

BAROMÈTRE ANNUEL CAVISSIMA

# Les Français et le vin

Perception, consommation, canal d'achat et investissement

1<sup>ère</sup> vague – Novembre 2022

## CONTACTS PRESSE

**Fanny Vidal**  
[fvidal@fargo.agency](mailto:fvidal@fargo.agency)  
+33 (0)6 34 43 48 17

**Aliaksei Kasyanenko**  
[akasyanenko@fargo.agency](mailto:akasyanenko@fargo.agency)  
+33 (0)6 34 43 48 17

## CONTACTS ÉTUDE

**Angèle DOUILLARD, Chargée d'études**  
[angele.douillard@ifop.com](mailto:angele.douillard@ifop.com)

**Giuseppe CARBONE, Directeur Marketing**  
[giuseppe.carbone@cavissima.com](mailto:giuseppe.carbone@cavissima.com)

**Julien BELIN, Directeur Data Management**  
[julien.belin@ifop.com](mailto:julien.belin@ifop.com)



# Méthodologie de l'étude



## ÉCHANTILLON

**1 001 répondants**  
représentatifs de la population  
française des 18 ans et plus.



## MODE DE RECUEIL

**Etude réalisée on-line**  
sur système CAWI (Computer  
Assisted Web Interview) via panel



## DATES D'ENQUÊTE

**Du mardi 11 au lundi 17**  
octobre 2022

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la **méthode des quotas suivi d'un redressement** sur le sexe, l'âge, la profession, la région et la catégorie d'agglomération.

# Notes de lecture

## LES DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES :

Les différences significatives positives ou négatives sont calculées par rapport à la population complémentaire au seuil de confiance de 95 %. En d'autres termes, il y a 95 % de chances que **l'écart constaté ne soit pas dû au hasard mais à une réelle différence d'attitude ou de comportement.**

Elles sont présentées sous deux formes :

- **Sur la cible principale** – à savoir les personnes intéressées par un investissement dans le vin  - elles sont matérialisées par un « + » si la différence est significativement positive et par un « - » si la différence est significativement négative.
- **Sur les autres critères** - comme les variables socio-démographiques - on précise la variable concernée (ex : sexe, âge ou CSP) ainsi que le score obtenu. Si la différence est significativement positive, on l'indique en **VERT** et si la différence est significativement négative, on l'indique en **ROUGE**.

---

## À NOTER :

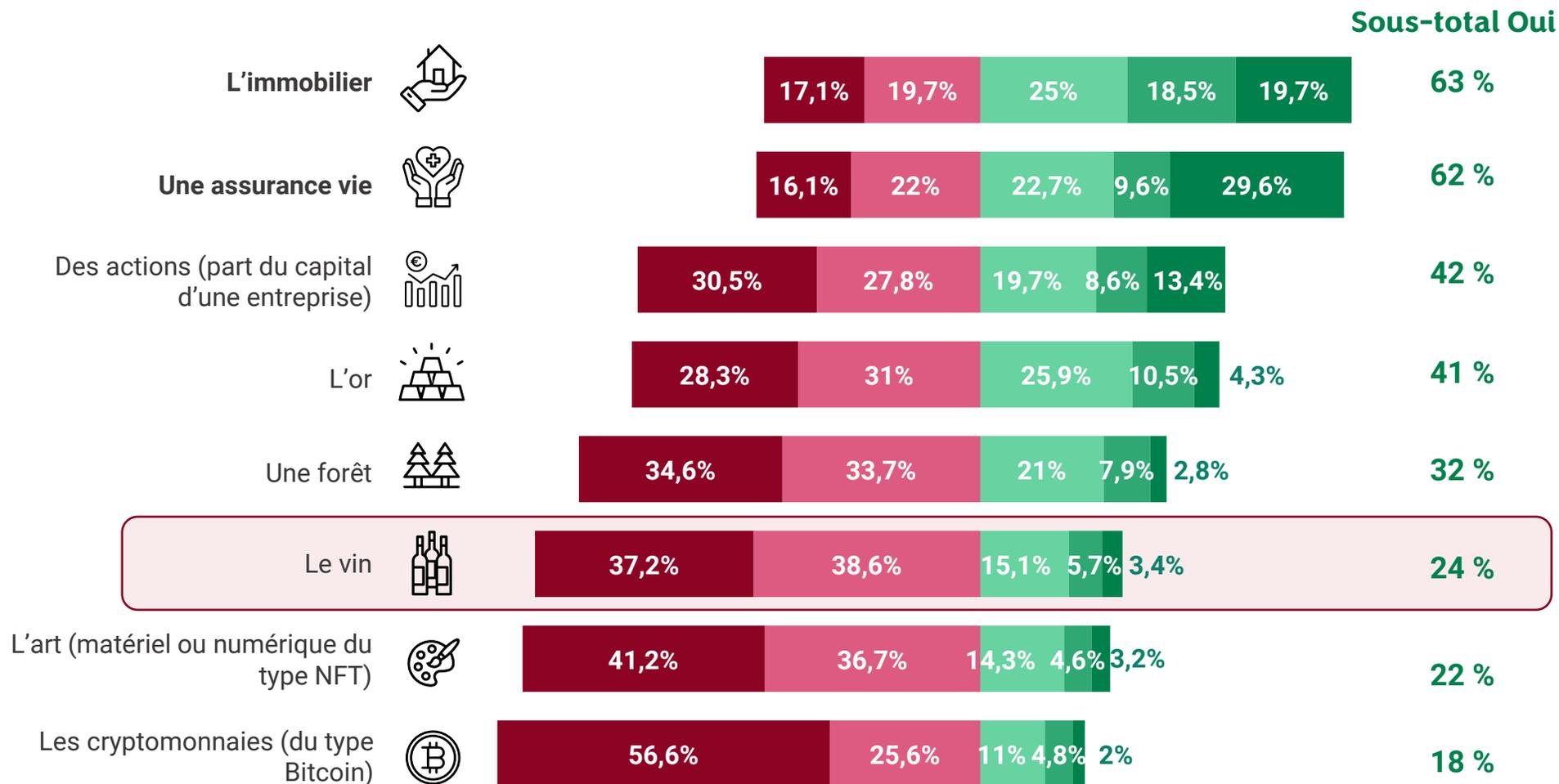
Tous les scores indiqués sont arrondis à l'entier le plus proche. Bien que cette méthode permette de présenter des résultats plus précis, elle peut avoir pour conséquence que les sous-totaux indiqués ne correspondent pas toujours à la somme des deux modalités additionnées ou que la somme des modalités dépasse les 100 %.

A dark, moody photograph of a wine bottle and two glasses. The bottle is on the left, and two glasses are on the right. The glasses are filled with a golden liquid, likely white wine. The background is black, and the lighting is dramatic, highlighting the glassware.

# Investissement dans le vin

Près d'1/4 sont intéressés par le fait d'investir dans le vin, 3 % le font déjà. Ils sont plus nombreux parmi les personnes qui consomment ou achètent du vin, et sont plus souvent des hommes, des 25 à 34 ans, des CSP+ et des habitants des grandes agglomérations.

## Intérêt en termes d'investissements



### QUI ?

Homme : 30 %  
 25-34 ans : 33 %  
 ST 100K hab. et + : 27 %  
 CSP + : 31 %  
 It dans le vin comme sûr : 44 %  
 Consomme du vin : 30 %  
 Achète du vin : 27 %  
 S'y connaît : 34 %

- Oui, c'est déjà le cas
- Oui, certainement
- Oui, probablement
- Non, probablement pas
- Non, certainement pas

Parmi les Français intéressés par un investissement dans le vin, 2 sur 5 considèrent qu'investir dans le vin c'est acheter des bouteilles de grands vins pour **les revendre**, la même proportion envisage le fait de **les consommer** plus tard également comme un investissement. Pour 1/3 d'entre eux, c'est aussi investir dans des vignes GFV.



Intéressé\* par l'investissement dans le vin

### Investir dans le vin c'est...



TRÈS intéressé\*\* par l'investissement dans le vin

... acheter des bouteilles de grands vins pour les **REVENDE**R plus tard



... acheter des bouteilles de grands vins pour les faire vieillir et les **CONSOMMER** plus tard



... investir dans des vignes GFV (Groupement foncier viticole)



