



 Pour toute impression ou sauvegarde, ouvrir la [version Word](#) de cette page.

Type de source : Enquête en population générale

Type de substance considéré : Alcool

Population concernée : Population générale

Comportements de consommation de vins des Français

Accès rapides :

- [Organisation et financement](#)
- [Objectifs](#)
- [Diffusion](#)
- [Observations](#)
- [Pour en savoir plus](#)

Organisation et financement

[haut du document](#)

Maître d'oeuvre

ONIVINS (Office national interprofessionnel des vins)

Responsable

ONIVINS - rue Henri Rol Tanguy - 93 555 Montreuil sous Bois

Financement et collaboration

UMR MOISA (Marchés organisations institutions et stratégies d'acteurs) - INRA (Institut national de la recherche agronomique)

Objectifs

[haut du document](#)

- Etude des comportements et des pratiques de consommation de vins des Français, en lien avec les

caractéristiques socio-démographiques des individus et des ménages, les contextes de consommation, les opinions exprimées sur le vin...

- Proposer une photographie de ces comportements à intervalles réguliers (tous les 5 ans)

Méthodologie

Périodicité

Quinquennale

Dates d'observation

1980-2005 (+ 1 enquête plus légère en 1998)

Approche

Quantitative

Unité statistique

Individu

Champ d'observation

Population de 15 ans et plus

Méthode d'échantillonnage

Échantillon établi par la méthode des quotas, à partir du recensement Insee de 1990, ajusté en 1996, sur les critères socio-démographiques suivants : sexe, CSP du chef de ménage, âge, nombre de personnes du ménage, % de femmes actives, région, zones d'habitat.

Sélection des ménages puis des individus conformément à la méthode des quotas.

Durée d'observation

1 mois

Biais de couverture de la source par rapport au champ d'observation

Seuls les ménages ordinaires ont été retenus, sont donc exclus du champ de l'enquête les individus appartenant aux ménages collectifs (hospices, communautés religieuses, cités universitaires, casernes...), représentant 2,2 % de la population totale.

15 départements n'ont pas fait l'objet d'enquêtes mais ceci résulte de la technique de sondage par quotas.

Champ géographique

France entière (Corse non comprise)

Découpage géographique possible

Aucun

Champ toxicologique

Boissons alcoolisées, plus particulièrement le vin

Définition toxicologique retenue ou nomenclature

Fréquences de consommation (à partir de la consommation déclarée, de semaine et celle de week-end) :

- consommateurs réguliers : consommation en semaine tous les jours ou presque, quelle que soit la consommation du week-end
- consommateurs hebdomadaires : 1 ou 2 fois / semaine (qq soit la consommation du week-end) ou 1-2 fois/mois avec une consommation tous les week-ends ou presque
- consommateurs quasi-hebdomadaires : plus rarement (- consommateurs mensuels :- consommateurs « rares » :

Nombre d'unités statistiques observées

4 000 individus par enquête

Taux de couverture

Recueil de données

Questionnaire en face à face administré à domicile, système Capi pour la saisie

- 1 questionnaire avec des questions ouvertes passé à 2 000 individus
- 1 questionnaire sans questions ouvertes passé à 2 000 individus

Données recueillies

229 questions en 2000

Questions relatives à l'alcool :

- consommation, boisson par boisson, en semaine et le week-end
- consommation de vin de l'ensemble des membres du foyer
- fréquence de consommation
- situations de consommation (occasions et lieux : apéritif, repas ordinaire, hors domicile...) et à chaque fois, fréquences et volumes de consommation de vin
- historique des consommations, initiation, évolution
- les connotations du mot « vin » et confiance dans l'achat de vins (enquête de 2000, sur 2000 individus)

Autres questions :

- les habitudes de consommation (enquête de 2000)
- composition et description du ménage

Qualité et fiabilité des données

Représentativité de l'échantillon vérifiée

Exploitation régionale impossible

Difficulté liée au déclaratif pour estimer la consommation réelle des personnes interrogées, pour palier à cette difficulté de mémoire et d'appréciation, les questions portent sur la consommation récente (la veille de l'enquête et le week-end précédent).

Diffusion

[haut du document](#)

Délai de diffusion des résultats

n + 1 an pour la publication des résultats

Principal mode de diffusion des résultats

Rapport

Bibliographie

- "La consommation de vins en France en 2005, Premiers résultats", conférence de presse SITEVI du 13 septembre 2005 (<http://www.onivins.fr/pdfs/947.pdf>)
- D'hauteville F., Laporte J.-P., Morrot G., Sirieix L., Ayouz M., Cibenel C., Aigrain P., Brugiere F., Melani C., "La consommation de vin en France. Comportements, attitudes et représentations. Résultats de l'enquête ONIVINS-INRA 2000. Evolutions 1980-2000 et Projections 2010", Rapport + annexes, Montpellier, INRA, 2001, 78 p. + 159 p.

Observations

[haut du document](#)

- Au delà du noyau permanent de questions, chaque nouvelle enquête vise à approfondir certaines questions que les précédentes ont permis de mettre en évidence (par ex : l'image du vin, la consommation modérée, la santé, etc.)
- Evolution du questionnaire pour prendre en compte les habitudes de consommation des consommateurs occasionnels, de plus en plus nombreux
- Proposer une typologie des consommateurs, en fonction des fréquences de consommation de chacun des différents types de boissons alcooliques
- Proposer une estimation de la consommation de vin à l'année, suivant les occasions de consommation (nombre de repas avec vin, volumes individuels consommés).

Pour en savoir plus

[haut du document](#)

[Retour page principale](#)

[Haut du document](#)

Dernière mise à jour : mai 2014