Manifeste
Élection présidentielle 2027

En 2032, la France doit rester la référence mondiale du vin



Photographie : Katzenthal © VUANO - Comité Vins Alsace

CNIV
VIN IGP Confédération des vins IGP de France
CNAOC La Maison des Vignerons
umvin UNION DES MAISONS & MARQUES DE VIN
VIN & SOCIÉTÉ

Sommaire

Le vin, une place singulière dans la société française P. 4

Chiffres clés de la filière P. 8

Axe 1 - Reconquérir les marchés, renouveler les publics, faire rayonner le vin

1. Reconquérir les marchés P. 10

2. Renforcer le marché intérieur P. 16

3. Sécuriser la valeur au sein de la filière P. 22

4. Faire rayonner les vins, les territoires et l'art de vivre français P. 28

Axe 2 - Produire, investir, préparer l'avenir

5. Réussir les transitions P. 34

6. Libérer la compétitivité P. 40

7. Défendre une PAC ambitieuse au service de la filière vin P. 46



Photographie : © Nicole Gevrey

Le vin, une place singulière dans la société française

Actif stratégique pour la France, le vin notamment sous signes de qualité (AOC et IGP) est un bien commun et une filière d'avenir. Il participe à notre souveraineté agricole et agroalimentaire, contribue au rayonnement de la France à l'international, à la transition environnementale et à la vitalité de nombreux territoires, à travers les retombées économiques et les emplois qu'il génère et la vie locale qu'il anime.

Sa place dans la société française dépasse les seules occasions de consommation : le vin est un fait social et un patrimoine vivant, qui accompagne les moments de convivialité et contribue à un art de vivre qui se transmet.

Le vin demeure profondément ancré dans notre pays : 94 % des Français considèrent que le vin fait partie de l'identité culturelle de la France et 84 % qu'il constitue une composante de l'art de vivre à la française. Un touriste international sur deux associe la France au vin et aux eaux-de-vie de vin — un emblème cité presque autant que la tour Eiffel.

La relation des Français au vin s'est néanmoins profondément transformée au cours des dernières décennies. Sa consommation a diminué de près de 80 % depuis 1960, avec une rupture générationnelle marquée parmi les moins de 40 ans. Cette évolution témoigne d'un ancrage durable de la modération dans les habitudes de consommation. Dès lors, les discours qui stigmatisent la consommation modérée de vin apparaissent en décalage avec la réalité des pratiques et contribuent à fragiliser une filière qui a déjà engagé de profondes mutations.

À ce phénomène s'ajoutent d'autres facteurs qui fragilisent davantage la filière : chocs économiques et géopolitiques mondiaux, événements climatiques extrêmes. Le monde du vin traverse une crise grave. La paupérisation croissante des vignerons, domaines et maisons en est la triste illustration.

Ce double constat - un attachement culturel toujours fort et une filière confrontée à des transformations profondes - appelle des politiques publiques qui tiennent compte de la place singulière du vin dans la société française, tout en donnant aux professionnels les moyens de s'adapter et de préparer l'avenir.

C'est dans cet esprit que la filière porte les priorités suivantes, déclinées en propositions concrètes :



Reconquérir les marchés, renouveler les publics, faire rayonner le vin

La consommation recule et les vins français sont régulièrement pris dans des tensions commerciales qui les dépassent. Pourtant, leur potentiel reste immense, ici comme à l'étranger.

La filière demande les moyens de le développer :

- **à l'export**, en jouant à armes égales avec ses concurrents, en préservant ses marchés historiques et en ouvrant de nouveaux débouchés ;
- **en France,** en accompagnant l'innovation qu'elle a déjà engagée pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, dans un cadre réglementaire et fiscal stable ;
- **dans toute la filière,** en créant davantage de valeur et en la sécurisant pour tous les acteurs de la filière ;
- **sur nos territoires,** en faisant de l'œnotourisme une ambition nationale et en modernisant le cadre qui permet à la filière de parler de ce qu'elle produit.

