

La bouteille de vin en verre, porteuse et créatrice de valeurs dans l'univers du vin

La Fédération des Industries du Verre a dévoilé les résultats de l'étude CSA menée en avril 2021 sur la perception des Français à l'égard de l'emballage en verre dans l'univers du vin.

Alors que les Nations Unies ont proclamé 2022 « Année du Verre », cette étude a été menée dans l'objectif de comprendre les motifs d'achat de la bouteille en verre dans un environnement de plus en plus concurrencé par d'autres formats d'emballage, et de mieux analyser les grandes tendances d'évolution de la demande pour construire une offre valorisante répondant à ces nouveaux enjeux sociétaux. L'étude a notamment permis de révéler en quoi la bouteille de vin en verre participe à la valorisation du marché du vin, à l'inverse d'autres contenants comme le Bag-in-Box®.



L'étude et le profil de la cible interrogée

L'objectif de l'étude CSA menée en avril 2021 est double :

- **Investiguer l'image et les motifs d'achat de la bouteille en verre, notamment sous le prisme écologique**
- **Établir une comparaison entre les motifs d'achat du verre et du Bag-in-Box®**

Au sein de cet échantillon de consommateurs et/ou acheteurs de vin, âgés de 20 à 50 ans, près de 9 répondants sur 10 consomment du vin et 57 % d'entre eux déclarent en consommer au moins une fois par semaine.

Pour consulter l'étude dans son intégralité, [cliquez ici](#)

CONTACTS PRESSE : CLAIR DE LUNE

Raphaëlle Amaudric
raphaëlle.amaudric@clairdelune.fr
+33 (0)6 87 33 98 08 - www.clairdelune.fr

FÉDÉRATION DES INDUSTRIES DU VERRE

Françoise Gandon - Chargée de communication
francoise.gandon@fedeverre.fr
+33 (0)1 42 65 96 54



Un avenir prometteur pour la bouteille de vin en verre

La bouteille en verre bénéficie d'une image très positive auprès des amateurs de vin. **Garante de qualité**, elle est perçue comme un **emballage de référence qui inspire confiance** et un symbole du mode de vie à la française et de son savoir-faire viticole.

Fortement plébiscitée par les acheteurs de vin, la bouteille en verre reste **le format incontournable puisque la quasi-totalité d'entre eux (94 %) déclare acheter des bouteilles de vin en verre** (versus 22 % pour le Bag-in-box®).

FORMAT(S) DE VIN ACHETÉ(S) – 12 derniers mois

Base acheteurs de vin : n=922



94%

BOUTEILLE EN VERRE



22%

BAG-IN-BOX

Bouteille ET Bag-in-Box = 19%
Bouteille ET Bag-in-Box = 3%

Des consommateurs de vin aux considérations environnementales fortes

La garantie de qualité n'est pas son seul atout, puisque la bouteille en verre est perçue comme un **format écologique** : en effet **plus de 9 amateurs de vin sur 10** s'accordent à dire que le format verre est un format facilement recyclable, facile à trier à domicile, recyclable à 100 % et à l'infini.

Et les amateurs de vin sont aujourd'hui de plus en plus nombreux à déterminer leurs actes d'achat en fonction de considérations environnementales. Les réflexes écologiques sont au cœur de leur quotidien, avec en tête le tri/recyclage des déchets (93 % s'y prêtant régulièrement, dont 70 % quasiment en permanence). À noter également : 7 amateurs de vin sur 10 disent limiter leur consommation de plastique et réduire les emballages.