... investir dans des caves d'investissement



... acheter ou vendre des bouteilles de grands vins aux enchères



... investir dans des fonds d'investissement dans le vin



39 %

40 %

32 %

19 %

22 %

21 %

N=90

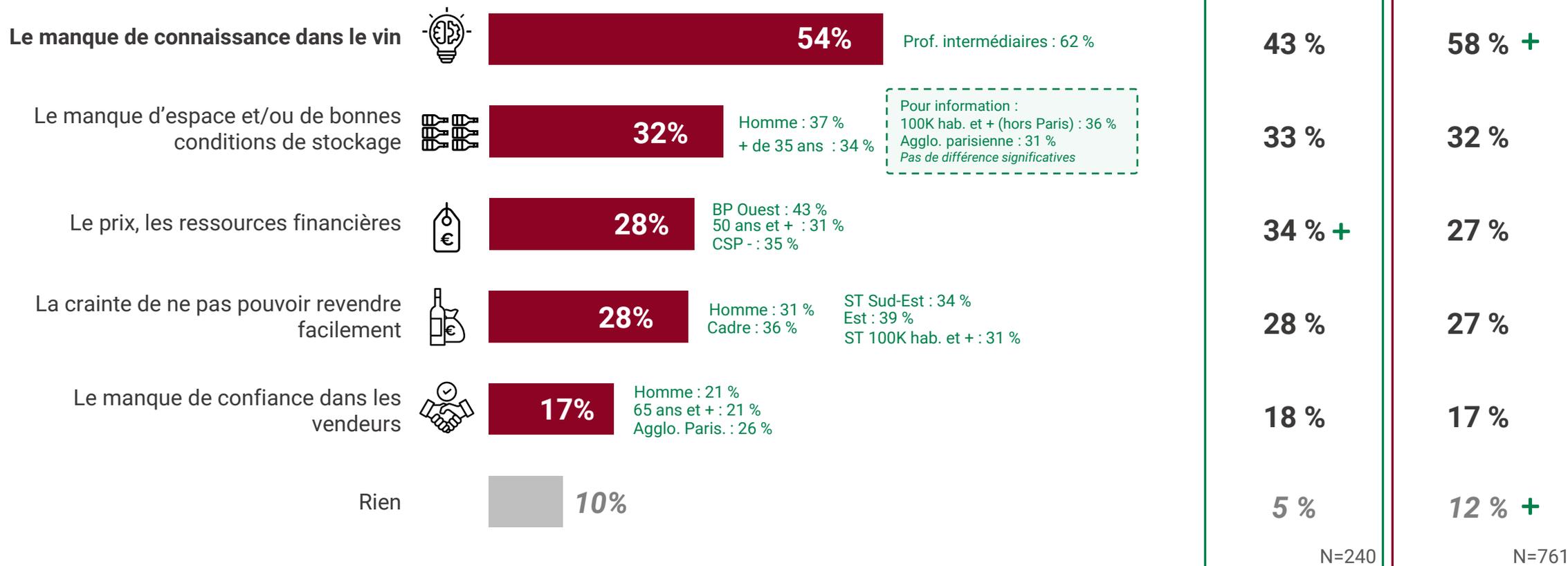
\*Oui, je le fais déjà + Oui, certainement + Oui, probablement

\*\*Oui, je le fais déjà + Oui, certainement



Plus de la moitié des Français considère son manque de connaissances dans le vin comme un frein à l'investissement.  
C'est davantage le cas pour les personnes n'étant pas intéressées par le fait d'investir dans le vin.

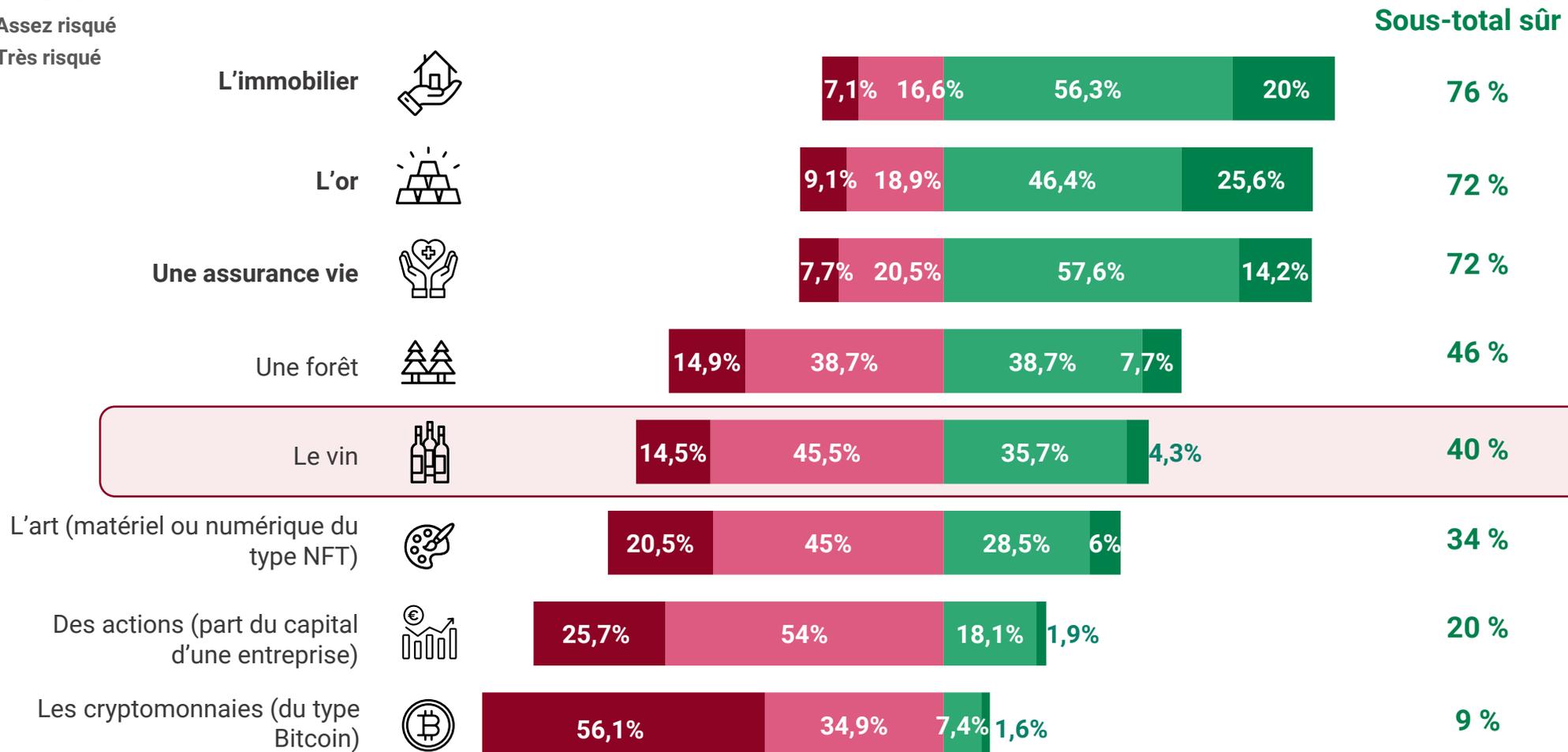
## Freins à l'investissement dans le vin



Plus de 7 Français sur 10 considèrent l'immobilier, l'or et l'assurance vie comme des investissements sûrs.  
Ils sont **40 % à estimer le vin comme un investissement sûr**, dont seulement 4 % comme très sûr.

- Très sûr
- Assez sûr
- Assez risqué
- Très risqué

## Évaluation du niveau de risque des différents investissements



Cadre : 31 %  
Ouest : 48 %



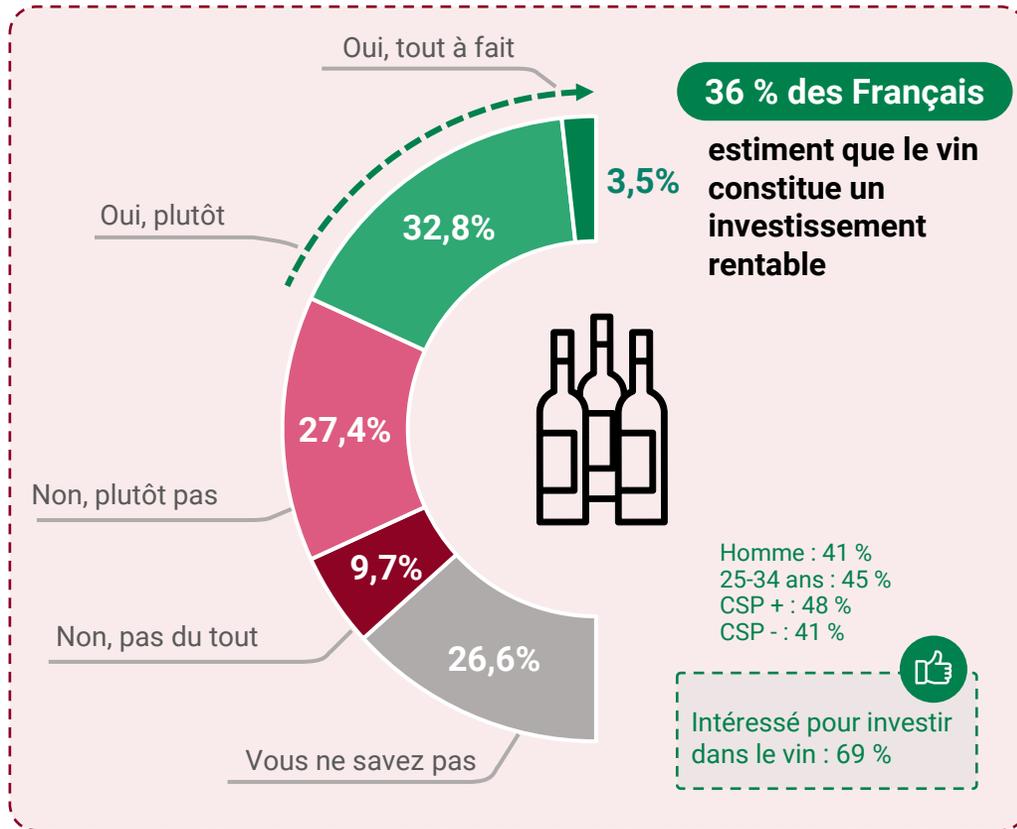
Q2. Les investissements suivants vous paraissent-ils très sûr, assez sûr, assez risqué ou très risqué : ... ? Base ensemble : 1001 répondants



