

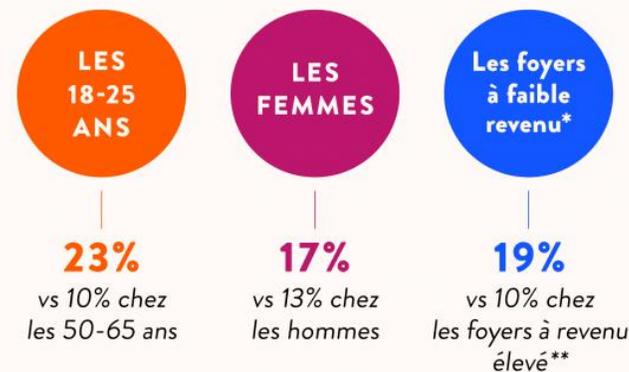
Le vin et la bière au coude-à-coude

LES TYPES DE BOISSONS ALCOOLISÉES
PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS



15% des Français
déclarent ne pas
consommer
d'alcool

UNE TENDANCE PLUS
FORTE CHEZ



DÉFINITIONS

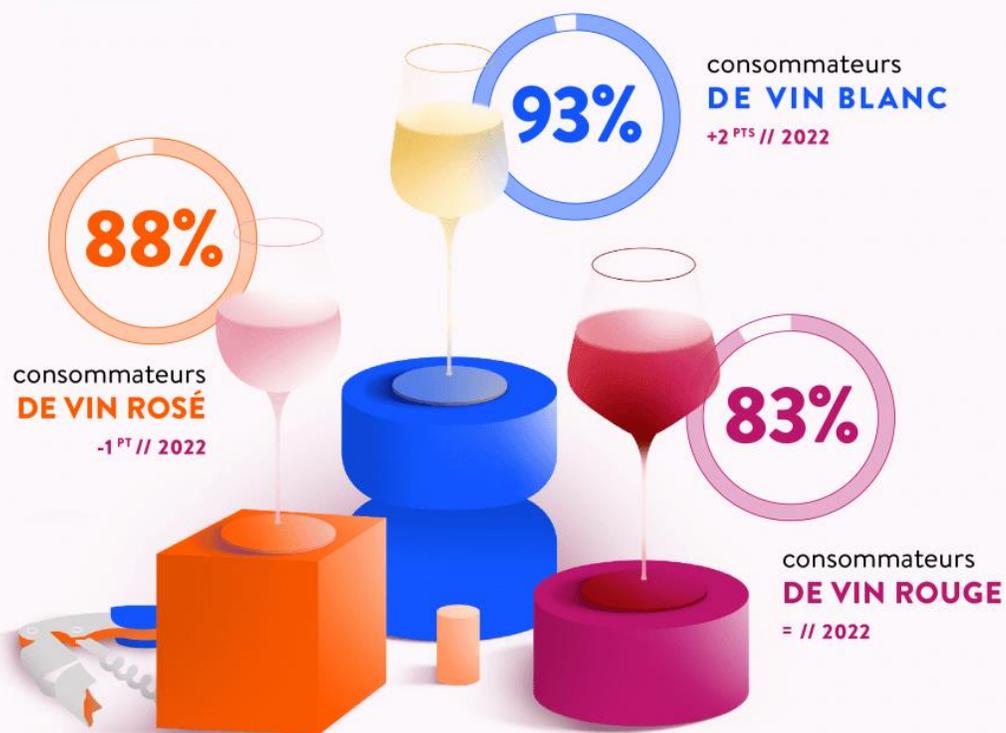
* Foyer à faible revenu = moins de 2 675 € nets mensuels

** Revenu élevé = plus de 4 000 € nets mensuels

FUN FACT'

Les habitants d'Ile-de-France sont les plus grands amateurs de Champagne avec 48%, devant le Nord-Est avec 39%. Les habitants du Nord-Ouest sont les moins nombreux avec 27%

Le blanc prend des couleurs



66%
pour le vin
rouge
+5 PTS
// 2022

58%
**CONSOMMENT
EN FAMILLE**
toutes couleurs
confondues
+3 PTS // 2022



39%
pour le vin
rosé
-3 PTS
// 2022

32%
**CONSOMMENT
ENTRE AMIS**
toutes couleurs
confondues
-2 PTS // 2022

Les moments de consommation privilégiés par couleur



AU COURS DU REPAS

75%

des consommateurs
de vin rouge



À L'APÉRITIF

28%

et

25%

des consommateurs
de vin blanc

des consommateurs
de vin rosé



EN SOIRÉE

20%

et

20%

des consommateurs
de vin blanc

des consommateurs
de vin rosé

FUN FACT'

