



# Baromètre de notoriété et d'image des vins de Bourgogne

## Cible « Bourgogne » étudiée :

- Adultes âgés de 25 à 49 ans
- Revenus seuil minimum = revenu médian français  
*(ex. : célibataire = 1500€ à 2000€ nets / mois, ajusté / taille du foyer)*
- Consomment du vin au moins une fois par mois
- Acheteurs de vins à plus de 6€

  
**BOURGOGNES**  
Bureau Interprofessionnel  
des Vins de Bourgogne

Source : Wine Intelligence (800 répondants)





## Lieux d'achat de vins 'premiums' (6€+ par col)

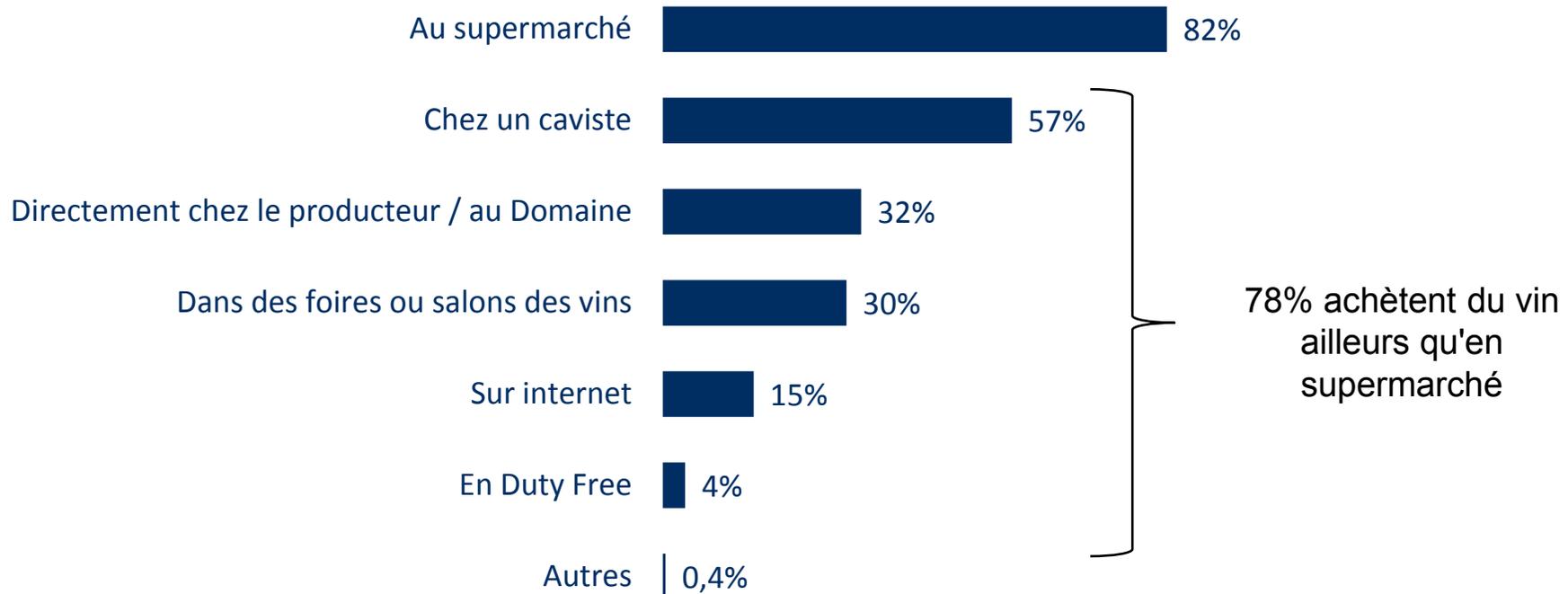
82% des consommateurs le font au supermarché

78% s'approvisionnent aussi dans d'autres circuits

### Lieux d'achat pour des vins qui coutent au moins 6€

% qui déclarent acheter du vin qui coûte au moins 6€ la bouteille dans les circuits suivants

Base : Tous répondants (n=800)



Question posée : D'une manière générale, dans lequel (lesquels) des endroits suivants achetez-vous des vins qui coûtent au moins 6€ (par bouteille) ?

