



Notoriété et image des vins genevois

**Étude baromètre 2002, 2006 et 2010 réalisée
auprès de la population genevoise**

Étude réalisée pour l'OPAGE – Genève
(Office de promotion des produits agricoles de Genève)

Avril 2010

Table des matières

	Pages
1. Descriptif de la recherche.....	3 - 7
2. Consommation et achat des vins de Genève	8 - 12
3. Image des vins de Genève	13 - 18
4. Synthèse	19 - 24

1. Descriptif de la recherche

Objectifs de l'étude

- Recueillir auprès de la population genevoise ses habitudes de consommation des vins de Genève
- Mais également ses habitudes d'achat, rythme et lieux
- Cerner les jugements portés sur ces vins
- Établir des comparatifs avec les résultats des précédentes éditions

Méthodologie – étapes de l'étude



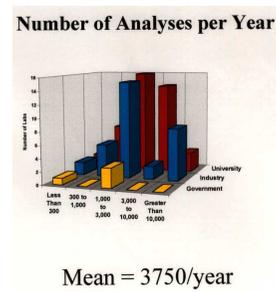
Reprise du questionnaire de 2006



Réalisation des interviews du 12 au 17 avril 2010 par téléphone dans notre centrale de Lausanne. Sous surveillance permanente.

Observed Value	Total
1	41
2	41
3	41
4	41
5	41
6	41
7	41
8	41
9	41
10	41
11	41
12	41
13	41
14	41
15	41
16	41
17	41
18	41
19	41
20	41
21	41
22	41
23	41
24	41
25	41
26	41
27	41
28	41
29	41
30	41
31	41
32	41
33	41
34	41
35	41
36	41
37	41
38	41
39	41
40	41
Total	41

Dépouillement des résultats et rapport chiffré



Management Summary illustré graphiquement, présentation

Echantillonnage

- Le sondage OPAGE a été réalisé du 12 au 17 avril 2010 selon **la méthodologie téléphonique CATI** (Computer Assisted Telephonic Interviews) dans notre centrale de Lausanne.
- **Une vingtaine d'enquêteurs** ont été employés sur la recherche après avoir été instruits spécifiquement sur la nature des questions.
- **502 résidents genevois** âgés de 18 à 74 ans ont été interrogés.
- Les numéros de téléphone des ménages ont été sélectionnés **aléatoirement** à partir de notre fichier AZ Direct des numéros privés de Suisse.
- Une personne a été choisie dans chaque foyer en fonction de **quotas de sexe et d'âge** préalablement établis.
- Les résultats ont été ventilés selon plusieurs **critères socio-démographiques**.
- **La marge d'erreur** maximale pour un échantillon de 500 répondants est de $\pm 4,5\%$.

Descriptif de l'échantillon 2010 en comparaison avec 2006

(Base : Genevois âgés de 18 à 74 ans)

Sexe

Hommes



Femmes



Age

18 - 34 ans



35 - 49 ans



50 - 74 ans



Provenance

Ville de Genève



Reste du canton



Rythme de consommation

Une à plusieurs fois/sem.



Une à plusieurs fois/mois



Plus rarement / jamais vins GE



Ne boit pas d'alcool / de vin



2010 (B: 502)

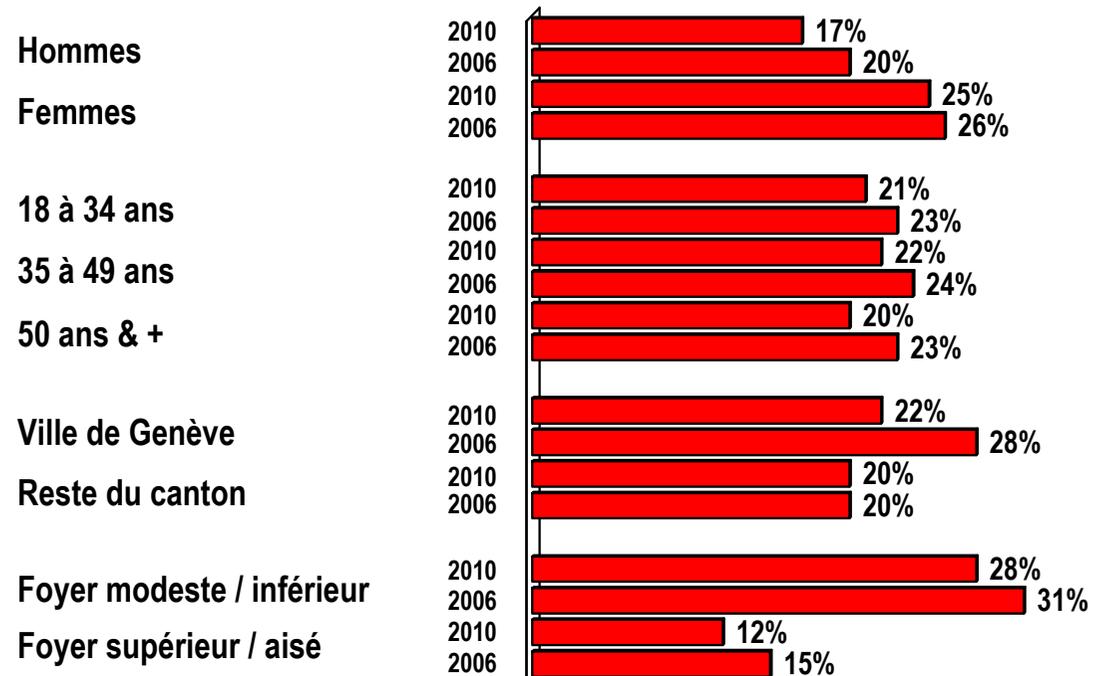
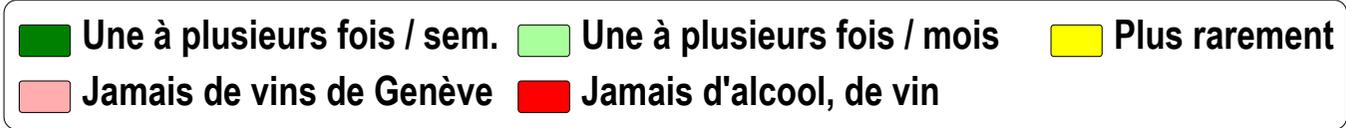
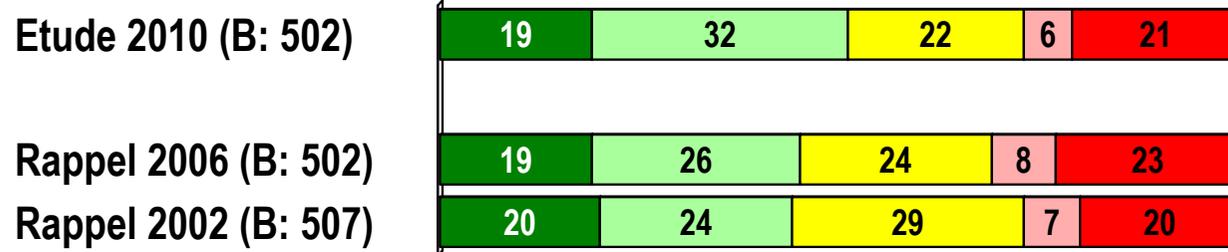
2006 (B: 502)

