



LES FRANÇAIS SONT-ILS ATTACHÉS À LEURS TERROIRS VITICOLES ?

94% des Français qui boivent du vin achètent du vin français, et 91% estiment que les terroirs viticoles font partie du patrimoine national.

Les Français & LES TERROIRS DU VIN



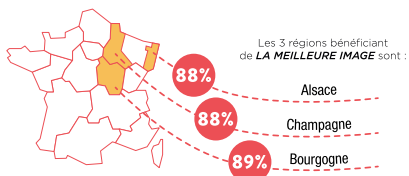
86%
des Français **BOIVENT DU VIN**

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**

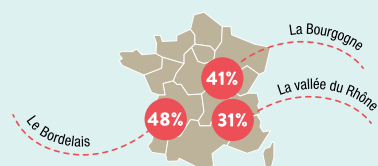
Les Français privilégient l'achat de vin français, produit dans leur région



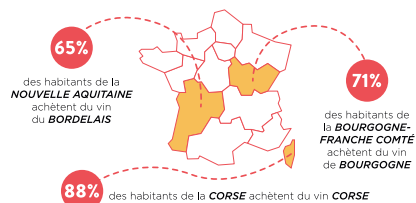
94% des Français qui boivent du vin achètent du **VIN FRANÇAIS**

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 l'acheter chez un **CAVISTE** ou chez un **PRODUCTEUR / PROPRIÉTAIRE**



À l'heure du **DIGITAL**...

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



Étude 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 du sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de catégorie d'agglomération. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAPI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées du 29 août au 6 septembre 2018.

“**opinionway**”

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 des Français à leur terroir viticole en analysant leurs tendances de consommation. Les chiffres de l'enquête OpinionWay sont unanimes et viennent confirmer le fort attachement des Français à un patrimoine viticole qu'ils revendiquent.

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.

Si les consommateurs de vin se rendent le plus souvent dans des hyper/supermarchés pour acheter du vin (88%), **les cavistes et magasins spécialisés (63%) et les propriétaires/producteurs (59%), appréciés pour leurs conseils en la matière, sont privilégiés par les Français**, tout particulièrement les femmes, attentives aux conseils des prescripteurs pour 74% d'entre elles. Preuve que l'expertise des professionnels reste un point fondamental dans l'acte d'achat, seuls 22% d'entre eux achètent sur des sites internet marchands spécialisés ou généralistes, bien que l'ère du digital batte son plein !

D'autres critères semblent importants pour déclencher l'acte d'achat et tout particulièrement pour les femmes. 74% d'entre elles sont sensibles à la mise en avant du travail et du savoir-faire des vignerons, 64 % à l'engagement de ces derniers pour préserver l'environnement et enfin à la naturalité du vin

94% DES FRANÇAIS QUI BOIVENT DU VIN ACHETENT DU VIN FRANÇAIS ET PRIVILEGIENT LES VINS DE LEUR REGION

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.

Interrogés sur les vins qui bénéficient de la meilleure image à leurs yeux, les Français classent la Bourgogne en tête (89%), suivie de la Champagne (88%) et de l'Alsace (88%). En revanche lorsqu'il s'agit de passer à l'acte d'achat, ce sont les vins du bordelais (48%) et de la Bourgogne (41%) qui sont privilégiés, juste devant ceux de la Vallée du Rhône (31%). Cependant, les vins de Provence (34%), du Beaujolais (30%), du Roussillon (29%), du Val de Loire (29%), du Languedoc (28%), et du Sud-Ouest (21%) sont quant à eux en tête du classement des terroirs qui proposent des vins faciles à boire, et qui peuvent être consommés rapidement.

Malgré tout, **les personnes qui achètent du vin se tournent le plus souvent vers les vins de leur région.** Ainsi, par exemple, 88 % des corses achètent du vin corse et 71% des personnes résidant en Bourgogne Franche Comté achètent du vin de Bourgogne. Toujours dans la même tendance, 66% des habitants de la région PACA préfèrent acheter du vin de Provence et 65% de ceux résidant en Nouvelle Aquitaine achètent du vin du bordelais, et 56% du vin du Sud-Ouest.

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 1er 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.

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
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