Produire, investir, préparer l'avenir

Dérèglement climatique, impasses techniques, normes qui changent sans cesse : produire en France devient plus difficile que chez nos voisins européens.

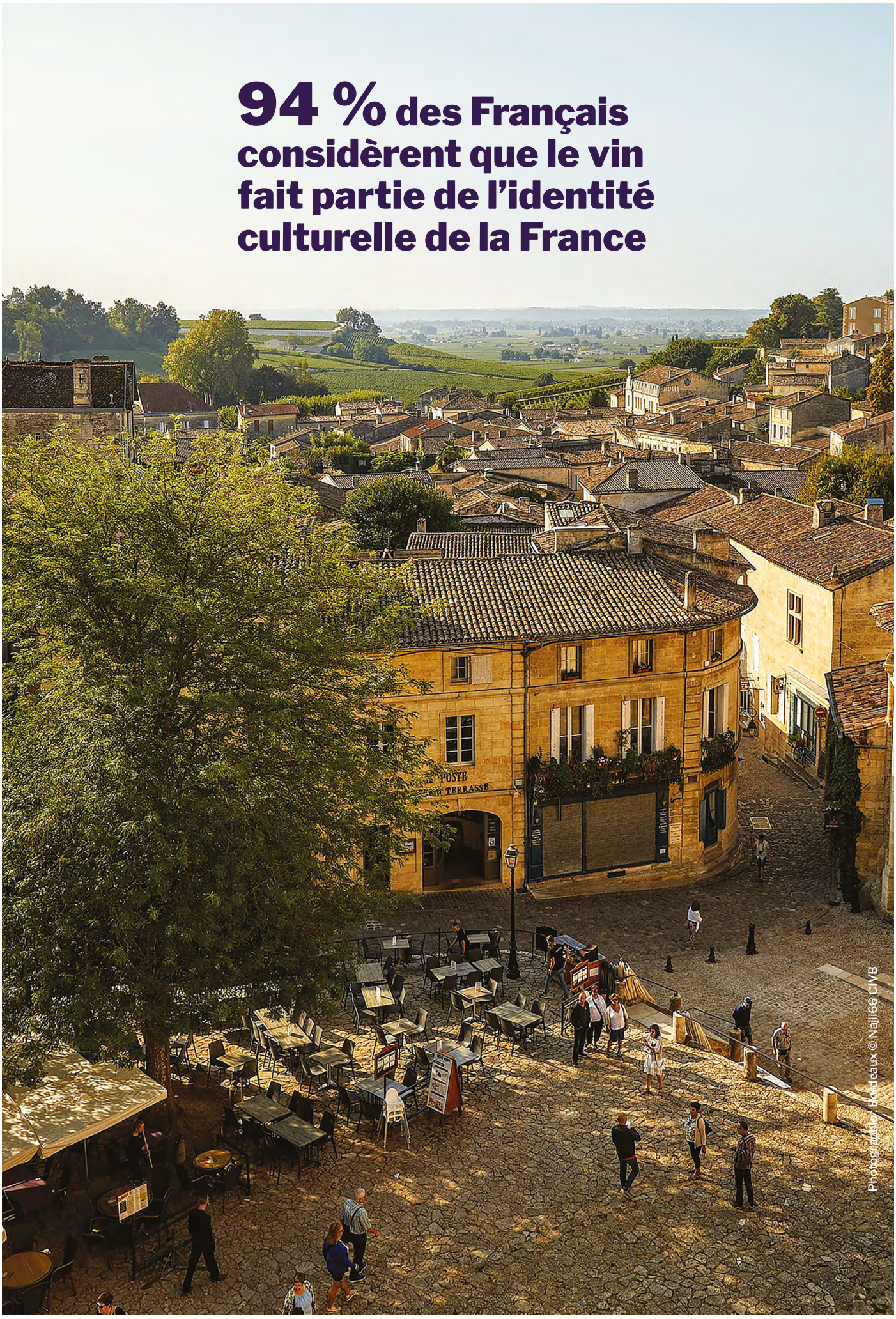
La filière s'est engagée dans les transitions. Elle demande désormais un cadre qui l'y aide plutôt qu'il ne la freine :

- **un accès aux solutions** nécessaires pour s'adapter au changement climatique et réussir la transition écologique ;
- **des règles simplifiées et harmonisées** avec celles de nos concurrents ;
- **une politique européenne ambitieuse,** dotée de moyens dédiés dans la prochaine PAC, pour investir dans la durée.