Le vin rouge est **plus consommé**
lors de soirée (13% -1 PT // 2022),
qu'à l'apéritif (11% = // 2022)

Chardonnay, Merlot et Pinot Noir trio de tête en 2023

LES CÉPAGES PRIVILÉGIÉS PAR LES FRANÇAIS

40%
CHARDONNAY

19%
RIESLING

16%
SAUVIGNON
BLANC



27%
MERLOT

27%
PINOT
NOIR

24%
CABERNET
SAUVIGNON

48%
Amateurs
éclairés
+1 PT // 2022

NIVEAU
DE CONNAISSANCE
EN VIN
des Français
en 2023

4%
Connaisseurs
/experts
= // 2022

48%
Néophytes
-1 PT // 2022



Une consommation différente selon le genre et le niveau de connaissances en vin

CHARDONNAY

43% vs 36%
des femmes des hommes
29% vs 38%
des connaisseurs des néophytes

MERLOT

21% vs 32%
des femmes des hommes
31% vs 23%
des connaisseurs des néophytes

PINOT NOIR

27% vs 26%
des femmes des hommes
29% vs 22%
des connaisseurs des néophytes

FUN FACT'

29% des connaisseurs/experts en vin
privilégient la Syrah vs 8% des néophytes
et 12% des amateurs éclairés

Consommer moins mais mieux : une tendance qui se confirme

UN BUDGET MOYEN POUR
L'ACHAT D'UNE BOUTEILLE
DE VIN QUI RESTE STABLE

24%

PLUS DE 20€
+1 PT // 2022

2%

MOINS DE 5€
-1 PT // 2022

19%

ENTRE 5-10€
+1 PT // 2022

55%

ENTRE 11-20€
-1 PT // 2022



UNE FRÉQUENCE
D'ACHAT DE VIN
EN LÉGÈRE BAISSÉ

18%

de grands acheteurs
= // 2022

35%

d'acheteurs
occasionnels
+4 PTS // 2022

31%

d'acheteurs
réguliers
-3 PTS // 2022

16%

de non acheteurs de vin
-1 PT // 2022



DÉFINITIONS

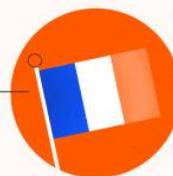
Grands acheteurs = achètent du vin une à plusieurs fois par semaine
Acheteurs réguliers = achètent du vin quelques fois par mois
Acheteurs occasionnels = achètent du vin quelques fois par an

Le prix devient
le 1^{er} critère d'achat de vin
devant la région



49% | LE PRIX
+5 PTS // 2022

LA RÉGION /
LE PAYS D'ORIGINE
-3 PTS // 2022



43%



26% | L'APPELLATION
+3 PTS // 2022

FUN FACT'

22% des 50-65 ans répondent « le millésime »
(5^{ème} place) dans leur critère d'achat de vin
quand la moyenne pour les autres générations
est à 16%

Les régions françaises préférées selon le niveau de connaissance en vin



CONNAISSEURS / EXPERTS



AMATEURS ÉCLAIRÉS



NÉOPHYTES



FUN FACT'

Le Beaujolais est la 3^{ème} appellation la plus achetée via une application mobile (24%), juste derrière Bordeaux (36%) et la Champagne (29%)