Les résultats des différences entre cibles (25-34 ans/35-49ans – Revenus moyens-élevés/Revenus élevés) sont présentés dans une section 'Focus par cible'



Source: Wine Intelligence, étude BIVB – Volet 'France' | Novembre 2016 (n= 800 répondants)

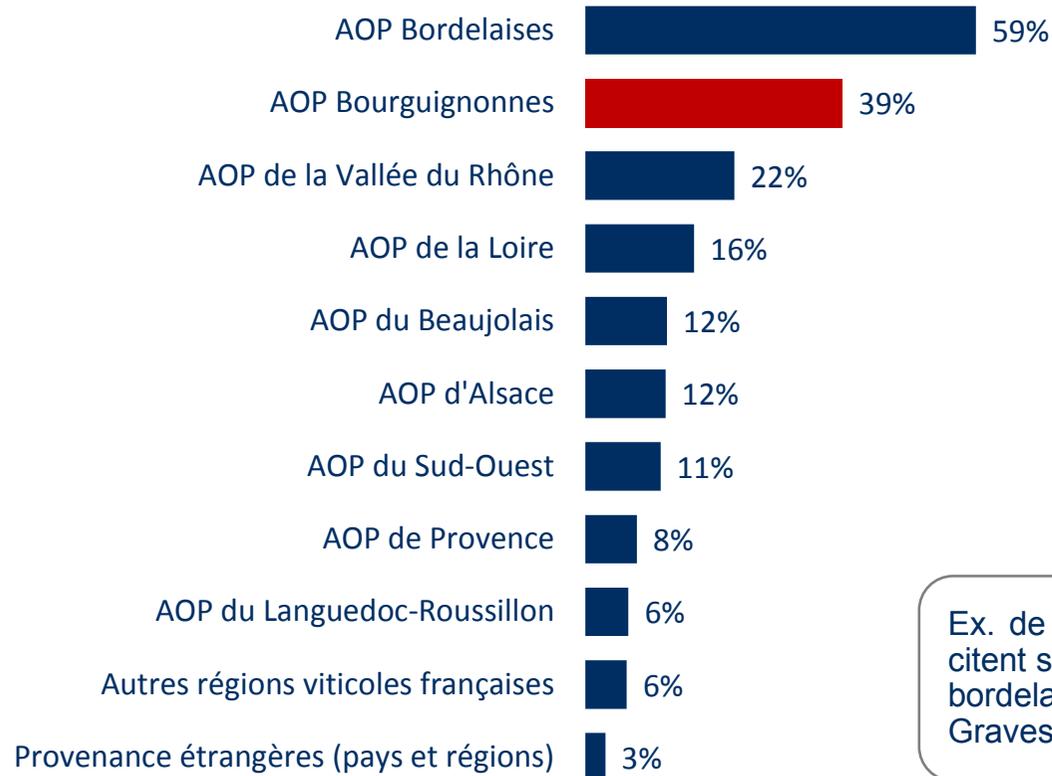


## Notoriété spontanée : Toutes mentions – focus Provenances

39% des consommateurs citent au moins une AOP bourguignonne, derrière Bordeaux (59%) et assez largement devant la Vallée du Rhône (22%)

### Notoriété spontanée : Toutes mention – Focus Provenances

% qui citent au moins un vin de l'une des catégories suivantes, toutes mentions confondues  
Base : Tous répondants (n=800)



Ex. de lecture: 59% des conso. de vin citent spontanément au moins une AOP bordelaise (Bordeaux, St Emilion, Graves etc.)

