

La consommation du vin en France en 2005

Présentation générale

La consommation du vin en France , comme dans les autres pays traditionnellement viticoles, diminue . La consommation individuelle moyenne de la population en âge de consommer (15 ans et plus) s'est progressivement réduite, de plus de moitié en quatre décennies : 160 litres par habitant et par an en 1965; moins de 70 litres en 2005.

L'ONIVINS et l'INRA de Montpellier, aujourd'hui sous la coordination du CREGO Université Montpellier 2, mettent en commun leurs compétences pour mieux comprendre la logique d'évolution de cette consommation et donner des éléments de prospective.

Depuis 1980, tous les cinq ans, un échantillon représentatif de la population française est interrogé en face à face à domicile par ISL sur sa consommation de vin et d'autres boissons.

Les résultats des traitements et analyses de l'enquête 2005 seront diffusés au fur et à mesure de leur élaboration et seront organisés autour des thèmes suivants :

- Actualiser d'une part le suivi de l'évolution dans la population française des parts prises par les différentes catégories de consommateurs (définies par de nombreuses variables: fréquence de consommation, sexe, âge...) et, d'autre part, leur contribution respective à la taille du marché intérieur en vins tranquilles,
- Resituer le vin dans l'ensemble des boissons notamment en fonction des occasions de consommation (en tentant d'une part de cerner des "univers de concurrence" et d'autre part de décomposer la fréquence globale déclarée de consommation habituelle de vin en une combinaison de la fréquence d'apparition d'une occasion de consommation, de la fréquence de présence du vin par occasion, et enfin de la fréquence de consommation conditionnée par la présence du produit),
- Approcher la modification des comportements habituels vis à vis de la consommation de vin dans certaines circonstances particulières (vacances, déplacements),
- Actualiser le suivi des perceptions qu'ont les français du vin, de leurs connaissances des signes de qualités (signes officiels mais aussi marques) ainsi que des critères qu'ils prennent en compte lors de leurs achats de vins,
- Approcher la relation "consommation de vin" / "hygiène de vie".

La consommation du vin en France en 2005

Les fréquences de consommation

■ REPRISE DE L'AUGMENTATION DE LA PART DES NON-CONSOMMATEURS

Les Français interrogés sont répartis en 3 catégories selon la fréquence de consommation de vin qu'ils déclarent. Ceux qui déclarent consommer du vin :

“ Tous les jours ou presque tous les jours ” sont des consommateurs réguliers

“ Une à deux fois par semaine ou plus rarement ” sont des consommateurs occasionnels

“ Jamais ” sont des non consommateurs.

Pendant la décennie 1980 – 1990, le pourcentage de personnes qui se déclaraient consommateur de vin a fortement décru passant de 80,8% en 1980 à 67,1% en 1990 de la population des plus de 14 ans. La décennie suivante a vu une relative stabilité du poids des consommateurs : 69,1% en 1995, 67,2% en 2000. En 2005, la diffusion de la consommation de vin dans la population française chute de 5 points à 62,0%. Il n'y aurait donc plus que 32 millions de Français consommateurs de vins en France, soit 1 million de moins qu'en 2000.

■ LA CONSOMMATION OCCASIONNELLE DOMINE

Parmi les consommateurs, le remplacement des réguliers par des occasionnels se poursuit. Les réguliers qui représentaient plus de 60% des consommateurs de plus de 14 ans en 1980, 40% en 1995, ne rassemblent plus que le tiers des consommateurs en 2005. Le mode de consommation occasionnel est désormais nettement dominant chez les Français avec toujours près de 40% sur un mode hebdomadaire, les autres consommant plus rarement.

■ LA BAISSSE DE LA PART DES CONSOMMATEURS TOUCHE LES DEUX SEXES

Chez les hommes, la baisse la plus forte se produit chez les réguliers qui passent de 36% en 2000 à 30% en 2005, avec une stabilité des occasionnels (qui progressent de façon non significative). Ainsi la part des non consommateurs atteint 29% (vs 24% en 2000).

Chez les femmes les occasionnelles sont en baisse nette, alors que ce modèle se développait depuis plus de 10 ans. La part des consommatrices régulières, déjà très faible, évolue peu.

Conséquence : dans les deux cas il y a une croissance de près de 5 points des non consommateurs.

■ PRESQUE PAS DE CONSOMMATEURS REGULIERS AVANT 35 ANS

Les consommateurs réguliers de vin constituent une population vieillissante, qui semble vieillir au même rythme que la population : la baisse de la consommation serait donc plus un phénomène de culture que d'âge : autrement dit les jeunes consommateurs ne se convertissent pas en réguliers comme leurs prédécesseurs.

consommation du vin en France en 2005

Notoriété des signes de qualité

■ LA NOTION D'A.O.C

A la question connaissez-vous la signification du sigle A.O.C., 58% des Français répondent correctement, ils n'étaient que 41% il y a 10 ans. Ensuite à l'injonction « citez-moi un exemple d'AOC », 56% donnent un exemple correct, 11% se trompent en confondant le plus souvent avec une marque ou un cépage et 32% restent secs. Le panel des AOC citées s'est élargi passant en 10 ans de 108 à 158 AOC différentes mais Bordeaux reste la plus citée avec près 34% des réponses justes, loin devant Côtes du Rhône et St Emilion à (8%). Avec 1,5% des réponses, côtes de Provence fait son apparition parmi les 10 premières AOC citées.

■ LA NOTION DE VIN DE PAYS

79% des Français déclarent avoir "entendu parler des vins de pays", ils étaient 85% en 1995. Mais seuls 19% sont capables de donner un exemple de vin de pays sans confondre avec une AOC ou un nom géographique. Près de 7% des français citent spontanément le vin de pays de l'Aude, 4% celui de l'Hérault et 2,3% le vin de pays d'Oc, soit 6 fois plus qu'il y a 10 ans.

■ LA NOTION DE VIN DE CEPAGE

Seuls 42% des français déclarent avoir « entendu parler des vins de cépage » et seulement 15% peuvent citer un exemple juste. Ceux qui donnent des exemples faux (11%) confondent le plus souvent avec des AOC. 37 cépages différents ont été cités contre 20 il y a 10 ans. La liste des 5 cépages les plus cités n'a pas changé mais le merlot (cité par 3,6% des interviewés), le cabernet (2,8%) et le chardonnay (2,1%) ont supplanté le gamay (1,9%), le sauvignon conserve sa 5^{ème} place avec 1,2%.

■ LA NOTION DE MARQUE

A la question « pouvez-vous me citer une marque de vin » 4 français sur 5 répondent au moins une fois mais seuls 20% donnent, après cinq relances, au moins une réponse correcte. Ainsi 80% des français sont incapables de citer une marque de vin. Ils n'étaient « que » 68% en 1995. Vieux Papes et Château Margaux restent en tête des citations avec chacun 7% des réponses justes. Ces marques ont été citées respectivement par 2,4% et 2,3% des sondés. Listel reste dans les cinq premières marques mais Mouton Rothschild et Sidi Brahim ont été dépassées par Château Lafite et Château Petrus.

■ EVOLUTION DE LA CONNAISSANCE EN 10 ANS

La connaissance de la notion d'A.O.C. a progressé en 10 ans avec davantage de personnes qui peuvent développer le sigle et qui citent un nom d'AOC. Un plus grand nombre de noms d'appellation ont été cités. Plus de noms de cépages également mais avec une population de connaisseurs qui reste étroite. Pas vraiment de progrès dans la connaissance des vins de pays même si là aussi la liste des citations est plus longue. Quant à la notion de marque, elle reste dissociée de l'univers du vin pour la plupart des Français.