Les Français consommateurs de vins étrangers



DES CONSOMMATEURS
DE VIN BOIVENT
DES VINS ÉTRANGERS



29%

des consommateurs de vins
étrangers consomment
**DES VINS DU
NOUVEAU MONDE**



71%

des consommateurs de vins
étrangers consomment
DES VINS EUROPÉENS

L'ITALIE arrive
en premier avec

28%

suivie par
L'ESPAGNE avec

21%

Les lieux de
consommation
privilégiés

50%

des consommateurs de vins
étrangers en consomment
À LA MAISON



43%

AU RESTAURANT



26%

EN VOYAGE



Les raisons
de cette attirance pour
les vins étrangers



43% pour essayer
de **nouvelles choses**

43% pour **le goût**

17% pour **prolonger** l'expérience
de **leurs vacances**

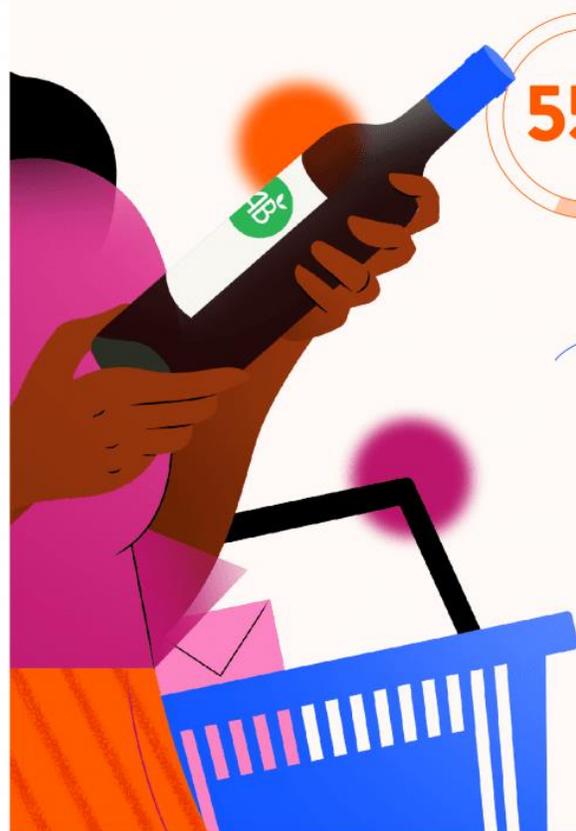
17% pour **leur prix**

14% pour **leur cépage**

FUN FACT'

21% des 18-25 ans consomment du vin
portugais - 3^{ème} place - quand la **moyenne pour**
les autres **générations** est à 12% - 3^{ème} place -

Les labels environnementaux ont la cote



55%

des acheteurs prennent le temps de regarder si **UNE BOUTEILLE DE VIN AFFICHE UNE CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE** lors de l'achat **+2 PTS // 2022**

UNE TENDANCE PLUS FORTE CHEZ LES JEUNES

67%

des **18-25 ANS**
+9 PTS // 2022

65%

des **26-35 ANS**
+2 PTS // 2022

L'association « **label environnemental = qualité** » est le principal critère qui motive l'achat de ces vins



48%

Pour m'assurer de la qualité
+2 PTS // 2022

44%

Pour respecter l'environnement
= // 2022



37%

Pour m'assurer de l'origine du vin et de son cycle de production
+1 PT // 2022

TOP 4 • NOTORIÉTÉ

des labels environnementaux

86%
Agriculture Biologique
+1 PT // 2022



36%
Vignerons Engagés
= // 2022



25% Terra Vitis
-1 PT // 2022

34%

Haute Valeur Environnementale
+5 PTS // 2022

FUN FACT'

94% des grands acheteurs de vin sur internet regardent toujours ou presque toujours si un vin affiche une **certification environnementale** avant de l'acheter

