



La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles d'ONIVINS-INFOS est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : "extrait d'ONIVINS-INFOS, le numéro et le mois concernés"

De plus, dans le cas d'une étude, il est demandé de préciser le titre de celle-ci et les sources des tableaux

La reproduction du logo ONIVINS devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par l'Office

Chargé de mission
Etudes et Marché
ESR- INRA Montpellier

*Enquête ONIVINS INRA 2000.
Les occasions de
consommation de vin,
la segmentation et l'évolution
du marché intérieur
des vins tranquilles.*

O N I V I N S - I N F O S - N ° 8 4 J U I N 2 0 0 1

En mars et avril 2000, l'institut de sondage ISL a réalisé pour l'ONIVINS une enquête sur la consommation du vin par les Français auprès d'un échantillon de 4.010 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus. Les interviews ont eu lieu en face à face au domicile des personnes.

La fréquence de consommation de vin a été enregistrée pour l'ensemble des interviewés. On distingue ainsi les consommateurs réguliers qui déclarent consommer du vin tous les jours ou presque tous les jours ; les consommateurs occasionnels qui déclarent consommer du vin une à deux fois par semaine ou plus rarement et enfin les non consommateurs qui, eux, déclarent spontanément ne jamais consommer de vin (cf. ONIVINS INFOS n° 75 pages 80 et suivantes).

Pour analyser les résultats de cette enquête l'ONIVINS a poursuivi la collaboration avec le laboratoire d'Economie et de Sociologie rurales de l'INRA Montpellier commencée en 1980. Les résultats complets de l'étude feront l'objet d'une publication ultérieure. Nous présentons ici une analyse préliminaire relative aux occasions de consommation de vin, aux niveaux de consommation individuelle et à la segmentation du marché intérieur.

Les occasions de consommation

Nous distinguerons deux catégories principales d'occasion de consommation du vin selon que cette consommation a lieu au domicile ou en dehors du domicile de l'interviewé. De plus, nous envisagerons deux circonstances particulières de consommation de vin : l'apéritif et le hors repas.

La consommation de vin lors des repas pris au domicile

La présence et la consommation de vin sont fortement liées au degré de festivité et de convivialité du repas.

Dans le cas d'un repas de tous les jours, repas ordinaire pris dans le cadre de la cellule familiale, le vin est présent, plus ou moins fréquemment, sur la table de 47 % des interviewés. Pour seulement 28 % de la population cette présence est quasi systématique. Lorsque le vin est ainsi disponible à table, 87 % des Français de plus de 14 ans concernés en consomment plus ou moins fréquemment et près des deux tiers quasi systématiquement.

Lorsque le repas devient plus festif (repas amélioré sans invité) ce qui arrive hebdomadairement pour 28 % des interviewés et plus rarement pour 45 % d'entre eux, le taux de présence du vin à table croît jusqu'à 72 %. Pour 52 % des foyers cette présence est systématique. En cas de présence du vin dans cette circonstance les fréquences de consommation sont légèrement supérieures à celles observées pour les repas ordinaires.

Enfin, lorsque le repas est non seulement festif mais également plus convivial (présence d'invités pour un bon repas) ce qui arrive hebdomadairement pour 12 % des foyers et plus rarement pour 79 % d'entre eux, non seulement le taux de présence du vin à table croît jusqu'à 94 % (82 % de présence systématique) mais la fréquence de consommation progresse également puisqu'elle est quasi systématique pour 77 % des personnes concernées.

La consommation de vin lors des repas pris à son domicile

Repas ordinaire

Repas amélioré
sans invité

Repas amélioré
avec invités

FRÉQUENCE D'APPARITION DE L'OCCASION (*)

• Hebdomadaire	28 %	• Hebdomadaire	12 %
• Mensuel	26 %	• Mensuel	51 %
• Plus rarement	19 %	• Plus rarement	28 %
• Jamais	27 %	• Jamais	9 %

PRESENCE DU VIN LORS DE CHAQUE OCCASION

• Quasiment toujours	28 %	52 %	82 %
• Souvent	4 %	6 %	6 %
• De temps en temps	15 %	14 %	7 %
• Jamais	53 %	28 %	6 %

CONSOMMATION DE VIN LORSQUE CELUI CI EST PRESENT

• Quasiment toujours	63 %	68 %	77 %
• Au moins une fois sur deux	12 %	13 %	10 %
• Plus rarement	13 %	10 %	6 %
• Jamais	13 %	8 %	7 %