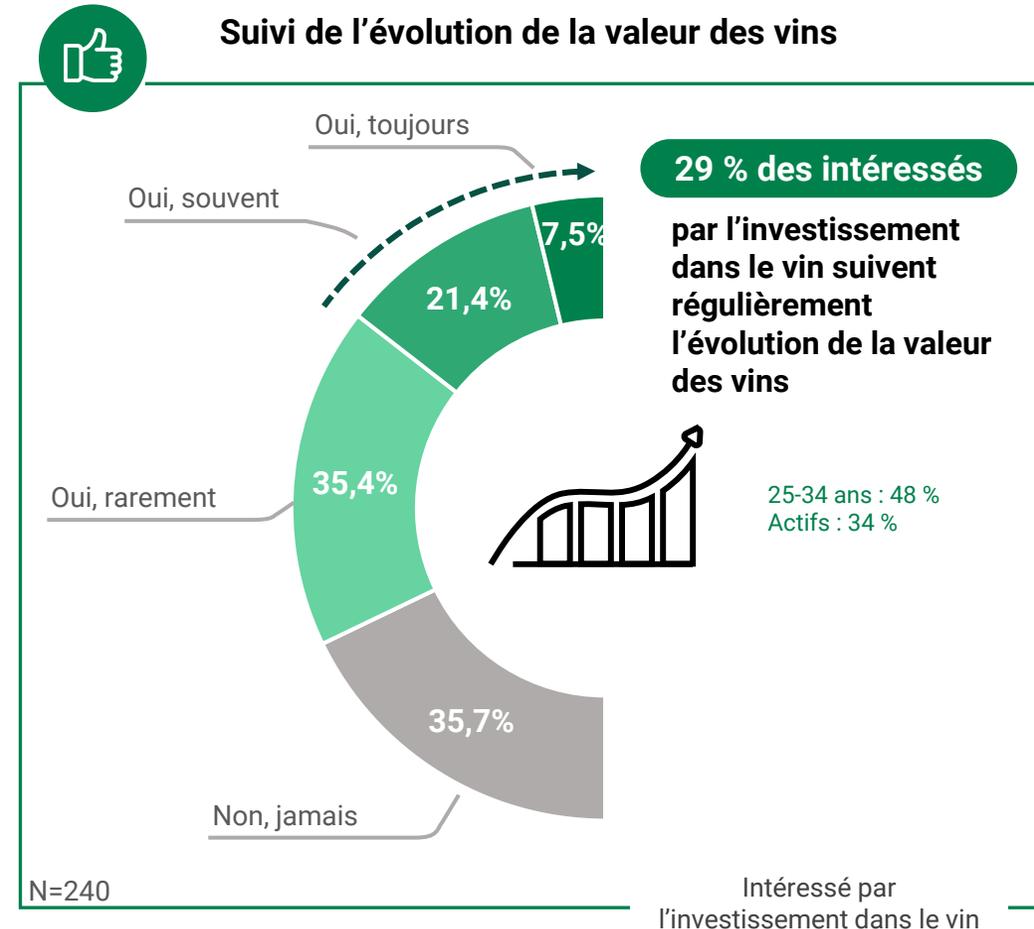
Près de **4 Français sur 10** estiment que le vin est un investissement rentable. Plus d'1/4 ne sait pas se positionner sur cette question. Parmi les personnes intéressées par un investissement dans le vin, ils sont **64 % à suivre l'évolution de la valeur des vins**, dont 29 % régulièrement.

## Perception de l'investissement dans le vin

### Evaluation de la rentabilité d'un investissement dans le vin

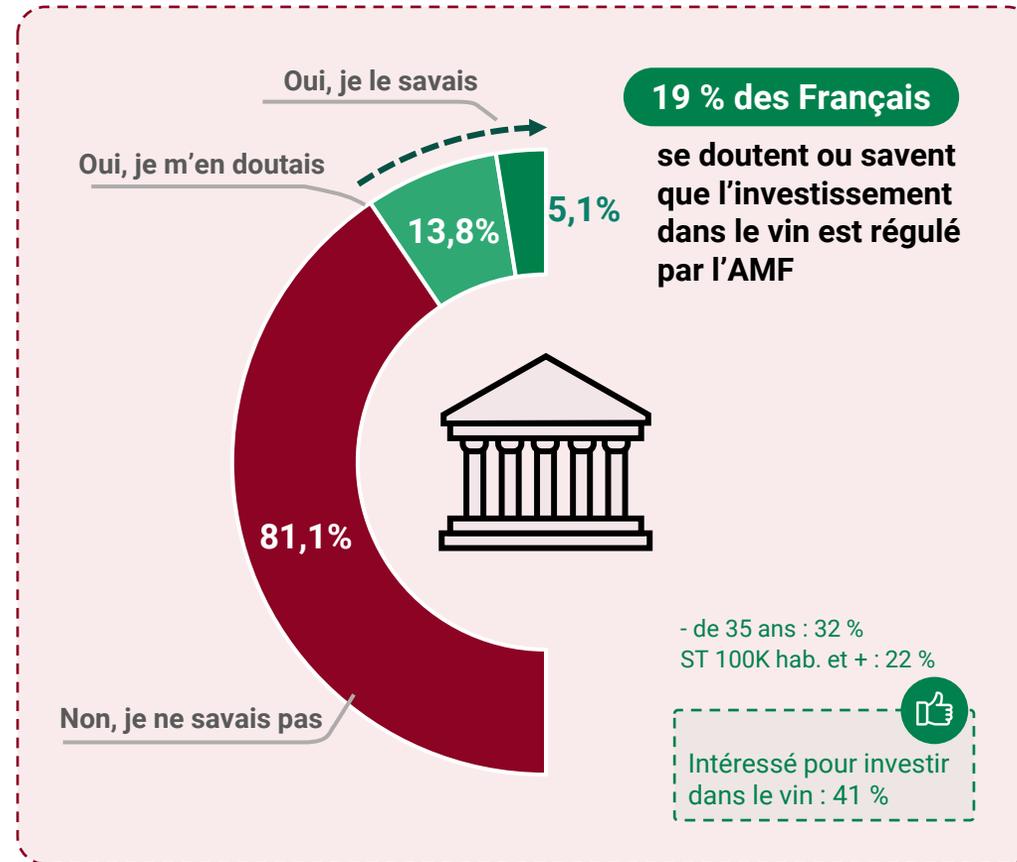


### Suivi de l'évolution de la valeur des vins



Seulement **5 % des Français savent que l'investissement dans le vin est régulé par l'AMF**, ils sont **14 % à s'en douter**.  
Les personnes intéressées pour investir dans le vin sont davantage au fait de cette donnée tout comme les moins de 35 ans et les habitants des grandes agglomérations.

## Connaissance de la régulation de l'investissement dans le vin

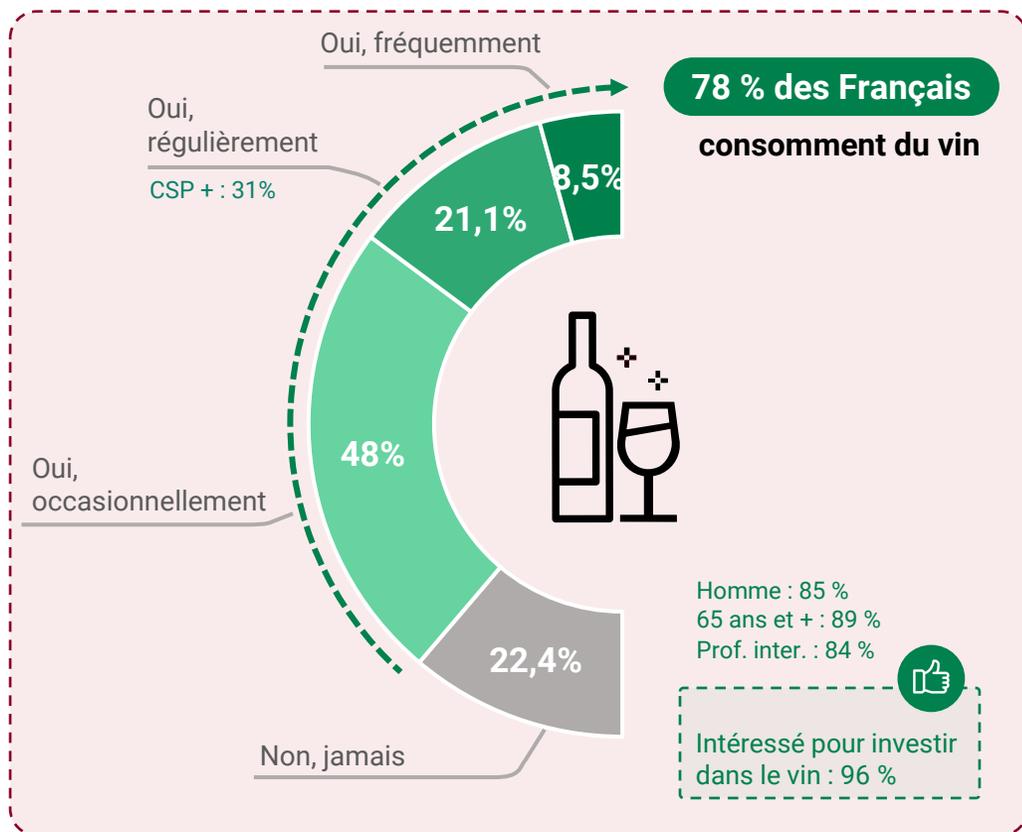


A group of people are shown holding wine glasses filled with red wine, suggesting a social gathering or a wine tasting event. The background is blurred, focusing attention on the glasses and the text. The text is centered and reads "Consommation et achat".

