



## 63% DES HABITANTS DE LA RÉGION OCCITANIE ATTACHÉS À LA PROXIMITÉ DU LIEU DE PRODUCTION

**Wine Paris, qui se tiendra du 11 au 13 février 2019 à Paris Porte de Versailles, né de l'union des salons Vinisud et Vinovision Paris, a voulu évaluer l'attachement de la région Occitanie à ses terroirs viticoles en analysant les tendances de consommation de ses habitants. Les chiffres de l'enquête OpinionWay sont unanimes et viennent confirmer leur fort attachement à leur patrimoine viticole.**

**PRES D'UN HABITANT D'OCCITANIE SUR 2 CONSOMME DES VINS DU LANGUEDOC ET 32% DU VIN DU ROUSSILLON**

Force est de constater que les personnes qui achètent du vin se tournent le plus souvent vers les vins de leur région. Ainsi, **43% des habitants d'Occitanie consomment du vin du Languedoc, juste devant les vins du Sud-Ouest (41%) et du bordelais (35%),** versus 26% pour la moyenne des Français. Les vins du Roussillon arrivent, quant à eux, en 4ème position (32% vs 11% pour la moyenne nationale). **18% des habitants d'Occitanie déclarent par ailleurs boire plus souvent qu'avant du vin du Languedoc** (vs 9% au niveau National), **17% plus souvent du vin du Roussillon** (vs 7% au niveau national), et 18% plus souvent des vins du Sud-Ouest (vs 8%).

**Les terroirs du Languedoc et du Roussillon bénéficient d'une bonne image auprès des Français (79% et 77%) et cela est d'autant plus vrai pour les femmes (84% et 83%).** Par ailleurs, 29% des Français considèrent que le Languedoc et le Roussillon produisent des vins faciles à boire et qui peuvent être consommés rapidement. **Le Languedoc est également le premier terroir reconnu pour son rapport qualité-prix (22%).**

Même si les consommateurs de vin de la région Occitanie se rendent en grande majorité dans des hyper/supermarchés pour faire leurs achats (à 81%, vs 88% pour la moyenne des Français), les cavistes et magasins spécialisés (67% vs 63%) et les propriétaires/producteurs (63% vs 59%), appréciés pour leurs conseils en matière de vin, sont estimés. Preuve que **l'expertise des professionnels reste un point fondamental dans l'acte d'achat, seuls 21% d'entre eux achètent sur des sites internet marchands spécialisés ou généralistes,** bien que l'ère du digital batte son plein ! **Un critère important dans l'acte d'achat de vin est par ailleurs la proximité avec le lieu de production pour 63% des habitants d'Occitanie,** vs 54% au niveau national.

## LE VIN, AU CŒUR DU QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

**Plus de la moitié des Français (54%) boit du vin régulièrement (au moins une fois par semaine)** et 18% en consomment quotidiennement. Les hommes se révèlent de plus grands consommateurs de vin que les femmes: 92%, contre 81%. Quant aux jeunes de moins de 35 ans, 60% d'entre eux en consomment une ou deux fois par semaine, soulignant le goût de cette génération pour le vin.

Tout âge et sexe confondus, les personnes qui achètent du vin français privilégient deux régions viticoles en particulier : les vins du bordelais (48%) et de la Bourgogne (41%). La Vallée du Rhône complète le podium (31%), juste devant la Champagne (28%).

Globalement, les Français reconnaissent la grande diversité de vins (92%) et l'identité propre (90%) de l'ensemble des terroirs viticoles de l'hexagone. **Pour 90% d'entre eux, les terroirs sont une source de fierté nationale** et pour 91% ils font même partie du patrimoine national. La bonne image des terroirs dépend en partie de leur promotion : **71% des Français reconnaissent les efforts fournis par les prescripteurs (cavistes, sommeliers)** et 68% par les interprofessions des régions viticoles.

## WINE PARIS, DIGNE REPRESENTANT DE LA DIVERSITE DES TERROIRS VITICOLES FRANÇAIS

Ce n'est pas un hasard si WINE PARIS a décidé de s'intéresser aux goûts des français en matière de vin. **Ce 1<sup>er</sup> rendez-vous international des professionnels du vin à Paris, né de la rencontre de VINISUD, mondial des vins méridionaux et de VINOVISION PARIS, salon international des vins septentrionaux** est un événement collectif soutenu par toutes les interprofessions fondatrices et l'ensemble de la filière. Créé par et pour les vignerons, les producteurs et les négociants, WINE PARIS s'est donné pour mission de **valoriser les richesses et les diversités des terroirs**. Une approche qui offre des clés de lecture et de nouvelles alternatives pertinentes aux marchés et aux consommateurs.

