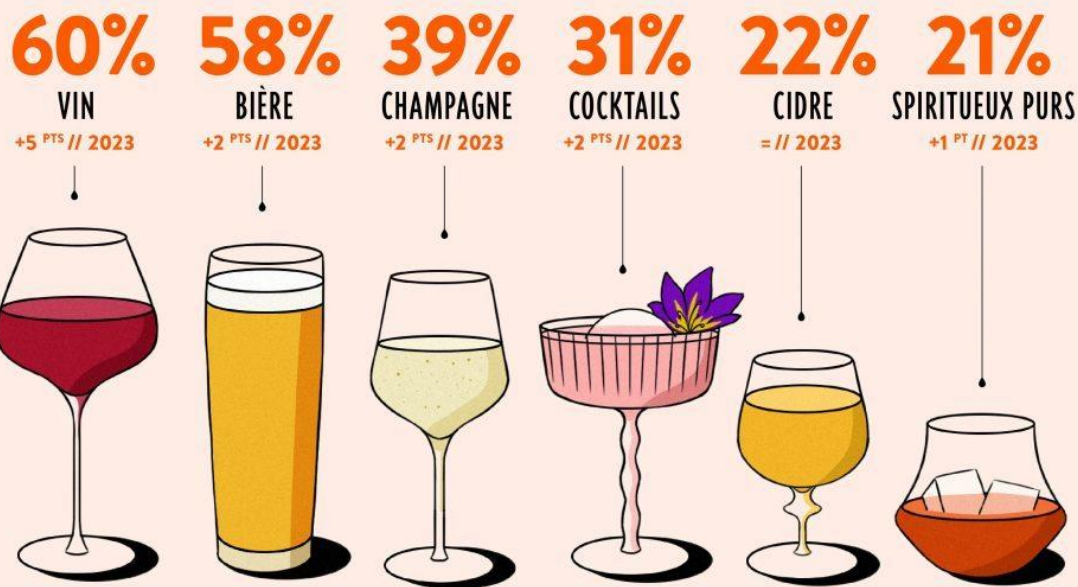


# LE VIN REDEVIENT LA BOISSON PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS



## LES BOISSONS ALCOOLISÉES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2024



### LE VIN PROGRESSE CHEZ

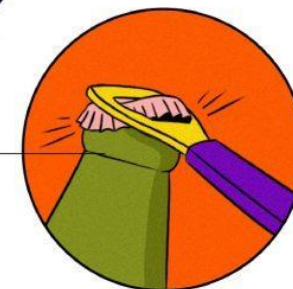


### LE CHAMPAGNE PROGRESSE CHEZ

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%).



