

LA NOUVELLE SEGMENTATION DU MARCHÉ DU VIN EN FRANCE

ÉTUDE INTERLOIRE - WINE INTELLIGENCE 2023

INTERLOIRE
Interprofession des Vins du Val de Loire

LES HEBDOMADAIRES SOCIAUX

Une catégorie, constituée de femmes à 58 %, qui a inscrit le vin dans une forme de rituel social. Pour elle, le vin ne relève pas du quotidien mais participe nécessairement aux temps festifs. Comme cette catégorie en achète peu, elle s'autorise à dépenser un peu plus, notamment quand il s'agit de recevoir (avec une dépense supérieure à la moyenne d'environ 11 % pour la consommation à domicile). Et comme elle ne se prétend pas spécialiste, elle aime à choisir des vins qu'elle connaît déjà (si elle consomme d'abord des rouges, elle se distingue par sa surconsommation de blancs) ou qu'on lui aura recommandés (la moitié achètent chez des cavistes)

6,5 millions de personnes

17 % des consommateurs de vin

33 bouteilles par an

40 % de la consommation en volume

32 % de la consommation en valeur

28 % de la consommation en valeur

51 % consomment déjà des vins du Val de Loire

23 % sont de potentiels consommateurs de vins du Val de Loire

9 % de la consommation en volume

10 % de la consommation en valeur

LES OCCASIONNELS

Le vin, c'est un (vrai) plaisir mais sans régularité. Cible plutôt masculine, jeune et aisée, elle en consomme dès que l'occasion s'y prête, en particulier dans les contextes sociaux. Au restaurant, elle sait se faire plaisir et dépense plus que la moyenne. De même, quand il s'agit de recevoir, elle n'hésite pas à déboucher une belle bouteille achetée chez le caviste ou même chez le vigneron. C'est d'ailleurs la catégorie qui dépense le plus par bouteille.

5 millions de personnes

13 % des consommateurs de vin

47 bouteilles par an

47 % de la consommation en volume

28 % de la consommation en valeur

25 % de la consommation en valeur

56 % consomment déjà des vins du Val de Loire

26 % sont de potentiels consommateurs de vins du Val de Loire

10 % de la consommation en volume

14 % de la consommation en valeur

ILS N'HÉSITENT PAS À DÉPENSER BEAUCOUP POUR UNE BOUTEILLE DE VIN

LES EXPERTS

De vrais amateurs. Le vin est lié à leur style de vie. Ils achètent beaucoup, dans toutes les couleurs et toutes les régions. Ils sont sensibles à des repères tels que le nom du vigneron ou le millésime mais sont ouverts à la découverte. Des hommes pour la plupart, avec du pouvoir d'achat, ils aiment fréquenter les cavistes, les salons, les caveaux des vignerons. Ils sont aussi familiers du e-commerce et des foires aux vins.

4,3 millions de personnes

11 % des consommateurs de vin

127 bouteilles par an

53 % de la consommation en volume

25 % de la consommation en valeur

22 % de la consommation en volume

27 % de la consommation en valeur

62 % consomment déjà des vins du Val de Loire

24 % sont de potentiels consommateurs de vins du Val de Loire

ILS CONSOMMENT SOUVENT DU VIN

ILS CONSOMMENT PEU DE VIN

LES RARES

Aucune appétence de leur part pour le vin qui, pour l'essentiel, reste réservé aux anniversaires, aux fêtes de fin d'année ou aux quelques sorties au restaurant. Pour cette catégorie (des femmes à 59 %, aux revenus plus faibles), il s'agit avant tout de respecter les usages vis-à-vis de ses invités ou des autres convives car seule une minorité estime que le vin est une boisson agréable. Les achats se font surtout en grande distribution et le prix est toujours le critère principal (la dépense moyenne est très faible).

5,7 millions de personnes

14 % des consommateurs de vin

11 bouteilles par an

35 % de la consommation en volume

33 % de la consommation en valeur

32 % de la consommation en valeur

23 % consomment déjà des vins du Val de Loire

18 % sont de potentiels consommateurs de vins du Val de Loire

3 % de la consommation en volume

2 % de la consommation en valeur

LES ÉCONOMES

Soyons francs, le vin ne les intéresse pas particulièrement et sa consommation se limite à des contextes restreints, pour accompagner un repas ou pour des raisons sociales par exemple mais sans jamais « craquer » sur la dépense. Cette cible (féminine à 56 %, de tous âges mais avec des revenus inférieurs à la moyenne) achète surtout en grande distribution et le prix est toujours le critère principal.

5,5 millions de personnes

14 % des consommateurs de vin

24 bouteilles par an

42 % de la consommation en volume

30 % de la consommation en valeur

28 % de la consommation en valeur

51 % consomment déjà des vins du Val de Loire

23 % sont de potentiels consommateurs de vins du Val de Loire

5 % de la consommation en volume

5 % de la consommation en valeur

ILS DÉPENSENT PEU POUR UNE BOUTEILLE DE VIN

LES EXPLORATEURS

Le vin, ils en aiment d'abord l'esprit de partage, le vecteur de convivialité. Plus jeunes que la moyenne (la moitié a moins de 45 ans), ils sont curieux, ouverts d'esprit : ils ont soif de découvertes. Le vin, ils l'apprécient aussi quand il est frais, désaltérant. Plus que les autres, ils le consomment hors contexte alimentaire (et plusieurs fois par semaine). Ils fréquentent surtout les supermarchés des centres-villes et sont plus sensibles que d'autres au packaging.

55 % consomment déjà des vins du Val de Loire

23 % sont de potentiels consommateurs de vins du Val de Loire

8,1 millions de personnes

21 % des consommateurs de vin

87 bouteilles par an

43 % de la consommation en volume

31 % de la consommation en valeur

26 % de la consommation en valeur

28 % de la consommation en volume

25 % de la consommation en valeur

LES CLASSIQUES

Plus de la moitié consomme tous les jours, et surtout des vins rouges. Pour les contextes ordinaires, largement les plus nombreux (ils ne vont quasiment jamais au restaurant), la dépense typique est orientée vers les entrées de gamme (les achats - essentiellement des achats d'habitude - se font surtout en supermarché et parfois en hard discount). La catégorie, qui est la plus âgée (83 % ont plus de 55 ans et 60 % plus de 65 ans), montera un peu en gamme si le prétexte s'y prête (un événement familial par exemple) : ils auront alors à cœur de ne pas déroger aux grands principes des accords mets-vin.

44 % consomment déjà des vins du Val de Loire

24 % sont de potentiels consommateurs de vins du Val de Loire

4,1 millions de personnes

11 % des consommateurs de vin

137 bouteilles par an

59 % de la consommation en volume

24 % de la consommation en valeur

18 % de la consommation en valeur

23 % de la consommation en volume

17 % de la consommation en valeur

Clair de Lune 2023 - Istock - StefaNiloic, Ridofanz - Adobestock - Thoma Dutoir, Eyetronic, Elisa Locci, Bobek75, psemaster, Cressi, Andrew Gardner, Carlo Andrii, Tor, Zamznut, Tonovi, rh2010