2. Consommation et achat

des vins de Genève

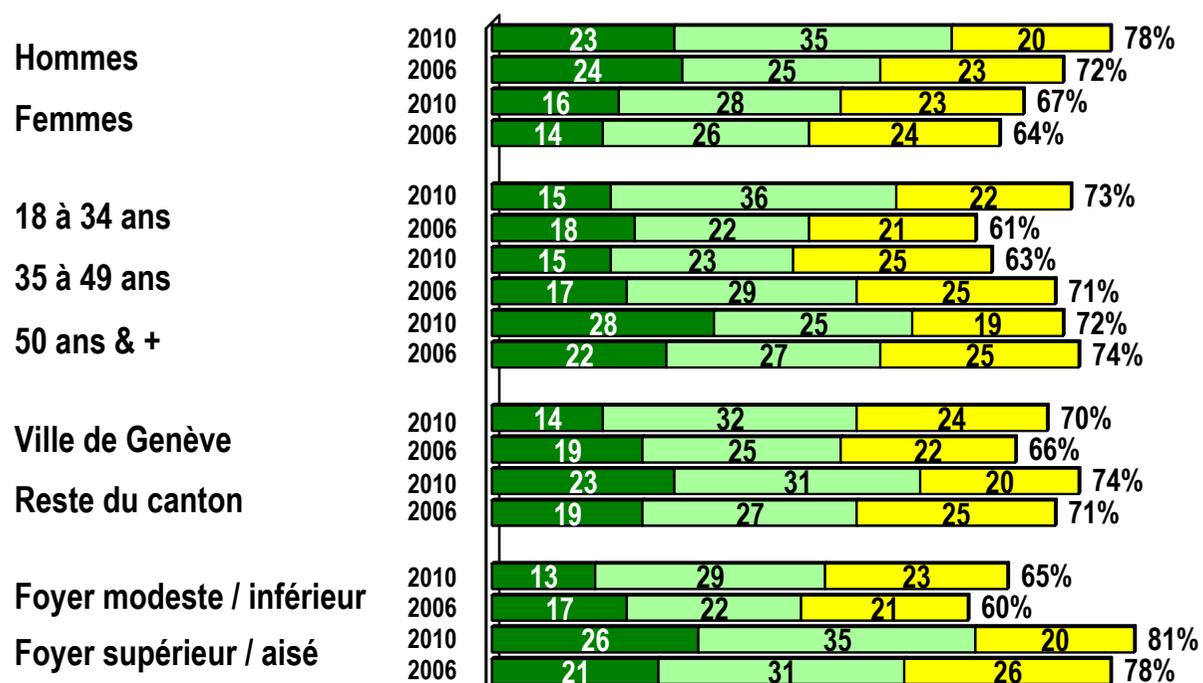
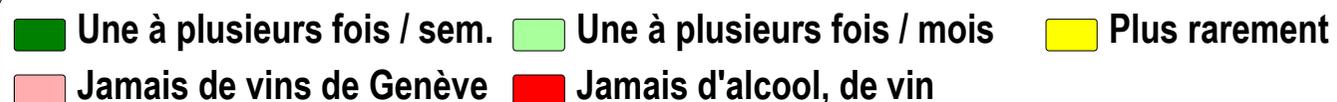
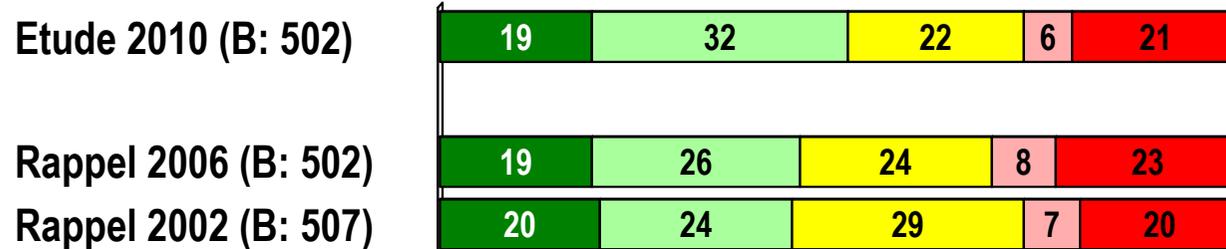
Consommation d'alcool / de vin

