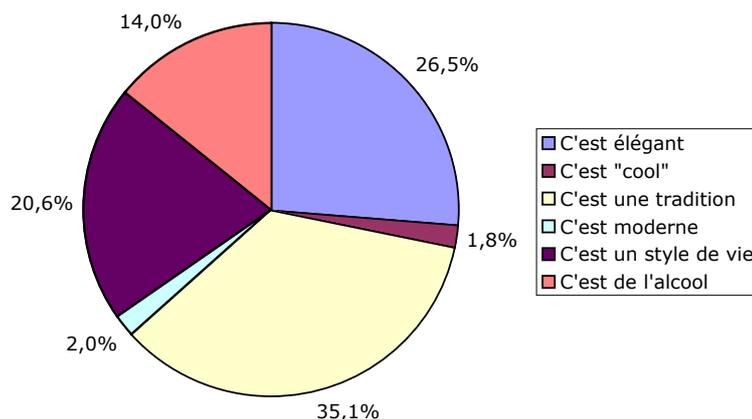
51,7% des « grands commençants » cassent leur tirelire en consacrant plus de 4€ voire plus de 8€ pour l'achat d'une bouteille à partager en famille ou entre amis alors que, quand il s'agit de leur consommation personnelle, ils sont 63% à dépenser moins de 4€.

## Le vin ... un art de vivre à la française !

La consommation du vin en France fait partie de notre culture même parmi les consommateurs les moins réguliers. En effet, pour 35,1% d'entre eux, le vin est une tradition, il fait partie d'un style de vie pour 20,6% et reflète l'élégance pour 26,5% des répondants.

Le vin est une institution en France, il symbolise un certain art de vivre mêlant tradition et distinction tout en s'intégrant parfaitement dans une consommation de plaisir et de partage, en famille et entre amis.

**Les perceptions du vin par les grands commençants**



## Le vin, c'est la France !

Si le vin était un pays ce serait la France pour 90,3% des répondants ! La France reste dans le cœur des Français le pays d'origine du vin comme dans celui des Britanniques qui ont cité la France à 67,6%.

L'Italie arrive en deuxième position avec seulement 4,6% des suffrages. Quant au Nouveau Monde, il n'a pas encore gagné sa place dans l'esprit des Français, ils ne sont que 1,3% à avoir cité l'Australie et 0,6% les Etats-Unis, des résultats qui viennent conforter l'étude qualitative internationale.

Contacts presse

<u>Paris</u>	<u>Bordeaux- France</u>
<p data-bbox="400 398 595 427"><b>Elysa</b>beth Ebel</p> <p data-bbox="300 456 699 486"><b>Magali Bossard - Marie Vinatier</b></p> <p data-bbox="384 551 612 580">Agence Greenwich</p> <p data-bbox="240 580 754 609"><b>Tel : 01 58 05 10 70 - Fax : 01 58 05 10 71</b></p> <p data-bbox="309 609 687 638"><b>Email : <a href="mailto:contact@greenwich.fr">contact@greenwich.fr</a></b></p> <p data-bbox="379 638 616 667"><b><a href="http://www.greenwich.fr">www.greenwich.fr</a></b></p>	<p data-bbox="991 398 1241 427"><b>Catherine Rabanier</b></p> <p data-bbox="938 427 1294 456">Directeur des relations presse</p> <p data-bbox="975 456 1257 486"><b>Nathalie Bloch-Marlet</b></p> <p data-bbox="995 486 1236 515">Attachée de presse</p> <p data-bbox="1054 551 1177 580">VINEXPO</p> <p data-bbox="858 580 1374 609"><b>Tel : 05 56 56 01 69 - Fax : 05 56 56 00 12</b></p> <p data-bbox="932 609 1300 638"><b>Email: <a href="mailto:presse@vinexpo.com">presse@vinexpo.com</a></b></p> <p data-bbox="995 638 1236 667"><b><a href="http://www.vinexpo.com">www.vinexpo.com</a></b></p>