



CELEBRATE
LIFE!

Les Français ont-ils profité de la vie en 2022 ? Oui !...pour plus de 50% d'entre eux

**Comment ? En passant du temps avec leur famille, leurs amis, en recevant
à la maison et en ayant du temps pour soi !...
Mieux qu'en 2021 mais...une légère inquiétude se profile pour 2023.**

**L'ÉTUDE « CÉLÉBRER LA VIE » RÉALISÉE POUR LE GROUPE HENKELL FREIXENET PAR
YUUGOV RÉVÈLE :**

**Que les Français profitent de la vie sous le prisme de la famille & des amis, (60%), et sous celui
du partage avec des réception chez soi, autour d'un verre (35%) ou d'un dîner (47%), et 59%
profiteront des fêtes de fin d'année autour des vins effervescents.**

**DU « TEMPS POUR SOI » &
DU TEMPS POUR « PROFITER CONSCIEMMENT DE CHAQUE JOUR »
sont en progression en France**

44 % (vs une moyenne de 30 % dans les autres pays européens)

**Côte « fêtes », les Français semblent moins impatients que leurs voisins européens ou que les
américains à l'arrivée de Noël et ils fêteront la nouvelle année en couple pour la majorité. Mais ils
célèbreront les fêtes de fin d'année, toujours avec des bulles ! Champagnes ou vins
effervescents : 59% accueilleront l'année 2023 avec des vins pétillants.**

**Les Français étant les leaders internationaux de la consommation de champagne en famille (55%)
et lors de fêtes (42%).**

*" Les vins effervescents et le champagne sont synonymes de plaisir et de joie de vivre, c'est pourquoi nous
sommes très intéressés par l'état d'esprit dans les principaux pays consommateurs ", déclare le Dr. Andreas
Brokemper, PDG de Henkell Freixenet. " Et l'on constate que la pandémie du COVID 19, il y a deux ans, a eu
un impact beaucoup plus fort en comparaison du ressenti vis à vis de la guerre, l'inflation et la crise énergétique
cette année. En outre, pour presque une personne sur deux, la bonne nourriture et la boisson sont indissociable*

d'une vie agréable, et les bouchons continuent de sauter le soir du réveillon, que ce soit en société ou en tête à tête."

Depuis 2020 et le contexte sanitaire, les lignes ont bougé et l'optimisme de l'ensemble des Européens avait reculé.

Déjà en 2021, la joie de vivre des Européens revenait doucement mais sûrement !

Une appréciation de la vie intimement liée aux moments de partage qui avaient été mis à mal les mois précédents.

Pour la 3ème année consécutive, le groupe Henkell Freixenet, 3ème producteur et distributeur de vins effervescents en France, a souhaité se pencher avec l'Institut de Sondage Yougov, sur la façon dont les différentes populations Européennes appréhendent la notion de plaisir autour des fêtes de fin d'année.

Un contexte mondial peu enthousiasmant, mais un certain optimisme présent en toile de fond !

Guerre en Ukraine, crise énergétique, inflation et crise climatique : l'année 2022 a été rythmée par un contexte mondial mouvementé.

Ces événements ont forcément un impact sur notre appréciation de la vie, de la façon de la célébrer dans les petites occasions du quotidien et sur notre façon également d'envisager l'année à venir.

“Profiter de la vie” : une amélioration qui se confirme

Au global, **50 % des personnes interrogées** ont pu profiter de la vie en 2022, contre seulement 31 % environ en 2020 (1^{ère} année de la COVID 19) et 46 % en 2021.

En France (53%, +3 points vs 2021), un peu plus de la moitié des personnes interrogées déclarent avoir pu profiter de la vie, et au Royaume-Uni (49 %, +2 points vs 2021) un peu moins de la moitié.

L'Espagne (60 %) quant à elle, est le seul pays à enregistrer une augmentation remarquable de 7 points par rapport à 2021 - c'est également la valeur la plus élevée de tous les pays.

En Allemagne, en revanche, seuls 43 % d'entre eux l'affirment.

Aux États-Unis, où aucune enquête n'a été réalisée l'année dernière, les chiffres de cette année sont similaires à ceux de l'Europe (51 %).