Partis politiques, parlementaires, candidats : la filière vitivinicole française attend des engagements.

Quel sera le vôtre ?

94 % des Français considèrent que le vin fait partie de l'identité culturelle de la France



Photographie : Bordeaux © Naji166 CIVB

Chiffres clés de la filière

PROFIL DE LA FILIÈRE

53 000
exploitations viticoles,
700 entreprises de négoce en vin,
300 entreprises de spiritueux

95 %
de la production viticole française est sous signes de qualité (AOC-IGP)

74 %
des volumes de vins consommés en France sont commercialisés par les maisons de négoce, tous circuits confondus

20 000
communes viticoles
dans 90 départements

1er
secteur agricole en valeur

21 %
du vignoble cultivé en agriculture biologique

ÉCONOMIE

92 Mds €
de chiffre d'affaires généré par la filière

3ème
excédent de la balance commerciale française (vins et spiritueux)

6,4 Mds €
de recettes fiscales pour les finances publiques chaque année

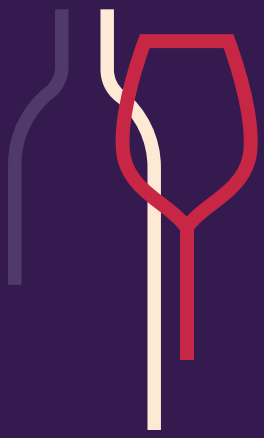
14 %
du CA du secteur agricole pour 3% de la surface agricole totale

IMPACT SUR LES TERRITOIRES

440 000
emplois directs et indirects en France sur l'ensemble du territoire, soit 2 % de l'emploi en France

12 millions
d'œnotouristes par an visitent les vignobles et caves françaises

5,4 Mds €
de dépenses chaque année en France générées par l'œnotourisme



Axe 1

Reconquérir les marchés, renouveler les publics, faire rayonner le vin.

1. Reconquérir les marchés

Chiffres clés

92 Mds €
de chiffre d'affaires généré par la filière viticole (vins et spiritueux)

14,3 Mds €
d'exportation de vins et spiritueux français en 2025, en baisse de 8 % sur un an

3ème
excédent de la balance commerciale française

40 %
de la production de vin

et 98 %
des eaux-de-vie de vin sont vendus à l'export

Les 5 premiers marchés

pour les vins et spiritueux français (États-Unis, Royaume-Uni, Chine, Allemagne et Singapour) représentent près de 50% en valeur du total des exportations

Contexte



Photographie : CIVB © G. Bonnaud

Export et diplomatie économique : accompagner l'esprit de conquête de la filière vin.

Les vins et eaux-de-vie de vin, un atout stratégique pour la France.

Avec une consommation qui recule structurellement en France et en Europe, les vignerons et maisons de vins et spiritueux doivent aller chercher leur croissance au-delà de nos frontières. Ils le font depuis des décennies avec talent : près de 75 % des exportations françaises de vins et spiritueux sont réalisées hors de l'Union européenne. La France représente ainsi plus de la moitié des exportations européennes de vins et eaux-de-vie vers les pays tiers.

Au cœur de cette réussite, des vins sous signes de qualité - Appellations d'Origine Contrôlées (AOC) et Indications Géographiques Protégées (IGP) - qui incarnent la singularité du modèle français, fondé sur un lien indissociable entre un produit, un terroir et des savoir-faire transmis de génération en génération. De la Champagne au Cognac, de Bordeaux à la Bourgogne, de la Loire à la Vallée du Rhône, elles portent dans le monde la diversité de nos territoires et une promesse d'origine, de qualité et d'authenticité. Ce sont aussi des marques portées par des entreprises. Protéger et valoriser ces appellations et ces marques, sur les marchés mondiaux, c'est préserver un bien commun et un patrimoine unique non délocalisable, mais aussi un puissant moteur de valeur et de rayonnement pour la France.