Source : enquête INRA ONIVINS 2000

(*) En % de la population de plus de 14 ans

La consommation de vin hors du domicile des interviewés

Dans cette enquête, nous avons interrogé les Français sur leur fréquentation de différents lieux dans lesquels il est possible de consommer du vin. En classant ces lieux selon les possibilités qu'ils offrent de pouvoir consommer du vin (présence du produit, largeur de gamme proposée), il apparaît :

- que 78 % des Français de plus de 14 ans déclarent aller au restaurant avec des amis ou de la famille au moins une fois par an et en grande majorité (54 %) moins d'une fois par mois,

- qu'ils sont seulement 23 % à fréquenter les restaurants dans le cadre professionnel (repas d'affaires, déplacement),

- que 46 % des interviewés se rendent dans un café ou dans un bar au moins une fois par an, dont 16 % hebdomadairement,

- qu'environ la moitié des Français se rendent annuellement dans une cafétéria ou un self service, et pour 34 % d'entre eux moins d'une fois par mois,

- que 95 % des Français de plus de 14 ans sont reçus chez des tiers, sachant que pour 60 % d'entre eux la fréquence d'apparition de cette occasion est au moins mensuelle,

- que 18 % des Français de plus de 14 ans fréquentent , le plus souvent hebdomadairement, un restaurant scolaire, universitaire ou d'entreprise,

- que la même proportion d'individus prend son repas sur le lieu de travail ; là aussi le plus souvent hebdomadairement,

- que 27 % des Français de plus de 14 ans se rendent dans une boîte de nuit, un club de jazz, une discothèque, ... et ceci majoritairement moins d'une fois par mois,

- et qu'enfin 46 % déclarent se rendre dans un fast food ; 4% seulement fréquentant ces lieux hebdomadairement.

On peut remarquer, là encore, que la fréquence de consommation de vin est fonction du degré de festivité et/ou de convivialité de l'occasion, dès lors que le produit est disponible.

Ainsi plus de 90 % des interviewés qui vont, même exceptionnellement, au restaurant avec des amis ou de la famille ou qui sont invités chez des tiers déclarent consommer du vin lors de ces occasions et pour plus de 70 % d'entre eux ceci est quasi systématique.

A l'opposé, dans les lieux où le vin n'est qu'exceptionnellement proposé (boîte de nuit, fast food, etc) la consommation du vin y est logiquement rare. Néanmoins on observe que dans les cafés et les bars, malgré une disponibilité quasi systématique du vin, plus de 80 % des interviewés fréquentant ces lieux ne consomment jamais de vin, ceci vraisemblablement en raison d'une concurrence forte d'autres boissons et de la rareté d'un complément alimentaire.

Pour les autres repas hors domicile on peut distinguer deux catégories. La première est constituée des repas que l'on peut qualifier d'ordinaires (sur le lieu de travail, restaurant scolaire ou d'entreprise, cafétéria et self service) où la consommation de vin est relativement peu fréquente (entre 13 % et 32 % des interviewés concernés se

déclarant consommateurs dans ces circonstances). Toutefois les interviewés déclarant boire du vin dans ces circonstances le font en majorité quasi systématiquement. La seconde catégorie concerne les repas pris au restaurant à titre professionnel (repas d'affaires, déplacement) où dans ces circonstances le caractère de représentation se substitue en partie à l'aspect de convivialité et de festivité qui caractérise les repas pris au restaurant en famille ou avec des amis. Ainsi lors des repas professionnels plus de 70 % des interviewés concernés déclarent consommer du vin et pour plus de deux tiers d'entre eux de manière quasi systématique.

La consommation de vin à l'apéritif

Plus de trois Français de plus de 14 ans sur quatre prennent de temps à autre l'apéritif : 4 % quotidiennement, 30 % hebdomadairement et 43 % plus rarement.

A cette occasion 50 % des interviewés concernés déclarent consommer de temps à autre du vin ; dont 9 % quasi systématiquement et 15 % au moins une fois sur deux. Le vin blanc (y compris sous forme de Kir) apparaît comme le vin consommé à l'apéritif par le plus grand nombre (21 % de l'ensemble des interviewés), devant les vins de liqueur (13 %), les effervescents (7 %), le vin rouge (7 %) et le vin rosé (3 %).

