

Communiqué de presse

WINE PARIS & VINEXPO PARIS 2023 ETUDE : CONSOMMATEURS DE VINS EN FRANCE, LA BATAILLE DES GENERATIONS

Le 22 novembre 2022 – Pour sa 4^{ème} édition, Wine Paris & Vinexpo Paris réalise une étude avec IWSR et Wine Intelligence* sur la consommation de vins en France à travers les générations.

Chaque génération a été interrogée sur ses habitudes et ses comportements face à sa consommation de vin. Si plusieurs fondamentaux ne varient pas ou peu en fonction des générations, d'autres comportements peuvent différer entre la génération Z des 18-24 ans, les Milléniaux entre 25-39 ans, la génération X des 40-54 ans et les boomers dès 55 ans et plus quant à leur consommation de vin à domicile, dans les bars et restaurants ou encore des types de vins consommés.

LES BOOMERS, CIBLE INCONTOURNABLE DANS L'UNIVERS DE LA VENTE A EMPORTER

La génération des 55 ans et plus représente près d'un consommateur de vin sur deux en France (47%). Ils consomment du vin de façon bien plus fréquente que les autres générations : 33% d'entre eux déclarent consommer du vin au moins 3 à 5 fois par semaine. **Cette consommation de vin s'oriente sur des achats de routine à 46% et plutôt orientée sur des repas ordinaires.** Selon certains contextes sociaux (soirée entre amis, apéritif...), une montée en gamme se dessine, passant de 7 € pour un repas ordinaire à 11,50 € pour un repas chez des proches. Si le type de vins consommés tend à se diversifier avec l'âge, **les boomers sont particulièrement centrés sur les vins rouges à 54%**, notamment le Merlot. Ils favorisent également la consommation des vins doux naturels plus volontiers que les jeunes.

LA GENERATION Z ET LES MILLENIAUX, CIBLES INCONTOURNABLES EN CAFES, BARS ET RESTAURANTS

Les 18-39 ans représentent 28% des consommateurs de vin en France.

Pour cette génération, la consommation de vin est plus festive, favorisée dans des contextes sociaux et liée à des **valeurs de partage avec ses proches**, pour 46% d'entre eux. **La notion de découverte est particulièrement porteuse et importante pour cette génération**, qui n'a pas encore forcément d'habitudes et souhaite découvrir de nouvelles saveurs, de nouveaux accords mets & vins. Le circuit d'achat est assez représentatif de la jeunesse, puisque **53% des 18-24 et 49% des 25-39, déclarent acheter du vin en e-commerce**. Si 90% des consommateurs de tous âges déclarent consommer du vin au restaurant, la **génération Z représente quant à elle 49% des dépenses en bars et cafés**. Contrairement aux Boomers, **les 18-39 ans ont un portefeuille de couleurs bien plus équilibrés**, notamment en faveur des vins blancs, plus doux et plus sucrés, comme le Chardonnay ou le Sauvignon.

Le pouvoir de persuasion des labels est particulièrement élevé et marqué auprès des jeunes consommateurs, puisque 55% de la génération Z et 53% des Milléniaux déclarent être attentifs au label AB, label noté comme étant le plus incitatif à l'achat du vin.

LA GENERATION X, CIBLE INTERMEDIAIRE DE TOUS LES NIVEAUX

Les 40-54 ans représentent quant à eux 25% des consommateurs de vin en France.

Ces derniers constituent un groupe « intermédiaire » où la consommation peut être privilégiée à domicile où dans des contextes plus sociaux. 52% d'entre eux privilégient le vin pour mettre en valeur les plats et sont disposés à essayer de façon régulière des vins nouveaux et différents (59%). **Les cavistes sont plutôt fréquentés par cette génération X qui réalise 44% de leurs achats via ce circuit.** Le portefeuille des vins consommés est quant à lui plus proches des jeunes, avec une diversité plutôt équilibrée autour des vins rouges, blancs et rosés.

Si certains comportements peuvent différer en fonction des générations, tous partagent le même plaisir autour du vin. En France, l'art de vivre et le vin demeurent un lien intergénérationnel où la transmission et la découverte sont les maîtres-mots.

** étude réalisée en France, en avril 2022 sur 1 023 personnes*

À propos de WINE PARIS & VINEXPO PARIS

Wine Paris & Vinexpo Paris est le rendez-vous annuel des professionnels des vins et spiritueux à l'international. Situé mi-février à un moment clé de l'année, il a vocation à fédérer l'ensemble des acteurs de la profession autour d'une offre exhaustive, pertinente et inclusive mettant en valeur les terroirs du monde entier aux côtés de l'ensemble des régions françaises.

À propos de VINEXPOSIUM

Vinexposium est le premier organisateur mondial d'événements professionnels dédiés aux vins et spiritueux. Le groupe rassemble une offre d'événements élargie et performante, adaptée aux différents segments de marché avec un portefeuille d'événements emblématiques : Wine Paris & Vinexpo Paris, Vinexpo America, Drinks America, Vinexpo Asia, Symposium, Vinexpo China, WBWE Amsterdam, Vinexpo India, ainsi que Vinexpo Explorer et Vinexpo Meetings. Vinexposium poursuit également l'enrichissement de son portail digital Vinexposium Connect, véritable facilitateur de business, pour engager les acteurs de la filière 365 jours par an et partout dans le monde autour de networking en ligne et de contenus exclusifs.