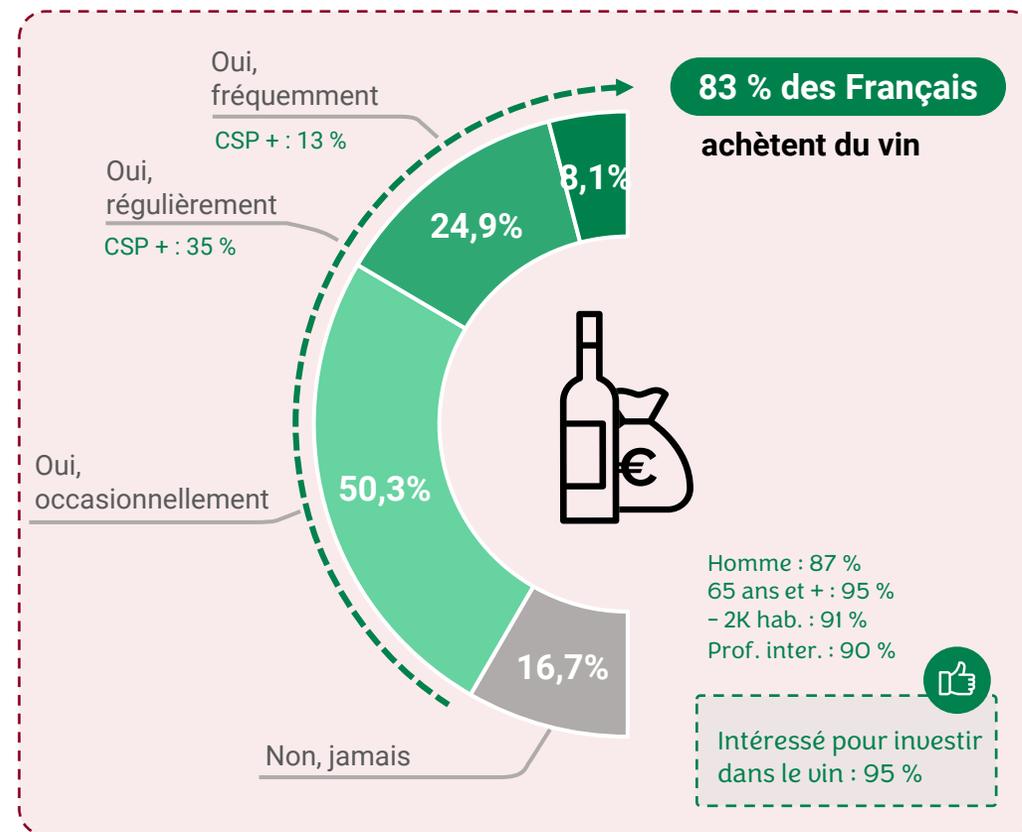
**Consommation  
et achat**

Une large majorité de Français consomme et achète du vin. Ils sont encore plus nombreux parmi les **plus de 65 ans et les CSP+**. Les personnes étant intéressées par l'investissement dans le vin sont d'autant plus consommateurs et acheteurs de vin.

### Consommation de vin



### Achat de vin

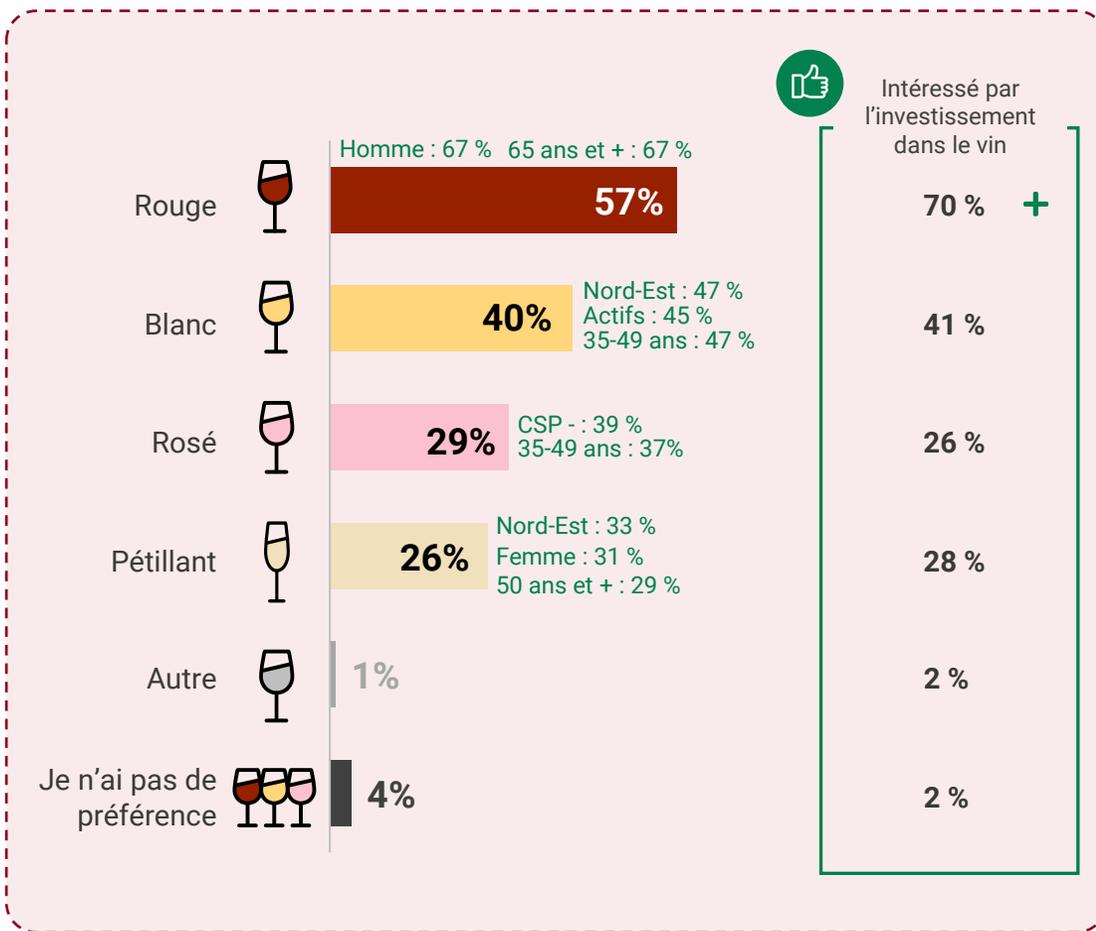


Q9. Consommez-vous du vin ? Base ensemble : 1001 répondants  
 Q12. Achetez-vous du vin ? Base ensemble : 1001 répondants

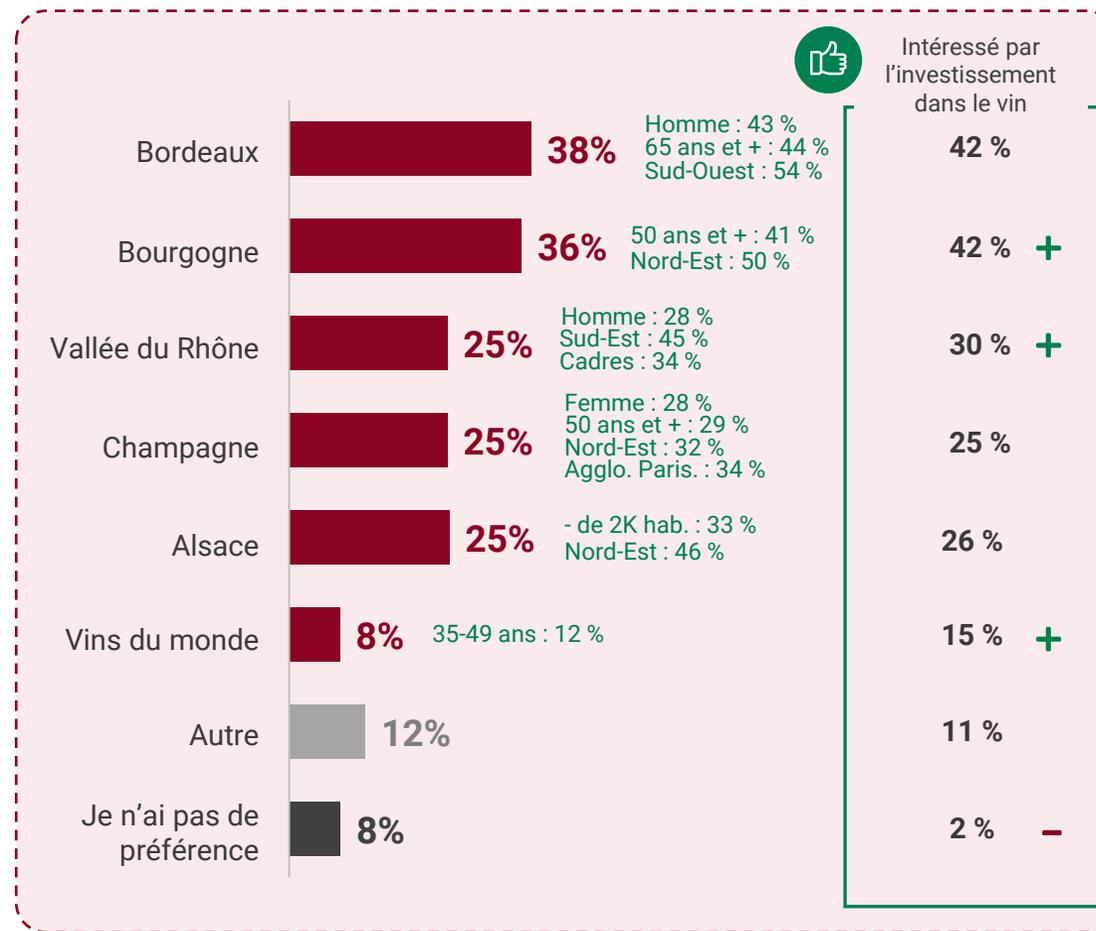


Le **vin rouge** reste le vin préféré des Français à hauteur de 57 %. Il est encore plus plébiscité **auprès des personnes intéressées par l'investissement dans le vin**. Du côté des régions viticoles préférées, le **Bordeaux et le Bourgogne arrivent en tête**, elles sont encore plus populaires **auprès des personnes plus âgées**.