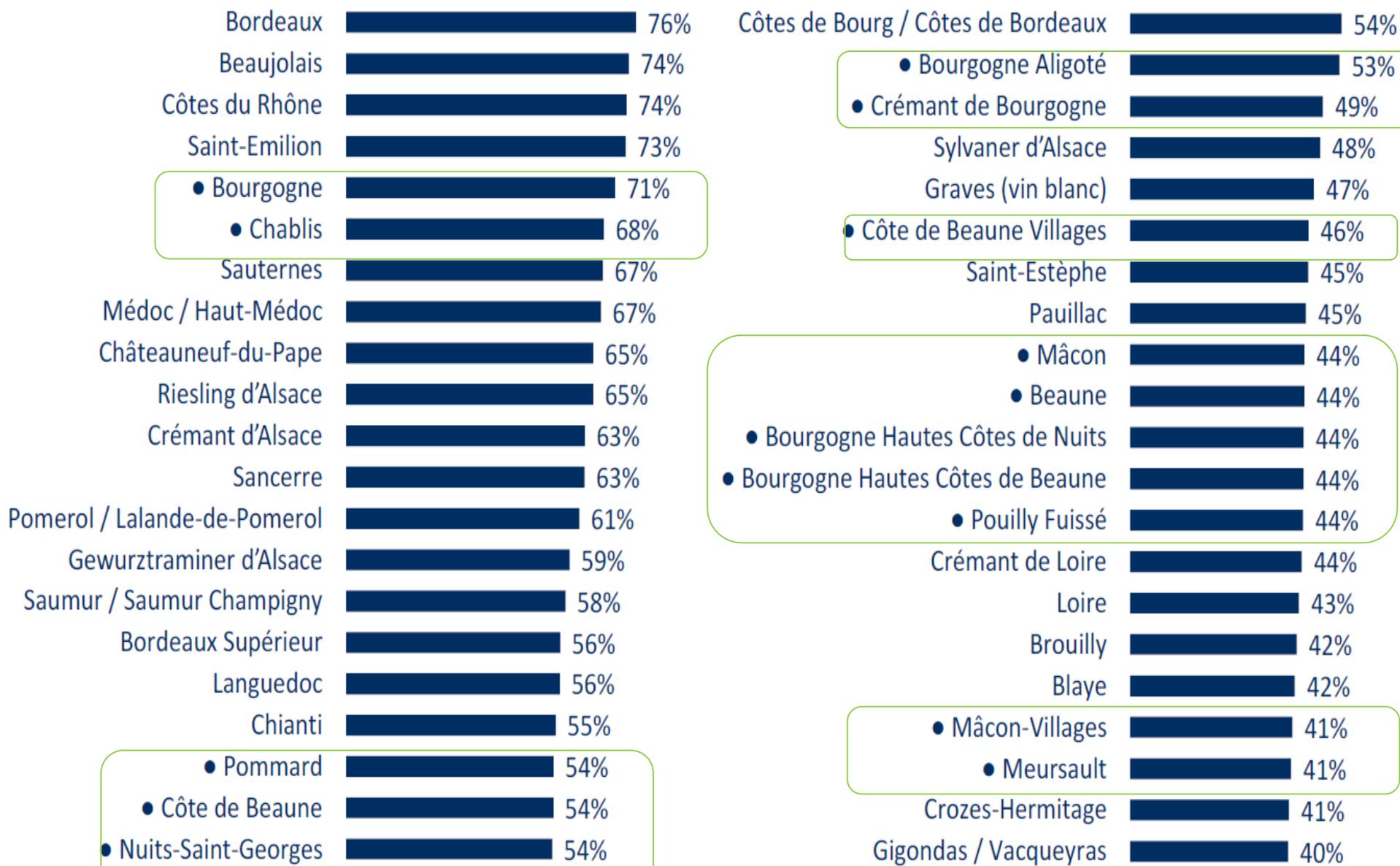




# Notoriété assistée

## AOC avec notoriété > 40 %

- Adultes âgés de 25 à 49 ans
- Revenus seuil minimum = revenu médian français  
(ex. : célibataire = 1500€ à 2000€ nets / mois, ajusté / taille du foyer)
- Consomment du vin au moins une fois par mois
- Acheteurs de vins à plus de 6€



Source : Wine Intelligence (800 répondants)

