



ÉDITO



L'histoire du vin et de la France sont intimement liées depuis de nombreux siècles. L'un a concouru à la renommée mondiale de l'autre. Le vin fait partie de notre soft power avec une influence qui a su montrer son efficacité.

Elle s'inscrit aussi dans l'espace : le vin fait partie de notre tissu économique le plus enraciné dans nos terroirs. Non délocalisable et présent dans 90 départements français. Qui a traversé un village viticole a bien compris comment l'activité des vignerons et des négociants irrigue leurs régions.

Nous, filière vin, le savons bien. Encore fallait-il le mesurer avec des instruments fiables. C'est chose faite avec l'étude que le cabinet Deloitte a réalisée à notre demande. Avec 440 000 emplois pour 92 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le résultat nous place au rang des plus grandes forces de notre pays.

Nos dirigeants doivent intégrer le poids économique de notre filière et réfléchir aux conséquences potentielles de politiques de santé publique drastiques. Tendre vers la dénormalisation du produit, c'est non seulement aller contre le principe de modération, dont la science a démontré le bien-fondé, mais c'est aussi tenter d'affaiblir un secteur entier de l'économie nationale.

Samuel MONTGERMONT
Président de Vin & Société

Non à la stigmatisation

À chaque rencontre, Vin & Société a souligné le poids économique de la filière pour la France (voir pages suivantes) et partagé ses craintes quant à la stigmatisation de la consommation d'alcool, à l'image du discours de l'Organisation Mondiale de la Santé et son message sur le *no safe level of alcohol*, sous-entendant que toute consommation serait à risque. De nombreuses études menées depuis les années 70 montrent pourtant que les consommateurs légers et modérés d'alcool vivent aussi longtemps que les abstinentes.

Les représentants de Vin & Société ont détaillé les conséquences économiques négatives sur la filière vitivinicole française de cette « dénormalisation » de la consommation d'alcool. Un message stigmatisant pour ses produits alors que la consommation de vin a diminué de 70 % depuis 60 ans et que la majorité des Français a intégré l'idée de modération.

« Pas favorable à une augmentation des taxes »

Consciente de ses responsabilités, la filière a renouvelé son souhait d'être associée à la politique de santé et de prévention. Elle s'est par ailleurs félicitée de la position du ministre des Comptes publics, **Thomas Cazenave, qui a déclaré ne pas être favorable à une augmentation des taxes sur l'alcool**, considérant que le problème des consommations excessives d'alcool doit être traité grâce à des politiques de prévention, d'information, de lutte contre les addictions.

AFFAIRES PUBLIQUES

PAVILLON DES VINS 2024 : UNE ÉDITION DENSE ET RÉUSSIE



Pas moins de sept ministres, une soixantaine de députés et sénateurs, une dizaine de députés européens : les élus se sont déplacés en nombre sur le Pavillon des vins au Salon de l'agriculture. Vin & Société a porté sans relâche les messages de la filière vin sur les sujets sociétaux.

Malgré des débuts chahutés, l'édition 2024 du Salon de l'agriculture a tenu ses promesses. La semaine a été l'occasion d'échanges de qualité avec de nombreux élus pour la filière vitivinicole présente au Pavillon des vins. Un entretien a notamment eu lieu avec le tout récent Premier ministre, Gabriel Attal.

LA FILIÈRE LES A RENCONTRÉS



Gabriel Attal, Premier ministre

Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire

Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée et de la Souveraineté alimentaire

Catherine Vautrin, ministre du Travail, de la Santé et des Solidarités

Frédéric Valletoux, ministre délégué, chargé de la Santé et de la Prévention

Thomas Cazenave, ministre délégué aux Comptes publics

Franck Riester, ministre délégué, chargé du Commerce extérieur

FILIÈRE VIN : UN CHAMPION ÉCONOMIQUE FRANÇAIS À PRÉSERVER

Le vin est une richesse pour la France. Mais à quelle hauteur la filière contribue-t-elle à l'économie nationale ? Une étude du cabinet Deloitte vient d'objectiver cet impact : la production et la vente de vin et eaux-de-vie de vin soutiennent 440 000 emplois en France. Et génèrent un chiffre d'affaires de 92 milliards d'euros.

