

OFFRE DE STAGE

Analyse de l'offre de vins à faible teneur en alcool et de leur acceptation par les jeunes consommateurs

LA CHAIRE D'ENTREPRISES VIGNE ET VIN

La Chaire d'entreprises Vigne et Vin associe l'Institut Agro Montpellier, INRAE et l'Université de Montpellier a un réseau d'entreprises de la filière vitivinicole : AdVini, AgroSud, Diam, l'ICV, InVivo Foundation, Lallemand Oenology, Mercier, Moët Hennessy et les Vignerons de Buzet.

La chaire est un espace de réflexion entre ces acteurs pour porter des actions d'intérêt commun en lien avec la Recherche, le Transfert de Savoir et la Formation.

CONTEXTE

Depuis quelques années déjà, la recherche œnologique s'intéresse au développement d'une offre de vin à faible teneur en alcool. Une telle offre, même si elle reste limitée, répond à des attentes sociétales importantes (santé vs alcool) et s'inscrit dans une tendance de consommation internationale importante (développement des bars *No Low*, offres importantes sur les marchés anglo-saxons de vins *No Low*, actions des grandes entreprises brassicoles pour élargir leurs gammes, etc). Le développement d'une telle offre pourrait aussi répondre aux enjeux de déconsommation de vin par les jeunes consommateurs. Cette question n'est pas sans poser de questions relatives à la définition-même du vin.

OBJECTIFS

L'objectif de cette recherche est de mener une investigation détaillée sur deux volets : d'abord une analyse de l'offre française (en comparaison avec les marchés internationaux) en termes de produits, de communication et de stratégies des entreprises ; ensuite, une analyse des motivations et des freins d'achat et plus largement des profils et des comportements des consommateurs et notamment des jeunes consommateurs.

TÂCHES

- analyse documentaire et recherche bibliographique sur le développement de l'offre de vin No Low (travaux académiques, revues de presse spécialisée et généraliste, etc.)
- comparaisons internationales de l'offre et de la dimension juridique *No Low*
- relevé des évènements (et supports de communication) en lien avec *No Low*
- relevé de l'offre (format, marques, prix, et circuits de distribution) en se basant sur des visites des points de vente et de consultation des sites internet
- analyse du profil des entreprises, gammes offertes, communication et *mapping* concurrentiel (entretiens avec les entreprises, relevés GD et analyse des sites internet)
- réalisation d'une enquête en ligne auprès des jeunes consommateurs
- réalisation d'entretiens individuels et collectifs pour tester une offre de vin *Low Alcohol*
- réalisation d'une expérimentation-dégustation pour tester les perceptions, les dispositions à payer et les freins à l'achat-consommation
- rédaction d'un rapport détaillé et d'une fiche synthétique de restitution des résultats auprès des professionnels

DEROULEMENT DU STAGE

La première partie du stage sera consacrée aux recherches documentaires et aux relevés de terrain, la seconde aux enquêtes qualitatives, quantitatives et à la réalisation des tests sensoriels.

DATE ET LIEU DE REALISATION DU STAGE

Le stage d'une durée de 6 mois est à pourvoir à partir de février-mars 2024.

Le stage sera basé à Toulouse, dans les laboratoires de l'Ecole d'Ingénieurs de PURPAN, mais plusieurs déplacements à l'UMR MoISA de Montpellier sont à prévoir.

Les frais professionnels engagés seront remboursés et la rémunération proposée suivra le barème légal en vigueur (550 euros/mois environ pour 35h hebdomadaire).

PROFIL RECHERCHE

Nous recherchons un.e étudiant.e en école d'agronomie, Master d'économie ou de marketing de niveau Bac +4, avec un intérêt pour le vin, possédant de la rigueur, une capacité de synthèse, du dynamisme, de l'autonomie et un bon relationnel. Une maîtrise des outils informatiques (Word, Excel, analyses statistiques), de l'anglais scientifique et la possession du permis B sont attendus.

CANDIDATURE

Envoyer CV et lettre de motivation à Foued CHERIET foued.cheriet@supagro.fr et à Olivier GEFFROY olivier.geffroy@purpan.fr