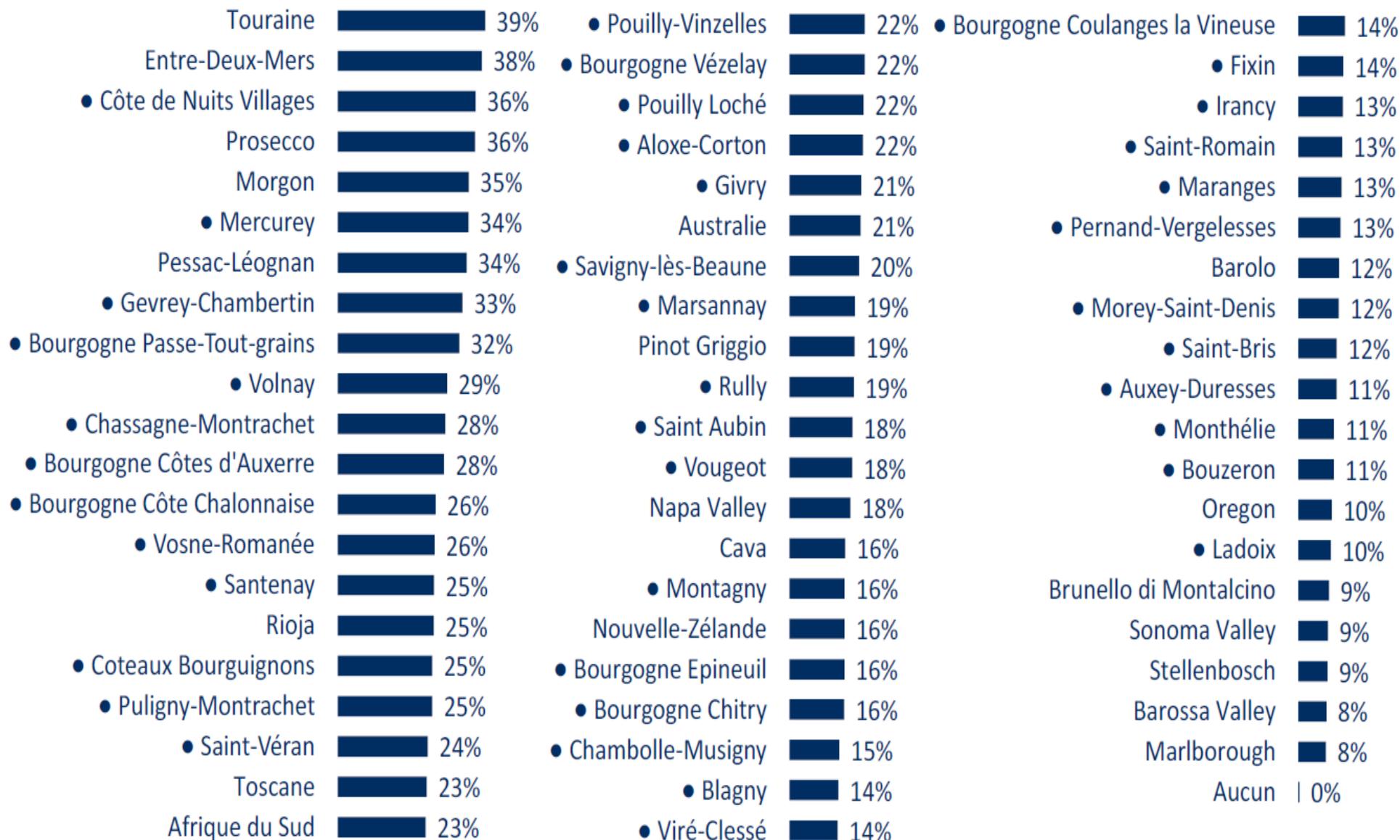


# Notoriété assistée

## AOC avec notoriété < 40 %

Beaucoup d'AOC de Bourgogne sont peu connues du cœur de cible (DN < 25 %)

- Adultes âgés de 25 à 49 ans
- Revenus seuil minimum = revenu médian français (ex. : célibataire = 1500€ à 2000€ nets / mois, ajusté / taille du foyer)
- Consomment du vin au moins une fois par mois
- Acheteurs de vins à plus de 6€



Source : Wine Intelligence (800 répondants)



## Notoriété assistée : agrégats de Bourgogne

**96% des consommateurs connaissent au moins une AOP de Bourgogne qui ne contient pas la mention 'Bourgogne'**

### Notoriété assistée du vignoble bourguignon : agrégats

% qui déclarent connaître au moins une AOP de chacun des types d'AOP de Bourgogne

Base : Tous répondants (n=800)

#### Connait au moins



Nombre moyen d'appellations de Bourgogne connues : 16

Nombre moyen d'appellations portant la mention 'Bourgogne' connues : 4

Question posée : Voici une liste d'appellations de vins. Parmi cette liste, quelles sont toutes celles que vous connaissez, ne serait-ce que de nom, même si vous ne les avez jamais consommées ou achetées ?

\*AOP avec la mention Bourgogne = Bourgogne, Bourgogne Aligoté, Bourgogne Chitry, Bourgogne Côte Chalonnaise, Bourgogne Côtes d'Auxerre, Bourgogne Coulanges la Vineuse, Bourgogne Epineuil, Bourgogne Hautes Côtes de Beaune, Bourgogne Hautes Côtes de Nuits, Bourgogne Passe-Tout-grains, Bourgogne Vézelay





