



WINE INTELLIGENCE

# LES VINS EFFERVESCENTS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Septembre 2021

# PRICING



## Option 1: Report + data table

## Option 2: Report only (no data table)

### Price:

GBP 2,000  
USD 2,600  
AUD 3,800  
EUR 2,400

### Price:

GBP 1,500  
USD 2,000  
AUD 2,900  
EUR 1,800

Report  
length:  
94  
pages

## Options to pay online or via invoice

**First time buyer, small business and academic discounts available.**

Please contact [enquiries@wineintelligence.com](mailto:enquiries@wineintelligence.com) to enquire.

# SOMMAIRE



## 05 Introduction Synthèse

## 14 Cadrage : marché français des vins effervescents

Cadrage du marché français  
Volumes de vin effervescent consommés  
Consommation de vin effervescent par tête

## 18 Cadrage : consommateurs de vin effervescent

Profil des consommateurs de vin effervescent  
Fréquence de consommation de vin effervescent

## 22 Notoriété et image des vins effervescents

Notoriété assistée  
Positionnement de gamme  
Image et associations symboliques

## 35 Consommation de vins effervescents

Taux de consommation  
Fréquence de consommation  
Lieux et occasions de consommation

## 45 Achat de vins effervescents

Taux d'achat  
Circuits d'achat  
Intentions d'achat

## 53 Marques de Champagne

Brand power Index  
Notoriété assistée  
Taux d'achat  
Considération à l'achat  
Positionnement de gamme  
Recommandation, affinité et fierté de servir

## 73 Marques de vins effervescents (hors Champagne)

Brand power Index  
Notoriété assistée  
Taux d'achat  
Considération à l'achat  
Positionnement de gamme  
Recommandation, affinité et fierté de servir

## 91 Méthodologie

Méthode de collecte des données

# INTRODUCTION

---

Le France reste un marché incontournable en matière de consommation de vins effervescents. En 2020, il a cependant connu une chute brutale. Les français n'avaient pas nécessairement l'esprit à la fête et les mariages et autres festivités se sont considérablement raréfiés. Ainsi, les volumes se sont contractés de -13% (source : The IWSR© 2021).

Cela étant, on observe qu'entre 2018 et 2021 (à mi-année), leur pénétration est restée stable et les fréquences de consommation sont en sensible progression. Le marché des vins effervescents conserve donc ses fondamentaux et donne des signes de reprise.

Cette étude confirme aussi le dynamisme du Prosecco, qui était et qui reste un moteur de croissance. En 2020, leurs volumes progressaient de +7% (source : The IWSR© 2021), dans un marché pourtant bien déprimé. Entre 2018 et 2021, le Prosecco continue de conquérir de nouveaux consommateurs et est devenu l'AOC (hors-Champagne) n°1 en matière de pénétration à la consommation.

Son profil d'image se bonifie et est l'un des plus étoffé du marché, avec les Crémants d'Alsace (qui maintiennent leurs positions). En plus des arguments traditionnels d'un effervescent (le rapport qualité-prix, le plaisir sensoriel, la convivialité...), le Prosecco a su se différencier, sur les notions de créativité, d'innovation et sur l'univers des cocktails.

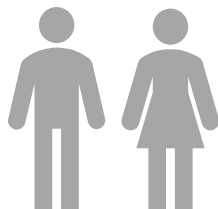
Cette étude ne se centre bien entendu pas uniquement sur le Prosecco. Vous y trouverez le bilan détaillé d'une vingtaine d'origines viticoles et d'une quarantaine de marques. Et aussi des éléments de compréhension des styles recherchés par les consommateurs et des circuits où ils s'approvisionnent, notamment auprès des jeunes consommateurs.