(Base : Genevois âgés de 18 à 74 ans)



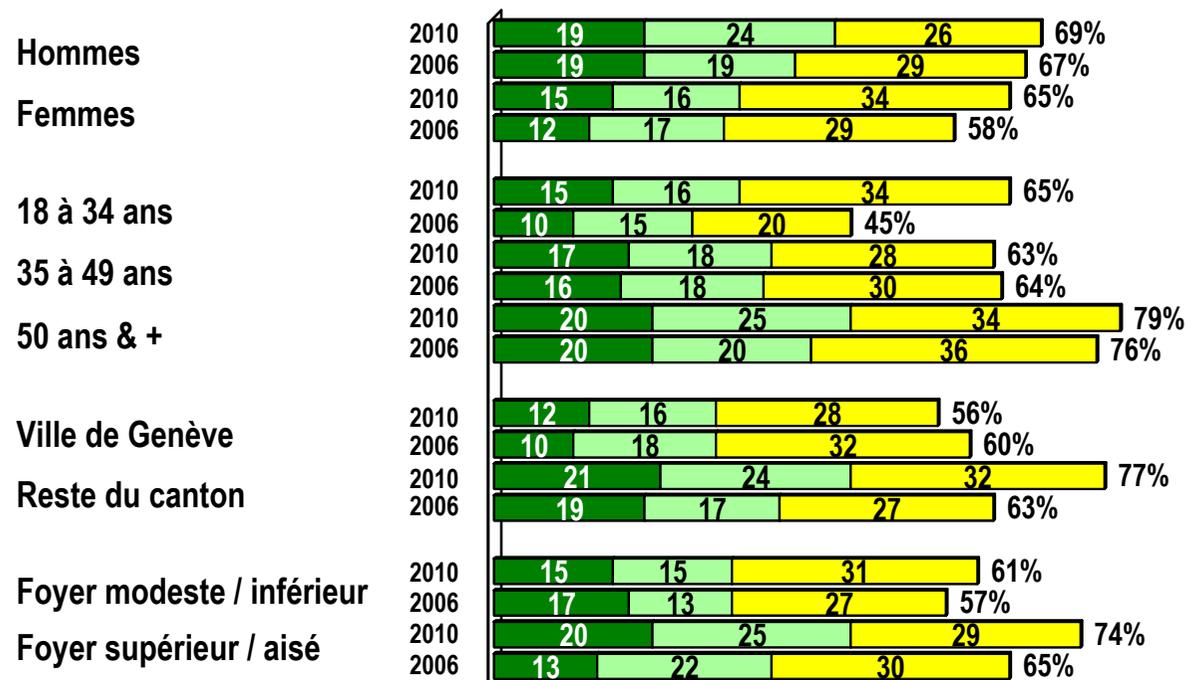
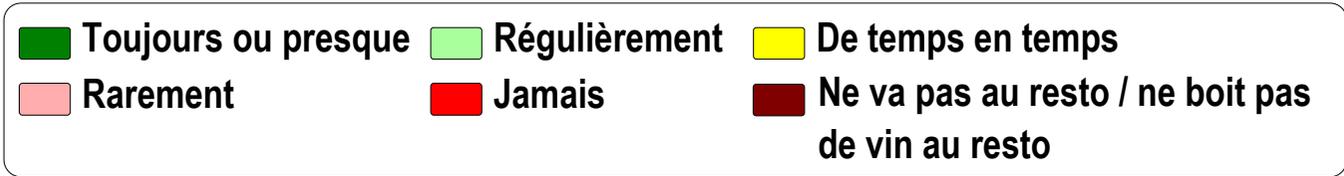
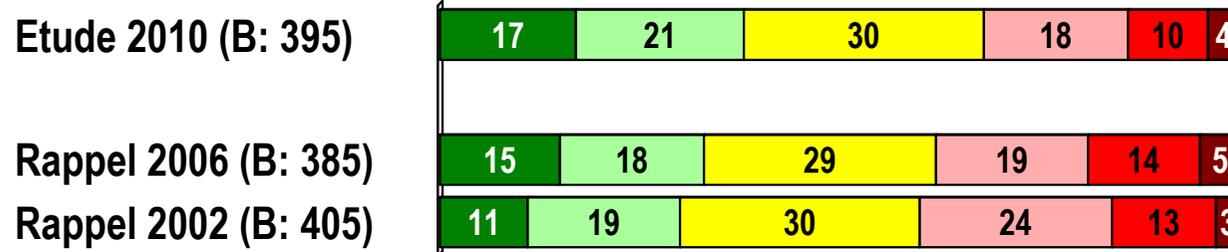
Rythme de consommation des vins de Genève