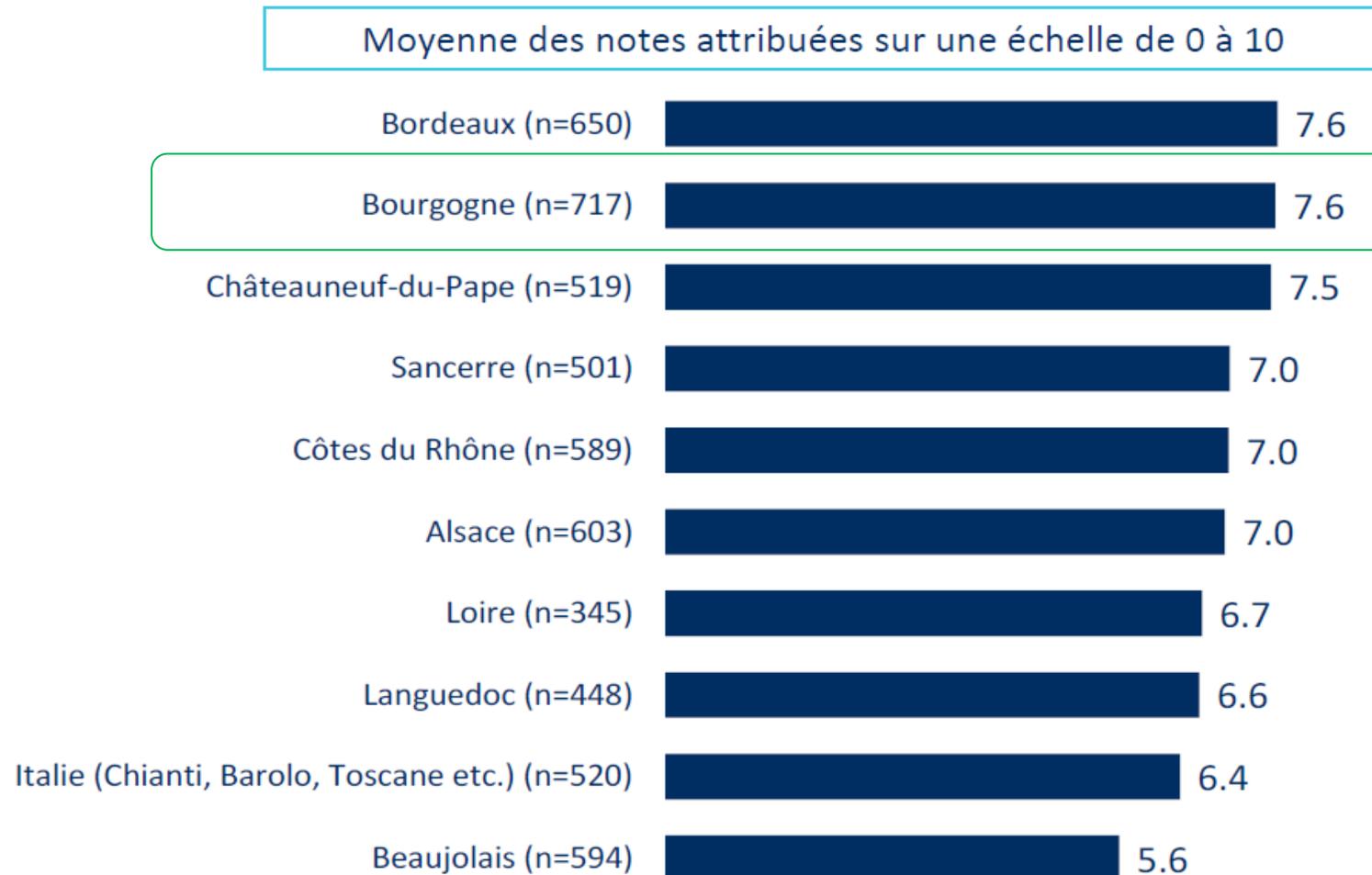
# Baromètre de notoriété - FRANCE

## Note globale d'appréciation des différentes origines de vin

### Opinion globale des vignobles

Notes moyennes d'appréciation globale des vignobles (échelle de 0 à 10)

Base : Connaissent la région viticole considérée (n= varie selon le vignoble)





