



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SEPTEMBRE 2026



VIN & SOCIÉTÉ

AU NOM DES 500 000 ACTEURS
DE LA VIGNE ET DU VIN

ÉTUDE Deloitte. 2026 POUR VIN & SOCIÉTÉ

LE VIN, UN PATRIMOINE VIVANT QUI A DE LA VALEUR POUR LES FRANÇAIS

Pour la première fois, une étude du cabinet Deloitte mesure la valeur que les Français accordent au patrimoine culturel du vin, au-delà de son poids économique. Résultat : ils sont prêts à consacrer collectivement 5,2 milliards d'euros à sa préservation et jusqu'à 6,8 milliards d'euros à son renforcement. C'est bien au-dessus de la moyenne des grands biens culturels mondiaux comme le Colisée (Italie) ou la Grande Barrière de corail (Australie).

Avec 92 milliards d'euros de chiffre d'affaires, 440 000 emplois et près de 12 millions d'œnotouristes chaque année, le poids économique et social de la filière vin est bien connu. Mais quelle valeur les Français accordent-ils au vin pour ce qu'il représente : des savoir-faire, des moments de partage, un héritage culturel et une part de l'image de la France ? C'est cette valeur patrimoniale, indépendante de la consommation du vin, que Deloitte a cherché à mesurer.

Trois dimensions pour révéler la valeur du patrimoine du vin

Que vaut ce patrimoine aux yeux des Français, indépendamment de ce qu'il rapporte au pays ? « Pour mesurer la valeur que les Français accordent au patrimoine culturel immatériel du vin, nous avons, avec l'appui d'un comité scientifique, choisi de le décomposer en trois grandes dimensions : les connaissances et savoir-faire liés au vin ; la convivialité et le lien social, associés aux moments de partage ; et enfin l'héritage culturel et le rayonnement, qui recouvrent sa place dans l'identité française, sa transmission entre générations et l'image de la France à l'international », explique Olivier Sautel, du cabinet Deloitte.

Pour les Français, le patrimoine culturel du vin est d'abord une affaire de **convivialité et de lien social** : 70 % placent cette dimension en tête, devant l'héritage culturel et le rayonnement (53 %) et les connaissances liées au vin (27 %). Mais lorsqu'il faut **arbitrer et donner une valeur à ces différentes dimensions, la hiérarchie change ! L'héritage culturel et le rayonnement arrivent en tête !**

« La convivialité reste très valorisée, sans que les Français souhaitent que le vin prenne une place encore plus forte dans leurs moments de partage. Attachement culturel et consommation responsable ne s'opposent pas », souligne Liesbeth de Fossé, du cabinet Deloitte.

VALEUR ATTRIBUÉE PAR LES FRANÇAIS À LA PRÉSERVATION ET AU RENFORCEMENT DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL DU VIN

PAR PERSONNE, EN EUROS	PRÉSERVER	RENFORCER
Héritage culturel et rayonnement	38 €	62 €
Convivialité et lien social	33 €	18 €
Connaissances et enrichissement intellectuel	23 €	42 €
Ensemble du patrimoine	94 €	123 €

Lecture : chaque montant correspond à ce qu'un Français accepte de verser pour cette seule dimension, dans l'un ou l'autre des deux scénarios soumis aux répondants.

1. Retombées économiques et sociales de la filière vigne et vin en France, février 2024 <https://www.vinetsociete.fr/etude/retombees-economiques-sociales-filiere-vigne-et-vin-france/>

2. L'impact de l'œnotourisme en France, juillet 2025 <https://www.vinetsociete.fr/etude/impact-oenotourisme-france/>



Un patrimoine que les Français souhaitent entretenir et renforcer

Placés face à différents scénarios faisant évoluer ces trois dimensions et impliquant une contribution financière, les Français se déclarent prêts à consacrer en moyenne 94 euros par personne à la préservation du patrimoine culturel du vin, soit 5,2 milliards d'euros à l'échelle nationale.

Pour renforcer ce patrimoine et sa transmission, ce montant atteint 123 euros par personne, soit 6,8 milliards d'euros. **« Non seulement les Français souhaitent manifestement préserver le patrimoine culturel du vin, ce qui nous réjouit évidemment, mais en plus ces chiffres montrent qu'ils sont prêts à investir davantage encore dans son renforcement. Cela constitue pour toute la filière vin une réelle fierté. Le patrimoine du vin apparaît ainsi moins comme un héritage à conserver sous cloche que comme un capital culturel vivant, à transmettre et à faire rayonner ! »**, souligne Samuel Montgermont, Président de Vin & Société.

6,8 Mds€

la valeur accordée par les Français à l'existence et au renforcement du patrimoine culturel du vin

5,2 Mds€

la valeur accordée par les Français à la préservation du patrimoine culturel du vin

86 %

estiment que le vin appartient à l'identité culturelle française



Le patrimoine culturel du vin parmi les plus valorisés au monde³

« La valeur mesurée dans cette étude correspond à la « valeur de non-usage » du vin, c'est-à-dire à sa valeur d'existence, de legs et de patrimoine, indépendamment de sa consommation ou de sa fréquentation. Avec un consentement à payer compris entre 94 et 123 euros par personne, le patrimoine culturel du vin se situe à un niveau particulièrement élevé, nettement supérieur à la moyenne de 57 euros observée dans la littérature académique », déclare Maia David, professeure en économie de l'environnement à AgroParisTech.