# LE BLANC TOUJOURS DEVANT

## LES VINS ROSÉS

**87%**  
EN CONSOMMENT  
-4 PTS // 2021

## LES VINS BLANCS

**90%**  
EN CONSOMMENT  
-1 PT // 2021

## LES VINS ROUGES

**82%**  
EN CONSOMMENT  
-8 PTS // 2021

Les vins blancs sont  
**LES PLUS CONSOMMÉS  
LORS DE L'APÉRITIF**

Les vins rouges sont  
**LES PLUS CONSOMMÉS  
LORS DES REPAS**

## MOMENTS DE CONSOMMATION

### ENTRE AMIS

Rosé **40%**  
Blanc **37%**  
Rouge **26%**



### EN FAMILLE

Rouge **63%**  
Blanc **56%**  
Rosé **52%**

### SEUL

Rouge **10%**  
Blanc **6%**  
Rosé **6%**



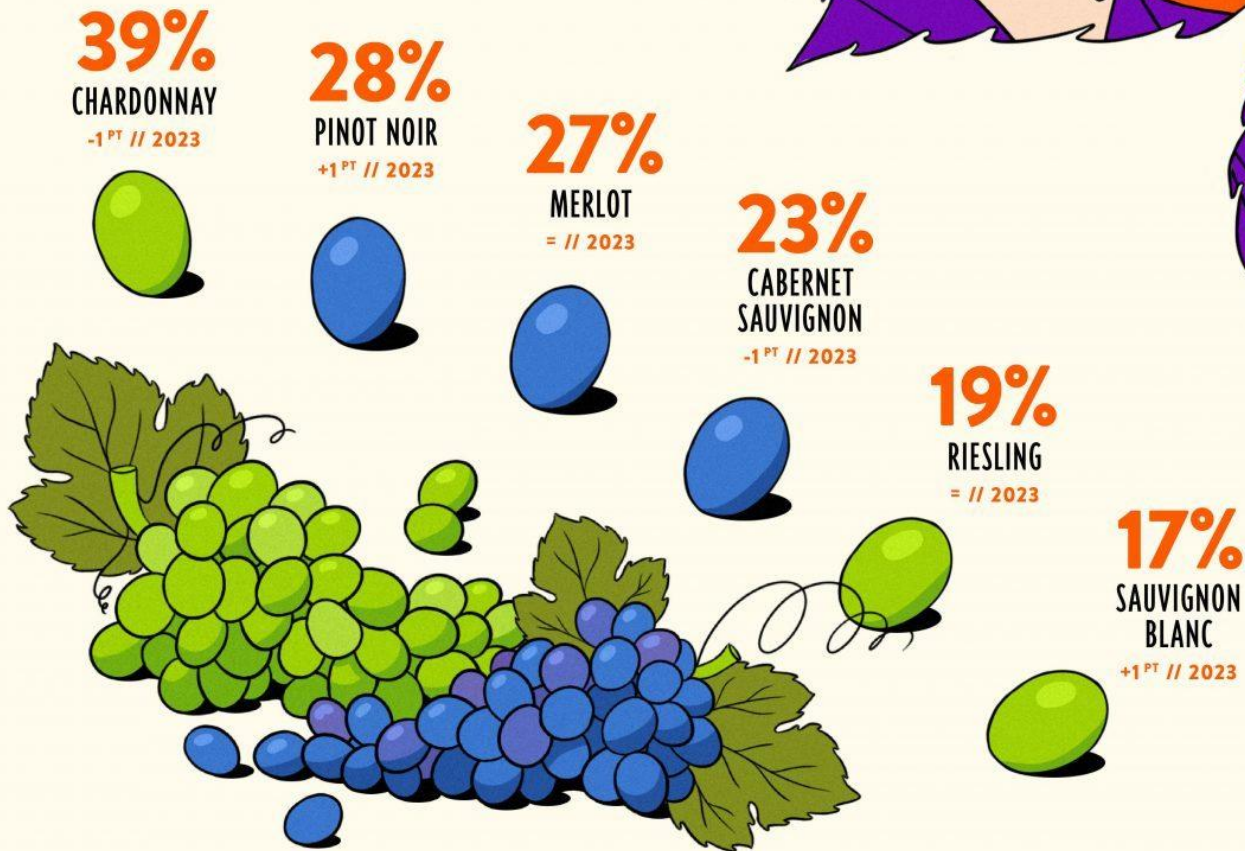
### BON À SAVOIR

La consommation de vin se concentre  
sur le soir des week-ends  
+5 PTS // 2023

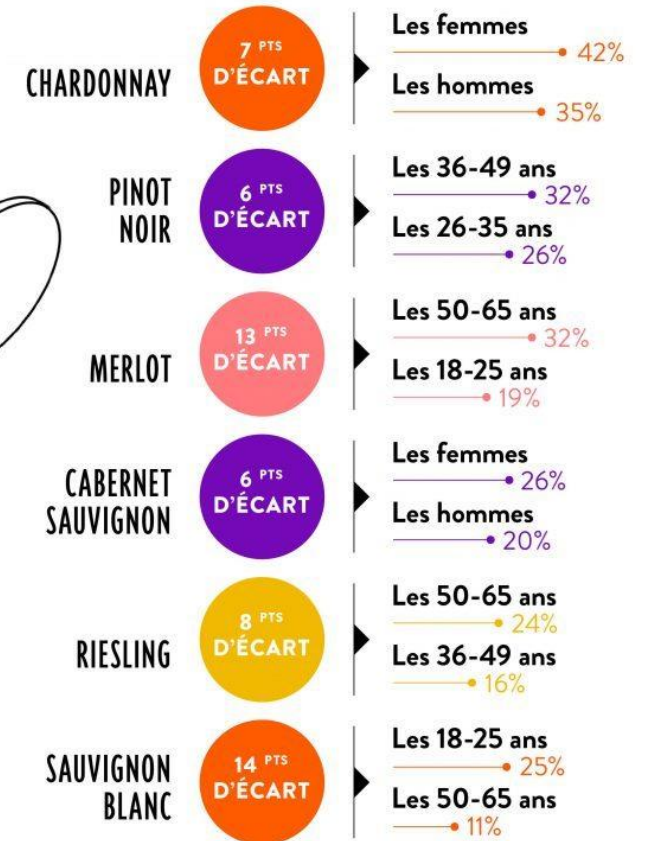




# LES CÉPAGES PRÉFÉRÉS DES FRANÇAIS



## LES PRÉFÉRENCES VARIENT SELON LE GENRE ET L'ÂGE



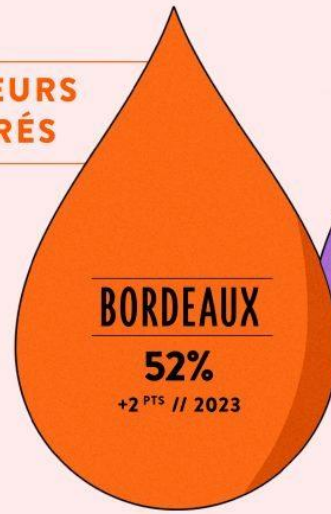
BON À SAVOIR

55% des Français déclarent avoir participé à un événement en lien avec le vin en 2024  
+2 PTS // 2023.

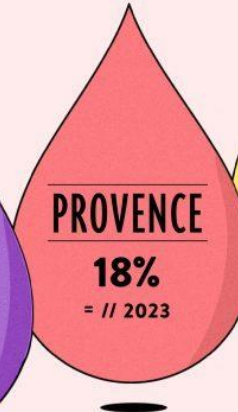


# RÉGIONS: UN TRIO DE TÊTE INCHANGÉ

## AMATEURS ÉCLAIRÉS



## NÉOPHYTES



## BON À SAVOIR

70% des consommateurs de vin dégustent aussi des vins étrangers = // 2023, en premier lieu des vins italiens 34% +6 PTS // 2023.