Malgré les crises et la déconsommation de vin, la filière vin demeure une contributrice majeure à l'économie nationale. C'est ce que confirme une étude réalisée par le cabinet Deloitte à la demande de Vin & Société et du CNIV (Comité national des interprofessions des vins à appellation d'origine et à indication géographique). Pour cela, les économistes ont fait appel à une méthodologie éprouvée et transparente, se fondant sur des données publiques et des bases de données financières.



RETROUVEZ LE WEBINAIRE DE LA RESTITUTION DE L'ÉTUDE : [HTTPS://YOUTU.BE/LGCZUDCSN8M](https://youtu.be/LGCZUDCSN8M)

UN CHIFFRE D'AFFAIRES DE
92 MILLIARDS D'€
ET UNE VALEUR AJOUTÉE DE 32 MDS €



SOIT 1,4 % DU PIB DE LA FRANCE

Source : Vin & Société / Deloitte

92 milliards de chiffre d'affaires

Elle génère un chiffre d'affaires de 92 milliards d'euros annuel. Un résultat qui place la filière au niveau d'entreprises comme Nestlé ou Pfizer, devant EDF ou Carrefour. Autant dire, un poids lourd dans l'économie française. 59 milliards d'euros sont générés par les activités directes, du vigneron au restaurateur, auxquels s'ajoutent 33 milliards d'euros par « effet d'entraînement », c'est-à-dire l'activité induite par les achats (tracteurs, bouteilles, bois pour les fûts, etc.) et les salaires versés.

1,4 % du PIB

La filière viticole dégage une valeur ajoutée de 32 milliards d'euros, soit à elle seule 1,4 % du PIB (produit intérieur brut). Point fort : cette activité est répartie dans 90 départements du territoire, irrigant les territoires ruraux comme les centres urbains. Autre caractéristique remarquable : l'intensité en emplois relativement forte, avec 15 employés pour 1 million d'euros de valeur ajoutée pour les entreprises spécialisées de la filière vin, contre seulement 10,5 pour l'ensemble des activités d'industrie et de service. Enfin, elle fait appel à une large diversité de métiers et savoir-faire.

440 000

EMPLOIS ETP EN FRANCE



SOIT 2 % DES EMPLOIS EN FRANCE
DONT 254 000 ETP AU SEIN DE
LA FILIÈRE
(PRODUCTION, NÉGOCE, DISTRIBUTION)

Source : Vin & Société / Deloitte

440 000 équivalent temps-plein

Au total, la filière vin et eaux-de-vie de vin emploie ou fait vivre 440 000 équivalent temps-plein en France, soit 2 % des emplois en France et près de 20 % des emplois agricoles.

6,4 MILLIARDS D'€

DE RECETTES FISCALES



DONT PRÈS DE LA MOITIÉ
ISSUE DE LA TVA

Source : Vin & Société / Deloitte

6,4 milliards d'euros de recettes fiscales

L'activité de la filière permet également d'alimenter les comptes publics à hauteur de 6,4 milliards d'euros. Ces recettes incluent les recettes liées aux ventes de vin, via la TVA (2,9 milliards d'euros) ainsi que les taxes sur les entreprises (3,5 milliards d'euros) telles que la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE). Le calcul de ces recettes n'inclut pas une série de contributions également acquittées par la filière, telles que les charges patronales, les cotisations MSA, les taxes sur les transactions foncières viticoles, l'impôt sur les sociétés ni l'impôt sur le bénéfice.

Une méthode de calcul reconnue, des hypothèses transparentes

Pour arriver à des résultats robustes, le cabinet Deloitte s'est appuyé sur des bases de données publiques ou des sources directes des entreprises et a eu recours à une méthode éprouvée.

