

Regards croisés sur les vins du Languedoc et de l'Hérault

Ifop pour le Conseil général de l'Hérault



AB/EP N° 111454
Contacts Ifop :
Annick Beddiar / Esteban Pratviel
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise
TEL : 01 45 84 14 44
prenom.nom@ifop.com

Sommaire

- 1 - La méthodologie	1
- 2 - Les résultats de l'étude.....	4
A. Le vin, entre élément essentiel de la gastronomie française et spécificités sociales et locales	5
B. Les vins du Languedoc, entre image en reconquête et notoriété modeste	9

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Retrouvez les sondages et analyses de l'Ifop sur :



iPhone



iPad



www.ifop.com



@ifopopinion



Ifop Opinion

Etude réalisée par l'Ifop pour :	Conseil général de l'Hérault
Echantillons	<p><u>France</u> :</p> <p>Echantillon de 500 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.</p> <p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée, niveau de diplôme) après stratification par région et catégorie d'agglomération.</p> <p><u>Hérault</u> :</p> <p>Echantillon de 500 personnes, représentatif de la population héraultaise âgée de 18 ans et plus.</p> <p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée, niveau de diplôme) après stratification par catégorie d'agglomération.</p>
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).
Dates de terrain	Du 26 septembre au 2 octobre 2013.

PRÉCISION RELATIVE AUX MARGES D'ERREUR

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-dessous :

INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCE						
<i>Si le pourcentage trouvé est...</i>						
<i>Taille de l'échantillon</i>	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8
4 000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
5 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
6 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
8 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1
10 000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Exemple de lecture du tableau : dans le cas d'un échantillon de **500** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **2,7**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 7,3% et 12,7%.