# PAS D'EMBELLIE POUR LES NO-LOW



DES FRANÇAIS  
CONSOMMENT  
DES NO-LOW\*

## LA CONSOMMATION EST SUPÉRIEURE PARMIS

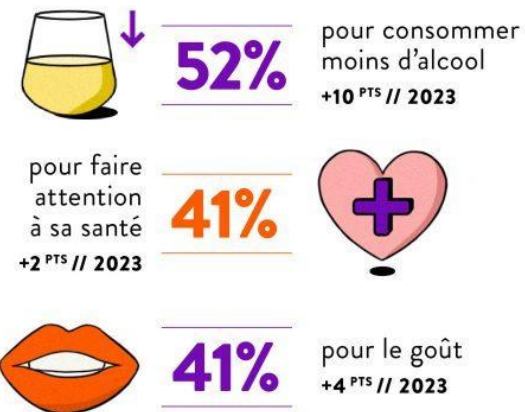


## UNE CONSOMMATION PORTÉE PAR LES BIÈRES ET LES COCKTAILS SANS ALCOOL OU À TENEUR RÉDUITE EN ALCOOL



## LE CHOIX DE LA MODÉRATION ET DU GOÛT

### LES PRINCIPALES MOTIVATIONS



### MOMENTS DE CONSOMMATION



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.

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



# UN INTÉRÊT PARTAGÉ POUR LES LABELS ENVIRONNEMENTAUX

Les consommateurs prennent le temps de regarder si la bouteille affiche une certification environnementale lors de l'achat.



51%

POUR LE VIN  
-4 points  
vs 2023

36%

POUR LA BIÈRE

35%

POUR LES SPIRITUEUX

67%

DES  
CONNAISSEURS

59%

DES  
26-35 ANS

Y SONT PARTICULIÈREMENT  
ATTENTIFS



LES  
PRINCIPALES  
MOTIVATIONS  
D'ACHAT  
D'UN VIN  
LABELLISÉ

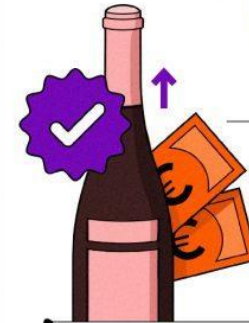


51%  
LA QUALITÉ  
+3 PTS // 2023

47%  
LE RESPECT DE  
L'ENVIRONNEMENT  
+3 PTS // 2023



34%  
L'ORIGINE DU VIN  
-3 PTS // 2023



48%

des acheteurs de vin  
sont prêts à payer  
plus cher un vin  
certifié -4 PTS // 2023