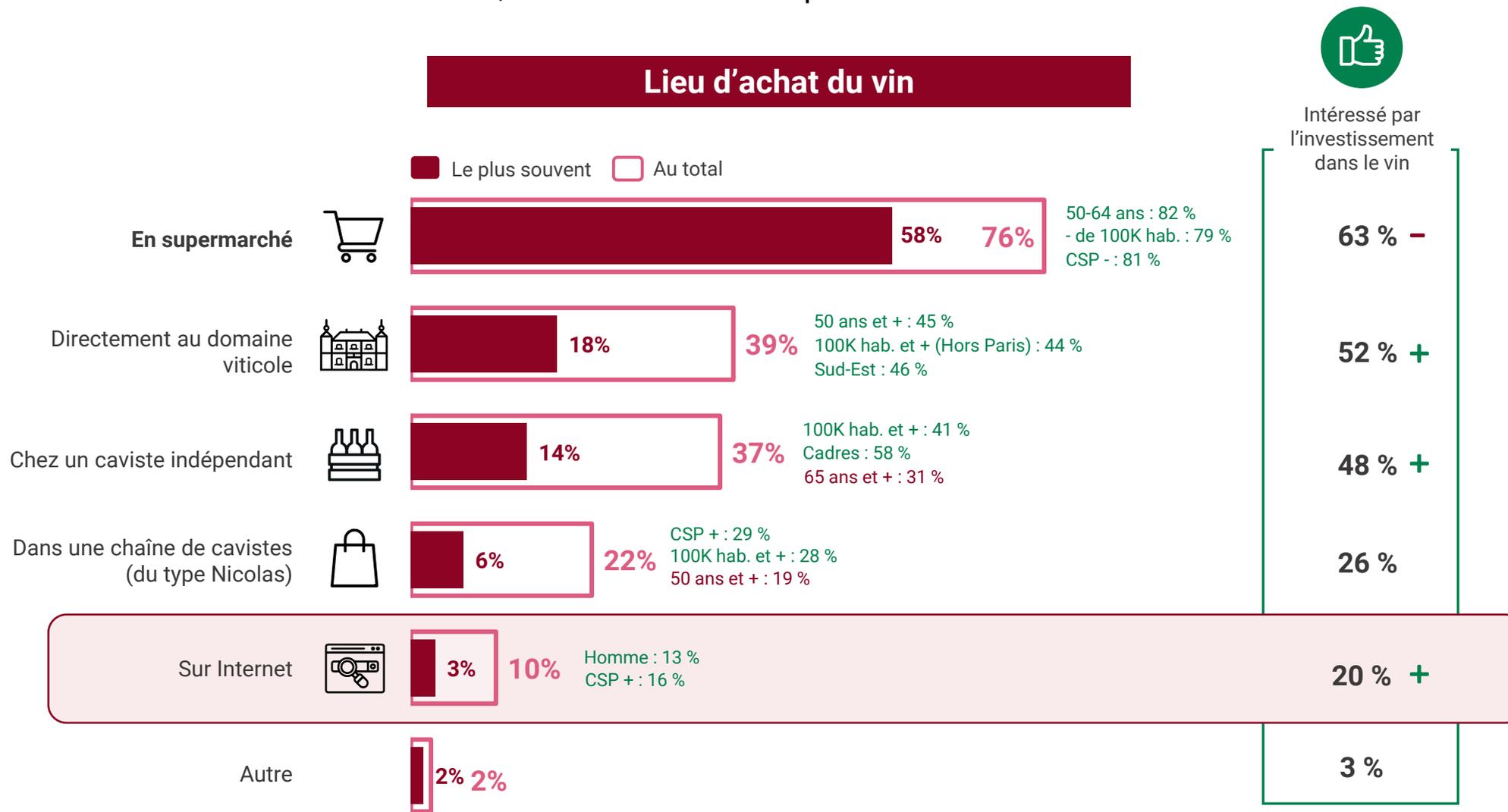
## Couleurs de vin préférées



## Régions viticoles préférées



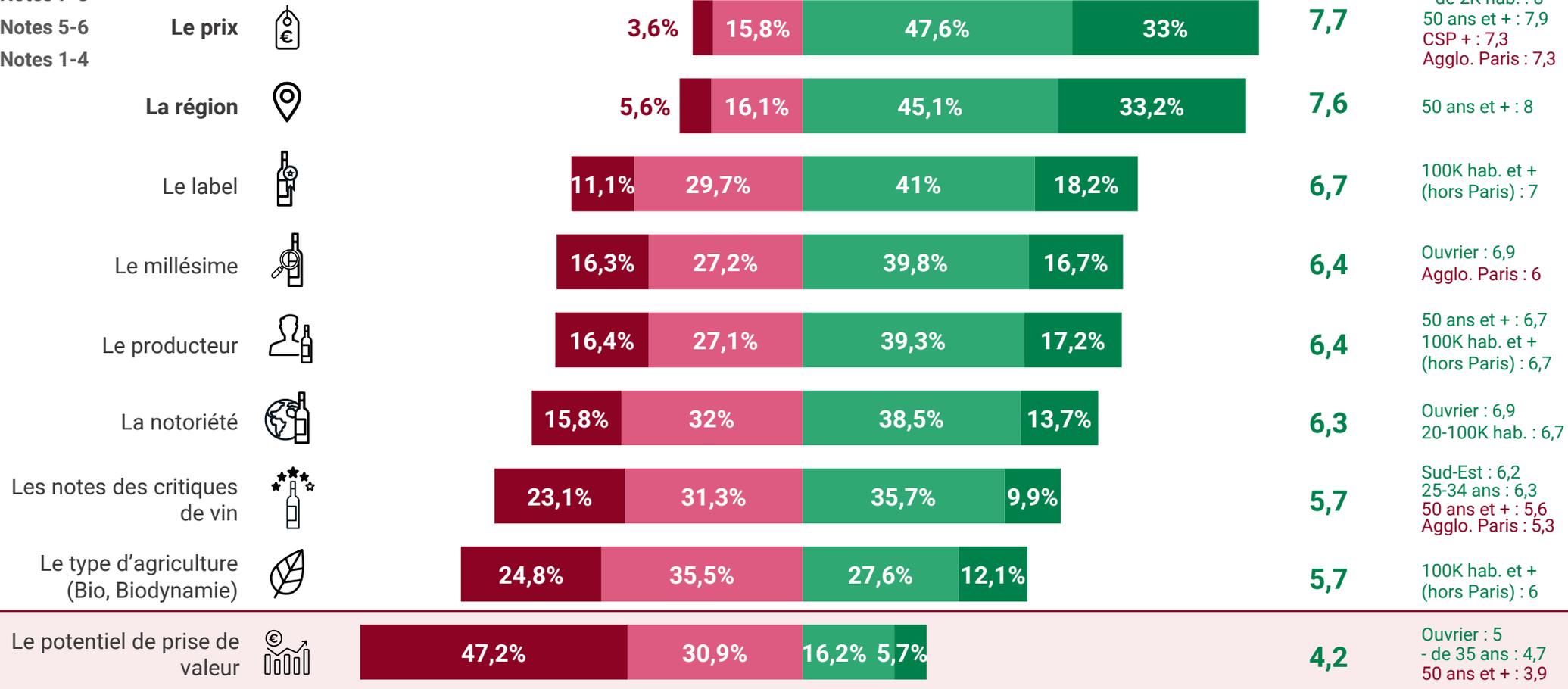
**3/4 des Français achètent du vin en supermarché.** C'est le canal d'achat le plus sollicité même auprès des personnes intéressées par l'investissement, cependant en tendance, ces derniers plébiscitent plus que les autres l'achat au domaine viticole, chez un caviste indépendant ou sur Internet.



Les deux critères les plus importants pour les acheteurs de vin sont **le prix et la région**. Les personnes intéressées par l'investissement dans le vin accordent, tendanciellemment, **moins d'importance au prix** (même s'il reste le 2<sup>e</sup> critère d'achat) **et plus d'importance à d'autres critères** comme le millésime ou le producteur.

## Importance des critères de choix d'une bouteille de vin

- Notes 9-10
- Notes 7-8
- Notes 5-6
- Notes 1-4



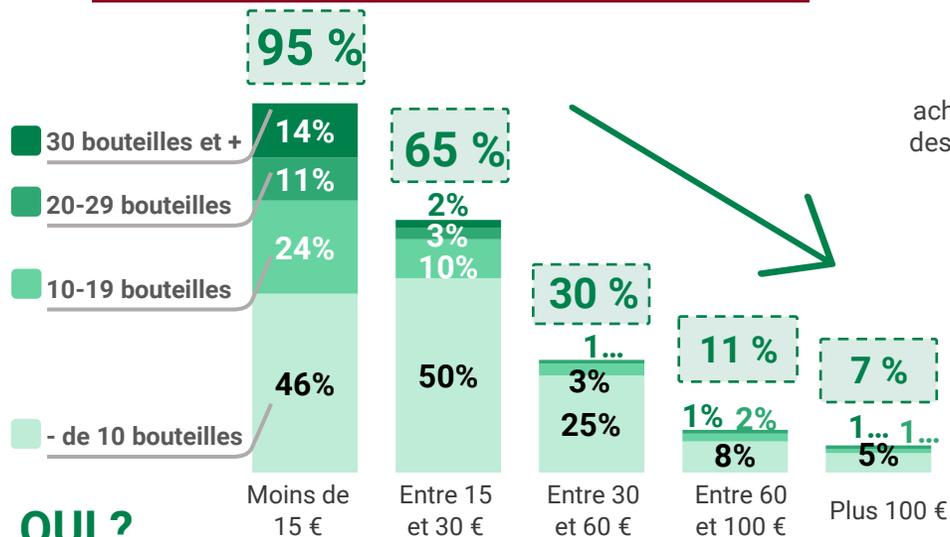
Intéressé par l'investissement dans le vin