La première étape a consisté à dénombrer les entreprises **directement liées au vin** : vignerons, courtiers, négociants, distributeurs... Par exemple, le nombre de 59 000 exploitations viticoles est donné par le recensement général agricole, pour 125 000 ETP (équivalent temps plein). Les négociants et le commerce de gros comptent pour 44 000 ETP.

Pour le secteur de la distribution, le raisonnement se fait par attribution : seule la partie de l'activité directement liée au vin est prise en compte. La restauration traditionnelle, par exemple, dégage un chiffre d'affaires de 34 milliards d'euros et emploie 315 000 ETP. Les auteurs ont considéré que 21 % de ces emplois sont soutenus par le vin puisqu'il représente 21 % du CA. Même principe pour la grande distribution.

Une fois ces acteurs directs comptabilisés, leurs « **effets d'entraînements** » sont estimés. Car « pour que le vin arrive au verre il faut aussi des cartons, des tonneaux, du transport, des services comptables, etc », soulignent les auteurs de l'étude.

Ces effets correspondent aux flux financiers injectés dans l'économie. Sont pris en compte les **achats aux fournisseurs**, comme les achats de matériel pour la vigne ou la cave, mais aussi les impacts indirects, c'est-à-dire **les achats que les fournisseurs réalisent** pour fabriquer ces biens, comme l'acier pour les cuves.

Le tableau ne serait pas complet sans considérer **les effets induits**. Ces derniers correspondent aux **achats réalisés avec les salaires** versés par les acteurs directs indirectes qui vont alimenter une partie de la consommation des ménages. Pour cela, la méthodologie *Input-output* (entrées-sorties) a été utilisée. Elle conduit à un montant 12,8 milliards d'euros de « ruissellement ».

Des chiffres a minima

Les chiffres donnés par cette étude sont déjà impressionnants. Pourtant ils sont sans doute sous-estimés car le cabinet Deloitte a retenu des estimations a minima, par exemple pour les cavistes ou les restaurateurs. De même, le champ de l'étude ne prend pas en compte l'œnotourisme, ni les effets générés à l'étranger.

« La filière vin est un véritable champion économique, fière d'avoir conservé ses racines et ses emplois. Mais ce champion, il faut aussi le préserver et le cultiver face aux crises », soulignent Samuel Montgermont, président de Vin & Société et Bernard Farges, président du CNIV.

VITICULTURE : QUATRE EMPLOIS SUR DIX



En vendant leurs vins et eaux-de-vie de vin, les viticulteurs génèrent près de **10 milliards d'euros de chiffre d'affaires**. Leurs **59 000 exploitations** viticoles réparties sur le territoire national couvrent **plus de 750 000 hectares de vignoble**.



Cette activité soutient à elle seule **175 558 équivalents temps plein (ETP)**.



En prenant en compte les achats de fournitures des viticulteurs, ceux de leurs fournisseurs et l'activité induite par tous les salaires versés, la viticulture a un impact supplémentaire de **9,2 milliards d'euros** en France.



Elle représente **quatre emplois sur dix** (directs, indirects ou induits) que l'ensemble de la filière emploie ou fait vivre au niveau national.

STOP À LA DÉNORMALISATION DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL, OUI À LA MODÉRATION



Sous l'effet d'un portage médiatique intense, le « dry january » se renforce en tant que phénomène de société : près de 20 % des Français s'y sont essayés cette année contre 14 % il y a quatre ans. Face à ce phénomène, Vin & Société a réaffirmé sa vision fondée sur une consommation modérée et son opposition à l'institutionnalisation d'un mois sans alcool.

