

LA GÉNÉRATION Y ET LE VIN

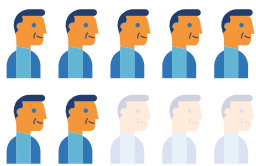
LES JEUNES FRANÇAIS REPRODUISENT LES VALEURS ET LES HABITUDES DE LEURS PARENTS.

L'étude Ifop / Vin & Société réalisée à l'occasion du Vinocamp 2016 nous enseigne que les jeunes Français de 18 à 30 ans, la fameuse « génération Y » ou les « millennials », reproduisent le modèle culturel traditionnel transmis par leurs parents, qu'il s'agisse de l'image du vin, de la façon de le consommer, ou de le découvrir.

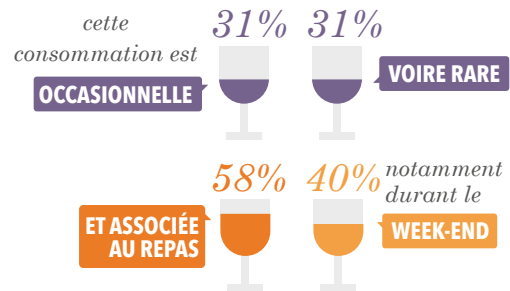


Le vin constitue un lien qui unit les générations entre elles, autour du repas, pour des moments de partage et de convivialité. Plus les jeunes auront été sensibilisés par leurs aînés, plus ils seront enclins à reproduire un rapport traditionnel et classique vis-à-vis de ce produit.

7 JEUNES FRANÇAIS SUR 10
âgés de 18 à 30 ans



DÉCLARENT
BOIRE
DU VIN



67%

des interviewés sont d'accord avec le fait que le vin est un élément de l'art de vivre à la française auquel ils sont attachés.



63% d'entre eux pensent que le vin s'apprend en famille



D'ailleurs, pour découvrir l'univers du vin,



les consommateurs se tournent vers :

40%

LEUR FAMILLE

27%

LEURS AMIS

et plus marginalement vers :



19%
INTERNET ET LES RESEAUX SOCIAUX



15%
LES APPLICATIONS SPÉCIALISÉES

L'IMAGE ET LA CULTURE DU VIN : TRANSMISSION ET REPRODUCTION DES PARENTS AUX JEUNES ADULTES

73%
DES JEUNES FRANÇAIS

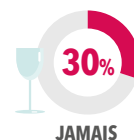


reconnaissent que l'image du vin est associée principalement

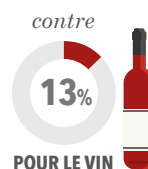
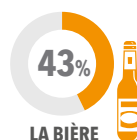
AU REPAS



Quelle est la fréquence de consommation de vin des 18-30 ans ?



sont davantage associés à la
FÊTE



Si la consommation de vin à l'apéritif est une pratique émergente, elle n'émane pas en priorité des tranches d'âge les plus jeunes qui restent sur un rapport traditionnel et classique vis-à-vis de ce produit : seulement 12% des jeunes Français qui consomment du vin le font à l'apéritif.

L'intérêt lié à la culture du vin

**EST ASSEZ FAIBLE
MAIS CROÎT
AVEC L'ÂGE**

de l'interviewé

34% DES JEUNES FRANÇAIS au global
DÉCLARENT S'Y INTERESSER

parmi eux

28%

31%

39%

18-20 ANS 21-24 ANS 25-30 ANS

Les données nous permettent d'en déduire que la découverte et l'intérêt du vin viennent progressivement avec l'âge et l'installation dans une vie adulte. 43% des jeunes vivant en couple déclarent ainsi s'intéresser à la culture du vin contre 33% des célibataires et seulement 21% des jeunes vivant chez leurs parents. Cet intérêt croît également en fonction de la présence chez les parents de vin ou de champagne à table. En effet, seuls 11% des jeunes qui n'ont (ou n'avaient) jamais de vin présent dans le foyer familial s'intéressent à la culture du vin contre 50% des jeunes qui en relevaient une présence régulière.

LE VIN : UN UNIVERS COMPLEXE POUR LES JEUNES FRANÇAIS DE 18 À 30 ANS

Seulement

3 JEUNES FRANÇAIS SUR 10



**DÉCLARENT S'Y
CONNAÎTRE
EN VIN**

dont seulement 3% « très bien »

Là encore, le poids familial est important
puisque le sentiment d'être informé
croît dès lors que le vin était

**PRÉSENT À LA
TABLE DES PARENTS**



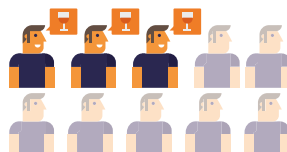
dans le cas d'une
présence régulière



si les parents ont transmis
des connaissances à ce sujet

Un peu moins de

3 JEUNES FRANÇAIS SUR 10



**AFFIRMENT
SE SENTIR
CAPABLES DE
PARLER DU VIN**

exception faite des CSP+ (44%), et assez naturellement, de ceux qui ont « tout à fait » reçu une transmission de connaissance du vin par leurs parents (80%). Pour les 72% ne se sentant pas à même de parler du vin, les raisons évoquées concernent avant tout le fait que ces derniers ne savent pas bien décrire les goûts et les arômes (45%), **27% relèvent la complexité de cet univers et 18% manquent de vocabulaire.**

Pourtant,
PLUS DE LA MOITIÉ
des consommateurs de vin
ont envie de transmettre leur
CONNAISSANCES
de ce produit

54%



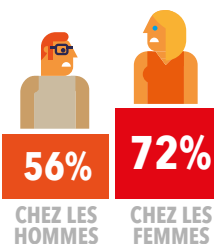
un résultat qui augmente lorsque le jeune a bénéficié
d'une transmission sur la connaissance du vin par
ses parents (76%).

Enfin, les

**NON-CONSOMMATEURS
DE VIN 30%**



justifient principalement leur
absence de consommation par le fait
qu'ils n'en apprécient pas le goût



56%

CHEZ LES
HOMMES

72%

CHEZ LES
FEMMES

Par conséquent
seulement

2 SUR 10

d'entre eux envisagent
d'en consommer

À L'AVENIR

20%

Leur motivation tient avant tout dans l'idée qu'ils seront plus âgés et qu'ils auront appris à aimer le vin (64%).

L'étude Ifop / Vin & Société sera présentée lors de la 5^{ème} édition parisienne du Vinocamp le vendredi 14 octobre à la Maison des Métallos. Elle introduit la journée intitulée « La génération Y sur les routes du vin ». Le monde du vin, du digital et des nouvelles technologies reviendra sur ce thème avec de nombreux ateliers collaboratifs, des pitches de start-ups, talks, workshops, et des personnalités diverses avec plus de 200 participants.

Paris, le 14 octobre 2016

SERVICE DE PRESSE VIN & SOCIÉTÉ :

Valérie Fuchs / 06 62 49 64 85 / vafuchs@wanadoo.fr @ValerieFuchsCom

www.vinetsociete.fr / Twitter : @vinetsociete / www.vinocamp.fr / Twitter : @vinocamp