(Base : Genevois âgés de 18 à 74 ans)



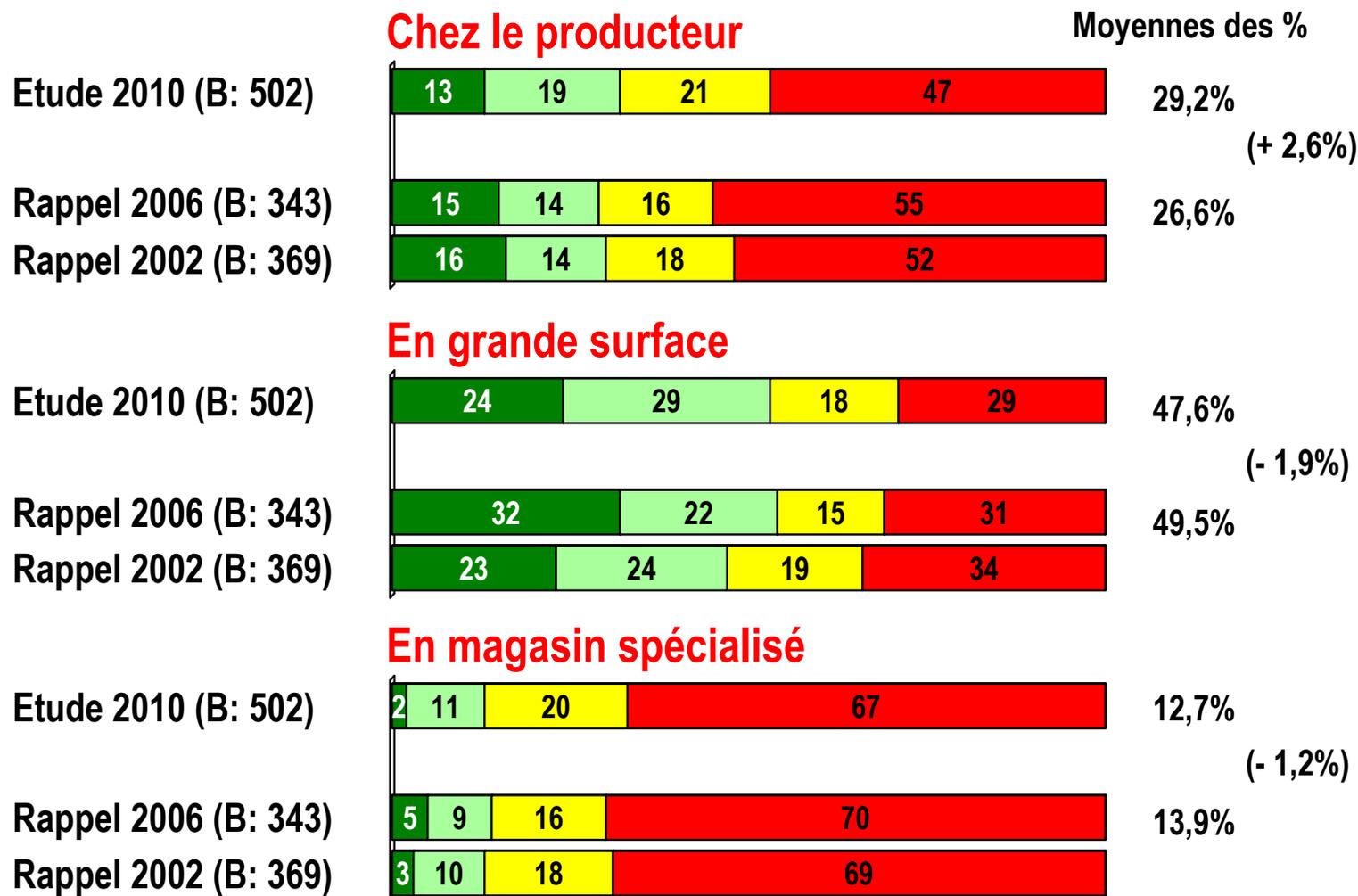
Rythme de consommation des vins de Genève au restaurant

(Base : Genevois âgés de 18 à 74 ans)



Lieux d'achat des vins de Genève

(Base : Genevois consommateurs de vins de Genève)

