



## **Pour 62% des Français, champagne rime avec amour, érotisme et plaisirs**

Enquête de "L'observatoire des Français et du vin"  
1855/Ipsos

Paris, lundi 13 décembre 2010 – Communiqué de presse.

1855 publie aujourd'hui les résultats de la deuxième enquête de « L'observatoire des Français et du vin 1855 Ipsos ». Les résultats de cette enquête dédiée au champagne nous apprennent que :

- **62% des Français associent le Champagne à un univers** comprenant les mots « amour », « érotisme », « aphrodisiaque », « plaisirs », « sensations » ; cet imaginaire est partagé par les femmes tout autant que par les hommes.
- **26% des consommateurs réguliers \* ont déjà accompagné une nuit d'amour au champagne.** Et pour 90% d'entre eux, c'est leur meilleur souvenir lié au champagne. Le champagne garde en lui des traces encore vives des soirées galantes de Madame de Pompadour.
- **48% des Français n'achètent leur champagne que quelques jours avant de le consommer.** Contrairement au vin rouge, le champagne ne trône pas dans les caves à vins des Français. Il appelle à une consommation immédiate, d'où le succès des ventes de Champagne chez les cavistes, en hyper marché, et sur internet en livraison express.
- **75% des Français trouvent qu'il est difficile de choisir un champagne,** et 51% trouvent même qu'il est difficile de reconnaître un bon champagne. Le travail de révélation des secrets du monde du champagne reste donc entier pour les maisons de Champagne et les marchands de vins et champagne.
- **17% des Français seulement consomment du champagne au repas** alors qu'ils sont 58% à désirer le faire. Les Français expriment là un besoin de pédagogie sur l'alliance des mets et des champagnes, un désir insatisfait aujourd'hui, une envie d'aller au-delà du traditionnel apéritif au champagne.
- **17% seulement des Français trouvent que le champagne accompagne bien le fromage,** alors que, dans l'art français du vin, c'est l'un des plus brillants accords parfaits. En effet, si les vins rouges développent souvent un côté métallique mariés au fromage, l'acidité du champagne en contrebalance, elle, le gras.

*« Les Français ont une relation d'amour presque aveugle avec le champagne. D'un côté ils sont subjugués par la force mythique du champagne et de ses marques. De l'autre, c'est une véritable demande de connaissances et de compréhension qu'ils expriment dans cette enquête »* déclare Thomas Tougard, Directeur général adjoint IPSOS France.

*« Malgré le contexte économique et financier de la France d'aujourd'hui, l'étude révèle que 85% des Français vont ouvrir une bouteille de champagne pour les fêtes de vins d'année. Le champagne garde donc pleinement la puissance de*

[www.1855.com](http://www.1855.com)

10, rue des Moulins - 75001 Paris, France - Tél. : +33 (0) 1 42 61 18 55 - Fax : +33 (0) 1 42 61 18 31

*son imaginaire de fête, de plaisir et de célébration* » déclare Emeric Sauty de Chalon, Président de 1855.

[www.1855.com](http://www.1855.com)

10, rue des Moulins - 75001 Paris, France - Tél. : +33 (0) 1 42 61 18 55 - Fax  
: +33 (0) 1 42 61 18 31

## **L'observatoire des Français et du vin 1855/Ipsos**

« L'observatoire des Français et du vin 1855/Ipsos » publie des études centrées sur les consommateurs de vins. Il a pour ambition de :

- Disposer de données grand public centrées sur la consommation de vin en France et pas seulement sur la production ou l'exportation de vins.
- Capter les évolutions et les nouvelles tendances des amateurs de vin en France, du débutant à l'amateur confirmé, afin d'apporter un nouvel éclairage aux différents acteurs de la distribution de vins.
- Vérifier la validité des idées reçues du monde du vin, comme par exemple « En France, ce sont les hommes qui achètent le vin » ;

Cinquième acteur mondial des études, Ipsos est présent dans 65 pays. Depuis l'année de sa création en 1975, Ipsos s'est spécialisé dans cinq domaines d'expertise - études publicitaires, études marketing, études médias, études d'opinion et recherche sociale, études liées à la gestion de la relation client et études internes en entreprise.

\* Les consommateurs réguliers sont les Français qui consomment du champagne au moins une fois par mois.

Méthode : l'étude Ad'hoc a été menée via l'Access Panel Online de Ipsos, auprès de 1000 individus, représentatifs de la population française en termes de sexe, âge, région, CSP (quotas). L'étude a été menée du 8 au 10 novembre 2010.

*En 1855, Napoléon III faisait classer les plus grands vins de Bordeaux. Aujourd'hui, 1855 propose aux amateurs le plus grand choix de vins au monde, avec plus de 25 000 références de vins. L'objectif de 1855 est de bâtir la première marque mondiale de luxe dans la vente de grands vins.*

### **Contact Presse**

Lucie Delaruelle

Responsable Communication, 1855

Tél. : +33 (0) 1 42 61 06 55 - Email : [ldelaruelle@1855.com](mailto:ldelaruelle@1855.com)

Plus d'informations sur : <http://www.1855.com/media/>

1855 est une société cotée sur le marché Alternext d'Euronext Paris. Code ISIN FR0004168243 - Code MNEMO : AL185

[www.1855.com](http://www.1855.com)

10, rue des Moulins - 75001 Paris, France - Tél. : +33 (0) 1 42 61 18 55 - Fax : +33 (0) 1 42 61 18 31