L'achat en ligne de vin privilégié par les jeunes

38%

DES FRANÇAIS
ACHÈTENT DU VIN
EN LIGNE

-3pts vs 2022

52%

LES MOINS DE 35 ANS
sont les plus nombreux
à le faire -2 PTS // 2022



LA FRÉQUENCE D'ACHAT EN LIGNE DIMINUE



10%
de grands
acheteurs
-3 PTS vs 2022

10%
d'acheteurs
réguliers
= // 2022

18%
d'acheteurs
occasionnels
= // 2022

MAIS LE BUDGET MOYEN POUR L'ACHAT D'UNE BOUTEILLE EN LIGNE AUGMENTE



47%
ENTRE
11-20€
+3 PTS // 2022

24%
PLUS
DE 20€
+4 PTS // 2022

Les canaux de vente en ligne privilégiés



32%

Sites de la grande
distribution
-1 PT // 2022

Sites
de producteurs
-3 PTS // 2022

27%



26%

Sites
de cavistes
+1 PT // 2022

Sites de
ventes privées
+2 PTS // 2022

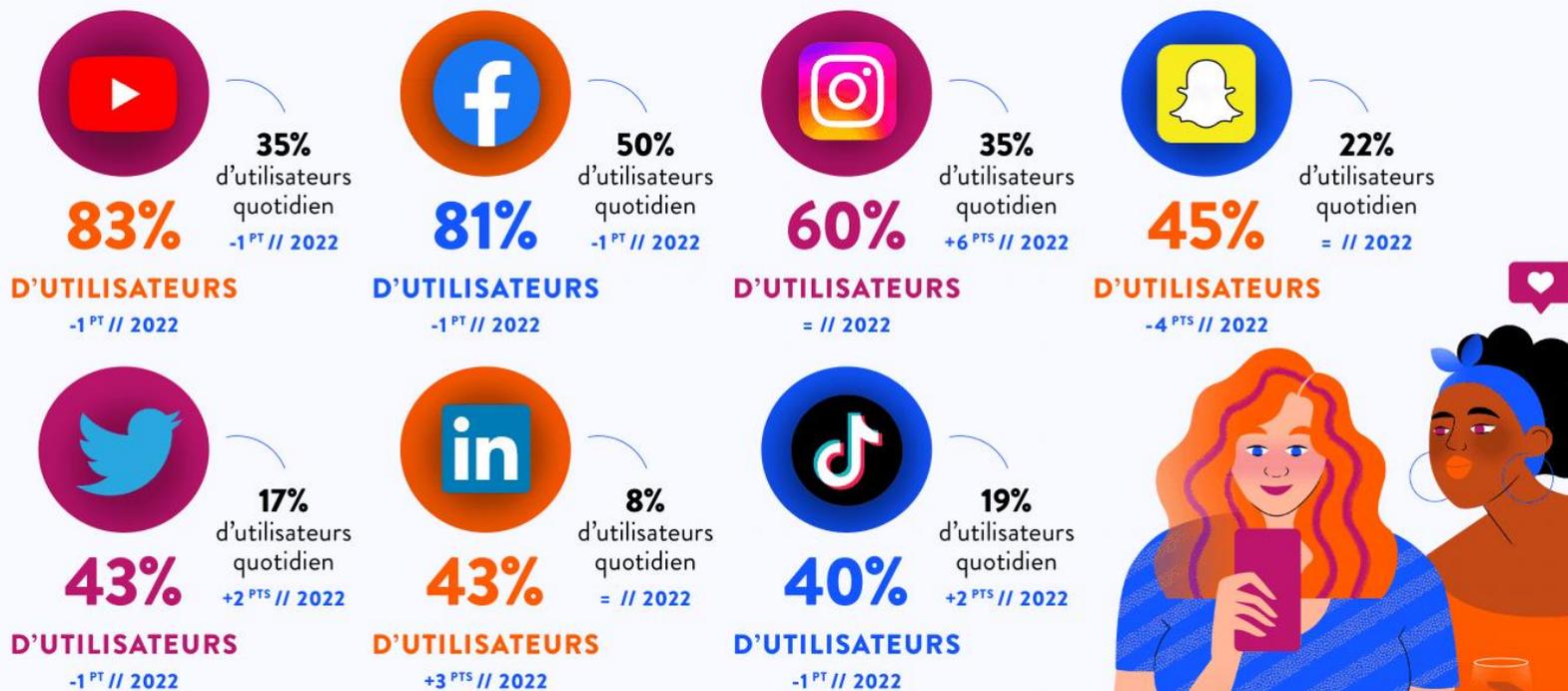
21%



FUN FACT'

Les habitants du Nord-Est (48%)
et de l'Île-de-France (47%) sont les plus nombreux
à acheter du vin en ligne, et ceux du Sud-Ouest
les moins nombreux (30%)

L'utilisation quotidienne de TikTok et d'Instagram progresse



TikTok est la plateforme la plus engageante en 2023 dans le secteur des vins et spiritueux



32%
+3 PTS // 2022

DE SES UTILISATEURS y suivent des domaines, châteaux, marques ou producteurs de vin

DEVANT INSTAGRAM AVEC 27% de ses utilisateurs
-5 PTS // 2022

FUN FACT'

55% des amateurs éclairés en vin (+13 PTS // 2022) et 75% des connaisseurs/experts en vin (+5 PTS // 2022) accordent une grande importance aux conseils des influenceurs

Retrouvez l'étude complète et son historique depuis 2013



<https://sowine.com/barometre/barometre-2023/page-1/>