

## Le Vin : l'atout cœur des Français !

*Selon la 4<sup>ème</sup> édition du baromètre Ifop / Vin & Société\*, le vin est un produit incontournable du quotidien, indissociable d'une certaine idée de la France alliant convivialité, patrimoine et vitalité économique.*

### ❖ Le vin, présent dans la vie quotidienne des Français

Les Français privilégient le vin pour accompagner les repas (94%), et 7 Français sur 10 le considèrent comme un produit convivial (71%).

Les interviewés en font la boisson alcoolisée la plus naturelle (67%) et la meilleure pour la santé (75%) : les trois quarts des Français jugent que le vin est un aliment dont la qualité s'est améliorée ces dernières années (75%) et une alimentation fondée sur la consommation de fruits et légumes, d'huile d'olive et de vin rouge est perçue comme une habitude saine (85%).

Le vin est considéré comme la boisson la plus emblématique de la France (62%). Il contribuerait ainsi à l'image et à la grandeur du pays : 96% des Français jugent que nos vignobles contribuent à la beauté des paysages, 94% qu'il donne une bonne image de la France à l'étranger, 93% qu'il permet à lui seul d'attirer des touristes dans certaines régions, 94% qu'il représente une part importante de nos exportations et pour 85% d'entre eux, le vin est une composante de l'art de vivre à laquelle les Français sont très attachés.

Le vin est également un moteur économique : 94% des personnes interrogées considèrent qu'il représente une part importante des exportations françaises, 81% que la filière représente beaucoup d'emplois. Le marché du vin et la filière vitivinicole bénéficient d'une image positive : 87% des Français considèrent qu'il existe dans l'univers du vin une large palette de métiers très différents. Huit personnes sur dix jugent que les métiers du vin sont intéressants et attirants. 63% des Français estiment enfin que le vin aujourd'hui appartient plutôt à l'univers de la passion et du savoir-faire des petits producteurs.

### ❖ La convivialité et le partage... par excellence

Pour les Français, le vin est la boisson à consommer avec des proches (74%), et 81% des interviewés considèrent que le meilleur moment pour le partager, c'est lors d'un bon repas avec des proches ou des amis. C'est alors, selon 87% des sondés, l'assurance de passer un bon moment. Se faire plaisir donc, et faire plaisir : offrir du vin est un réflexe pour 89% des Français invités chez des amis ou des proches, et 85% des interviewés offrent parfois du vin pour une occasion particulière (anniversaire, évènement, etc.).

Sept personnes sur dix (70%) privilégient la consommation du vin à domicile, plutôt qu'au restaurant (42%). 70% des consommateurs ont une cave ou une réserve de vin à domicile, un chiffre qui atteint 87% auprès des interviewés âgés de 65 ans et plus.

Enfin, en termes d'habitudes d'achat, notons que plus des trois quarts des consommateurs achètent leur vin en grande surface (77%, 86% chez ceux qui consomment rarement) tandis que 53% des interviewés profitent d'un contact direct avec un producteur ou une coopérative. L'achat chez un caviste (36%) ou dans les foires ou salons (22%) représentent des canaux plus marginaux. Pour sa part, la vente sur Internet peine à se développer : elle concerne 7% des achats.

## ❖ Culture et loisirs, le vin est aussi un apprentissage

58% des Français déclarent s'intéresser au vin au sens large, c'est-à-dire à l'origine des vins, aux cépages, aux millésimes, aux modes de production, etc. L'intérêt s'avère inégal, car plus répandu chez les hommes (65%) que chez les femmes (52%), et croissant avec l'âge de l'interviewé (de 47% chez les moins de 35 ans à 71% d'intérêt chez les personnes âgées de 65 ans et plus).

Plus des trois quarts des Français ont déjà visité ou fait une dégustation dans une cave ou un lieu de production de vin (77%), dont 49% plusieurs fois. Cette expérience croît avec l'âge des interviewés et apparaît plus répandue chez les cadres supérieurs (88%) que les employés (65%) ou les ouvriers (72%).

Les Français parlent beaucoup de cuisine et de gastronomie (91%) avec leur entourage, de musique (87%) ou de cinéma (86%), et l'enquête relève que les Français parlent plus de vin (73%) que de football (43%).

**Le vin demeure un des symboles forts de la culture française et un atout majeur de l'art de vivre à la française. Vin & Société est fière de défendre ce produit reconnu pour ses atouts économiques et culturels par la promotion d'une consommation plaisir et responsable.**

Parce que le vin est au cœur de la vie quotidienne des Français :  
**Vin & Société et le magazine Le Point lancent la première édition du colloque  
« Vino Bravo, Raisins et Raison font-ils bon ménage ? »**

Le 30 novembre à Bordeaux. Culture et civilisation, transmission patrimoniale, santé, loi Evin sont les thèmes majeurs au programme. Toutes les informations relatives à cet événement sont accessibles en suivant ce lien <http://vino-bravo.com>.

[www.vinetsociete.fr](http://www.vinetsociete.fr)

[@vinetsociete](#)

Paris, le 7 novembre 2013.

\*Baromètre Ifop /Vin & Société : sondage réalisé entre le 26 et le 28 août 2013 auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas.

---

### Contact presse Vin & Société

Valérie Fuchs – 06 62 49 64 85 – 01 43 67 94 38 – [vafuchs@wanadoo.fr](mailto:vafuchs@wanadoo.fr)

---

### A PROPOS DE VIN & SOCIETE

Association de loi 1901, créée en 2004, Vin & Société réunit et représente les 500 000 acteurs de la vigne et du vin en France : production, négoce et interprofessions (28 membres, 7 organisations nationales, 21 organisations professionnelles régionales). Vin & Société a pour but de donner sa juste place à un savoir-faire traditionnel et à un secteur d'activité qui contribue à la fois à la vitalité économique et au rayonnement de la France. Transmettre les valeurs du vin, promouvoir une consommation qualitative et responsable, entretenir un dialogue permanent avec les institutions et les représentants de la société civile sont ses principales missions.