LES PRINCIPAUX  
FREINS À  
L'ACHAT POUR  
LES FRANÇAIS

48%

Un prix trop élevé  
+5 PTS // 2023

39%

Une méconnaissance  
des labels +10 PTS // 2023

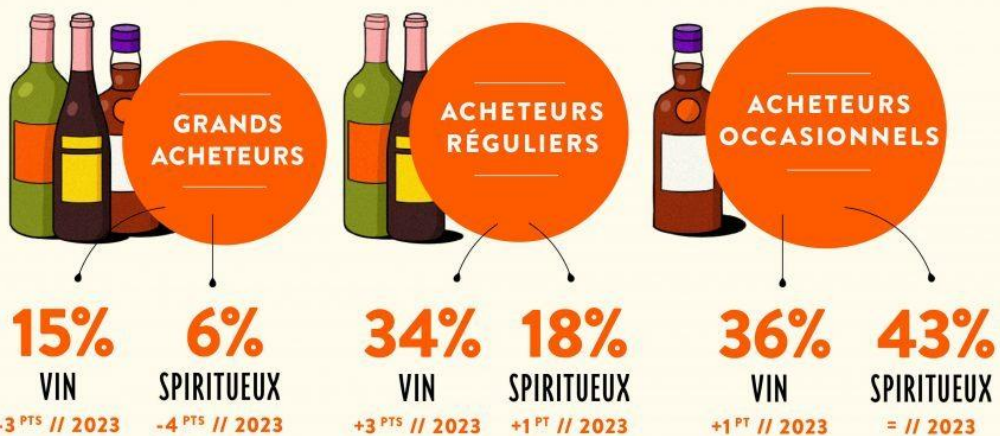
BON À SAVOIR

L'achat de vin labellisé progresse chez les cavistes et dans la grande distribution spécialisée bio, respectivement de +4 PTS et +2 PTS // 2023.



# MOINS, MAIS MIEUX POUR LES SPIRITUEUX

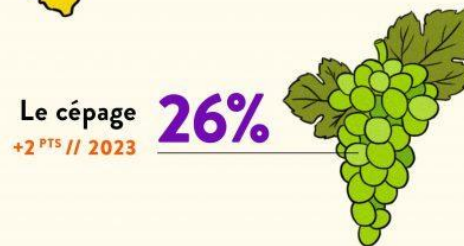
## LA FRÉQUENCE D'ACHAT DE VIN ET SPIRITUEUX DIMINUE



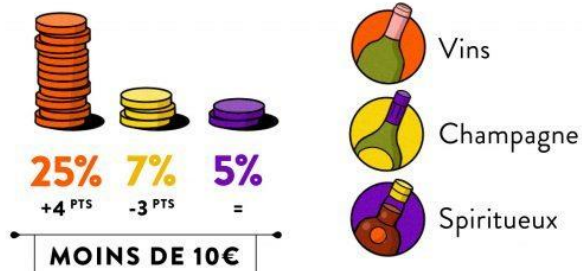
15% sont non-acheteurs de vin -1 pt // 2023  
33% sont non-acheteurs de spiritueux +3 pts // 2023