7,4	-
7,8	
6,9	
7,1	+
7	+
6,4	
6,2	+
6,2	+
5,4	+



**Plus le prix de la bouteille augmente, moins il y a d'acheteurs.** Les plus âgés achètent plutôt des bouteilles à moins de 30 € tandis que les plus jeunes sont plus nombreux à acheter des bouteilles à plus de 30 €. Assez logiquement, on observe que **plus le prix de la bouteille achetée augmente, plus ses acheteurs ont tendance à la conserver.**

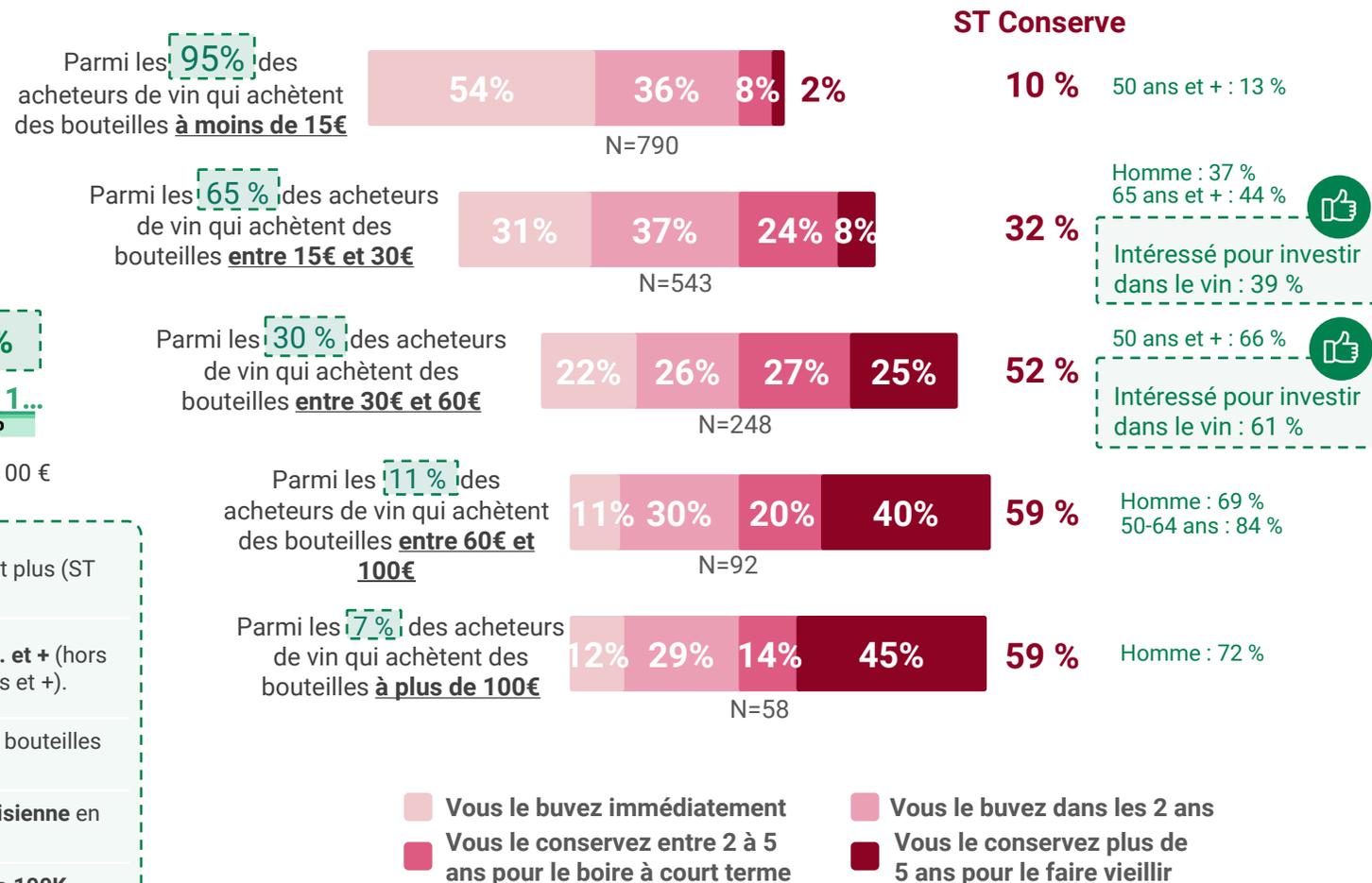
### Quantité de vin achetée par an



### QUI ?

Moins de 15€	Les hommes de 65 ans et + en achètent significativement plus (ST 20 bouteilles et +).
Entre 15 et 30€	Les 50 ans et +, CSP+ et habitants d'agglomération de 100K hab. et + (hors Paris) en achètent significativement plus (ST 20 bouteilles et +).
Entre 30 et 60€	Les 25-34 ans en achètent significativement plus (ST 20 bouteilles et +).
Entre 60 et 100€	Les moins de 35 ans et habitants de l'agglomération parisienne en achètent significativement plus.
Plus de 100€	Les moins de 35 ans, CSP+, cadres, habitants d'agglomération de 100K hab. et + en achètent.

### Consommation et usage du vin acheté



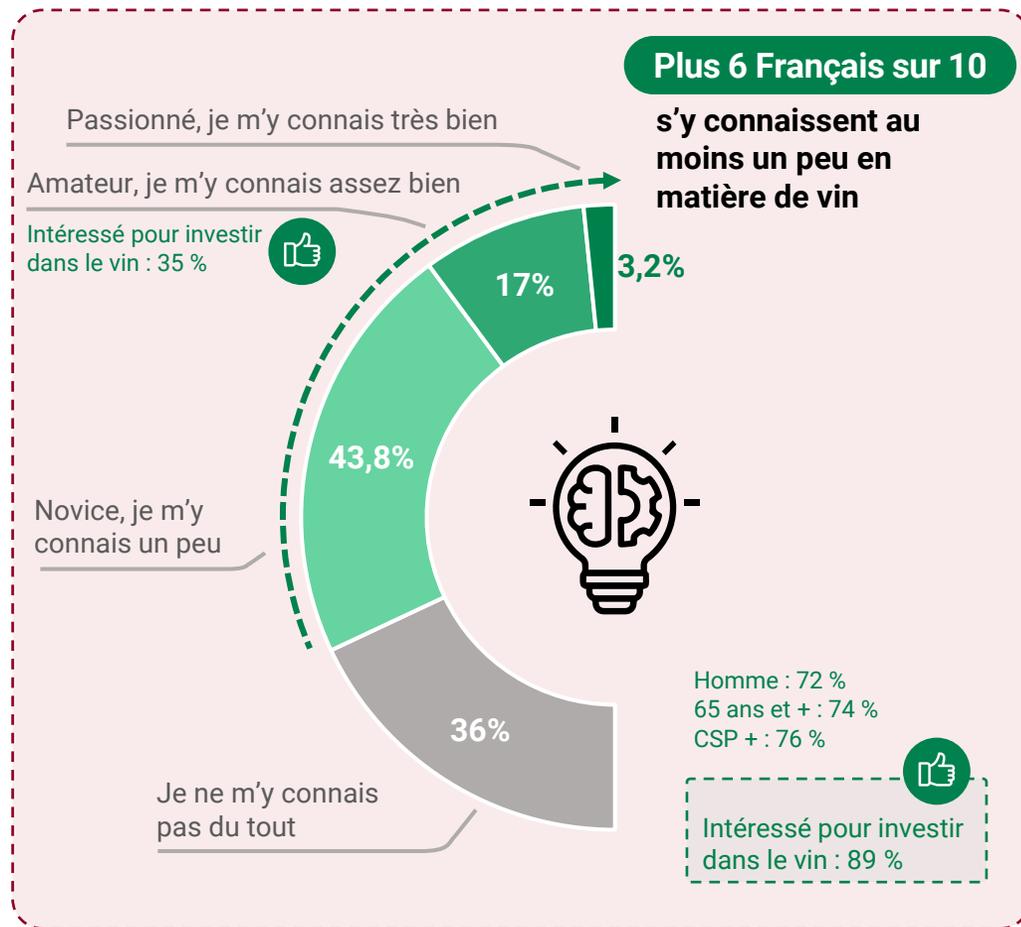
Q13. Sur une année, combien de bouteille achetez-vous environ pour chaque tranche de prix (prix d'une bouteille) ? Base achète du vin : 835 répondants  
 Q14. De manière générale, quand vous achetez du vin dont la bouteille coûte ... ?



