



Division Etudes

12, rue Rol Henri-Tanguy
TSA 4004 - 93555 MONTREUIL SOUS BOIS CEDEX
Tél : 01 73 30 33 00
Fax : 01 73 30 35 90
www.viniflor.fr

Montreuil le 12 décembre 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

Projection des comportements de consommation de vin en France à l'horizon 2015

La suite des résultats 2005 de l'étude sur la consommation de vin en France menée tous les 5 ans, depuis 1980, par Viniflor en association avec la recherche (INRA Unité de recherche MOISA Montpellier & Université Montpellier 2) permet de disposer de données de suivi de l'évolution des comportements de consommation sur un quart de siècle (1980-2005).

Influence de l'âge sur la consommation de vin

L'analyse de ces données montre l'importance de l'âge et du sexe dans la détermination de la position d'un individu vis-à-vis de sa fréquence de consommation de vin. L'âge intervient principalement de deux manières :

- Au cours de la vie d'un individu, ses goûts alimentaires évoluent avec l'avancée en âge. C'est l'effet cycle de vie ;
- Les individus nés à une même période ont des goûts et des consommations inscrits dans un contexte historique. Le CREDOC dans ses travaux considère qu'une génération est marquée par le comportement alimentaire adopté à l'âge de 25 ans.

A ces effets s'ajoute un effet de période ou de moment qui traduit les incidences de la conjoncture sur les choix des individus.

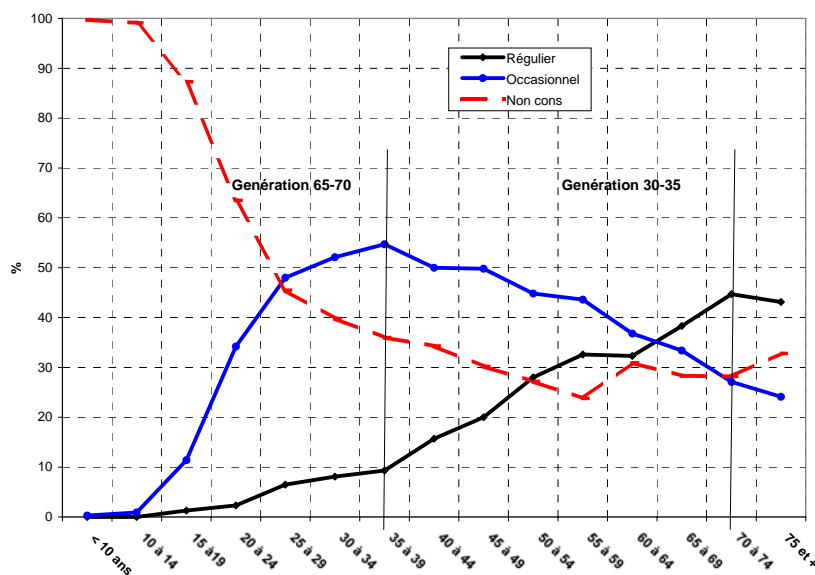
✓ Effet cycle de vie : les résultats

En 2005, il n'y a quasiment **aucun consommateur de vin parmi les moins de 15 ans et aucun consommateur régulier chez les moins de 25 ans**. Le maximum de consommateurs se situe chez les 50-60 ans, celui des réguliers autour de 70 ans et celui des occasionnels entre 30 et 40 ans. **Le vin n'est donc pas le vecteur de l'arrivée à la consommation d'alcool.**

✓ Effet génération : la lecture

Chacune des générations comporte moins de consommateurs réguliers que celle qui la précède. Pour les jeunes générations, nées après 1955, à partir de 30 ans, **la part des réguliers dans une génération n'augmente plus mais la part des occasionnels progresse. Ces générations accèdent au vin de plus en plus tard et pourraient conserver cette fréquence de consommation toute leur vie.**

Catégories de consommateurs par classe d'âge, en 2005 Effets liés à l'âge



Source : VINIFLHOR - INRA - UM2 Enquêtes sur la consommation du vin en France

Combien de consommateurs à l'horizon 2010-2015 ?

En 1980, la France comptait 19 millions de consommateurs réguliers dont 7 millions de consommatrices. La moitié des Français buvait du vin tous les jours.