Des différences notoires d'un pays à l'autre

"Profiter de la vie" diffère forcément d'une nation à l'autre mais dans l'ensemble la 1^{ère} place revient au fait de **passer du temps avec la famille et les amis (56 %)**, une motivation particulièrement importante pour les Britanniques (65 %) et dans une moindre mesure pour les Allemands (44 %) **et 60% pour les Français**

Avoir du temps pour soi arrive en 2^{ème} position (47%) : un prisme important pour les Allemands (47 %) mais en forte progression **en France avec 44 %**

La 3^{ème} place est occupée par la **"bonne nourriture et les boissons"** (41 %), et la moins importante pour **les Français (32 %)**.

Être dans la nature, en 4ème position (38 %), est particulièrement important pour les Britanniques (43 %).

Passer du temps en couple (en 5ème avec 35 %) est particulièrement important pour les Espagnols (42 %).

En 2022, place au « chez soi » !

Lorsque l'on demande aux Européens s'ils célèbrent certaines occasions plus souvent à la maison ou plus souvent hors de la maison par rapport à 2021, tous les pays montrent **une préférence pour le temps passé à la maison**.

Cela vaut pour un **dîner romantique en tête à tête** (27 % à la maison contre 16 % hors de la maison), un verre de vin avec des amis (26 % contre 23 %) ainsi qu'un bon repas entre amis et/ou en famille (35 % contre 25 %).

Les Français montrent la plus forte tendance à rester chez eux - par exemple, un verre avec des amis pour 35 %, un bon repas avec des amis ou de la famille pour 47 %.

Les Espagnols, en revanche, préfèrent plus souvent vivre ces moments agréables hors de chez eux - par exemple, un verre avec des amis à 41 %.

Les fêtes de fin d'année : toujours autant investies !

Si les moments de partage entre amis et en famille ont été impactés par les années précédentes, il n'en est pas moins qu'ils restent une valeur sûre. Et quand la situation sanitaire revient à peu près à la normale, les Européens et les Américains investissent les célébrations de fin d'année comme auparavant.

Noël 2022 : convivial en Europe, plus solitaire aux Etats-Unis !

La façon dont on veut passer Noël reste une question très importante pour les personnes interrogées **dans tous les pays en 2022**.

La plupart des gens veulent passer les festivités avec **leur famille proche (75 %)** - davantage les Espagnols (82 %), moins les Allemands (68 %).

Seuls **19 % resteront seuls à la maison**, le plus souvent les Américains (29 %).

Il en va de même pour l'intention de **faire la fête avec des amis** (24 %) - 32 % en Espagne, 33 % aux États-Unis, mais seulement 16 % en Allemagne.

48 % des personnes interrogées **attendent Noël avec impatience**, principalement les Britanniques et les Américains (55 %), **les Français étant les derniers (34 %)**.

En revanche, 67 % des personnes interrogées souhaitent **fêter Noël "comme d'habitude"** cette année encore, contre 43 % en 2020, le pourcentage le plus élevé étant enregistré en Espagne (74 %).

La chose la plus importante à Noël pour les gens de tous les pays est **la compagnie de la famille et/ou des amis** (72 %), plus pour les Espagnols (81 %), moins pour les Américains (67 %).

La bonne nourriture et les boissons sont également importantes (61 %), surtout pour les Allemands (67 %).

En troisième position vient le fait de **"profiter de la paix, du calme et de la contemplation"** (56 %).

Pour les Allemands, à 70 %, c'est tout aussi important que de se retrouver en famille et entre amis.

Le fait de maintenir des traditions, en revanche, n'est importante que pour 41 % d'entre eux mais **encore pour 51% des Français**.

La réception de cadeaux n'est importante que pour 20 % des personnes interrogées. **Le Français aime toujours ce plaisir avec 31 %**.

Réveillon 2022/2023 : le sens de la fête toujours là mais en plus petit comité !

Même lorsqu'ils planifient le réveillon, seuls 23 % laissent les nombreuses crises (Covid, guerre en Ukraine, inflation) **gâcher leur anticipation** (en 2020, ils étaient 41 %).

Cette année, les Espagnols sont les plus susceptibles de laisser les crises gâcher leur anticipation du réveillon (28 %), les Allemands les moins (21 %).

