

ANALYSES ET CHIFFRES CLÉS

# LA CONSOMMATION DES VINS EFFERVESCENTS EN FRANCE

Profils, tendances et circuits d'achat

SYNTHÈSE

Décembre 2023



**INTERLOIRE**  
Interprofession des Vins du Val de Loire

# Faits marquants

**Le vin est la boisson alcoolisée la plus consommée en France, devant la bière.**



Les Français **consomment de moins en moins d'alcool** et le vin en subit les plus les conséquences avec des **volumes divisés par 4 en 60 ans**.



En parallèle, **la bière prend de plus en plus de poids dans la consommation d'alcool**, mais les volumes actuels demeurent inférieurs à ceux consommés dans les années 70 et 80.

**Les vins effervescents attirent de plus en plus les hommes de moins de 35 ans.**



**Les jeunes femmes s'en détournent petit à petit**, notamment à l'apéritif où elles vont préférer un vin blanc.



**Les moins de 35 ans sont les plus petits acheteurs** de vins effervescents, en quantité et en valeur.

**La consommation de vins effervescents a quintuplé en 60 ans mais elle reste très occasionnelle (6% des volumes d'alcool consommés).**

**+10M**



Le marché **devrait continuer à croître via les vins étrangers**, avec 10 millions de bouteilles supplémentaires consommées dans 5 ans (+3%).

**Les soirées et les apéritifs conviviaux : 2 instants clés pour les vins effervescents.**



Hors domicile et hors repas, **la consommation est plutôt nocturne** et les vins effervescents sont **peu associés aux contextes de détente en journée**.



Ils sont relativement **peu consommés au restaurant**.



À domicile, **l'apéritif avec des invités, plutôt le samedi soir**, est un instant de consommation privilégié pour les vins effervescents mais ils y sont de plus en plus remplacés par d'autres boissons.



Les **dimensions sociales et festives** de la consommation des vins effervescents est **encore plus marquée que pour les vins tranquilles**.

**À moyen terme (5 ans), le développement du marché des vins effervescents hors Champagne est dû uniquement au recrutement de 4,3 millions consommateurs.**



Les **quantités individuelles ne varient pas**.



Les nouveaux consommateurs ont **soit moins de 45 ans soit plus de 65 ans**.



**Le Prosecco et dans une moindre mesure les crémants français** ont attiré ces nouveaux consommateurs.



**35,9 millions de Français** en consommation en 2023, soit **7 adultes sur 10**.

**Contrairement aux vins tranquilles, le profil des consommateurs ne se seniorise pas.**



Même si 1 consommateur sur 4 a plus de 65 ans, **le profil des consommateurs est plutôt stable**.



Il y a **autant d'hommes que de femmes** à consommer des vins effervescents.

**La demande porte majoritairement sur les vins bruts, mais des attentes existent sur les vins demi-secs, doux et rosés.**



**Les bruts sont surconsommés par les plus de 65 ans** et attirent relativement peu les 18-24 ans, notamment les jeunes femmes.



La génération des **"Millennials" (nés entre 1984 et 1996)** affectionnent les rosés, dont le segment a peu été travaillé par les AOP, en dépit d'un prix de vente plus important.



Les **cocktails à base de vin effervescent sont tendances** pour 1 consommateur sur 3. 8 restaurants sur 10 proposent des kirs, kirs royaux et spritz.

Les vins effervescents sont essentiellement achetés en grande distribution : plus de 8 bouteilles sur 10.



Dans un linéaire qui maintient sa longueur, **des bouteilles de Prosecco et d'AOP (principalement des créchants)** remplacent des références de Champagne.



Hors Champagne, **les performances du linéaire sont stables et supérieures à celles des vins tranquilles.**



3,5-7€

La gamme se concentre de plus en plus autour des vins standard (3,50€-7€ la bouteille) avec la diminution progressive des ventes des catégories aux extrémités de prix, les champagnes et les cuves closes.

Les vins effervescents sont peu référencés dans les circuits traditionnels.



La gamme offre **peu de profondeur** et se concentre sur le **Champagne**.



En restauration, l'offre a **progressé** via les Prosecco, VSIG et créchants français.

Les prix des vins effervescents évoluent peu.



En 10 ans, leur hausse (+7%) est **2 fois moins importante que l'inflation générale** et 4 fois moins importante que celle des vins tranquilles (+31%).



Sur les 5 prochaines années, **les prix devraient stagner.**

## Zoom fines bulles de Loire

Les fines bulles de Loire disposent d'un potentiel de 13,7 millions de consommateurs : 8,5 millions de consommateurs actuels et 5,2 millions de nouveaux consommateurs qui restent à recruter.



62% du marché potentiel est déjà acquis.



Les « explorateurs » et les « experts » constituent les **cibles prioritaires** à recruter.

Hors Champagne, les fines bulles de Loire disposent de l'offre la plus large en AOP dans les circuits traditionnels.



À l'échelle nationale, **1 caviste sur 2** en propose et **10% des restaurants**.



En restauration, l'offre **régionale est privilégiée** et les fines bulles de Loire constituent un quart de l'offre de vins effervescents, après le Champagne.



On y trouve principalement du **Crémant de Loire** et du **Vouvray**.

Les consommateurs perçoivent les fines bulles de Loire, comme des vins qualitatifs, issus d'un savoir-faire traditionnel.



Le **Crémant d'Alsace** se démarque et bénéficie d'une image plus étoffée.

Au domaine, la gamme est étroite et concentrée sur les vins blancs et bruts.



Les VSIG constituent **1/3 de l'offre**, plus forte que pour les vins tranquilles.



Les vins avec certification **environnementale ou logo AB** sont moins nombreux en proportion que les vins tranquilles.



La majorité des vins vendus au domaine sont **premiums (7€-14,99€)**.

La grande distribution constitue le circuit n°1 de commercialisation des fines bulles de Loire.



Plus de **9 bouteilles sur 10** y sont vendues.



Elles détiennent 30% de parts de marché en volume et ont **perdu leur place de leader** au profit de l'Alsace.

La majorité des fines bulles de Loire sont vendues dans les segments de prix les plus concurrentiels.



En grande distribution, 90% des volumes sont dans le segment **standard (3,50€-6,99€)**.



Chez les cavistes, les 3/4 de l'offre ligérienne se trouvent dans le segment **premium (7€-14,99€)**.



Au restaurant, l'offre s'étoffe dans le segment **30€-40€**.

# INTERLOIRE

Interprofession des Vins du Val de Loire

62, rue Blaise Pascal - CS 61921 - 37019 Tours Cedex 1  
Tél. : +33 (2) 47 60 55 00 • Fax : 33 (2) 47 60 55 09  
[www.vinsvalde Loire.fr](http://www.vinsvalde Loire.fr) • [contact@vinsvalde Loire.fr](mailto:contact@vinsvalde Loire.fr)