La consommation de vin hors repas et hors apéritif

Le vin n'est plus une boisson désaltérante puisqu'en dehors des repas et de l'apéritif la consommation de vin ne concerne que 6 % des Français de plus de 14 ans. Elle n'est quotidienne que pour 1 % d'entre eux.

Les niveaux individuels de consommation

Les différentes questions de l'enquête permettent de reconstituer pour chaque individu son niveau de consommation annuelle de vin tranquille. Cette consommation est estimée à partir des informations recueillies :

- sur la fréquence moyenne déclarée de consommation de vin (tous les jours, une deux fois par semaine, ...) complétée par des questions précisant cette fréquence (nombre de repas hebdomadaires avec vin pour les quotidiens et les hebdomadaires, fréquence de consommation mensuelle, trimestrielle, semestrielle, ... pour les autres),

- sur le rappel des occasions de consommation à l'année pour certaines circonstances touchant le lieu (repas au domicile avec ou sans invité, fréquentation de différents lieux hors domicile : restaurant, café, self service, boîte de nuit, ...) ou les moments de consommation (apéritif, hors repas),

- sur la consommation de vin déclarée par l'interviewé lors de quatre repas particuliers (les deux repas pris la veille de l'interview et ceux du dimanche midi et du samedi soir précédents).

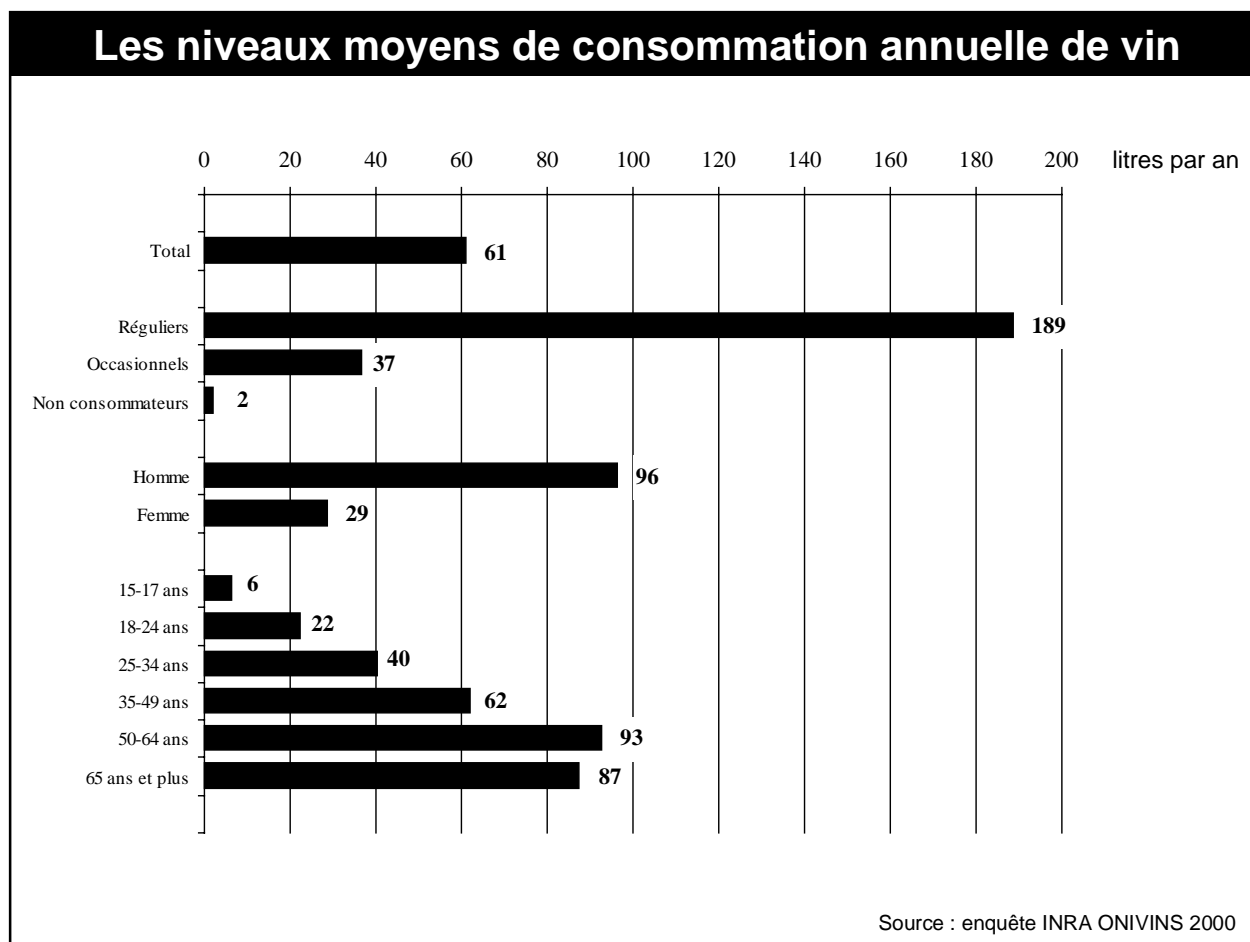
Chacune de ces informations est accompagnée du recueil de la quantité consommée. Pour cela l'interviewé déclare soit une quantité totale (en centilitres) soit un nombre de verre dont la contenance est précisée à l'aide d'une planche visualisant les types de verre les plus couramment utilisés.

