



**L'image et la consommation du vin chez les jeunes:
une étude comparative des consommateurs français et américains**

Krista Duniach
Université d'Angers
krista.duniach@univ-angers.fr

Alors que la consommation du vin ne cesse de diminuer en France comme dans de nombreux autres pays, la cible des jeunes consommateurs est de plus en plus convoitée par les professionnels vitivinicoles. Cette recherche exploratoire a pour objectif de mieux cerner l'image du vin chez ces jeunes et d'expliquer leurs habitudes de consommation (ou de non-consommation). Une analyse des différentes représentations et des contextes de consommation sera développée à partir de quatre réunions de groupe actuellement en cours de réalisation auprès d'étudiants français et américains. L'étude portera sur une comparaison quantitative des associations cognitives ainsi que sur l'identification et l'hierarchisation des principaux critères déterminants de l'acte d'achat et de consommation de vin.