- 2 -

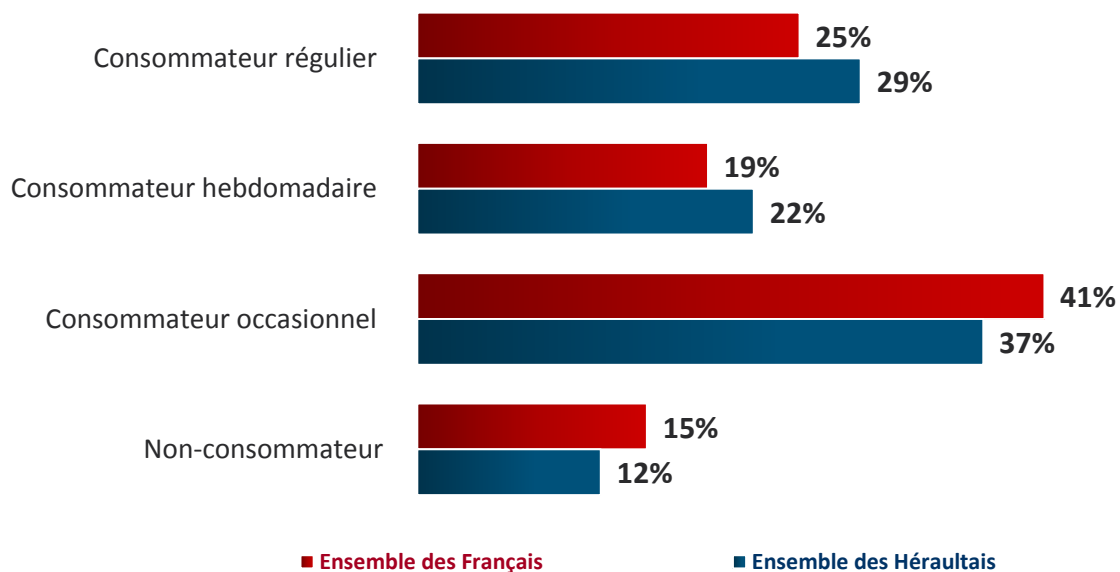
Les résultats de l'étude

A. Le vin, entre élément essentiel de la gastronomie française et spécificités sociales et locales

■ Le dynamisme de la consommation de vin en France et dans l'Hérault

La France étant le troisième plus grand pays consommateur dans le monde, le vin apparaît sans surprise comme un véritable marqueur de la société française. La consommation, qu'elle soit régulière ou épisodique, concerne en effet plus de quatre personnes sur cinq (85%), tandis qu'un peu moins d'une personne sur deux déclare consommer cette boisson au moins une fois par semaine (44%). **En tant que département viticole, l'Hérault ne déroge pas à la norme nationale en termes de consommation de vin. 86% de ses habitants déclarent boire du vin au moins de temps en temps et la moitié en consomme hebdomadairement (51%).** La consommation plus régulière, c'est-à-dire quotidiennement ou presque, concerne en outre environ un Héraultais sur cinq (22%), ce qui place le territoire au-dessus d'une moyenne nationale déjà élevée (17%). Les habitudes de consommation de vin, aussi bien en France que dans l'Hérault, tendent ainsi à montrer que le vin y est une boisson incontournable pour une très large majorité de la population. La consommation importante de vin fait écho à la présence d'une cave ou d'une réserve de vin à domicile. En dépit des fortes tensions actuelles sur le marché de l'immobilier, une majorité de personnes interrogées déclare avoir à leur domicile une cave ou une réserve de vin, même s'il ne s'agit que de quelques bouteilles. 63% des Français et 54% des Héraultais ont en effet réservé dans leur domicile un espace de stockage de bouteilles de vin, signe confirmant leur attachement à cette boisson.