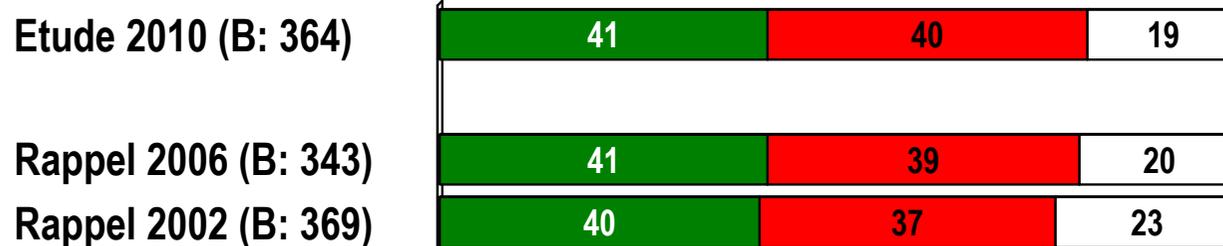


3. Image des vins de Genève

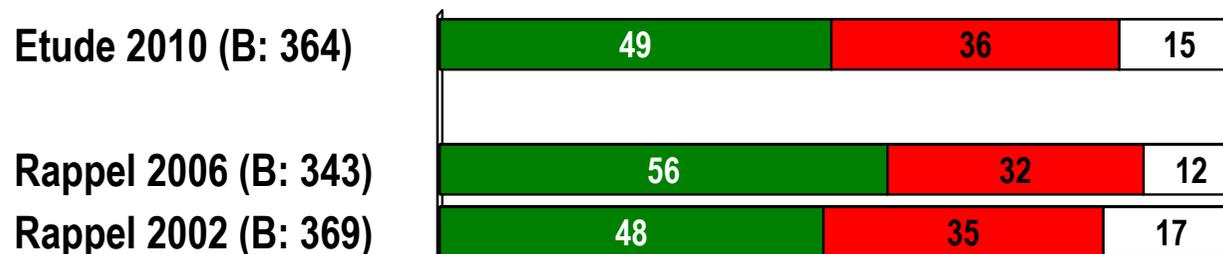
Choix des vins de Genève

(Base : Genevois consommateurs de vins de Genève)

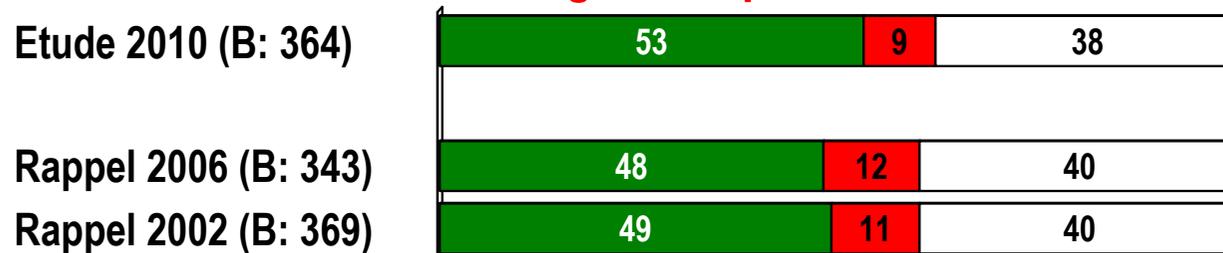
En grandes surfaces



Dans les restaurants



En magasins spécialisés



Le choix est-il suffisant ...

Oui

Non

Ne sait pas

Image des vins de Genève

(Base : Genevois consommateurs de vin)

Bonne qualité

En progrès

Grande qualité

Rapport qualité/prix intéressant

Cher

Terroir

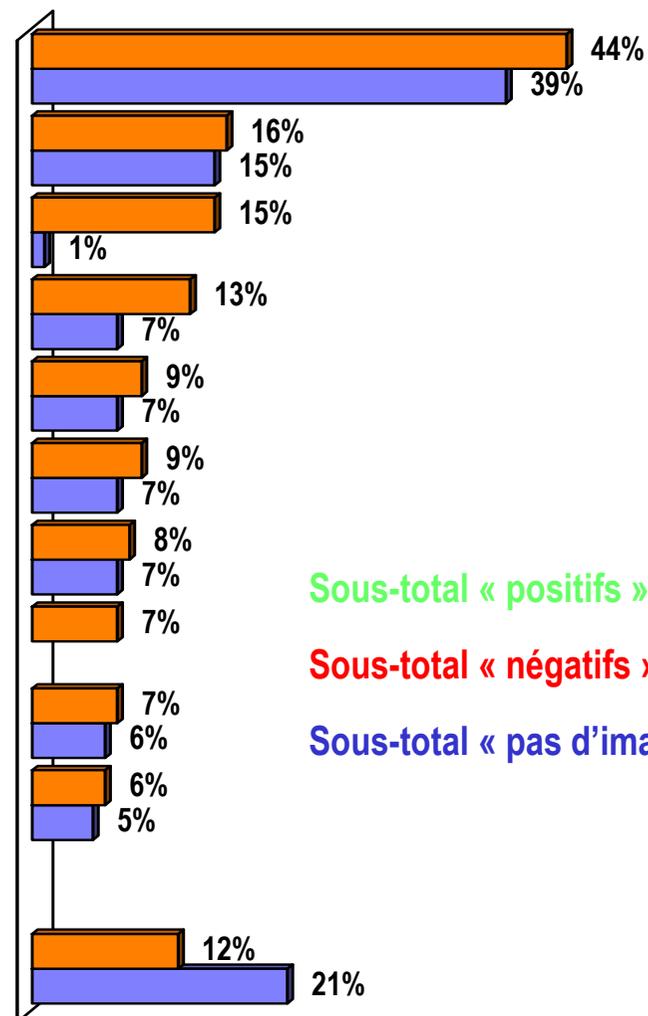
Diversification

Très bon / très bien

Sympathique

Qualité moyenne

N'a pas d'image précise / NSP



Sous-total « positifs » : 119% (97% en 2006)