# PROFIL DES CONSOMMATEURS DE VIN EFFERVESCENT



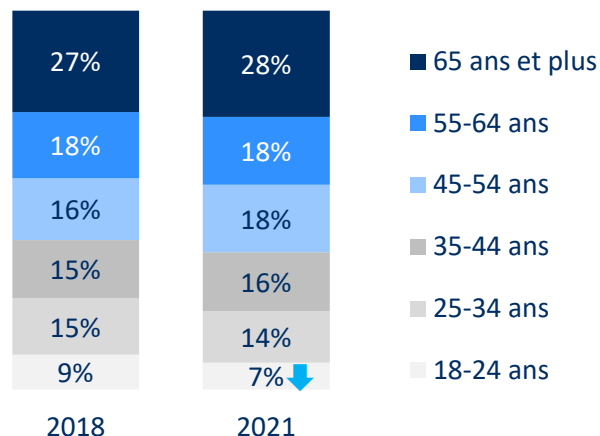
Leur profil socio démographique est très stable sur les trois dernières années.

## Genre



	Homme	Femme
2021	47%	53%
2018	48%	52%

## Age



## Région de résidence

Région	2018	2021
Centre Est	14%	14%
Centre Ouest	9%	7%
Est	10%	9%
Nord	8%	9%
Ouest Nord	11%	11%
Ouest Sud	9%	8%
Paris	18%	18%
Sud-Est	12%	13%
Sud-Ouest	10%	10%

## Revenus (du ménage ; mensuel net après impôts)

Évolutions non disponibles, changement méthodologique en 2021.

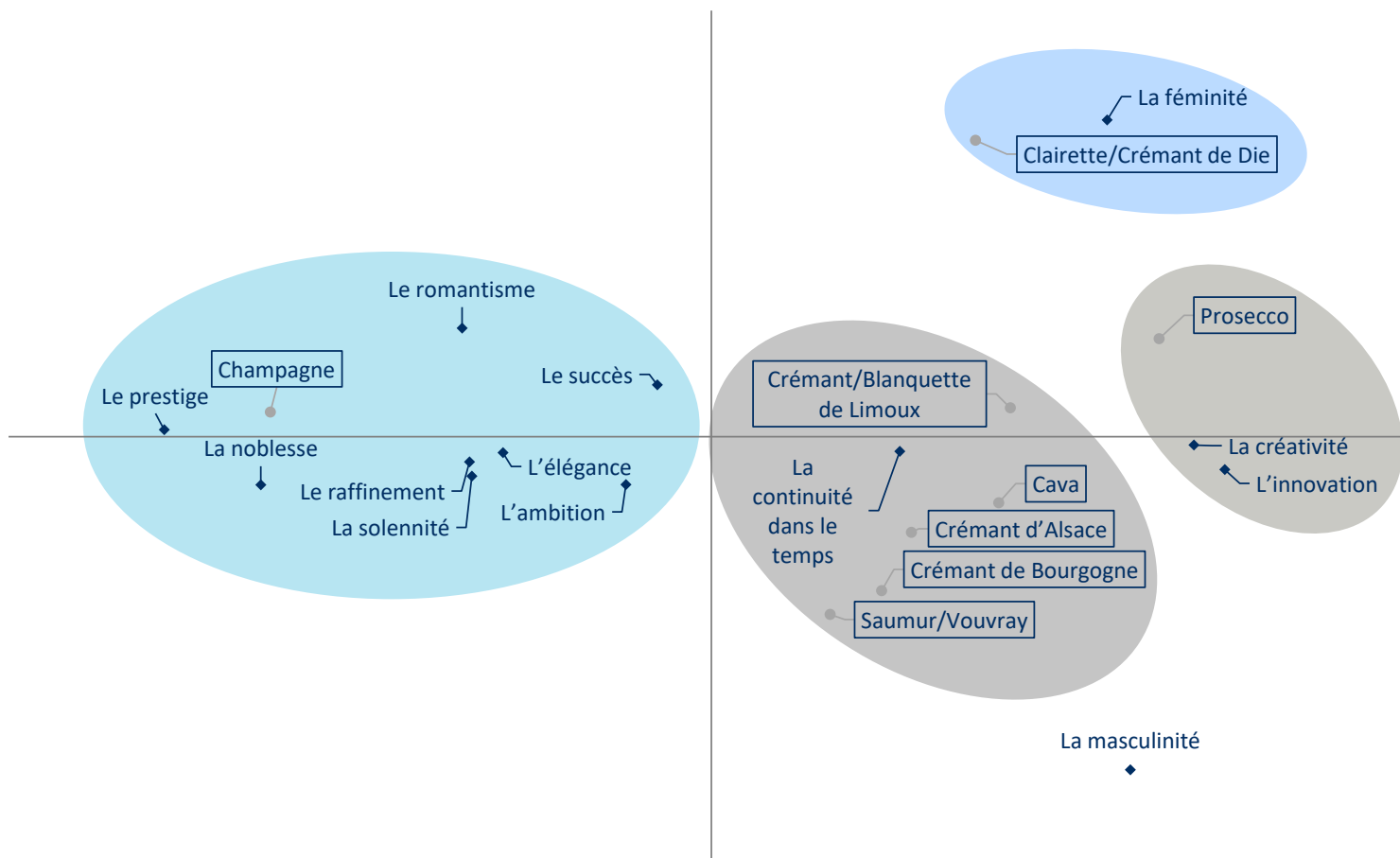
Tranche de revenus	2021
Bas (- de 1799€)	17%
Moyen-bas (1800€ - 2499€)	19%
Moyens (2500€ - 2999€)	20%
Moyen-élevés (3000€ - 3999€)	22%
Elevés (4000€ et +)	23%

