



Yannick Branchereau  
(Lavinia) et Jean-Luc  
Roché (Lederc).



## pour le vin

acheté majoritairement par des femmes, comme une grande part des vins à moins de trois euros.

Pour les jeunes, le vin est rouge avant tout (selon l'enquête, beaucoup de personnes interrogées ressortiraient les images à peine éculées comme quoi le blanc donne mal à la tête et le rosé n'est pas du vin). L'étude met en avant l'attente d'informations et non de nouveautés des moins de 35 ans. « L'achat devient la capacité à gérer le risque de se tromper dans un rayon de GMS qui comprend en moyenne 750 références, insiste Christophe Polaillon. Même le prix n'est plus un critère de choix. Quand la peur du risque est plus forte que l'envie de découverte, le consommateur va chez le caviste. » Pour le mettre en confiance, Castel a donc opté en 2007 pour un balisage en rayon afin d'être plus visible, et de fournir des informations claires et concises sur l'appellation et le produit et des conseils d'accords mets-vins. Une aide pour acquérir des points de repère relayée sur le site toutdevin.com qui se veut rassurant et pédagogique.

Un test est en cours en magasin porté par le bordeaux de marque Baron de Lestac. Des cubes avec des informations claires ont été négociés avec plusieurs enseignes pour baliser des linéaires. L'opération, qui avait déjà été mise en place pour les bag-in-box®, avait généré dans 150 magasins des performances deux fois plus élevées que d'habitude, en particulier dans les hypers.

### Un vin toujours sacralisé

La psychologue Céline Simonnet-Toussaint a remporté sur ce sujet le prix de l'Académie Amorim en 2005. Elle a, en préambule, rappelé l'impact du cadre social dans la consommation du vin en général présent à toutes les fêtes de famille et qui, trop emblématique de la consommation « parentale », disparaît de l'univers de l'adolescent avant d'y revenir entre 20 et 25 ans. Sur un échantillon d'une centaine d'étudiants issus ou non de régions viticoles, il ressort que la représentation du vin reste basée sur les