Cette année encore, le changement d'année devrait se dérouler principalement dans des cercles plus restreints : 58 % des personnes interrogées prévoient de fêter le **Nouvel An avec leur partenaire**, le plus souvent les Espagnols (64 %), le moins souvent les Allemands (51 %), et **pour 62% des Français !**

29 % le font en **cercle restreint avec des amis**, le plus souvent les Français (39 %), le moins souvent les Allemands (24 %).

En revanche, 19 % ne veulent pas se priver d'une **vraie fête de réveillon** (en 2020, ils étaient encore 10 %).

Les Français ont particulièrement du mal à renoncer : 34 % d'entre eux souhaitant faire une vraie fête - suivis par les Espagnols (29 %).

Les Britanniques et les Allemands semblent avoir plus de facilité à **renoncer à la fête**, avec seulement 14 et 10 % respectivement qui ne veulent pas manquer une fête.

Une vision plus mitigée de 2023

Alors qu'en 2021, 62 % des personnes interrogées pensaient que 2022 serait une année agréable, cette année, seulement 55 % s'attendent à ce que ce soit le cas en 2023.

Une fois de plus, **les Espagnols sont les plus optimistes** pour cette nouvelle année (75 %), suivi **des Français (57 %)**, tandis que les **Allemands sont de loin plus sceptiques** (44 % seulement).

De bulles, même sans alcool, pour les fêtes de fin d'année !

Elles restent très demandées en 2022 : 46 % des personnes interrogées accueilleront à nouveau la nouvelle année avec un verre de vin effervescent, dont 8 % avec des effervescents sans alcool.

Les Espagnols veulent profiter de la vie de la manière la plus pétillante le soir du Nouvel An. Ici, 66 % des personnes interrogées veulent trinquer à la nouvelle année avec du cava (vin effervescent espagnol), dont 10 % avec des bulles sans alcool.

Les Britanniques (30 %) et les Américains (33 %) sont les moins enclins à fêter la nouvelle année avec un vin effervescent.

A propos d'Henkell Freixenet

Henkell Freixenet est présent dans plus de 150 pays à travers le monde. Le groupe est le leader mondial de vins effervescents, propose du Sekt, Cava, Prosecco, Champagne et Crémants – en plus d'une gamme variée de vins tranquilles et spiritueux. Des marques comme, Freixenet (cava), Mionetto (prosecco), Henkell (sekt), Champagne Alfred Gratien, Crémant Gratien & Meyer, Segura Viudas, Freixenet Mederaño, I Heart Wines, Mangaroca Batida de Côco et Wodka Gorbatschow font partie du groupe.

Pour en savoir plus, <https://www.henkell-freixenet.com/>

À propos de Freixenet Gratien

Née de la fusion d'Yvon Mau et de Gratien & Meyer, Freixenet Gratien est la filiale commerciale française de Henkell Freixenet et se positionne comme le 3ème distributeur de vins effervescents en France en valeur et en volume. Avec Freixenet, marque effervescente n°1 des AOP effervescents en France (Sources : IRI HM+SM+Proxi+Drive – CAMP10 2022), Freixenet Gratien est un acteur référent des effervescents grâce à des marques fortes comme Festillant (sans alcool), Mionetto (prosecco), Gratien Meyer (Saumur et crémant de Loire), Alfred Gratien (Champagne), mais est aussi un acteur incontournable des vins de Bordeaux avec les marques Yvecourt et Premius.

À propos de l'étude « Celebrate Life »

Sous le slogan « Celebrate Life », Henkell Freixenet, premier producteur Mondial de vins effervescents, a mandaté pour la seconde année consécutive l'institut d'études allemand YouGov pour réaliser une étude sur la notion de plaisir en période de Covid 19. Cette étude analyse dans quelle mesure les habitants de quatre pays (France, Allemagne, Espagne, Grande-Bretagne) parviennent à profiter de la vie malgré l'épidémie de Covid_19 et comment ils comptent fêter cette fin d'année. D'après cette étude, l'indice « Célébrer la vie » est calculé sur une échelle de 1 (aucun plaisir) à 7 (plaisir maximal). Ce sont 7 544 personnes représentatives de la population qui ont participé à l'enquête en ligne qui s'est déroulée du 8 au 11 novembre 2022, dont 2126 Allemands, 2129 Britanniques, 1018 Français, 1070 Espagnols et 1201 Américains. Les résultats ont été pondérés et sont représentatifs de la population âgée de 18 ans et plus.