À l'export, le niveau des ventes qui compensait jusqu'ici la baisse intérieure traverse ces dernières années des turbulences. La raison n'est pas un déficit de qualité, c'est une exposition géopolitique que la filière subit sans l'avoir provoquée. Le vin et les spiritueux français sont régulièrement pris en otage dans des tensions commerciales qui les dépassent : le conflit Boeing/Airbus a engendré 1 milliard € de pertes estimées , les exportations vers la Chine s'effondrent (-40 % en valeur sur les trois dernières années) à la suite des différends sur les voitures électriques entre l'Europe et la Chine.

La forte dépendance à ces quelques marchés stratégiques amplifie la vulnérabilité et rend la diversification des débouchés urgente. Il est nécessaire d'établir une démarche politique à deux niveaux :

- **Faire prévaloir une approche européenne** pour que les vins et spiritueux français ne soient pas utilisés comme monnaie d'échange, maintenir un dialogue stable avec nos partenaires — notamment la Chine — et accompagner vignerons et entreprises en cas de perte brutale d'accès à un marché.
- **Encourager la conquête de nouveaux marchés,** indispensables pour diversifier les risques, soutenir la croissance et préserver les emplois de la filière. Les accords commerciaux avec l'Inde, le Mercosur ou les pays d'Asie du Sud-Est, la mise en place d'une vraie stratégie d'accompagnement des entreprises en Afrique — dont le potentiel de croissance à moyen terme est significatif — sont autant de relais à renforcer.

Des accords qui portent la filière, l'exemple du CETA

L'Accord de libre-échange entre le Canada et l'Union européenne (CETA) illustre concrètement les bénéfices que peut apporter une politique commerciale offensive pour la filière. Depuis son entrée en vigueur, les vins et spiritueux français ont bénéficié de conditions d'accès améliorées au marché canadien — réduction des droits de douane, simplification des procédures, reconnaissance des indications géographiques. Entre 2017 et 2025, les exportations de vins français vers le Canada ont augmenté de près de 40%.

Ce modèle doit être amplifié. La filière est favorable au développement des accords commerciaux qui ouvrent effectivement les marchés pour les vins et spiritueux français en éliminant les barrières tarifaires et techniques, et aussi en protégeant les AOC et IGP.

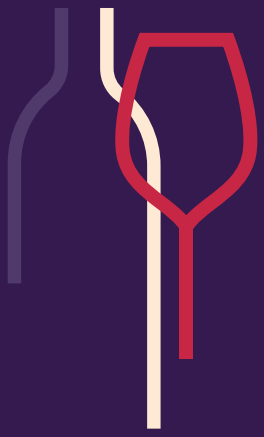
CAP VINS : une feuille de route collective pour l'avenir du vin

Face aux transformations profondes auxquelles la filière est confrontée, les organisations représentatives ont fait le choix de se rassembler autour de **Cap Vins,** un plan collectif pour recréer les conditions d'un avenir durable pour le vin en France et à l'étranger.

Production, négoce, interprofessions et organisations professionnelles ont ainsi défini ensemble une feuille de route commune, avec la volonté de dépasser les réponses fragmentées et d'engager la transformation de la filière à court, moyen et long terme.

Image du vin, innovation, export, engagements environnementaux, intelligence économique, adaptation de l'offre à la demande : Cap Vins porte une cinquantaine d'actions autour de six priorités communes. Sa réussite appelle désormais un accompagnement financier des pouvoirs publics.

Propositions de la filière



Nous appelons les candidats à faire de **l'accès aux marchés internationaux une priorité de la politique économique, commerciale et agricole de la France.**

Préserver nos marchés historiques

Les marchés historiques (États-Unis, Chine, Royaume-Uni, Japon, etc.) doivent être préservés car ils soutiennent l'emploi, l'investissement et les territoires français. Cela implique de défendre les intérêts français dans la politique commerciale européenne, de maintenir les vins et spiritueux parmi les priorités, de garantir un dialogue stable avec nos partenaires, notamment la Chine.