Depuis 2020, la pratique du *dry january* ou « défi de janvier » a recruté une part croissante de la population française. Afin de mieux cerner le phénomène, un sondage a été réalisé par l'Ifop à la demande de Vin & Société¹. Les résultats confirment l'empreinte croissante de cette pratique : 81 % des Français ont entendu parler du concept, soit sept points de plus que l'an dernier. Sous l'effet de cette tendance sociétale, toutes les boissons alcoolisées affichent un recul en volume en GMS plus important en janvier 2024 (- 6,4 % - source Circana pour le CNIV) que sur l'ensemble de l'année 2023. Cet effet est particulièrement marqué sur les vins tranquilles (- 8,3 %) et effervescents (-4,4 %).

Un phénomène porté par les médias

Cette année, le tempo médiatique de la nouvelle édition du *Dry January* a été dicté par une campagne lancée par les addictologues dès le mois de décembre 2023, via une tribune publiée dans [Le Parisien](#), visant à dénoncer l'absence du soutien du gouvernement sous la pression du « lobby du vin ».

Vin & Société a été amené à se positionner en réaction via une série d'interviews dans les principaux médias en rappelant son opposition à l'institutionnalisation d'un mois sans alcool. En proactif, Vin & Société et le CNIV ont ouvert un autre débat médiatique via une conférence de presse présentant le plan stratégique de la filière vin.

Concernant la pratique du *Dry January*, les médias sont la première source

d'information des Français, loin devant les réseaux sociaux ou l'entourage. De fait, les médias semblent avoir installé un nouveau marronnier, avec un nombre de publications en ligne et sur X (ex Twitter) qui a doublé entre décembre 2023 et 2022. Cette progression s'est même amplifiée début 2024 par rapport à 2023.

Dans le même temps, le nombre de personnes qui pratiquent le *dry january* progresse : 19 % des Français déclarent avoir participé cette année, la moitié ayant tenu le défi rigoureusement. Ils n'étaient que 14 % en 2020. L'idée trouve un écho plus large chez les jeunes, plutôt les hommes, avec un Français sur quatre de moins de 35 ans à l'avoir suivie. **Malgré cette adhésion plus forte, la moitié des participants réduisent leur consommation d'alcool ou arrêtent seulement quelques jours plutôt que de pratiquer une abstinence totale.**

Pas d'adhésion majoritaire sur un éventuel soutien public

Leurs motivations ? Elles demeurent assez stables : avoir un mode de vie plus sain (58 %), réfléchir à leur consommation d'alcool (39 %), perdre du poids (31 %). C'est sans doute pourquoi la majorité des participants déclarent vouloir réitérer l'expérience l'an prochain. En revanche, **l'idée que les pouvoirs publics pourraient soutenir cette initiative ne provoque pas d'adhésion majoritaire parmi les Français, y compris parmi les participants.**



diffusé le 13 décembre 2023

«15 jours avant le Dry January, les addictologues saoulés par le gouvernement.»

Intervention de Samuel Montgermont sur France Inter au cours du « Téléphone sonne ».



diffusé le 5 janvier 2024

Intervention de Stéphanie Piot dans un Journal télévisé de France 2.



diffusé le 11 janvier 2024

Intervention de Krystel Lepresle dans le reportage d'Envoyé Spécial (France 2) sur le Dry January.

Pour Vin & Société, une action comme le *dry january* intervient à contretemps dans notre pays où l'immense majorité des Français a adopté un modèle de consommation modéré. La filière a marqué son opposition à une institutionnalisation du mois sans alcool, avec succès cette année encore, convaincue que 12 mois de modération valent mieux qu'un mois d'abstinence.

1. Un échantillon de 2 514 personnes représentatives de la population française a été interrogé en février 2024.



VIN & SOCIÉTÉ

Les Actus de V&S est une publication de Vin & Société. Responsable de la publication : Krystel Lepresle. © Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de Vin & Société. Clause de non responsabilité : la rédaction s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés.

VIN & SOCIÉTÉ, 12 rue Sainte Anne – 75001 Paris
Tél. : +33 01 55 35 08 35 – <https://www.vinetsociete.fr/>
Infographies © Studio 28 - Réalisation : © Studio 28

Plus d'informations sur :

LINKEDIN

X (TWITTER)

INSTAGRAM