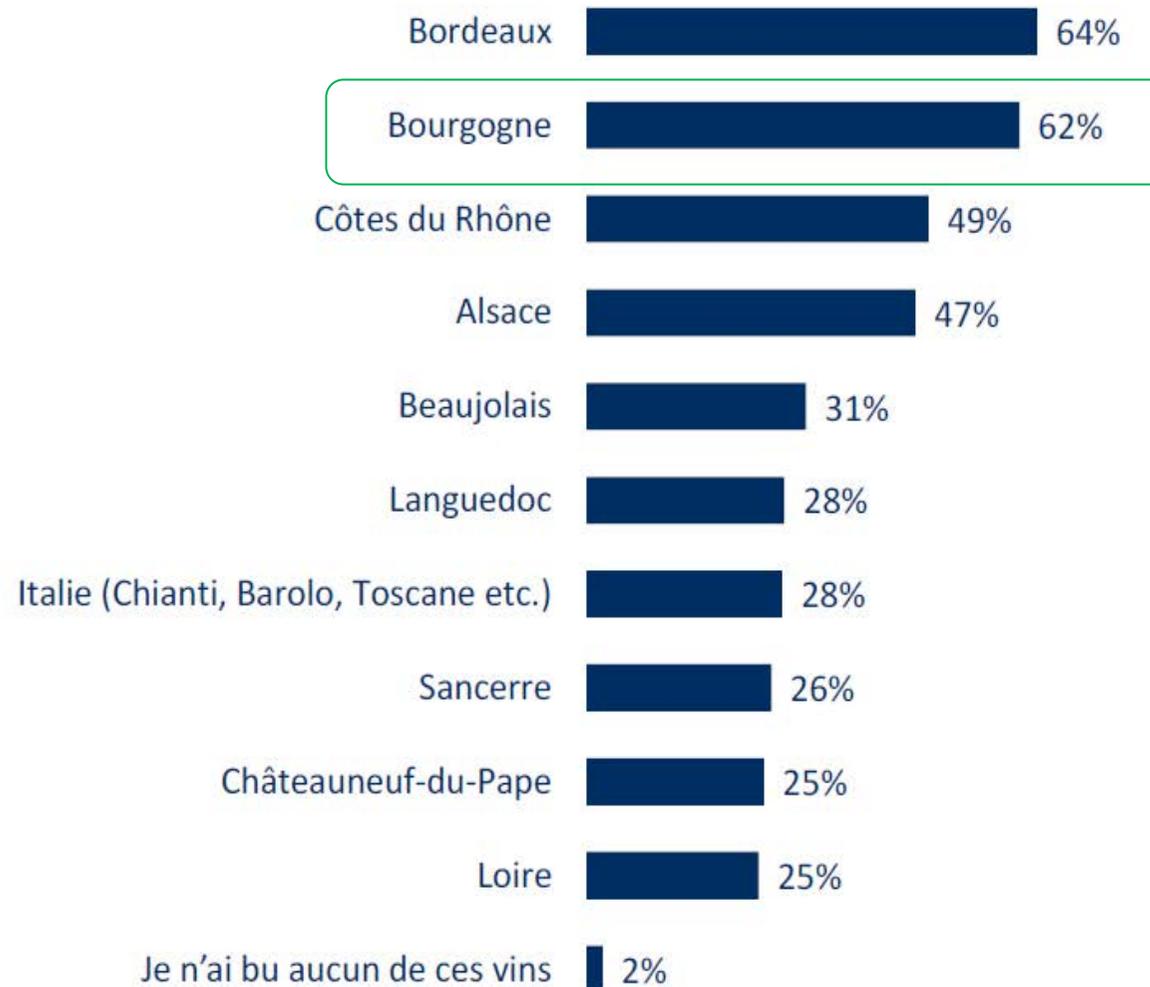
# Consommation des différentes origines de vin : taux de pénétration

→ 62% des répondants de la cible déclarent consommer du Bourgogne, presque autant que du Bordeaux (64%)

## Consommation des vignobles : taux de pénétration (consomment / tous conso.)

% qui déclarent avoir consommé du vin en provenance de la région viticole considérée au cours des 12 derniers mois

Base : Tous répondants (n=800)





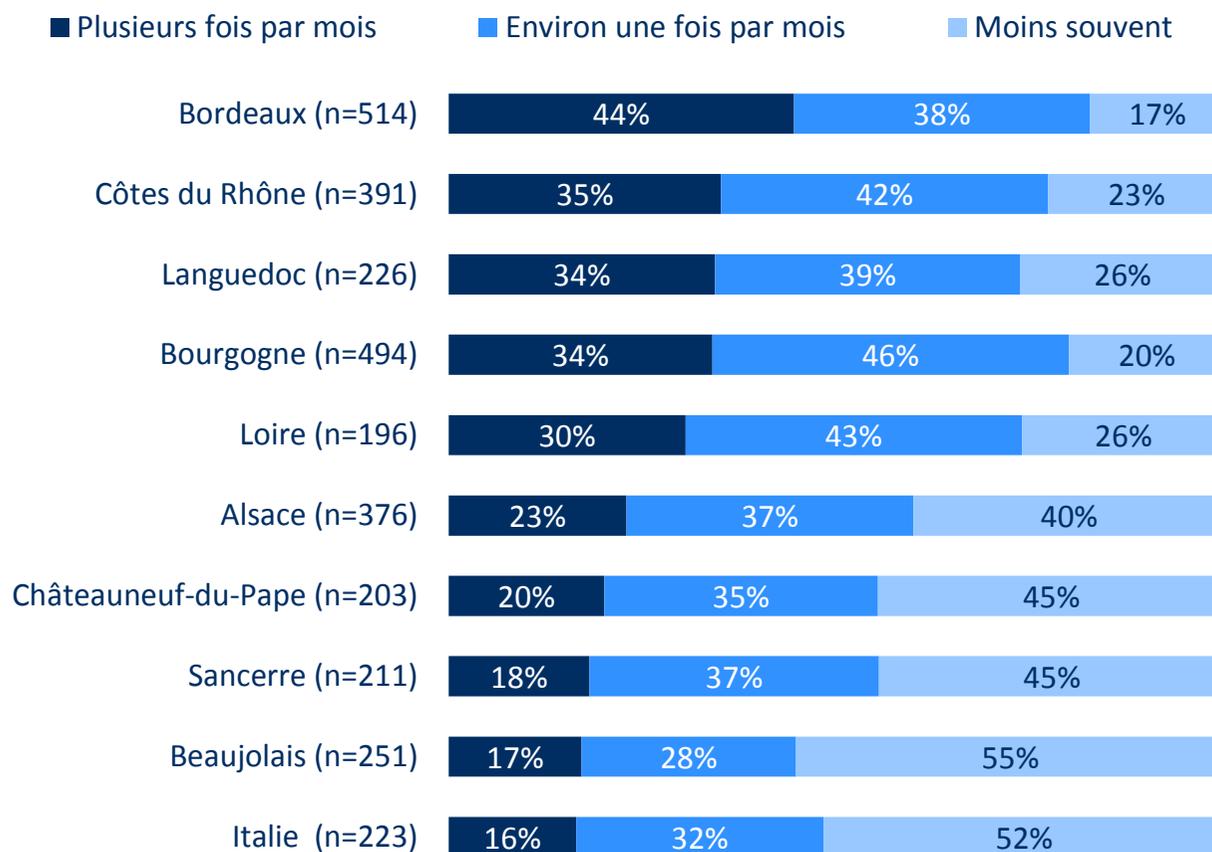
## Consommation des différentes origines de vin : fréquence