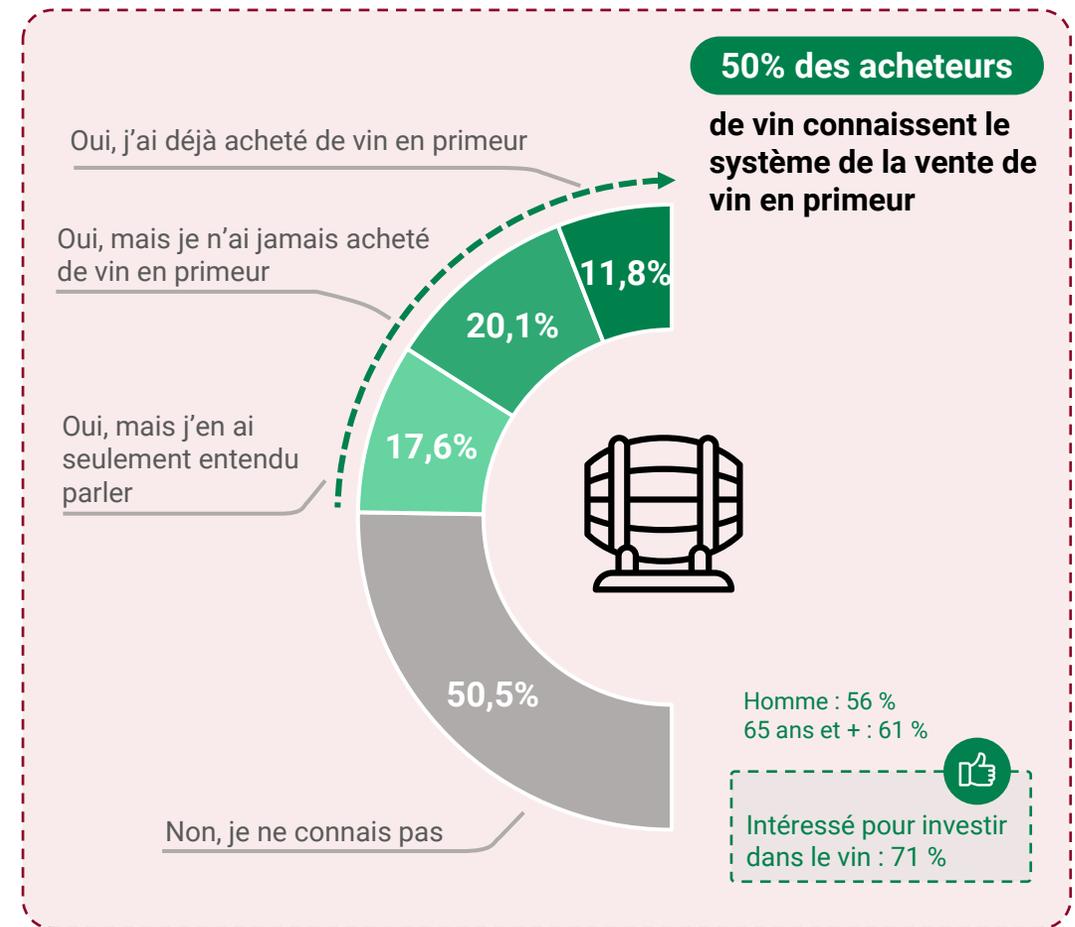
**Connaissance**

**1 Français sur 5 déclare bien s'y connaître** en matière de vin. Les connaisseurs sont plus souvent des hommes issus des CSP + et des plus de 65 ans. À côté, la moitié des acheteurs de vin connaît - au moins de nom - le concept de la vente de vin en primeur, 12 % en ont déjà fait l'expérience.

### Niveau de connaissance du vin



### Connaissance de la vente de vin en primeur



A top-down view of four wine glasses arranged in a row on the top of a wooden barrel. The barrel's surface is made of dark, weathered wood with visible grain and some staining. The glasses contain liquids of varying colors: the first is a light golden-yellow, the second is a medium brown, the third is a dark brown, and the fourth is a deep, dark red. The text 'Test d'affirmation' is centered over the glasses in a white, sans-serif font.

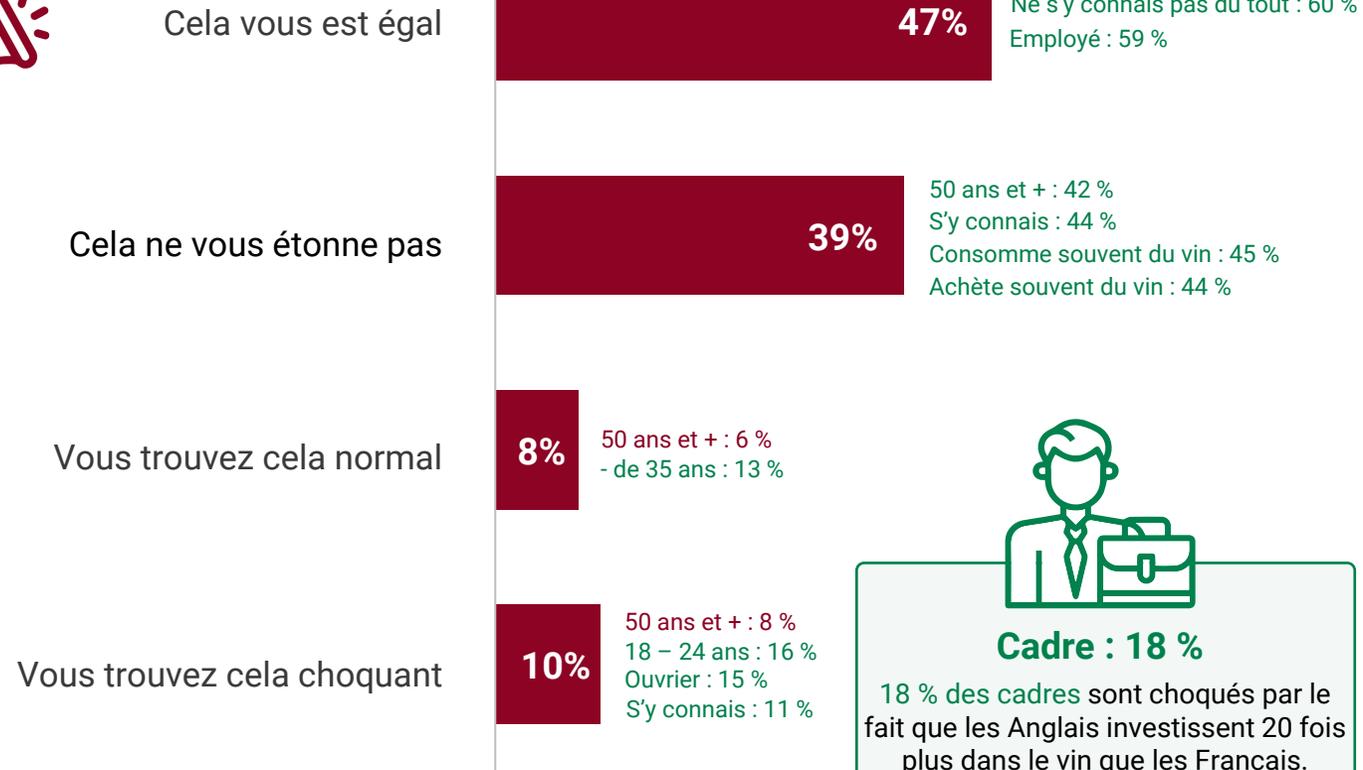
**Test  
d'affirmation**

Près de la moitié des Français considèrent que cela leur est égal que les Anglais investissent 20 fois plus dans le vin que les Français, c'est moins le cas auprès des personnes intéressées par l'investissement dans le vin. Ceux-ci ne sont d'ailleurs, pour moitié, pas étonnés par cette information, même s'ils sont plus nombreux à trouver ça choquant.

## Avis sur l'investissement dans le vin



En moyenne, les Anglais investissent annuellement 20 fois plus dans le vin que les Français.  
Pourtant, la France est le principal pays producteur en termes de valeur et dont la notoriété est la plus importante.  
**Qu'en pensez-vous ?**



**Cadre : 18 %**

18 % des cadres sont choqués par le fait que les Anglais investissent 20 fois plus dans le vin que les Français.



Intéressé par l'investissement dans le vin

31% -

49% +

9%

16% +

N=240





# Synthèse

# Focus – Les plus jeunes plébiscitent les grands crus et l'investissement

■ Les moins de 35 ans    ■ L'ensemble de la population



## Plus de 35 ans

Acheteurs, consommateurs et connaisseurs de vin.

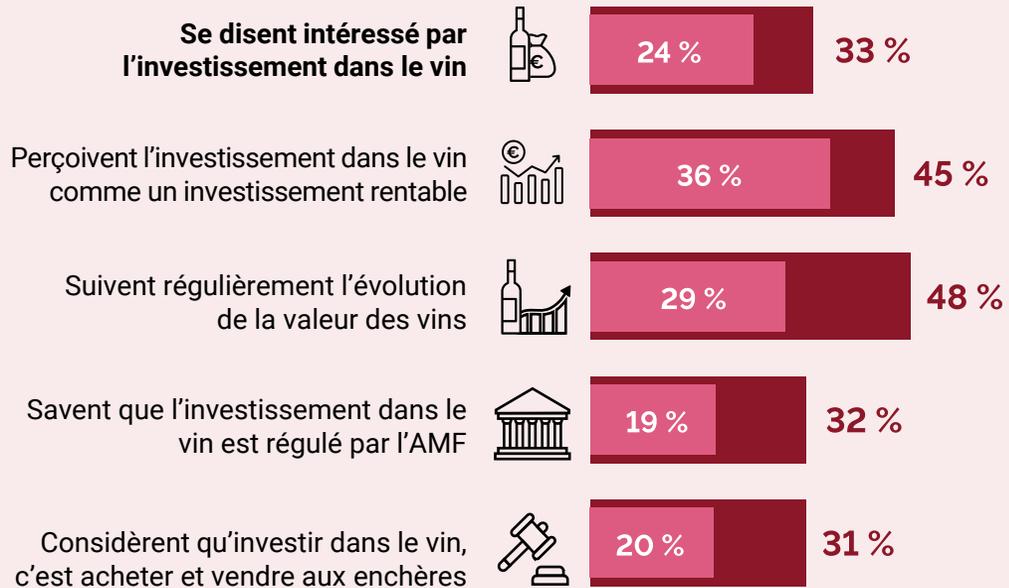


## Moins de 35 ans

Cible privilégiée de l'investissement dans le vin.  
Plébiscitent les grandes bouteilles.

