

Synthèse du mémoire de fin d'études de Maeva Podworny portant sur la perception des vins désalcoolisés par les jeunes consommateurs âgés de 18 à 35 ans.

Ce document reprend très brièvement ce que j'ai réalisé dans le cadre de mon stage de fin d'études, elles-mêmes réalisées à l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan. Mon stage avait pour objectif principal d'étudier la perception des vins désalcoolisés par les jeunes consommateurs français, dans l'idée de comprendre leurs motivations et leurs freins à la consommation et à l'achat de ce type de produit.

Cette recherche s'inscrit dans un contexte où les habitudes de consommation sont en évolution, marquées par une prise de conscience accrue des enjeux et des risques pour la santé ainsi qu'une volonté de consommer de manière plus modérée. Ce qui peut expliquer l'intérêt croissant pour les boissons No-Low avec une augmentation de recherches, d'articles sur le sujet et d'événements consacrés entièrement ou partiellement à ces produits.

La méthodologie adoptée pour ce travail de recherche combinait une analyse bibliographique, un benchmark des vins No-Low présents sur le marché, des focus groups pour explorer les perceptions des interrogés, ainsi qu'une enquête quantitative menée auprès de jeunes consommateurs âgés de 18 à 35 ans. Ces approches diverses ont permis de cerner les attentes, les perceptions des jeunes vis-à-vis des vins désalcoolisés et leur acceptation de cette boisson.

Les principaux résultats montrent que les jeunes consommateurs sont curieux à l'égard des vins désalcoolisés. Cependant des freins demeurent, tels qu'une perception négative du produit pour son goût et pour la méconnaissance qu'il représente aux yeux des consommateurs. Les hypothèses émises lors des focus groups, notamment concernant les motivations et freins de consommations et d'achat ont été validées par les résultats de l'enquête quantitative. De plus, ces résultats ont mis en évidence une différence de perception entre les participants, plus le niveau d'expertise et de connaissance du vin était élevé plus leurs avis étaient critiques. Cependant les résultats obtenus ne montrent pas de réticence significative des vins désalcoolisés par les jeunes consommateurs.

De plus, une étude sur la perception du sucre dans du vin désalcoolisé a été réalisée en parallèle de mon stage avec plusieurs enseignants-chercheurs. Cette étude montrait que les jeunes interrogés préféraient le vin désalcoolisé le plus sucré. Pour détailler un peu plus, cinq échantillons avaient été servis aux participants, qui devaient les déguster et leur attribuer une note d'appréciation de 1 à 9. Les échantillons correspondaient à des verres de Chardonnay désalcoolisé qui contenaient 0 g/L de sucre ajouté puis 5, 10, 20 et 40 g/L de sucre.

Afin de répondre aux objectifs, un profil type du consommateur idéal a été proposé. Ensuite plusieurs pistes d'amélioration ont été proposées. Elles concernaient la réalisation d'analyses supplémentaires pour approfondir et récolter des informations précises sur le sujet. Parmi elles, le fait de réitérer une enquête avec des questions plus précises sur les attentes en termes de packaging pour identifier de meilleures stratégies à adopter par les professionnels de la filière. La réalisation d'analyses sensorielles auprès d'un panel conséquent pour approfondir les données recueillies dans ce travail sur la perception et valider les hypothèses émises. Il serait intéressant également de réitérer ces enquêtes ou d'autres avec un panel moins connaisseur, ou des personnes plus âgées, car l'échantillon des répondants était composé en très grande majorité de jeunes âgés de 18 à 24 ans. Et aussi de réaliser plus d'entretiens avec les acteurs pour obtenir des informations concrètes sur le sujet des vins No-Low au sein de la filière viticole française.