vinetur

Los franceses valoran en 6.800 millones el patrimonio cultural del vino

La herencia cultural recibe la mayor valoración económica por delante de la convivencia

miércoles 7 de octubre de 2026



Los franceses están dispuestos a aportar de media 123 euros por persona para reforzar el patrimonio cultural inmaterial del vino y 94 euros para preservarlo. Traducido al conjunto del país, esa valoración asciende a 6.800 millones de euros en el primer caso

y a 5.200 millones en el segundo, según un estudio elaborado por Deloitte para Vin & Société y difundido este miércoles, 7 de octubre.

La investigación intenta medir qué valor conceden los franceses al vino más allá de su consumo y de su peso económico. El trabajo parte de tres dimensiones: los conocimientos y saberes ligados al vino, la convivencia y el vínculo social asociados a los momentos compartidos, y la herencia cultural con su proyección exterior, que incluye su lugar en la identidad francesa y su transmisión entre generaciones.

Olivier Sautel, economista jefe de Deloitte Francia, explica que el objetivo era calcular el valor del patrimonio cultural inmaterial del vino al margen de lo que genera en ventas o empleo. Vin & Société recuerda que la cadena del vino mueve 92.000 millones de euros de facturación, suma 440.000 empleos y recibe cerca de 12 millones de visitantes vinculados al enoturismo cada año, pero el estudio se centra en otro terreno: el valor simbólico, cultural y social que la población atribuye a ese patrimonio.

Cuando se pregunta a los encuestados qué dimensión sitúan en primer lugar, el 70% coloca por delante la convivencia y el vínculo social. Después aparecen la herencia cultural y la proyección exterior, con un 53%, y los conocimientos ligados al vino, con un 27%. Sin embargo, al introducir una aportación económica y pedir a los participantes que elijan entre varios escenarios, el orden cambia. La mayor cuantía se asigna a la herencia cultural y a la proyección exterior.

En el escenario de preservación, los encuestados asignan 38 euros por persona a la herencia cultural y a la proyección exterior, 33 euros a la convivencia y al vínculo social, y 23 euros a los conocimientos y al enriquecimiento intelectual. En el escenario de refuerzo, la distribución pasa a 62 euros, 18 euros y 42 euros, respectivamente. Deloitte interpreta que los franceses aprecian la dimensión social del vino, pero no desean que ocupe más espacio en sus momentos de compartir. Liesbeth de Fossé, economista del mismo despacho, sostiene que ese resultado muestra que el apego cultural y el consumo responsable pueden convivir.

Samuel Montgermont, presidente de Vin & Société, afirma que los datos muestran no solo una voluntad de conservación, sino también de inversión en su transmisión. A su juicio, el vino aparece menos como un legado que deba mantenerse intacto y más

como un patrimonio vivo.

El estudio también compara esa disposición a pagar con la observada en trabajos parecidos sobre otros bienes culturales y naturales. Maia David, profesora de economía ambiental en AgroParisTech, sitúa el patrimonio cultural del vino entre los valores más altos medidos en la literatura académica sobre bienes sin precio de mercado. Según esa comparación, la media internacional revisada por Deloitte ronda los 57 euros por persona. El Coliseo de Roma se sitúa en 60 euros, la Gran Barrera de Coral en 55 euros y los paisajes culturales del café en Colombia en 38 euros. La propia investigación advierte de que esas referencias son orientativas, porque cambian tanto el tipo de contribución pedida como el bien evaluado y el público consultado.

Uno de los resultados que subraya Vin & Société es que la valoración del patrimonio del vino no se limita a quienes lo consumen. Tres de cada cuatro no consumidores afirman valorar al menos una de las dimensiones analizadas, y un 47% de ellos asegura sentir orgullo cuando un vino francés es reconocido en el extranjero. En conjunto, el 86% de los encuestados considera que el vino forma parte de la identidad cultural francesa.

La encuesta señala además que las diferencias por edad, sexo o categoría socioprofesional son reducidas. La geografía introduce matices, pero no cambia el diagnóstico general. Los residentes en regiones vitícolas están dispuestos a dedicar 111 euros por persona a la preservación de este patrimonio, frente a 82 euros entre quienes viven en otras regiones del país.

Deloitte basó el trabajo en una experiencia de elección discreta, una técnica utilizada para valorar bienes que no tienen precio de mercado. La muestra incluyó a 2.040 personas representativas de la población de Francia metropolitana de 18 años o más. El 52% eran mujeres, la edad media era de 50 años, el 41% residía en una región vitícola y el 85% consumía vino.

Antes de responder, los participantes vieron dos vídeos pedagógicos para igualar la comprensión de los conceptos analizados. Después realizaron ocho elecciones sucesivas entre escenarios hipotéticos que combinaban estados degradados, intermedios o mejorados de las tres dimensiones del patrimonio y una aportación de entre 0 y 40 euros, presentada como una donación a un fondo dedicado. Un modelo

econométrico permitió aislar el valor atribuido a cada dimensión. La investigación incluyó además una prueba previa con 62 personas para ajustar el dispositivo.

AgroParisTech participó en el diseño académico del estudio y Maia David afirma que la metodología empleada es robusta y se ajusta a los estándares actuales para este tipo de trabajos. La investigación contó también con un comité científico en el que participaron especialistas en antropología, historia del vino, museos y patrimonio cultural vinculados a universidades, la Cité du Vin de Burdeos y el Museo del Vino de Champaña y de Arqueología Regional.