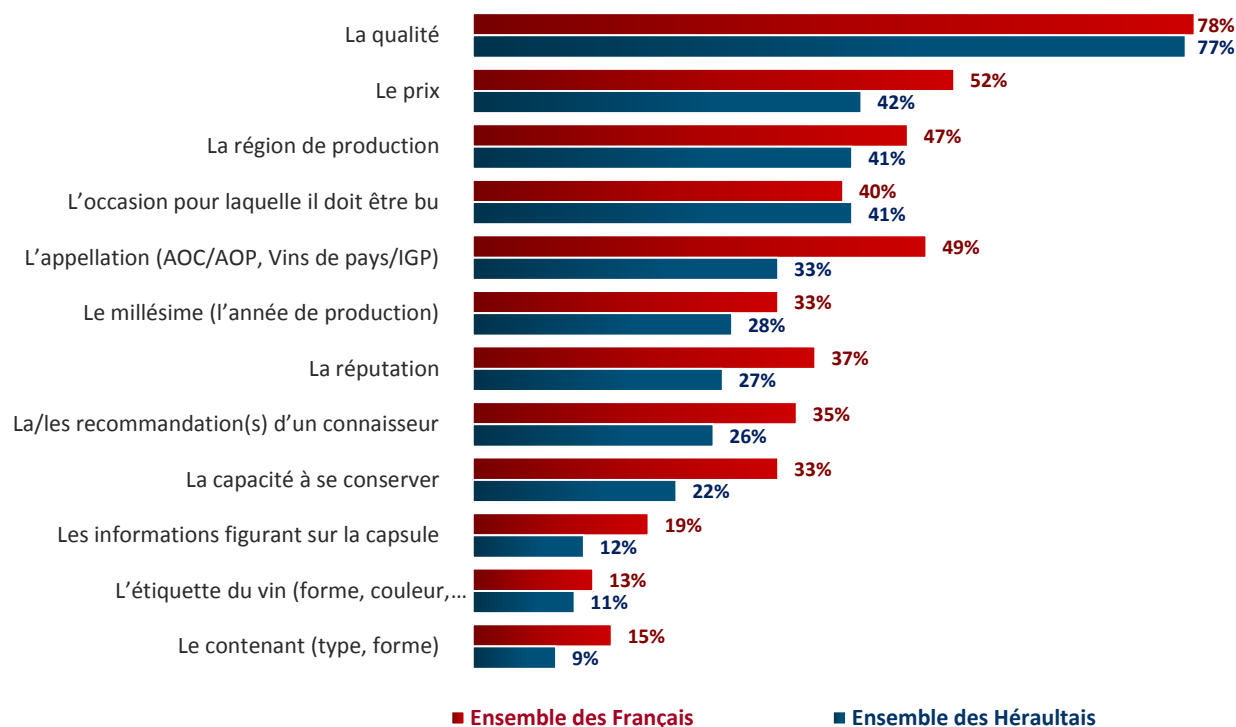
La fréquence de consommation de vin



■ Une certaine exigence au moment de l'achat d'une bouteille de vin

Dans cette perspective, les Français et les Héraultais portent attention à de nombreux critères de sélection lorsqu'ils doivent acheter une bouteille de vin et développent en ce sens un niveau d'exigence élevé. Sur les douze critères d'achat testés, tous s'avèrent déterminants ou importants auprès d'une majorité de Français et pas moins de dix auprès d'une majorité d'Héraultais. Parmi eux, la qualité apparaît sans surprise comme le critère le plus essentiel, 78% des Français et 77% des Héraultais la considérant comme déterminante avant d'envisager un achat. Pour au moins quatre personnes sur dix figurent ensuite le prix, la région de production, l'occasion pour laquelle il doit être bu, considérés comme des critères déterminants de l'achat d'une bouteille de vin. Ces critères apparaissent de ce fait davantage surveillés que la réputation, les recommandations d'un connaisseur, le millésime ou la capacité à se conserver, tandis que les informations obtenues à partir du packaging (capsule, contenant ou étiquette) semblent moins fondamentales, voire secondaires pour au moins un tiers dans les deux cibles. L'exigence française et héraultaise se retrouve en se focalisant sur les habitudes d'achat de vin. Certes, près des trois quarts des Français et des Héraultais déclarent principalement acheter dans des magasins « généralistes », c'est-à-dire en grande ou moyenne surface (respectivement 74% et 73% de citations au global). Pour autant, l'approvisionnement en vin auprès de « spécialistes » concerne une proportion non négligeable de personnes.

La hiérarchisation des critères d'achat de vin



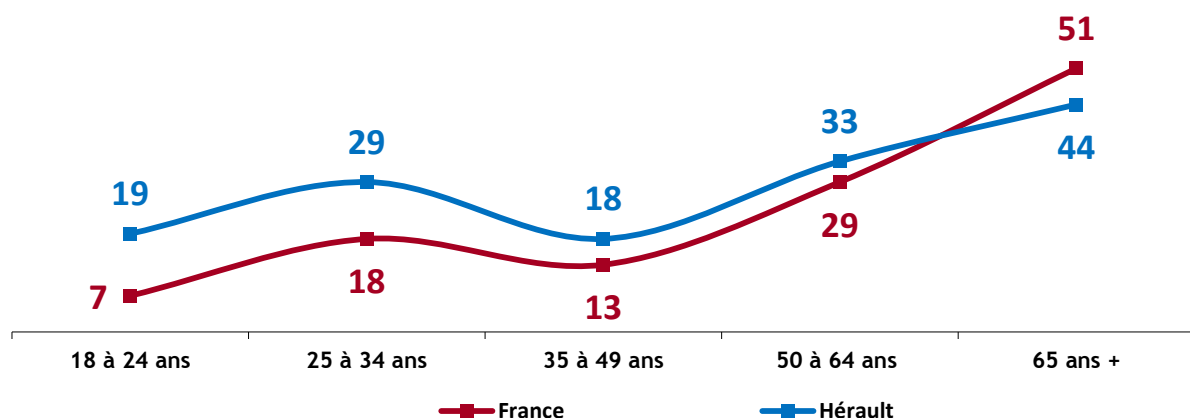
Environ un tiers des Français s'approvisionne ainsi en vin chez un caviste (35%) et directement auprès du producteur ou dans une coopérative (33%). Les résultats sont d'autant plus marquants auprès des Héraultais. L'achat auprès du producteur ou dans une coopérative est une réalité pour 55% d'entre eux et celui chez un caviste pour 30% d'entre eux. Le choix de s'approvisionner auprès de spécialistes appuie ainsi l'idée d'un certain niveau d'exigence parmi les consommateurs français et héraultais.

