

> L'AVIS DES CONSOMMATEURS**Arthur, 25 ans (Bruxelles)****Cécile, 20 ans (Paris)**

« Les jeunes manquent de connaissance et sont vite perdus dans un rayon de supermarché, même s'il faut reconnaître que les producteurs comme les distributeurs ont fait récemment beaucoup d'efforts pour simplifier l'information, notamment sur les étiquettes. On est d'autant plus perdu que les prix peuvent varier énormément pour une même appellation et qu'il est difficile de retrouver d'un magasin à un autre une bouteille que l'on a appréciée. Quand je vais acheter un vin, je sais déjà quelle couleur je veux et quel prix approximatif je veux mettre. Je regarde ensuite la région en essayant de varier les découvertes, puis l'étiquette, que je choisis parfois exotique mais souvent traditionnelle et surtout pas faussement marketée et qui donne l'impression de se faire avoir ! »

« Dès que l'on se fait des diners entre amis, plusieurs fois par mois, on sert du vin, jamais de blanc mais des rosés ou des rouges, faciles à boire avec des pâtes, des pizzas, des tortillas ou des grandes salades. L'été, on s'achète une bouteille de vin pour aller la déguster sur les quais de Seine. Avant un dîner, je vais souvent chez l'un des deux cavistes de ma rue et je lui demande son avis en fonction du repas et surtout de mes goûts, qui vont plutôt aux vins fruités, un peu sucrés et pas trop forts, pas ceux qui donnent envie de boire un litre d'eau après. Quand je vais au supermarché, j'investis 3 à 5 euros et je choisis une bouteille qui me semble sympa, au feeling ou en suivant les conseils de mes amis. »

> VIN BU AILLEURS

L'étude de *Decanter* auprès des 18-25 ans britanniques tend à montrer que moins de 43 % des jeunes interrogés approuvent le vin contre 57 % d'opposants (vs 41 % dans la population globale), mais plus de 86 % approuvent une approche du vin par l'éducation pour les jeunes. Peu estiment que les avertissements pour la santé apposés sur les bouteilles peuvent résoudre le problème du « binge drinking » qui relève moins, selon eux, du vin que des autres alcools, et 80,7 % pensent que l'appréciation de la boisson doit relever des parents (vs 90,8 % pour la population globale).

L'étude réalisée à l'Université de Columbia, aux USA, porte sur des jeunes un peu plus âgés : 26-30 ans. 86 % d'entre eux estiment que le vin a une image « sophistiquée ». Si la majorité pense que

le vin est meilleur pour la santé, 65 % affirment néanmoins que cet aspect n'influe pas sur leur choix de boire du vin. 65 % en consomment de 2 à 4 fois par semaine ou plus, avec un budget moyen en augmentation (63 % des achats à plus de 15 € contre un quart en 2005), 39 % occasionnellement pour un repas au restaurant. Les 3/4 des étudiants déclarent boire du vin car il a une image plus sophistiquée que les alcools, près de 80 % parce qu'ils attachent plus d'importance à la qualité qu'à la quantité. Ils regardent en priorité le cépage, la région d'origine, et le prix. Les recommandations font également partie des facteurs de choix. La majorité des sondés ont déjà suivi un cours de dégustation, sont friands d'informations et estiment que la France, puis l'Italie sont les meilleurs représentants de la qualité du vin.