FACILEMENT
RECYCLABLE

FACILE À TRIER
À DOMICILE

RECYCLABLE
À 100%

94%

des amateurs de vin
lui reconnaissent
cette caractéristique

93%

92%

RECYCLABLE
À L'INFINI

CONTRIBUE À LA
PROTECTION DE
L'ENVIRONNEMENT

ÉCOLOGIQUE

91%

90%

89%

Le verre, levier de valorisation du vin face au Bag-in-Box®

La bouteille en verre tire son épingle du jeu sur de nombreux critères d'achat, avec un nombre moyen de motivations de 4,1 versus 2,5 pour le BIB®. Alors que **le verre demeure le format clairement dominant pour les consommateurs soucieux de qualité, le plaisir d'offrir, de partager**, ainsi que la praticité motivent également le choix du format bouteille. **À contrario, le BIB® est principalement acheté pour un critère de prix.** Si l'on s'intéresse plus précisément à la dimension écologique, la bouteille en verre est davantage plébiscitée que le BIB® pour ses atouts : la bouteille en verre

Nombre moyen de motifs



4,1



2,5

MOTIFS D'ACHAT

Motifs reconstitués à partir d'une ou plusieurs raisons.



BOUTEILLE
EN VERRE

Base acheteurs
de ce format n=872

74%

des amateurs de vin
en bouteille choisissent
ce format pour cette motivation

53%

31%

31%

29%

29%

26%

15%

10%



BAG-IN-BOX

Base acheteurs
de ce format n=205

27%

16%

11%

6%

4%

29%

41%

17%

58%

fait l'unanimité quant à son image de format écologique. Même les acheteurs de BIB® (plus de 9 acheteurs de BIB® sur 10) le lui concèdent.



Le verre, l'allié du vin par excellence

Les atouts indéniables du verre reconnus par l'ensemble des amateurs de vin – tant sur des critères de qualité que sur des considérations environnementales, font de la bouteille en verre le format incontournable sur le marché du vin.

Les résultats de cette étude CSA viennent conforter le positionnement de la bouteille de vin en verre au carrefour de **deux grandes évolutions en matière de consommation** : la tendance du « boire moins mais mieux », qui s'inscrit dans une premiumisation de la consommation, et le tournant écologique du marché, à l'instar de l'essor du vin bio ces dernières années.

LA FILIÈRE DU VERRE EN FRANCE, ANCRAGE LOCAL ET ÉCONOMIE CIRCULAIRE

- 20 usines sur le territoire
- 7 000 emplois en 2020
- Taux de recyclage du verre d'emballage : 76 % (source ADEME)
- 200 000 points d'apport volontaire
- 2 2 millions de tonnes de verre d'emballage collectées et recyclées en 2020 (+ 3 % vs 2019)
- 95 % des matières premières sont produites en France
- 300 km, la distance moyenne entre les clients et les verreries

« Recyclable à 100 % et à l'infini, la bouteille de vin en verre est non seulement créatrice de valeurs pour les producteurs et les amateurs de vin mais elle constitue également un véritable levier de valorisation pour le marché du vin, garante de la diversité de nos terroirs. La force d'innovation et la créativité de la filière constituent des garde-fous essentiels pour contrer la banalisation de l'offre qui menace le marché aujourd'hui. »
Jacques Bordat, président de la Fédération des Industries du Verre.

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE MENÉE PAR LE CSA DU 22 AU 30 AVRIL 2021

Questionnaire auto-administré en ligne auprès des internautes d'un panel grand public propriétaire CSA
Échantillon national représentatif de 1 002 consommateurs ou acheteurs de vin Français âgés de 20 à 50 ans.
La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas basée sur les critères de sexe, âge, profession de l'interviewé et sa région UDA5 de résidence.

À PROPOS DE LA FÉDÉRATION DES INDUSTRIES DU VERRE

La Fédération des Chambres Syndicales des Industries du Verre représente en France les industries verrières relevant des filières de l'emballage, du verre plat, de la gobeletterie, de l'isolation, de la fibre et des verres techniques. Elle regroupe les chambres syndicales des Verreries Mécaniques de France (CSVMF), des Fabricants de Verre Plat (CSFVP) et des Verreries Techniques.
www.fedeverre.fr

CONTACTS PRESSE : CLAIR DE LUNE

Raphaëlle Amaudric
raphaëlle.amaudric@clairdelune.fr
+33 (0)6 87 33 98 08 - www.clairdelune.fr

FÉDÉRATION DES INDUSTRIES DU VERRE

Françoise Gandon - Chargée de communication
francoise.gandon@fedeverre.fr
+33 (0)1 42 65 96 54