Sous-total « négatifs » : 15% (12% en 2006)

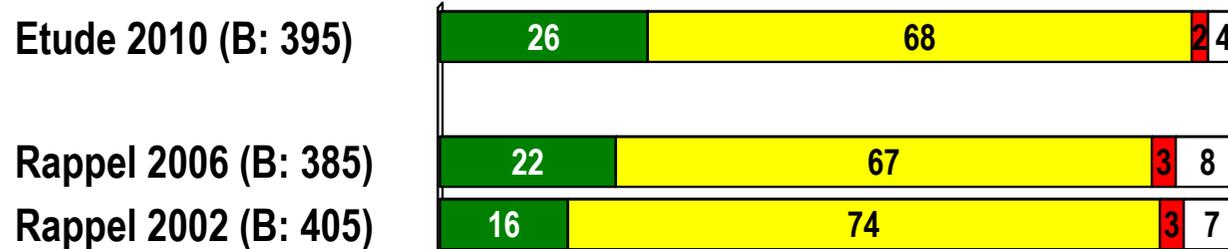
Sous-total « pas d'image » : 12% (21% en 2006)

2010 (B: 395)

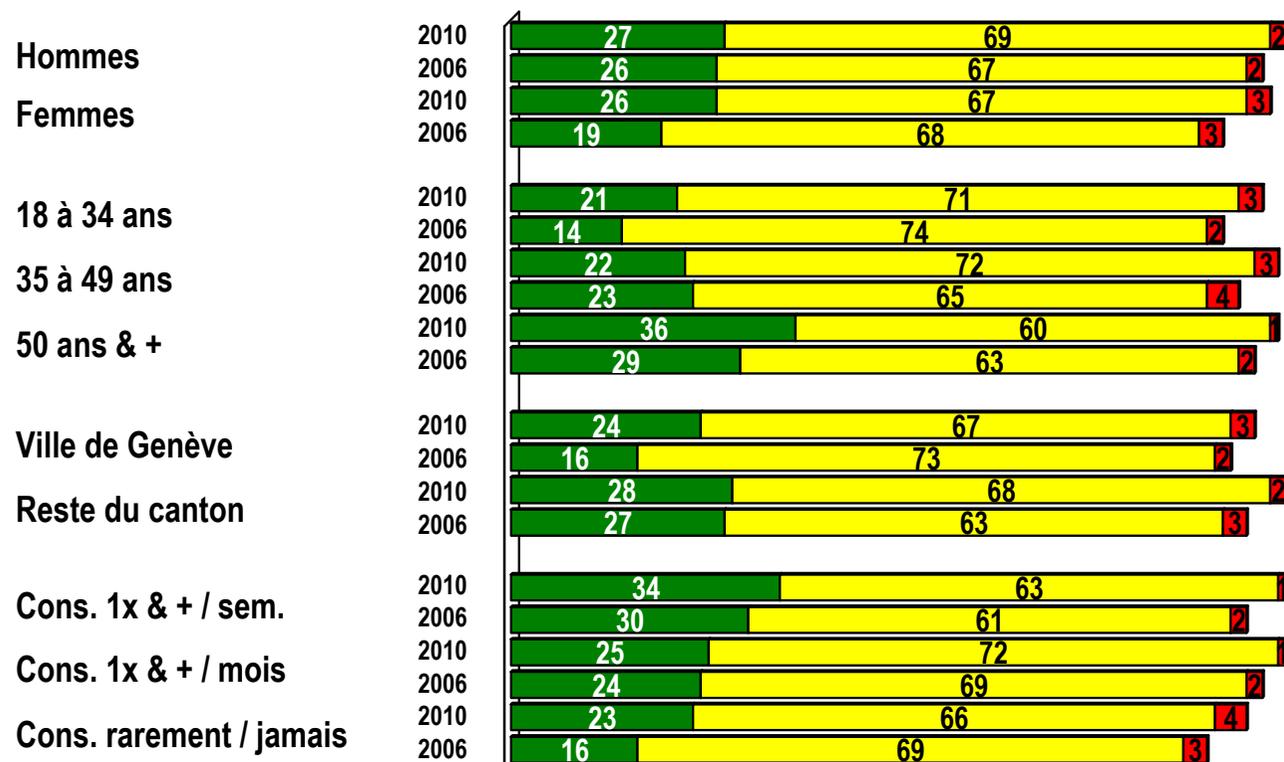
2006 (B: 385)

Jugement sur la qualité des vins de Genève

(Base : Genevois consommateurs de vin)