À titre de comparaison, cette valeur est estimée à 60 euros pour le Colisée, 55 euros pour la Grande Barrière de corail et 38 euros pour les paysages culturels du café en Colombie. **Le vin se place ainsi dans le haut des valorisations internationales accordées aux biens présentant une forte dimension d'héritage culturel et patrimonial.**



UNE VALEUR QUI TRAVERSE LES GÉNÉRATIONS ET LES TERRITOIRES

Les résultats montrent également que cette valorisation élevée du patrimoine culturel du vin est largement partagée par toutes les catégories de la population française. Ni l'âge, ni le sexe, ni la catégorie socioprofessionnelle ne modifient sensiblement la valeur accordée au patrimoine culturel du vin.

La géographie ne bouleverse pas davantage le constat, même si la **proximité avec le vignoble renforce l'attachement** : les habitants des régions viticoles sont prêts à consacrer 111 euros à la préservation de ce patrimoine, mais la valorisation reste très significative parmi les habitants des autres régions (82 euros).

Preuve que le vin appartient à un imaginaire collectif largement partagé, cet attachement n'est pas spécifique aux consommateurs de vin. Trois non-consommateurs sur quatre valorisent au moins une dimension de ce patrimoine et près d'un sur deux (47 %) se dit fier lorsqu'un vin français est reconnu à l'étranger.

3. Ces comparaisons demeurent indicatives, la nature de la contribution demandée, celle du patrimoine évalué et le public interrogé variant d'une étude à l'autre.



Méthodologie de l'étude

L'étude repose sur une expérience de choix discrets, méthode aujourd'hui considérée comme la référence pour évaluer un bien dépourvu de prix de marché, en ce qu'elle révèle les préférences par les arbitrages plutôt que par la déclaration directe. Le patrimoine culturel ne fait l'objet d'aucune transaction, de sorte qu'il n'a pas de prix et que sa valeur demeure absente des bilans comme des débats publics.

L'échantillon : 2 040 répondants représentatifs de la population française (France métropolitaine, 18 ans et plus), dont 52 % de femmes, pour une moyenne d'âge de 50 ans ; 41 % résident en région viticole et 85 % consomment du vin.

Le protocole : Deux vidéos pédagogiques ont d'abord homogénéisé la compréhension des notions. Chaque répondant a ensuite procédé à huit arbitrages successifs entre des scénarios hypothétiques combinant des états dégradé, intermédiaire ou amélioré des trois dimensions du patrimoine et une contribution comprise entre 0 et 40 euros, présentée comme un don à un fonds dédié. Un modèle économétrique isole enfin la valeur attachée à chaque dimension. Une enquête pilote préalable auprès de 62 répondants avait permis d'optimiser le dispositif.

La co-construction : L'étude a été conduite par le cabinet Deloitte (Olivier Sautel, Chef Économiste de Deloitte France, Liesbeth de Fossé, économiste, Liza Trambouze, économiste) avec l'appui académique de Maia David, professeure en économie de l'environnement à AgroParisTech, spécialiste des expériences de choix discrets, sur la base d'une revue approfondie de la littérature économique internationale, avec la participation d'un comité scientifique (Marion Demossier, anthropologue, Université de Southampton ; Olivier Jacquet, historien, Chaire Unesco cultures et traditions du vin ; Véronique Lemoine, Responsable scientifique de la Cité du Vin de Bordeaux ; Solène Jaboulet, Responsable communication et marketing de la Cité du Vin ; Philippe Hernandez, Directeur de la programmation et du développement culture de la Cité du Vin ; Laure Ménétrier, Directrice-Conservatrice du Musée du vin de Champagne et d'archéologie régionale).

L'œil de l'experte :

Maia David, professeure en économie de l'environnement à AgroParisTech



« La méthodologie employée dans l'étude est robuste et à la pointe. Toutes les règles de l'art ont été respectées dans l'élaboration de cette expérience de choix discrets : nombre de cartes de choix proposées, design expérimental et enquête pilote, attention portée à la pédagogie et à la neutralité des propositions, taille et représentativité de l'échantillon, collecte et traitement économétrique des données, etc. Il y a notamment eu une réelle enquête pilote, ce qui est ici un point fort. »

À propos de Vin & Société

Vin & Société est une structure unique en France. Elle représente l'ensemble de la filière vigne et vin, soit plus de 440 000 acteurs directs et indirects, et fédère les deux familles que sont la production et le négoce. 21 interprofessions régionales et 7 organisations nationales agissent au travers de notre association pour défendre la place du vin en France et transmettre ses valeurs. Au nom des 440 000 acteurs de la vigne et du vin, Vin & Société dialogue en permanence avec les pouvoirs publics et la société française. Leader d'opinion et porteuse de la dynamique de toute une filière, elle souhaite également être un laboratoire d'idées nouvelles pour le vin et la société de demain.

Contact presse :

Patrick Chastel

patrick.chastel@comfluence.fr

06 35 47 12 36

Hélène Milesi

helene.milesi@comfluence.fr

06 71 73 92 06

Pour en savoir plus

<https://www.vinetsociete.fr/>



VIN & SOCIÉTÉ

AU NOM DES 500 000 ACTEURS
DE LA VIGNE ET DU VIN