Les vins AOP et IGP du Languedoc-Roussillon seront particulièrement bien représentés par les vignerons et entreprises rassemblés autour de leurs interprofessions : Inter Oc, le Conseil Interprofessionnel des vins du Languedoc et les Vins du Roussillon.

# Les Français & LES TERROIRS DU VIN



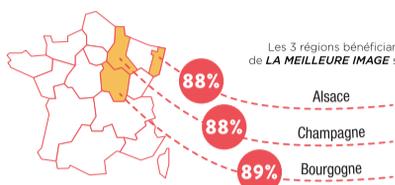
**86%**  
des Français **BOIVENT DU VIN**

**54%**  
le font **AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE**

**18%**  
en boivent même **QUOTIDIENNEMENT!**

Une appréciation qui se ressent dans une image positive des terroirs

Cette habitude de consommation se ressent dans l'**OPINION POSITIVE** qu'ont une majorité de Français des terroirs viticoles.



**92%** des Français reconnaissent la **DIVERSITÉ DES TERRITOIRES** & **91%** reconnaissent qu'ils font partie du **PATRIMOINE DE LA FRANCE**

Cette bonne image des terroirs dépend en partie de leur **PROMOTION**.



**71%** reconnaissent les efforts fournis par **LES CAVISTES** ou **LES SOMMELIERS**

**68%** par **LES INTERPROFESSIONS DES RÉGIONS VITICOLES**

Les Français privilégient l'achat de vin français, produit dans leur région



**94%** des Français qui boivent du vin achètent du **VIN FRANÇAIS**

**59%** d'entreux le font **AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS**

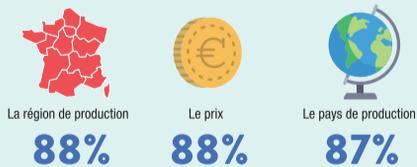
Ils **PRIVILÉGIENT CERTAINES RÉGIONS**, en particulier :



Les personnes qui achètent du vin préfèrent les vins **DE LEUR RÉGION**.



Les **CRITÈRES LES PLUS IMPORTANTS** pour l'achat de vin sont :



Les personnes qui achètent du vin apprécient d'obtenir des **CONSEILS** :

**85%** vont acheter chez un **CAVISTE** ou chez un **PRODUCTEUR / PROPRIÉTAIRE**



À l'heure du **DIGITAL**...

**22%** seulement des Français achètent leur vin **SUR INTERNET**



Etude OpinionWay pour Wine Paris, réalisée auprès d'un échantillon de 2121 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Les différents échantillons régionaux ont été constitués selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de catégorie d'agglomération. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées du 29 août au 6 septembre 2014.

**Etude complète disponible sur demande.**



#### **A PROPOS DE COMEXPOSIUM & ADHESION GROUP**

**Comexposium** est l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public. Organisant plus de 177 événements B2B et B2C dans le monde entier, Comexposium est notamment très présent dans l'agroalimentaire avec le réseau SIAL, l'agriculture, le commerce et la distribution, le e-commerce. Présent dans plus de 30 pays, Comexposium accueille annuellement plus de 3 millions de visiteurs et 45 000 exposants et se positionne comme un créateur d'échanges et de rencontres entre les individus et le business.

**Adhesion Group** - filiale de Comexposium depuis octobre 2017- est leader dans l'organisation d'événements BtoB ciblés à haute valeur dans le secteur des vins & Spiritueux et compte dans son portefeuille 2 salons d'envergure internationale : Vinisud et VinoVision Paris et 4 conventions d'affaires WWM World Wine Meetings à Paris, Singapour, Chicago et San Francisco.

#### **CONTACTS PRESSE**

Service de presse WINE PARIS  
Oconnection - [wineparis@oconnection.fr](mailto:wineparis@oconnection.fr)  
Valérie Hackenheimer - 06 12 80 35 20  
Anne-Marie Boyault - 06 89 28 42 29  
Lucile Leclercq - 06 24 30 56 55  
Amélie Testa - 06 69 24 81 17