## LE PRIX RESTE LE 1<sup>ER</sup> CRITÈRE D'ACHAT DE VIN

devant la région mais le cépage  
passe devant l'appellation  
// 2023



## BUDGET MOYEN

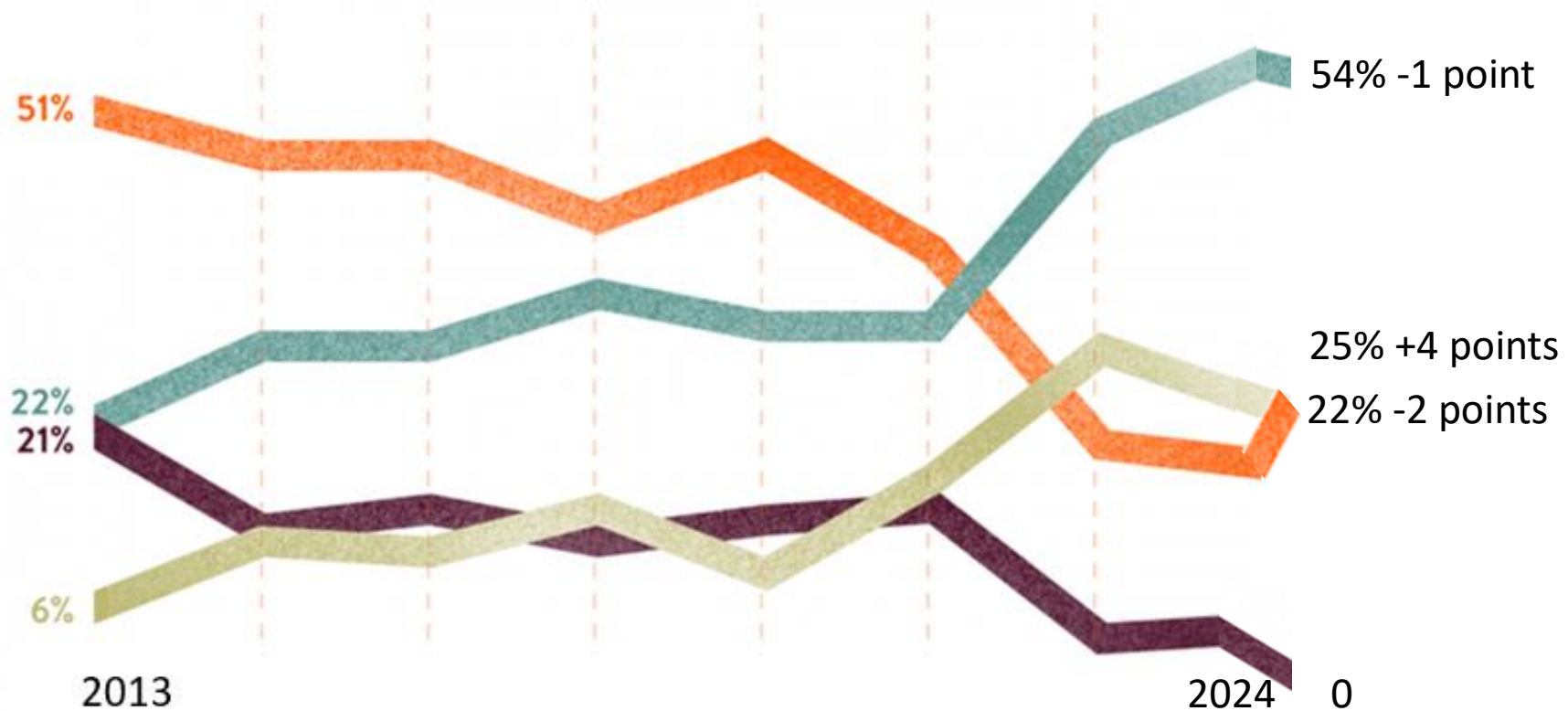


BON À SAVOIR

La grande distribution confirme sa place de premier lieu d'achat de vin +4 pts // 2023 mais la vente en direct producteurs augmente également +2 pts // 2023.

Moins de 5€    5-10€    11-20€    Plus de 20€

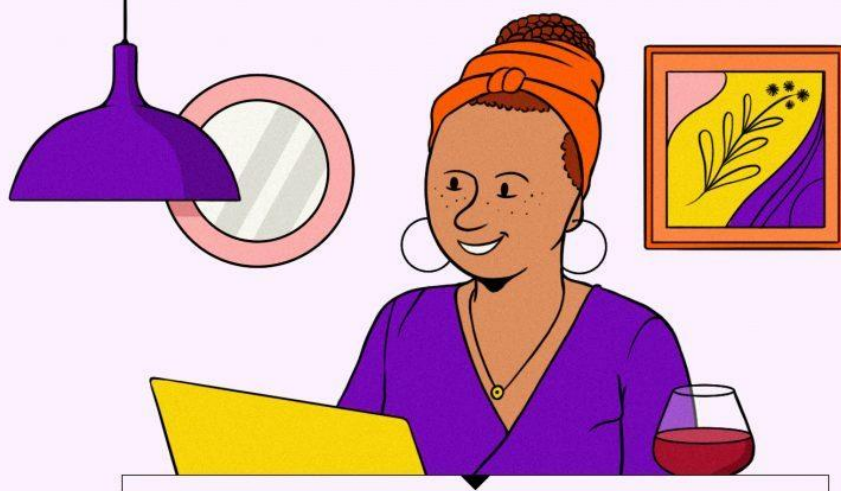
En France, budget moyen pour l'achat d'une bouteille de vin