■ De fortes disparités en fonction du sexe, de l'âge et du niveau de vie

Si les résultats globaux montrent un fort attachement au vin aussi bien à l'échelle nationale que départementale, l'analyse des résultats détaillés révèle plusieurs disparités au sein de ces populations. **La consommation de vin varie en effet significativement en fonction d'un certain nombre de critères, à commencer par le sexe et l'âge.** L'attrait pour la boisson des hommes apparaît plus fort : sur la France prise dans son ensemble, 32% d'entre eux sont identifiés comme consommateurs réguliers de vin, contre 20% des femmes. La corrélation à l'âge s'avère encore plus marquée, la consommation augmentant à mesure que l'âge de la personne interrogée est élevé : 7% des jeunes de moins de 25 ans sont des consommateurs réguliers de vin, contre 29% des 50-64 ans et 41% des 65 ans et plus. Le fait de boire du vin s'avère aussi étroitement lié au niveau de vie des personnes interrogées, ce qui semble très intéressant compte tenu de l'absence de disparités en fonction de niveau de diplôme. De même, les personnes au niveau de vie le plus aisé consomment davantage que celles au niveau de vie le plus modeste, quand les plus diplômés ont une consommation assez similaire aux non-diplômés. **La consommation de vin semble ainsi davantage être une question de capital économique que de capital culturel.** Ces clivages au sein de la population se retrouvent d'ailleurs dans les lieux d'achat de vin, l'achat de vin auprès de spécialistes concernant plutôt les personnes les plus âgées et celles au niveau de vie le plus aisé. Ils opèrent également parmi les Héraultais, mais de manière un peu moins marquée.

La fréquence de consommation de vin

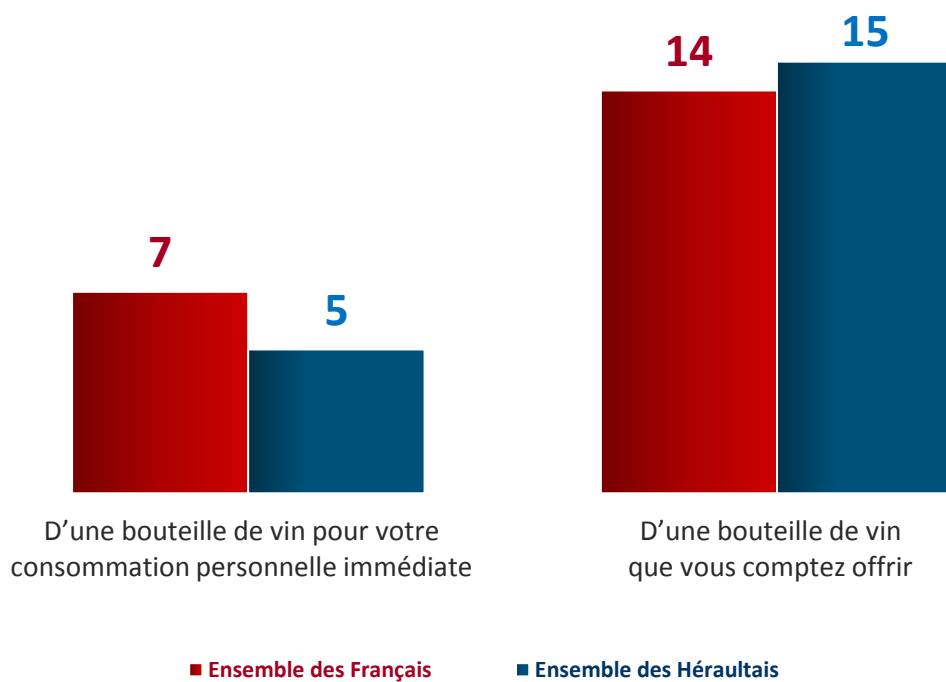
% de personnes consommant du vin au moins trois fois par semaine



■ Une consommation plus régulière et différente dans l'Hérault

Si les habitudes de consommation des Héraultais s'inscrivent dans la même tendance qu'à l'échelle nationale, se fait jour plusieurs particularités locales. Conformément aux éléments présentés ci-dessus, la consommation de vin apparaît tout d'abord plus régulière ce qui semble logique eu égard de la tradition vinicole du département (29% de consommateurs réguliers, contre 25% au niveau national notamment). Des différences sont également perceptibles en matière d'achat de vin. Si les Français déclarent dépenser en moyenne 7 euros pour l'achat d'une bouteille pour leur consommation personnelle immédiate, le budget moyen s'élève à 5 euros pour les habitants de l'Hérault. A contrario, les Héraultais consacrent à peu près la même somme à l'acquisition d'une bouteille destinée à être offerte que l'ensemble des Français (15 euros contre 14 euros à l'échelle nationale).

