



# Résultats étude notoriété et image des vins de Bourgogne

Enquête menée par le CSA  
Conseil Supérieur de l'Audiovisuel - Juillet 2012

  
**BOURGOGNES**  
Bureau Interprofessionnel  
des Vins de Bourgogne





## La cible et l'échantillonnage

---

- **496 personnes ont été interrogées, dans 12 villes** : Paris, Nantes, Montpellier, Lyon, Lille, Nice, Dijon, Marseille, Toulouse, Strasbourg, Tours, Orléans.
  
- **Les critères de recrutement de l'échantillon global étaient les suivants :**
  - Hommes (60%) et femmes (40%)
  
  - Âgés de 35 à 65 ans, répartis en 2 tranches : 35-49 ans (50%) et 50-65 ans (50%)
  
  - Catégories socioprofessionnelles supérieures (sur la base des revenus et de la taille du foyer)
  
  - Acheteurs de vin et consommateurs de vins au moins 2 à 3 fois par mois
  
  - Responsables des achats de vins dans le foyer, ou participant à la décision d'achat
  
  - Urbains



## Notoriété top of mind et spontanée

---

### ■ Notoriété top of mind (première marque citée présente à l'esprit)

→ Bourgogne est à **8 %** lorsque les appellations sont à moins de **1 %**

→ **15 % citent spontanément la couleur, essentiellement le vin rouge.**

### ■ Un bon niveau de notoriété spontanée : **47 % pour la Bourgogne**

Toutefois la notoriété spontanée individuelle des appellations de Bourgogne reste faible (inférieur à 10% en dehors de Chablis 16%). La mosaïque bourguignonne n'est pas un mythe.



## Notoriété assistée des appellations

**Un niveau plus confortable pour les appellations de Bourgognes, en notoriété assistée, notamment grâce à Chablis et Pommard.**

- Bonne connaissance de la région Bourgogne et de ses appellations : plus de 3 personnes sur 5 connaissent les appellations telles que Chablis, Pommard, Mâcon, Nuits-Saint-Georges, Bourgogne Aligoté, Côte de Beaune.
- 13 appellations de Bourgognes sont connues par au moins la moitié des acheteurs de vin. La quasi totalité de l'échantillon connaît au moins une appellation de Bourgogne.
- La connaissance des couleurs des vins de Bourgogne peut encore être améliorée : si 99% savent qu'il existe du Bourgogne Rouge, ils sont 91% à connaître le Blanc, et « seulement » 62% le crémant et 39% le Rosé.

**Des appellations bien attribuées à leur région par le cœur de cible interrogé (et surtout les hommes)**

- Peu de confusions concernant l'attribution des appellations des vins de Bourgogne. Les taux sont nettement meilleurs qu'en 2010 où la cible était plus large.
- Parmi les appellations les mieux attribuées à la Bourgogne : Beaune (90%), Nuits-Saint-Georges (89%) et Mercurey (83%). En revanche, et malgré un taux de notoriété assistée élevé, Pommard est l'appellation la moins bien attribuée à la Bourgogne (63%), et le risque de confusion se fait avec Bordeaux (26%).



## Image des vins de Bourgogne

---

- Entre **savoir-faire et tradition**, les vins de **Bourgogne acquièrent une note d'appréciation globale très satisfaisante de 7.9/10 soit une progression d'un dixième de point par rapport à la même étude, menée en 2011** auprès d'un panel de consommateurs (hommes, femmes, 35 à 65 ans, catégories professionnelles supérieures, acheteurs et consommateurs de vin).
- Concernant l'image détaillée, « **Grand Vin** » est le critère le plus qualifiant pour la Bourgogne avec une note de **8,2 sur 10** attribuée par le panel des sondés.
- **Forces spécifiques des vins de Bourgogne : *prestige, supérieur aux autres, gastronomie, plaisir, terroir, tradition, authenticité.***
- Sur l'agrément détaillé des vins de Bourgogne, **98% des individus sont d'accord pour dire qu'ils sont issus d'un savoir faire ancestral et traditionnel.** Le plaisir sensoriel et l'artisanat sont également plébiscités, mais seules 2 personnes sur 5 s'accordent à dire que les vins de Bourgogne sont issus du développement durable (une notion probablement encore trop méconnue dans l'univers du vin).



## Conclusion

---

- **Un bon niveau de notoriété globale Bourgogne, mais un potentiel à maximiser** : nombre d'appellations sont peu connues, mais à mettre en relation avec la très grande diversité d'appellations de la région Bourgogne. L'attribution d'appellations clefs à la région Bourgogne est très bonne auprès du cœur de cible interrogé.
- **L'image des 3 appellations Nuits-Saint-Georges, Chablis et Mâcon est bien distincte**, mais la majorité des consommateurs s'accordent à dire que **la mention Bourgogne doit y être associée sur les étiquettes**. A noter que lorsque l'attribution de ces 3 appellations est bien faite à la Bourgogne, leur image n'en est que meilleure.
- Sachant que **la région est le principal critère de choix déclaré dans l'achat d'une bouteille de vin**.

**Il apparait important de s'appuyer sur la force de la marque « Bourgogne » pour :**

- Bénéficier de la forte notoriété et de l'excellente image Bourgogne
- Mieux identifier l'offre



**BOURGOGNES**

*Bureau Interprofessionnel  
des Vins de Bourgogne*

Contacts :

**Cécile Mathiaud** - 03 80 25 95 76 - [cecile.mathiaud@bivb.com](mailto:cecile.mathiaud@bivb.com)

**Mathilde Paturaud** - 03 80 25 06 96 - [mathilde.paturaud@bivb.com](mailto:mathilde.paturaud@bivb.com)