à partir de 2024  
les segments moins de 5€ et 5 à 10€ sont fusionnés

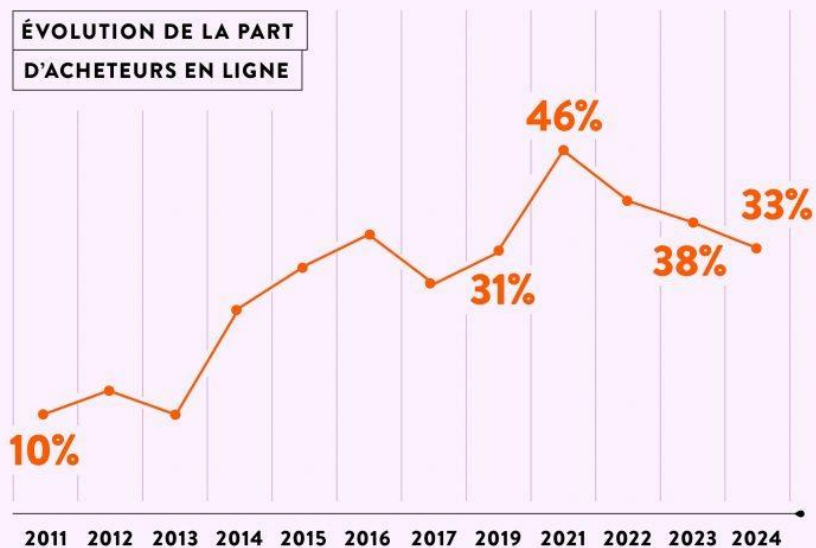


# ACTIVITÉ SOCIALE ET VENTE EN LIGNE



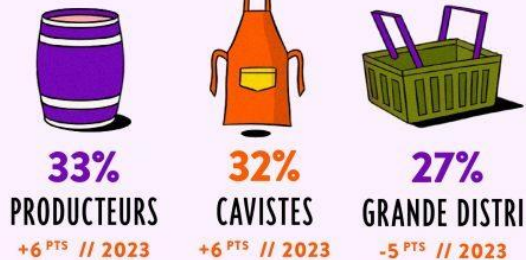
## LE NOMBRE D'ACHETEURS EN LIGNE REVIENT À SON NIVEAU PRÉ-CRISE SANITAIRE

ÉVOLUTION DE LA PART D'ACHETEURS EN LIGNE

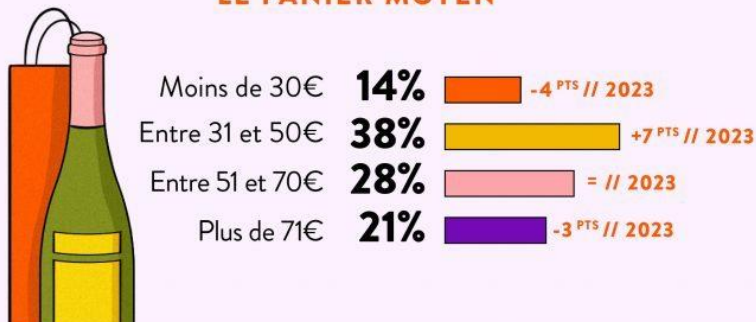


### TOP 3 DES SITES

#### LES SITES PRIVILÉGIÉS



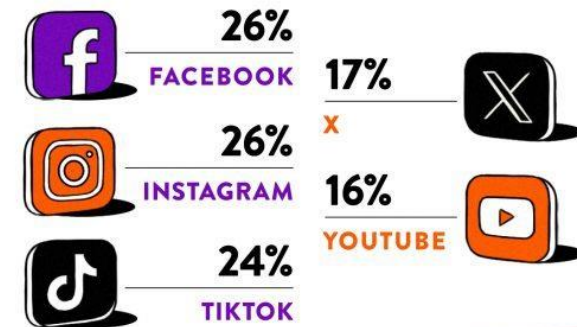
#### LE PANIER MOYEN



## TOP 3 DES CRITÈRES DE CHOIX D'UN SITE



## TOP DES PLATEFORMES POUR SUIVRE MARQUES ET DOMAINES



### BON À SAVOIR

Les 36-65 ans sont plus nombreux (25%) à suivre des influenceurs vin et spiritueux sur les réseaux sociaux que les 18-35 ans (17%)



Retrouvez l'étude complète et son historique depuis 2013

Pour toute question, contactez Sylvain Dadé



sylvain@sowine.com



+33 (0)1 78 94 94 52



+33 (0)6 67 36 55 63



www.sowine.com

**sowine**<sup>®</sup>



**dynata**<sup>™</sup>

Échantillon de 1058 personnes représentatif de la population française, âgées entre 18 et 65 ans. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas, sur la base des critères du sexe, de l'âge et de la zone géographique d'habitation. Étude menée en décembre 2023.

<https://www.sowine.com/barometre/barometre-2024/page-1/>