Le budget moyen consacré à l'achat d'une bouteille de vin (en euros)

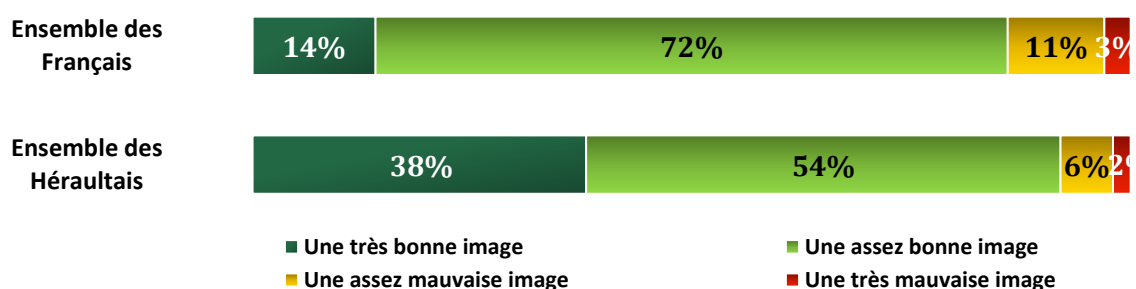


B. Les vins du Languedoc, entre image en reconquête et notoriété modeste

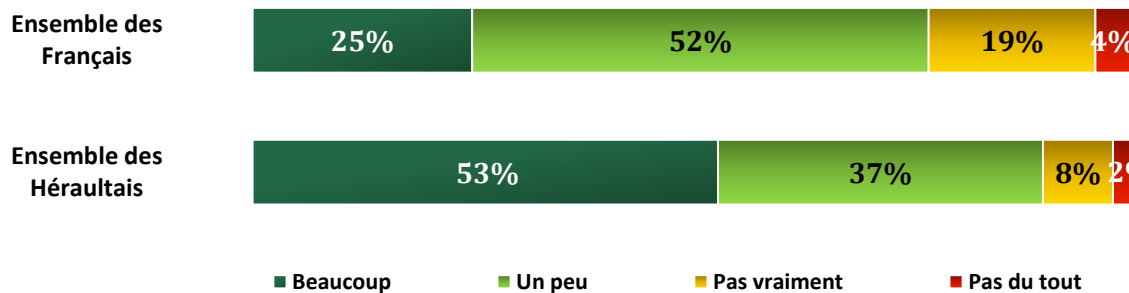
- **Une image globale très positive et en progrès, aussi bien chez les Français que chez les Héraultais**

Alors que les vins du Languedoc ont longtemps pâti d'une image de « vin de table », héritage de la longue histoire du vignoble et de sa place dans le marché français, les efforts des producteurs régionaux pour rehausser la qualité de leur production au cours des dernières décennies semblent avoir porté leurs fruits. En effet, **une écrasante majorité des Français (86%) déclare aujourd'hui avoir une bonne image des vins du Languedoc. Le constat est encore meilleur auprès des Héraultais : 92% en ont une bonne image, 38% d'entre eux déclarant même en avoir une « très bonne image »** (contre 14% à l'échelle nationale). D'autre part, l'évolution de cette perception se révèle également très favorable aux vins du Languedoc puisque trois quart des Français (77%) estiment qu'au cours des dernières années, la production de la région s'est améliorée. Là-aussi, le satisfecit des Héraultais est encore plus large (90%) et plus fort qu'à l'échelle nationale : plus de la moitié des Héraultais trouvent que la qualité des vins s'est « beaucoup » améliorée (53%). Vu l'ampleur de ces résultats, **il apparaît donc aujourd'hui évident que les vins du Languedoc jouissent d'une excellente image**. Si l'on pouvait s'attendre à un tel résultat chez les Héraultais, plus attachés et plus connaisseurs de leur terroir, les scores enregistrés auprès de l'ensemble des Français témoignent d'un renouveau de l'image du vignoble régional dans l'ensemble du pays. Les représentations associées aux vins du Languedoc corroborent ces résultats puisque les Français (et davantage encore les Héraultais) se font une idée plutôt flatteuse de ces produits : ils sont ainsi notamment vus comme proposant une offre variée (par 74% des Français, et 92% des Héraultais), faciles à identifier (72%, contre 84%), de grande qualité (68%, contre 81%), et pouvant être conservés pendant plusieurs années (54%, contre 62%). Autre note positive : seule une minorité des gens trouve les vins languedociens chers (31% des Français et 23% des Héraultais), ce qui montre que le progrès en qualité des vins du Languedoc n'a pas affecté la perception de leur prix abordable.