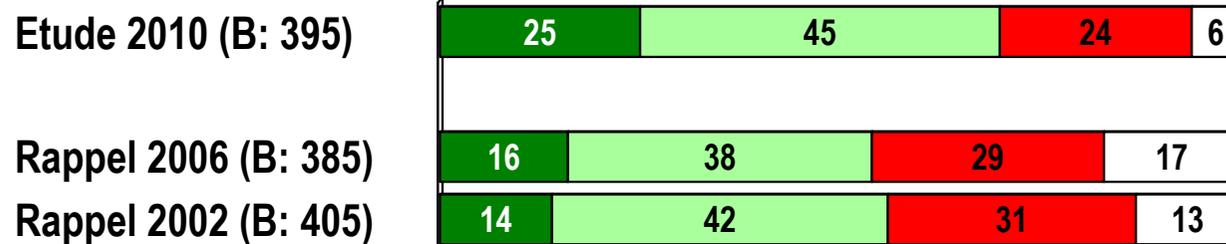


■ Haut de gamme
 ■ Moyen de gamme
 ■ Bas de gamme
 Ne sait pas

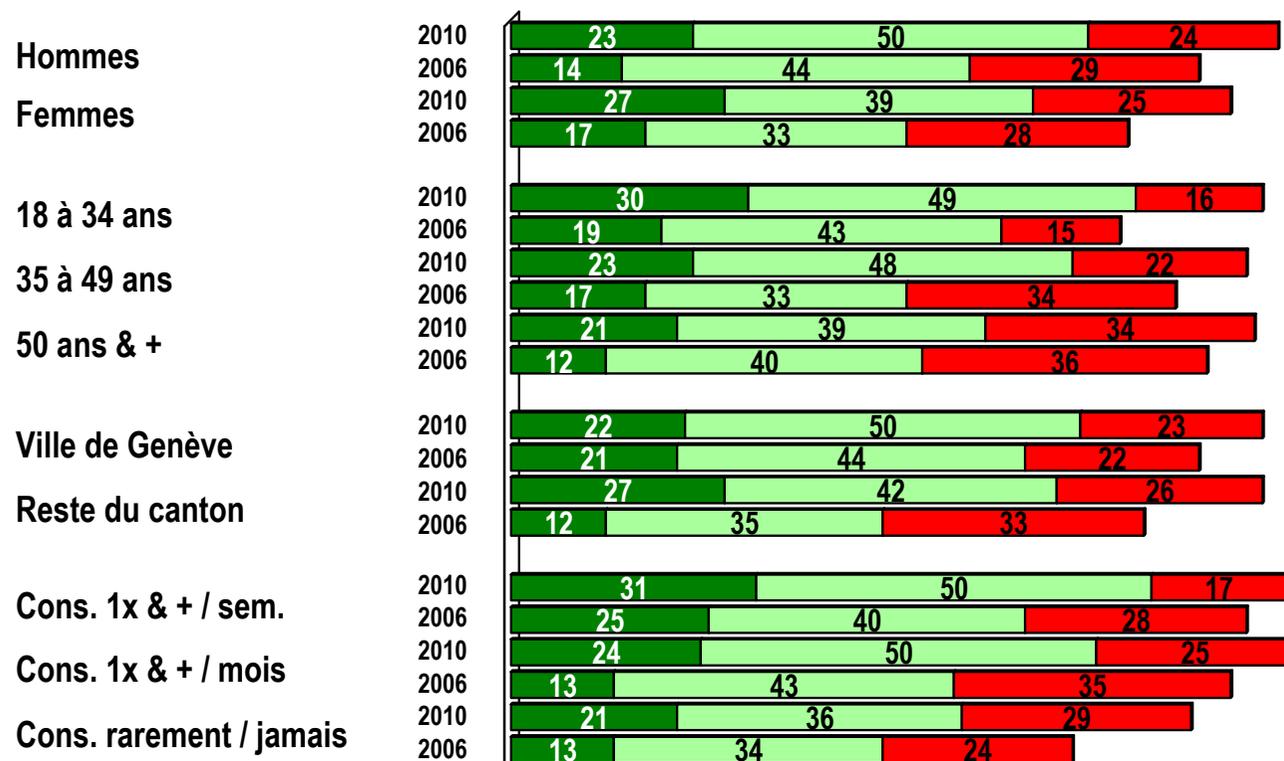


Jugement sur les prix des vins de Genève

(Base : Genevois consommateurs de vin)



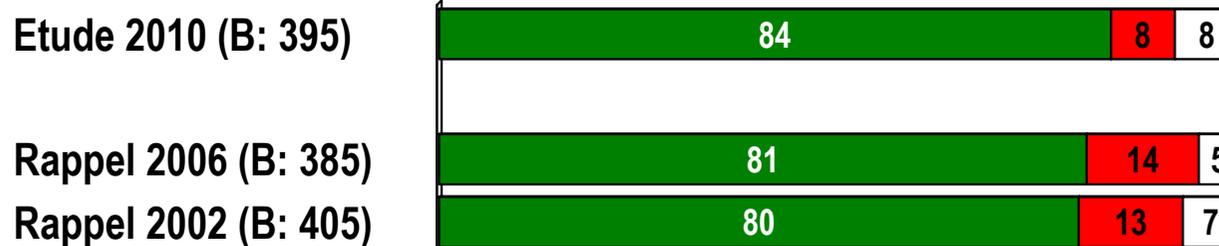
■ Prix intéressants
 ■ Au juste prix
 ■ Plutôt chers
 Ne sait pas



Les vins de Genève sont-ils des vins que l'on peut ...

(Base : Genevois consommateurs de vin)

... offrir ?



... mettre sur la table pour un bon repas ?