Ces estimations sont redressées à partir de la taille réelle du marché intérieur des vins tranquilles calculée sur la base de statistiques exogènes à l'enquête (consommation taxée et autoconsommation diminuées du marché intérieur des effervescents et des VDN ainsi que des achats et de la consommation des touristes étrangers en France). Ce marché intérieur des vins tranquilles est évalué pour 1999/2000 à 29,3 millions d'hectolitres soit une consommation moyenne de 61 litres par personne de plus de 14 ans.

La reconstitution de la consommation individuelle de chaque interviewé conduit à une consommation moyenne annuelle de 50 litres par personne de plus de 14 ans, soit un taux de couverture de 82 % par rapport au 61 litres de consommation totale ; ce qui peut être considéré comme satisfaisant dans ce genre d'enquête. Nous avons donc

appliqué un coefficient de redressement de 1,22 (=61/50) pour estimer les consommations annuelles de chaque interviewé.

On trouvera ci après une estimation de la consommation moyenne annuelle pour les différents types de consommateurs, pour les hommes et les femmes ainsi que pour les différentes tranches d'âge.



On notera qu'un consommateur régulier consomme en moyenne 5 fois plus de vin qu'un consommateur occasionnel et que les interviewés qui se déclarent spontanément non consommateurs ne sont pas tous des abstinents complets par rapport au vin. Ainsi les différentes questions posées lors de l'interview permettent d'estimer à 2 litres de vin par an la quantité moyenne bue par les non consommateurs. La consommation moyenne des hommes est plus de trois fois supérieure à celle des femmes. Enfin, on soulignera que la consommation moyenne de vin augmente avec l'âge : de 6 litres par an pour les 15 –17 ans jusqu'à 90 litres par an pour les plus de 50 ans.

La segmentation du marché intérieur

A partir des estimations des consommations de chaque interviewé, il est possible de proposer une ventilation du marché intérieur selon plusieurs critères.

Le marché des vins tranquilles repose bien évidemment sur les consommateurs réguliers. Ceux ci, qui représentent 24 % de la population française de plus de 14 ans (contre 28 % en 1995), consomment 73 % des volumes de vins tranquilles (contre 79 % en 1995). Les occasionnels qui ont vu leur part progresser, dans cette population, de 38 % (en 1995) à 40 % en 2000 représentent dorénavant 26 % des volumes consommés contre 20 % en 1995. Les non consommateurs faux abstinents représentent quant à eux 1 % des volumes de vins tranquilles consommés en France.

En 2000, comme en 1995, ce marché repose pour plus de 75% des volumes sur la consommation masculine. Les plus de 50 ans représentent, comme en 1995, 55% du marché intérieur des vins tranquilles. On note cependant un accroissement de la part relative de la consommation des plus de 65 ans par rapport à celle des 50-64 ans. Les moins de 25 ans ne représentent qu'une part mineure de ce marché : 5 % des volumes en 2000 (contre 6 % en 1995).

Les 10 % de gros consommateurs (que l'on définit ici comme ceux buvant plus de 200 litres de vin par an) représentent une part de marché de 50 % en 2000. Ces proportions étaient, en 1995, respectivement de 11 % et 54 %. A l'opposé les 63 % de Français qui consomment moins de 40 litres par an représentent en 2000, comme en 1995, 8 % du marché intérieur.