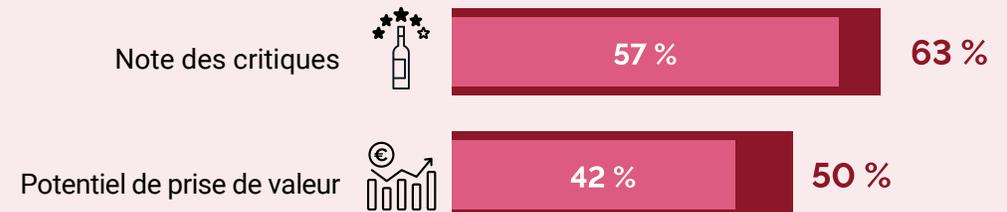


### Ils sont intéressés par l'investissement dans le vin



### Ils ont des pratiques d'achat se tournant vers des bouteilles plus onéreuses

#### Critères lors de l'achat d'une bouteille de vin



#### Quantité de bouteilles achetées en fonction du prix



Lorsque la bouteille dépasse 30 €, les plus jeunes **en achètent significativement plus.**



# Focus – Les habitants des grandes agglomérations : intérêt à investir et pratiques d'achat tournées vers les grandes bouteilles.



**Habitants des grandes agglomérations**  
Cible privilégiée de l'investissement dans le vin.



**Ils sont intéressés par l'investissement dans le vin**

Se disent intéressés par l'investissement dans le vin



24 % 27 %

Savent que l'investissement dans le vin est régulé par l'AMF



19 % 22 %

Manquent de confiance auprès des vendeurs



17 % 26 %

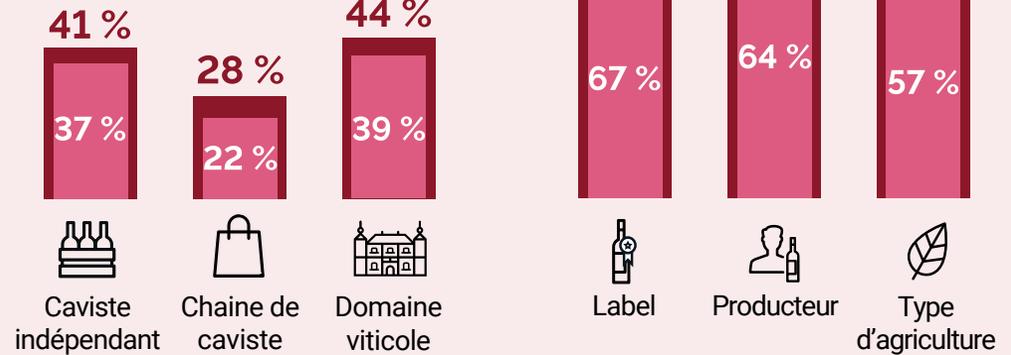
■ Parisiens ■ Habitants des agglomérations de plus 100 000 habitants ■ L'ensemble de la population



**Ils ont des pratiques d'achat se tournant vers des vins plus chers**

Canaux d'achat

Critères lors de l'achat d'une bouteille de vin



Quantité de bouteilles achetées en fonction du prix



Lorsque la bouteille dépasse 60 €, les habitants des grandes agglomérations **en achètent significativement plus.**



# Synthèse L'investissement

■ Chez les intéressés ■ L'ensemble de la population

## Qui ?



**¼ des Français**  
se dit intéressé par  
l'investissement  
dans le vin



**30 %**  
d'hommes



**33 %**  
25 - 34 ans



**31 %**  
CSP+



**27 %**  
Habitants de grandes  
agglomérations

## Quels freins ?



Manque de  
connaissance



Manque de bonnes  
conditions de stockages



Manque de ressources  
financières



Crainte de ne pas  
revendre facilement

## Quelle fiabilité ? Quelle rentabilité ?



**4 %** Perçoivent le vin comme  
un investissement très sûr

**40 %** Perçoivent le vin comme  
un investissement sûr



Perçoivent le vin comme  
un investissement rentable

## Comment ?



**39 %**  
Acheter  
pour revendre

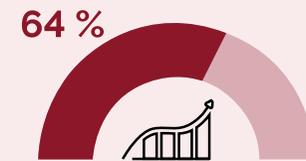


**37 %**  
Acheter  
pour consommer



**31 %**  
Ventes  
aux enchères

## Quel suivi ? Quelle connaissance du marché ?



Suivent l'évolution de la valeur  
des vins



Savent, se doutent, que l'AMF régule  
l'investissement dans le vin

# Synthèse

## La consommation et l'achat

■ Chez les intéressés ■ L'ensemble de la population

### Qui ?



8 Français sur 10

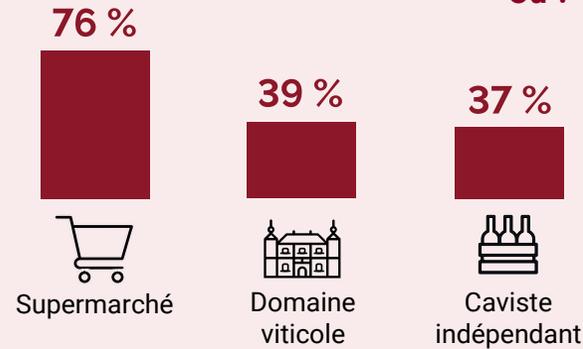
consomment et achètent du vin



9 hommes et plus de 65 ans sur 10

consomment et achètent du vin

### Où ?



Auprès des intéressés, ces canaux alternatifs au supermarché sont sur-représentés tout comme **l'achat sur internet.**

### Quels critères ?



**Le prix et la région**

2

Potentiel de prise de valeur



**Potentiel de prise de valeur**

2

Le prix et la région

### Quels goûts ?

#### Vin préféré

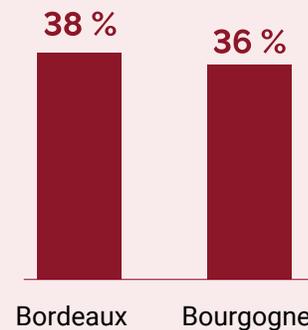


57% des Français

67% des hommes

70% des intéressés par l'investissement

#### Région viticole préférée



### Quelles pratiques ?

#### Acheteurs



Plus le prix de la bouteille achetée augmente, plus l'acheteur a tendance à **la conserver et la faire vieillir.**

# Synthèse

## La connaissance

-  Chez les intéressés
-  L'ensemble de la population

### Quel niveau de connaissance ?



**3 Français sur 5**  
considèrent s'y connaître au moins  
un peu en vin.



**1 Français sur 5**  
considère s'y connaître  
Bien en vin.



**9 Français intéressés par l'investissement dans le vin sur 10**  
considèrent s'y connaître au moins un peu en vin.

### Primeurs

**71 %**

des intéressés par  
l'investissement dans le  
vin connaissent le  
système de vente de vin  
en primeur.



**50 %**

des Français connaissent  
le système de vente de vin  
en primeur.

# Signalétique

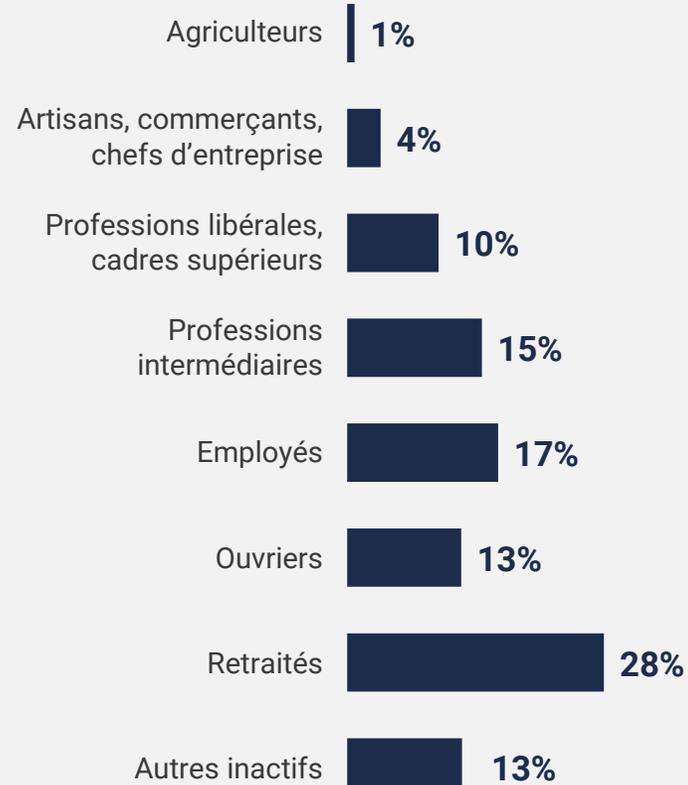


# Renseignements signalétiques – Population nationale représentative

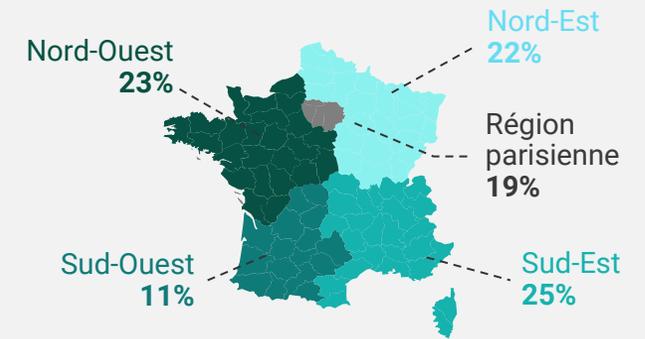
## Sexe



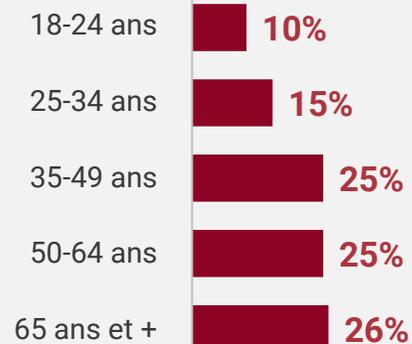
## Profession



## Région



## Âge



## Taille d'agglomération