Oui
 Non
 Cela dépend / ne sait pas

4. Synthèse

Synthèse

- Les échantillons 2002, 2006 et 2010 étant strictement identiques, les résultats sont parfaitement comparables.
- Le taux d'abstinents à Genève est en légère baisse passant de 23% à 21% (différence non significative). Cette très légère diminution est constatée de façon uniforme quel soit le sous-groupe observé avec une plus nette baisse d'abstinents cependant chez les habitants de la Ville de Genève (-6%). Chez ces derniers, les consommateurs de vins de Genève sont en augmentation mais pour un rythme de consommation global moins soutenu.
- Le taux des Genevois ne buvant pas de vins de Genève est en revanche stable depuis 2002.
- Globalement, le rythme de consommation de vins de Genève dans le canton de Genève est en légère hausse.
- On enregistre d'une part des augmentations significatives dans le rythme de consommation par rapport à 2002 et 2006 notamment chez les hommes (+6%), chez les jeunes (+12%) et dans les foyers inférieurs voire modestes (+5%).

Synthèse

- Ces différences (augmentation ou baisse) s'enregistrent dans la consommation mensuelle plus ou moins intense des vins de Genève.
- On constate une hausse significative de la consommation des vins de Genève au restaurant qui passe de 30% en 2002 et 33% des répondants en 2006 qui en consommaient régulièrement voire tous les jours à 38% aujourd'hui.
- L'augmentation de la consommation des vins de Genève au restaurant se remarque essentiellement chez les jeunes de 18 - 34 ans, les non-citadins et les foyers supérieurs voire aisés.
- Les lieux d'achat des vins de Genève sont restés les mêmes. En revanche, les quantités achetées varient légèrement par rapport à 2006, les producteurs enregistrant davantage de quantité achetée (+ 2,6% en moyenne), les grandes surfaces et les magasins spécialisés légèrement moins (respectivement -1,9% et -1,2%).
- Bien que la consommation des vins de Genève augmente légèrement au restaurant, on note une baisse de la satisfaction quant au choix de ces vins dans les établissements du canton (-7%). La majorité des répondants restent cependant plutôt satisfaits du choix proposé dans les restaurants (49% satisfaits contre 36% insatisfaits).

Synthèse

- La satisfaction quant au choix des vins de Genève en grande surface reste stable avec 41% des répondants le trouvant suffisant et 40% plutôt insuffisant.
- Par ailleurs et malgré le fait que près de quatre répondants sur dix ne puissent se prononcer sur la question, on enregistre une satisfaction grandissante depuis 2002 concernant le choix des vins de Genève proposés dans les magasins spécialisés.
- La proportion des personnes insatisfaites quant au choix des vins de Genève proposés en grande surface et dans les restaurants est relativement importante et mérite une attention particulière.
- Globalement les répondants ont gardé les mêmes termes qu'en 2002 et 2006 pour qualifier l'image qu'ils ont des vins de Genève. La question totalement ouverte a suscité 2,4 réponses spontanées par personne (contre 1,4 en 2006). L'essentiel des réponses porte sur le niveau de qualité, jugée bonne voire très bonne et même excellente par 66% des répondants (contre 48% en 2002 et 50% en 2006).
- Le taux de personnes n'ayant pas d'image des vins de Genève ou qui ne peuvent pas s'exprimer sur la question diminue considérablement depuis 2002 quels que soient les sous-groupes observés, mais plus particulièrement quand même chez les femmes et les citadins.

Synthèse

- Si les mentions positives et négatives concernant le prix des vins de Genève s'équilibraient en 2002 et 2006, on peut noter quatre ans plus tard que les mentions spontanées positives prennent le dessus (13% à l'élément « bon rapport qualité/ prix » contre 9% à l'élément « cher »).
- De façon générale, on peut constater donc que l'image globale des vins de Genève s'est nettement améliorée depuis 2002 et 2006, essentiellement en termes de qualité (+ 16%) mais également de prix (+ 4%).
- Pour confirmer nos constatations précédentes, on remarque que la proportion des Genevois classant leur vin dans le haut de gamme continue d'augmenter (+ 10% par rapport à 2002 et + 4% par rapport à 2006). Ceci dans tous les sous-groupes observés mais plus particulièrement chez les femmes, les plus jeunes et les plus âgés, les citadins et les petits consommateurs.
- Toutefois, les vins genevois restent situés dans le moyen de gamme par deux tiers de la population genevoise. Il y a donc encore des efforts à faire pour mieux situer la production genevoise, que ce soit en regard des autres régions viticoles suisses que des vins étrangers.

Synthèse

- Comme déjà remarqué lors des citations spontanées, les répondants affirment dans de bien plus grandes proportions qu'en 2002 et 2006 que les prix sont justes voire très intéressants (respectivement + 14% et + 16%).
- Cette amélioration du jugement sur les prix des vins de Genève est observée de façon uniforme quel que soit le sous-groupe étudié.
- Les vins de Genève sont plus que jamais des vins que l'on peut offrir ou mettre sur la table pour un bon repas.
- Pour conclure, les résultats de l'étude montrent une nette amélioration de la perception des vins de Genève ainsi qu'une consommation légèrement meilleure qu'en 2006. Les différentes mesures prises en huit ans semblent avoir porté leurs fruits, mais il faut malgré cela continuer à valoriser les vins de Genève en terme de qualité, de choix et de prix.



Notoriété et image des vins genevois

**Étude baromètre 2002, 2006 et 2010 réalisée
auprès de la population genevoise**

Étude réalisée pour l'OPAGE – Genève
(Office de promotion des produits agricoles de Genève)

Avril 2010