80% des consommateurs de Bourgogne en consomment au moins une fois par mois (2<sup>ème</sup> au classement)

### Fréquence de consommation des vignobles

% qui déclarent consommer du vin en provenance du vignoble à la fréquence donnée

Base : Ont consommé le vignoble au cours des 12 derniers mois (n=variable)



Question posée : A quelle fréquence buvez-vous du vin provenant de chacune des régions viticoles suivantes ?



Source: Wine Intelligence, étude BIVB – Volet 'France' | Novembre 2016 (n= 800 répondants)



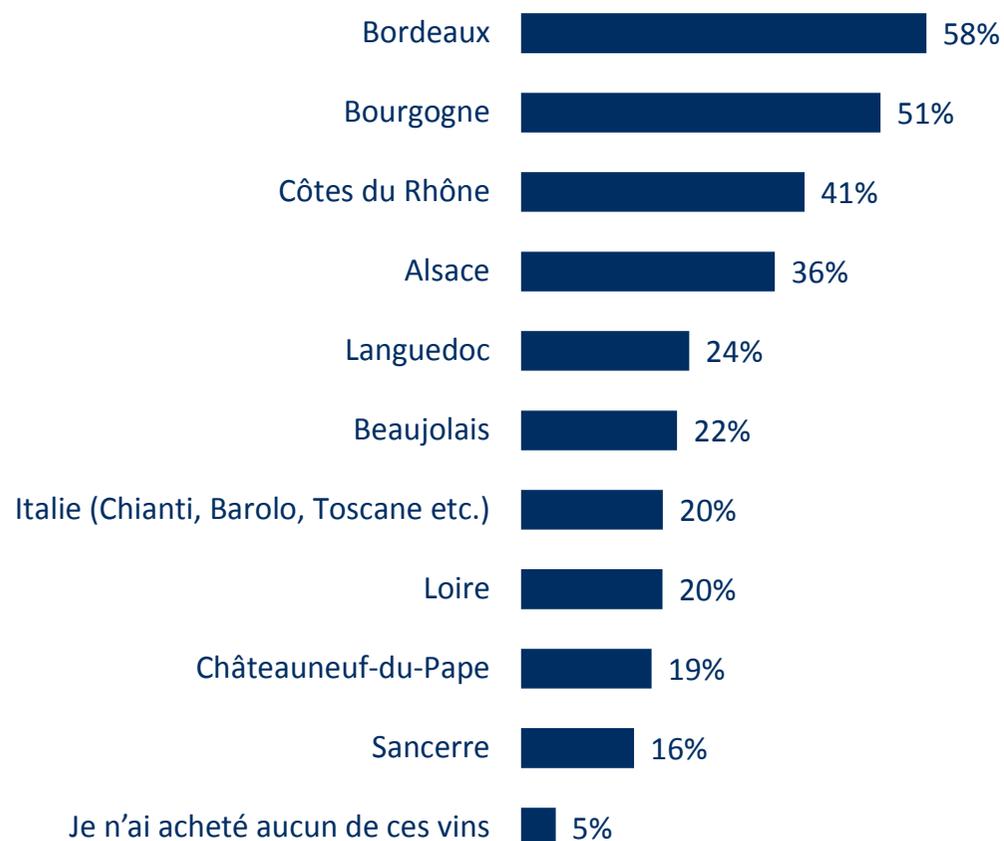
# Achat : taux de pénétration (acheteurs / tous consommateurs)

## 51% des consommateurs déclarent l'achat de Bourgogne

### Achat des vignobles : taux de pénétration (consomment / tous les conso.)

% qui déclarent avoir acheté du vin en provenance de la région viticole considérée au cours des 12 derniers mois

Base : Tous répondants (n=800)



Question posée : Avez-vous acheté du vin des régions viticoles suivantes au cours des 12 derniers mois ?





