



BAROMÈTRE 2025 POUR VIN & SOCIÉTÉ LES FRANÇAIS ET LE VIN

LE VIN, UN EMBLÈME CULTUREL EN PLEINE TRANSFORMATION

Plus que jamais, le vin s'avère un repère culturel majeur pour les Français. 94 % considèrent que le vin fait partie de l'identité culturelle de la France. Derrière ce fort attachement patrimonial, les usages, évoluent sensiblement : moins consommé, le vin s'impose de plus en plus comme une boisson « distinguée », associée à la convivialité de moments choisis.



Le vin, fierté culturelle et symbole de l'art de vivre

Avec **plus de 3/4 des Français qui en consomment (77%)**, le vin demeure leur boisson préférée et est une icône nationale pour **94 % d'entre eux**. Cette image positive rejaillit sur l'ensemble de la filière viti-vinicole, perçue à la fois comme artisanale (74 %) et respectueuse de l'environnement (75 %). Elle incarne la passion, le savoir-faire et la diversité des terroirs qui font rayonner notre pays. 84 % considèrent que le vin est « une composante de l'art de vivre à la française », auquel les Français se disent attachés.

Si le vin est identifié comme un marqueur culturel, il est avant tout un sujet de fierté nationale : **92 % des Français** estiment que le vin donne une bonne image de la France dans le monde et qu'il participe à l'attractivité des touristes dans nos régions.

Il est aussi reconnu en tant que levier économique : **pour 92 % des Français**, le vin contribue à « une part importante des exportations françaises » et « dynamise et crée de l'emploi » (82 %).



Consommé moins fréquemment mais plus rituellement

Cette starification du vin se conjugue à de nouvelles pratiques de consommation. Les Français sont de moins en moins nombreux à consommer du vin : **ils sont désormais 77 % à déclarer en boire, contre 85 % en 2019**. L'image d'Épinal de la bouteille de vin sur la toile cirée du repas quotidien a vécu.

Ce recul ne traduit toutefois pas un désintérêt : le vin est désormais réservé à des moments choisis, de plus en plus considéré comme un produit « noble » (**44 %, +12 points vs 2019**), voire réservé aux grandes occasions (**11 %, +5 points vs 2019**).



La viticulture, un secteur d'excellence à soutenir selon les Français

Les Français sont conscients des défis de la filière – baisse de la consommation, réchauffement climatique, concurrence étrangère – et estiment que la viticulture reste **une filière stratégique de l'Hexagone**. Elle figure parmi les secteurs d'excellence à **soutenir en priorité (31 %)**, au même niveau que **l'aéronautique (31 %)** et juste derrière **l'industrie pharmaceutique (43 %)**. Preuve que, même moins présent sur la table, le vin conserve toute **sa place dans le récit collectif et dans l'économie nationale**.



La modération : une pratique largement adoptée

La modération s'impose aujourd'hui comme une dimension incontournable du rapport des Français au vin. **88 % d'entre eux** déclare respecter les repères de consommation recommandés par les autorités sanitaires.

Pour **71 % des Français**, les pouvoirs publics doivent avant tout adopter un discours axé sur la modération et la lutte contre les excès, plutôt que sur la réduction de la consommation ou l'abstinence.

Parallèlement, la filière viticole est aussi perçue comme partie prenante essentielle de la modération. Ainsi, **89 % des Français** considèrent qu'elle a un devoir d'information en matière de consommation responsable, qu'**elle est légitime pour le faire (84 %)** et, lorsqu'elle le fait, **est jugée crédible par 76 % des Français**.



« Dans un monde en mutation rapide, où les repères changent profondément, l'attachement des Français au vin mis en lumière par ce sondage traduit un besoin de stabilité et de réassurance. Le vin reste une image positive et rassurante, qui incarne à la fois la continuité de nos traditions et la force de notre art de vivre. Mais il revient à la filière d'accompagner cette évolution pour que ce lien demeure vivant et en phase avec les attentes de la société. », résume **Samuel Montgermont**, président de Vin & Société.

À propos de Vin et 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.

Contacts presse

Hélène Milesi

helene.milesi@comfluence.fr

06 71 73 92 06

Patrick Chastel

patrick.chastel@comfluence.fr

06 35 47 12 36

Pour en savoir plus

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



VIN & SOCIÉTÉ

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