L'image globale des vins du Languedoc



L'évolution perçue de la qualité des vins du Languedoc



■ **Des vins peu ou mal identifiés**

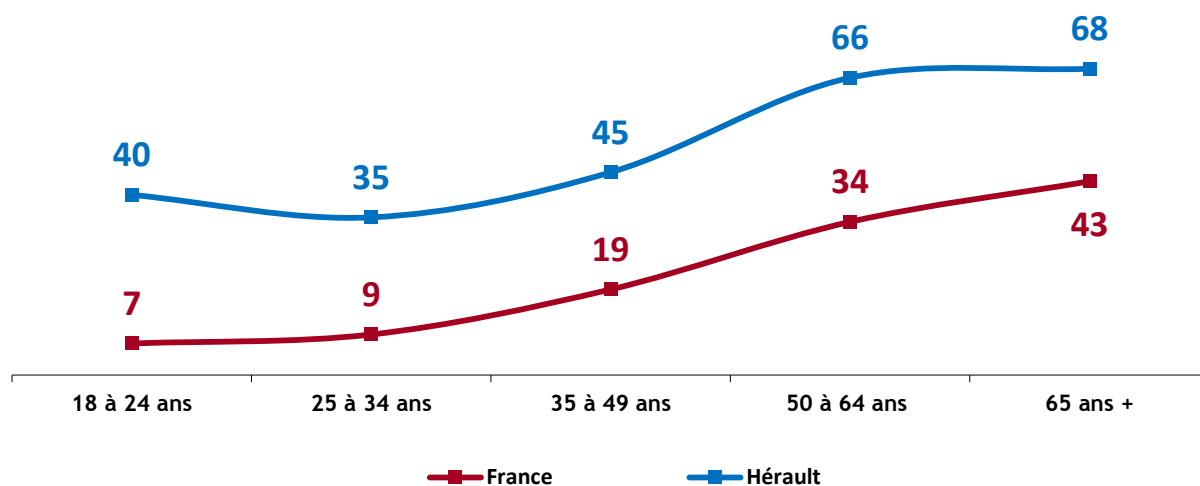
Malgré l'avis très favorable des Français à l'égard des vins du Languedoc, force est de constater qu'ils ne sont pas aussi nombreux à connaître ces vins qu'à les apprécier. En effet, ce sont 41% des interviewés à l'échelle nationale qui s'avèrent en mesure de citer une production du Languedoc-Roussillon, dont 19% de vins de Hérault, 22% de l'Aude, 6% du Gard et 10% des Pyrénées-Orientales. A noter que seule une dizaine de productions revient dans les citations : Corbières (14%), Minervois (9%), Fitou et Languedoc (8%), Saint-Chinian (6%), Limoux et Côtes-du-Roussillon (5%) ainsi que Faugères, Languedoc-Picpoul-du-Pinet et Costières de Nîmes (4%). **Par comparaison, les Héraultais se révèlent beaucoup plus connaisseurs des vins de leur région (80%) et de leur département (73%).** Néanmoins, même si la notoriété spontanée des productions languedociennes apparaît bien plus forte chez les habitants de l'Hérault, ce sont les mêmes vins qu'à l'échelle nationale qui sont les plus cités. **Concernant plus spécifiquement les vins produits dans l'Hérault, la proportion d'interviewés en mesure d'en citer passe de 41% à 11% chez l'ensemble des Français, alors qu'elle se maintient à 60% chez les Héraultais.** Ici encore, ce sont quelques productions héraultaises qui enregistrent les plus hauts taux de notoriété : Languedoc Pic-Saint-Loup (cité par 1% des Français, contre 31% des Héraultais), Faugères (3%, contre 30%), Saint-Chinian (4%, contre 27%), Languedoc Picpoul-de-Pinet (3%, contre 20%), Frontignan (2%, contre 8%), et Languedoc (2%, contre 6% chez les Héraultais). **Il ressort donc de ces résultats que seule une dizaine de productions languedociennes, en encore moins en provenance de l'Hérault, s'avère connue ; qui plus est, l'écart de notoriété entre Français et Héraultais démontre qu'il reste encore aux principales productions du département un effort à faire pour rayonner au-delà de l'échelon local.**