# ASSOCIATIONS SYMBOLIQUES : CARTOGRAPHIE

La Clairette est bien associée à la notion de féminité, le Prosecco à celles de créativité et d'innovation. Et les Crémants (avec le Cava) à la continuité historique.

## Associations symboliques des vins effervescents : cartographie

Base = Tous consommateurs qui connaissent le vin considéré (2021 : n=variable)



# MARQUES HORS CHAMPAGNE : AFFINITÉ



Entre 2018 et 2021, les taux d'affinité restent relativement stables.

## Affinité avec les marques hors Champagne : évolutions

% considèrent que la marque leur correspond

Base = Tous consommateurs de vin effervescent qui connaissent la marque considérée (n=variable)

Rang 2021	n=	2017	2018	2021	Évolutions 2021 ...	
		variable	variable	variable	vs. '17	vs. '18
1	Mlle Ladubay	23%	25%	26%	→	→
2	Jaillance	30%	29%	25%	→	→
3	Première Bulle	29%	18%	24%	→	→
4	Luna Argenta	24%	28%	23%	→	→
5	Riccadonna	23%	16%	23%	→	→
6	Villa Veroni	22%	26%	21%	→	→
7	Louis Bouillot	6%	13%	21%	↑	→
8	Wolfberger	27%	21%	19%	↓	→
9	Arthur Metz	19%	23%	17%	→	→
10	Léonce Bocquet	17%	15%	17%	→	→
11	Martini	15%	14%	16%	→	→
12	Gratien & Meyer	17%	10%	14%	→	→
13	Pétillant Listel	15%	12%	13%	→	→
14	Veuve Ambal	11%	13%	13%	→	→
15	Freixenet	20%	17%	12%	↓	→
16	Paul Bur	8%	5%	10%	→	→
17	Ackerman	8%	10%	9%	→	→
18	Charles Volner	8%	8%	8%	→	→
19	Malesan	n/a	7%	7%	n/a	→
20	Kriter	5%	5%	7%	→	→

Note : données non disponibles sur la vague 2016

↑ / ↓ : statistiquement supérieur / inférieur à 2021, indice de confiance à 95%

Source : Wine Intelligence, Vinitrac® France, Mai 2017, Juin 2018 et Juin 2021 (n≥1 001 consommateurs de vin effervescent)

## Ready to purchase?

- [Buy online](#)
- Request an invoice by emailing [enquiries@wineintelligence.com](mailto:enquiries@wineintelligence.com)

## Need to know more?

- Email [enquiries@wineintelligence.com](mailto:enquiries@wineintelligence.com) with your question(s)



*Connecting wine businesses with  
knowledge and insights globally*

## Wine Intelligence France

15 rue de la Croix  
84000  
Avignon  
France

Telephone: +22 (0)4 86 40 84 17  
Email: [jean-phillipe@wineintelligence.com](mailto:jean-phillipe@wineintelligence.com)  
Website: [www.wineintelligence.com](http://www.wineintelligence.com)

Follow us:   