En 2005, il n'y a plus que 10 millions de consommateurs réguliers dont un tiers de femmes. C'est un véritable effondrement de la consommation régulière.

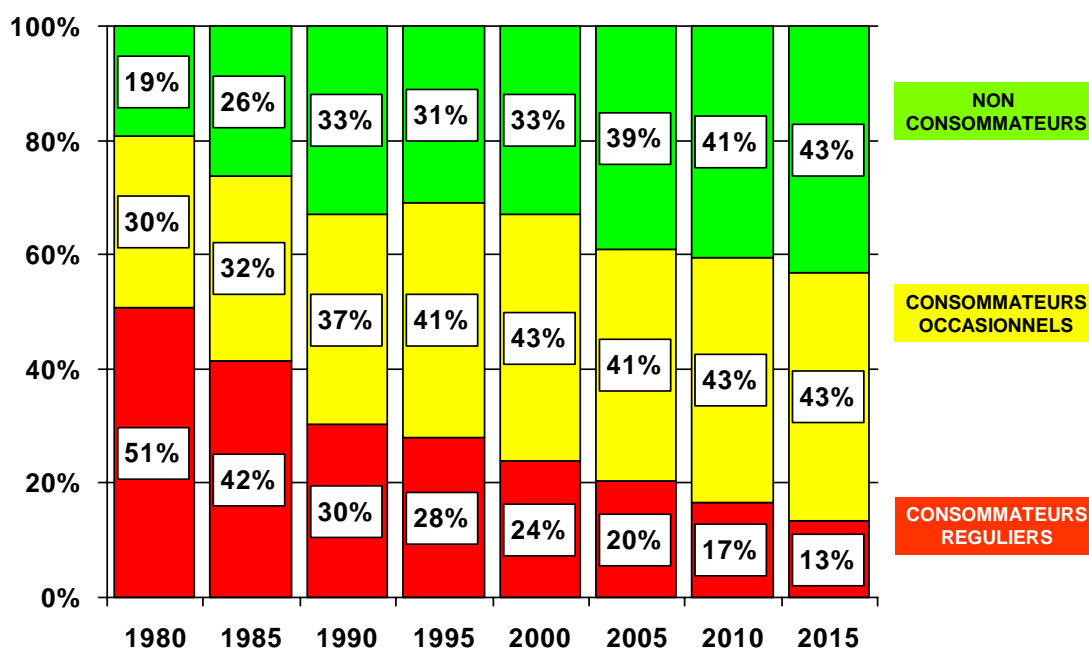
En 1980, 12 millions de Français dont 7 millions de femmes étaient des consommateurs occasionnels de vin. **L'enquête 2005 permet de dénombrer 20 millions de consommateurs occasionnels, à parité hommes femmes.**

Tout en analysant ces résultats avec prudence (compte tenu de l'extrapolation et de la projection de données issues d'un échantillon), il est possible d'avancer qu'en prolongeant les effets de cycle de vie on obtiendrait en 2015 :

- 13 % de consommateurs réguliers, soit 7 millions d'individus dont environ 2 millions de femmes ;
- 43 % de consommateurs occasionnels, soit 22 millions de personnes, à quasi parité hommes femmes (750 000 hommes de plus) ;
- 43 % de non consommateurs, soit 22 millions de plus de 14 ans, dont 14 millions de femmes.

Dans le cadre d'une réflexion stratégique de filière, ces simulations, basées sur une stabilité des préférences des Français, devraient permettre de mieux anticiper l'évolution des populations cibles, voire de chercher comment faire émerger de nouveaux consommateurs.

Fréquence de consommation de vin. projection démographique à 2015



Source : VINIFLHOR - INRA - UM2 Enquêtes sur la consommation du vin en France

La consommation du vin en France - Enquête Viniflhor - Université Montpellier 2

Vague 2005 – Cahier de recherche du CR2M n° 03-2007-1 et 2

D'après le chapitre 10 : Effet d'âge et effets de générations : projections des comportements individuels des consommateurs de vin en France à l'horizon 2015. Jean-Pierre Laporte INRA

Division Etudes

Françoise BRUGIERE : 01 73 30 34 21

francoise.brugiere@viniflhor.fr

Contact presse

Laurence GIBERT : 01 73 30 34 05

laurence.gibert@viniflhor.fr