■ Des disparités toujours liées au sexe, à l'âge et au niveau de vie

Tout comme la consommation de vin, la perception des productions du Languedoc-Roussillon révèle certaines disparités au sein de la population, et ceci en dépit d'une excellente image au global. Ainsi, on remarque que les seniors et les catégories socioprofessionnelles supérieures témoignent en général d'une meilleure opinion des vins du Languedoc que les autres. Ce clivage s'observe particulièrement dans la perception de l'évolution de la qualité des productions régionales aussi bien chez l'ensemble des Français que des Héraultais : 80% des personnes âgées de 35 ans et plus estiment que la qualité des vins s'est améliorée (contre 67% chez les plus jeunes), tout comme 87% des professions libérales et cadres supérieurs (soit 12 points de plus que chez les catégories populaires). D'autres particularités émergent lorsqu'on se penche sur les représentations associées par l'ensemble des Français aux productions du Languedoc, notamment aux types de vins produits : l'association aux vins rouges se révèle nettement plus élevée chez les ouvriers (67%, contre 53% au global) tandis que les jeunes perçoivent plutôt le Languedoc comme un producteur de vins rosés (53% des moins de 35 ans, contre 40% chez les plus âgés) et blancs (28% des moins de 35 ans, contre seulement 7% des 65 ans et plus). Enfin, toujours au niveau national, la cherté des productions languedociennes est logiquement davantage ressentie chez les plus jeunes et chez les catégories populaires tout en diminuant à mesure qu'augmente l'âge le niveau de vie.

L'évolution perçue de la qualité des vins du Languedoc

% de personnes déclarant que la qualité s'est beaucoup améliorée



■ Le cas particulier des vins de garde

Français et Héraultais s'accordent sur les occasions privilégiées pour consommer un vin de garde : le moment de recevoir des amis ou de la famille est le plus cité (par 60% des Français, et 54% des Héraultais), devant le fait d'accompagner un bon repas (entre 49 et 48%), de fêter un événement (46 à 43%) et... sans occasion particulière, pour satisfaire une simple envie (18% chez l'ensemble des Français, contre 24% dans l'Hérault). Alors que peu de gens sont prêts à sacrifier un vin de garde pour l'apéritif (6 à 11%), une personne sur dix soutient tout de même qu'elle ne consommerait pas un tel vin. Vis-à-vis de ce dernier item, on observe logiquement qu'il est davantage cité chez les catégories populaires, notamment dans l'Hérault (29%, contre 10% au global). Concernant le budget moyen consacré à une bouteille de vin de garde, il se situe à 17 euros chez l'ensemble des Français et 18 euros chez les Héraultais. Sur cette question, on relève que ce sont surtout les jeunes qui sont prêts à dépenser beaucoup (19 euros à 24 euros) pour un vin de garde. Néanmoins, et contrairement à ce qu'on aurait pu attendre, le budget moyen envisageable pour l'achat d'une telle bouteille n'évolue pas en fonction du niveau de revenu, preuve que l'occasion de consommer un vin de garde prime sur son prix chez les interviewés. Enfin, seuls 17% des Français et 35% des Héraultais sont en mesure de citer spontanément des vins de garde produits en Languedoc, avec presque toujours les mêmes noms déjà évoqués précédemment : Languedoc Pic-Saint-Loup (1% des Français, contre 15% des Héraultais), Faugères (2%, contre 13%) et Saint-Chinian (2%, contre 12%) principalement.

Le budget moyen envisageable pour l'achat d'une bouteille de vin de garde (en euros)