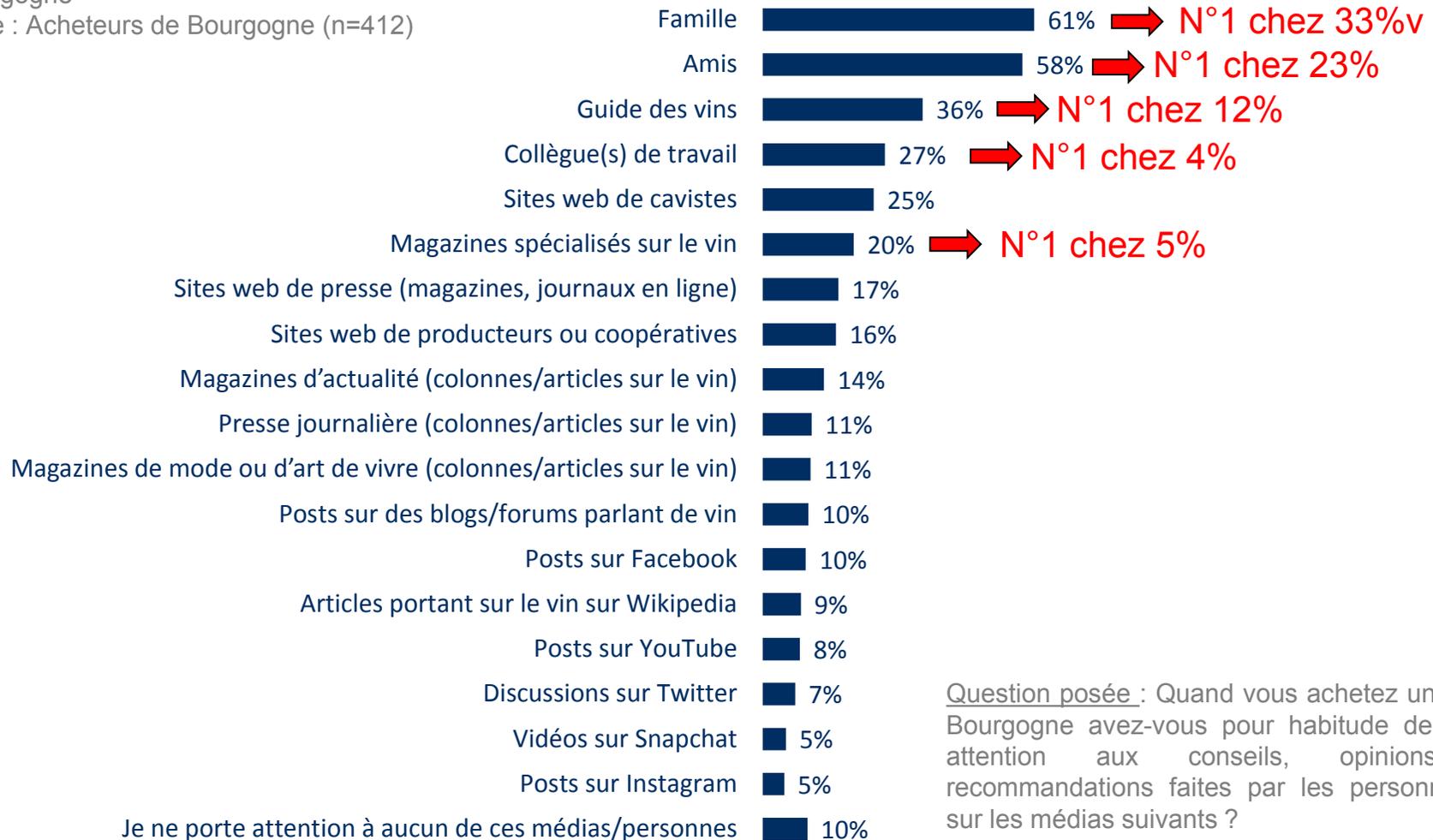
# Achat : influenceurs à l'achat de Bourgogne

**36% des acheteurs de vins de Bourgogne portent attention aux guides des vins (derrière les recommandations des amis ou de la famille)**

## Influenceurs à l'achat de Bourgogne – Considération (en détail)

% qui déclarent porter attention aux recommandations/conseils/opinions des médias/personnes suivant(e)s lors de l'achat de vin de Bourgogne

Base : Acheteurs de Bourgogne (n=412)



Question posée : Quand vous achetez un vin de Bourgogne avez-vous pour habitude de porter attention aux conseils, opinions ou recommandations faites par les personnes ou sur les médias suivants ?

