

ANALYSES ET CHIFFRES CLÉS

---

# LA CONSOMMATION DES VINS ROUGES EN FRANCE

Profils, tendances et circuits d'achat



Décembre 2023



# 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 le plus des conséquences avec des **volumes divisés par 4 en 60 ans**.



**Le rouge**, et plus particulièrement les vins **sans indication géographique**, contribuent le plus au recul de la consommation.

## Une distance avec le vin s'installe, particulièrement chez les jeunes consommateurs



Le marché du vin est complexe à appréhender pour beaucoup de consommateurs. Le vin est **de moins en moins associé aux notions de plaisir et de santé**, et cela de manière plus marquée chez les - de 35 ans.

## Du fait de l'accroissement de la population française, le nombre de consommateurs de vins rouges est stable depuis au moins 5 ans.



**2 adultes sur 3** consomment du vin au moins une fois dans l'année, et parmi eux, 80% consomment du vin rouge.



**30,9 millions de Français** consomment du vin rouge.

## Les vins rouges séduisent une clientèle de plus en plus âgée.



1 consommateur sur 3 a **plus de 65 ans**. Les rouges ont recruté en 5 ans 1 million de consommateurs âgés.



À l'inverse, **les 18-24 ans sont peu attirés par la couleur**, le goût du vin étant la principale raison de rejet. Le marché a perdu 1,1 million de consommateurs de moins de 35 ans.

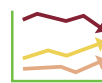
## La consommation de vins rouges est de plus en plus occasionnelle.



Au même âge, les individus de chaque génération sont **de moins en moins nombreux** à consommer du vin et ils en consomment de moins en moins.



Les Français en achètent de moins en moins souvent et **leur budget dédié diminue au fil des ans**.



Le rouge reste **la couleur la plus consommée** mais il perd du terrain au profit des blancs et des rosés.

## Les Français achètent de plus en plus cher leurs vins rouges.



En grande distribution, les volumes des 1<sup>ers</sup> prix (moins de 2,50€ la bouteille) ont été divisés par 3 en 15 ans, et les **segments haut de gamme (plus de 7€) se développent (quasi doublement en 15 ans)**.

## Le vin rouge est indissociable des repas améliorés et conviviaux.



Comme il était surtout consommé lors des **repas du quotidien**, contexte de consommation expliquant le plus le **recul de la consommation**, il est de plus en plus remplacé par d'autres boissons, à commencer par l'eau.



Il est **peu associé aux contextes hors repas et à la détente**, terrain de jeu de la bière.



Le rouge est facilement **associé à la viande**, rouge notamment, pendant que le flexitarisme gagne du terrain.

## Les vins rouges sont principalement achetés en grande distribution : 8 bouteilles sur 10.



**Le linéaire des vins rouges est le plus imposant** de l'univers des alcools, mais il perd en longueur et en performance face aux bières et, dans une moindre mesure, aux vins blancs.

# Zoom vins rouges de Loire

**Le vignoble dispose d'un potentiel de 15,1 millions de consommateurs : 7,3 millions de consommateurs actuels et 7,8 millions de nouveaux consommateurs à recruter.**



Sur 7.8 millions de nouveaux consommateurs à recruter, la moitié de ce réservoir se trouve chez les « experts » et les « exploreurs », 2 cibles prioritaires à travailler. Ils perçoivent les vins rouges de Loire de très bonne qualité, parfaits pour accompagner un repas, faciles à boire et d'un excellent rapport qualité-prix.



C'est avec ses rouges que la Loire a le plus fort **potentiel de recrutement** : plus de la moitié de son marché potentiel reste à conquérir.

**Les rouges de Loire se valorisent mais proposent une gamme relativement courte.**



Le vignoble a **disparu des entrées de gamme.**



Il est majoritairement positionné en **cœur de gamme** (« standard » 3,50 €-6,99 € en grande distribution, « premium » 7 €-14,99 € et « super premium » 15 €-24,99 € chez les cavistes, 30 €-50 € au restaurant), **segments les plus concurrentiels.**



Encore peu présents, **les rouges de Loire se développent dans les segments supérieurs** (« premium » 7 €-14,99 € en grande distribution, « ultra premium » 25 €-39,99 € et « prestige » >40 € chez les cavistes, 50 €-100 € au restaurant). La verticalité de la gamme Loire en rouge reste à développer.

**La grande distribution constitue également le 1<sup>er</sup> circuit d'achat des vins rouges de Loire.**



**4 bouteilles sur 5** y sont commercialisées.



**En grande distribution**, le vignoble est l'un des rares à **gagner des parts de marché**, passant de 5% à 7% en volume en 5 ans. Il occupe le **5<sup>e</sup> rang** parmi l'ensemble des vignobles.



Bien qu'étoffant son assortiment, sa visibilité en linéaire et ses performances en rayon, le vignoble est **l'un des moins efficaces commercialement** et est **sous-exposé aux promotions.**

**Au domaine, la moitié des bouteilles est vendue entre 7€ et 15€ (segment premium).**



**L'IGP Val de Loire et les AOP régionales** ouvrent la gamme.



**Saumur-Puy-Notre-Dame, Saumur-Champigny et les vins sans indication géographique** sont les vins les mieux valorisés.



Les rouges se distinguent des autres couleurs avec **une offre plus étoffée en magnum et en bio.**

**La Loire occupe le 4<sup>e</sup> rang des vignobles AOP en restauration.**



**8%** des vins rouges relevés sur les cartes des restaurants proviennent de la Loire. Bordeaux, Vallée du Rhône et Bourgogne la devançant.



À noter que la Loire est **n°1 de l'offre dans le segment des bouteilles vendues entre 20€ et 30€ au restaurant**, tranche de prix dont l'offre se contracte.



**Entre 30€ et 50€, l'offre des rouges de Loire se développe** et elle est devenue majoritaire pour le vignoble.



Au verre et au pichet, la Loire présente **la 3<sup>e</sup> offre.**

**Les rouges de Loire sont incontournables chez les cavistes : 97% d'entre eux en ont au moins une référence.**



La part de l'offre du vignoble est de 7%. Il est le **5<sup>e</sup> vignoble** le plus représenté.

# 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)