Ouvrir de nouveaux horizons

Les accords commerciaux sont essentiels à la compétitivité de nos entreprises. La France doit soutenir leur mise en œuvre avec l'Inde et le Mercosur, défendre les intérêts de la filière en Asie du Sud-Est et déployer une stratégie ambitieuse d'accompagnement des entreprises françaises sur les marchés africains à fort potentiel.

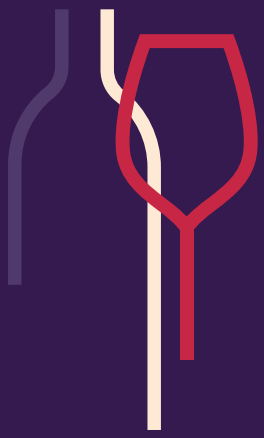
Accompagner les opérateurs

Soutenir les vignerons et entreprises lorsqu'ils perdent brutalement l'accès à un marché stratégique : portage des stocks, allégement temporaire des charges et soutien au maintien de la présence commerciale.



Photographie : IR © Ori

Axe 1



Reconquérir les marchés, renouveler les publics, faire rayonner le vin.

2. Renforcer le marché intérieur

Chiffres clés

Près de 80 %
de baisse de la consommation de vin en France depuis 1960, témoignant d'une transformation structurelle des pratiques

72 %
des personnes interrogées déclarent avoir consommé au moins une boisson sans alcool ou à faible teneur en alcool (No/Low) au cours des douze derniers mois

Les plus de 65 ans représentent près de **46 %** des volumes de vins tranquilles consommés en France

40 %
des acheteurs de vins achètent du vin en ligne

60 %
des Français se déclarent prêts à scanner un QR code en magasin pour obtenir des informations produits

Contexte



Photographie : IR © Ori

Lever les freins à l'innovation. Accompagner les mutations de la filière.

La relation des Français au vin se transforme. Les changements démographiques et sociologiques qui accompagnent la baisse de la consommation viennent modifier durablement la demande. Les usages et les attentes évoluent, qu'il s'agisse du rapport à l'alcool et à l'alimentation ou de l'évolution des goûts et des occasions de consommation.

Face à ces évolutions, la filière s'adapte déjà. Vignerons et négociants font évoluer leurs pratiques et leurs produits, développent des vins moins alcoolisés ou sans alcool, expérimentent de nouveaux profils de vins, formats et conditionnements et explorent de nouvelles occasions de consommation, notamment autour de la mixologie. Cette capacité d'innovation doit pouvoir être accompagnée, pour permettre à la filière de répondre aux nouvelles attentes et développer de nouveaux débouchés sans renoncer à ses savoir-faire, à la diversité de ses vins et à leur identité.

Innover, c'est aussi faire évoluer les outils qui accompagnent la relation aux consommateurs et l'information sur les produits. Le numérique – et dès demain l'intelligence artificielle - ouvrent de nouvelles possibilités aux maisons et aux vignerons. C'est notamment le cas de l'étiquetage digital. En facilitant l'accès aux informations sur les vins, cet outil répond aux attentes de transparence tout en offrant des perspectives de simplification pour les opérateurs et de meilleure circulation des produits au sein du marché européen.

Ces évolutions supposent de soutenir les initiatives et investissements portés par les vignerons et entreprises de la filière, mais aussi de disposer d'un cadre réglementaire capable d'accompagner l'évolution des produits et des marchés.

L'innovation requiert également une stabilité et une prévisibilité du cadre fiscal. **Les débats récurrents sur une augmentation des droits d'accises, l'instauration d'un prix minimum ou de nouvelles contributions entretiennent une incertitude supplémentaire.** Dans une filière où les décisions d'investissement s'inscrivent dans le temps long, la stabilité fiscale est une condition sine qua non de la compétitivité.


Photographie : Getty Images © Igor Barilo

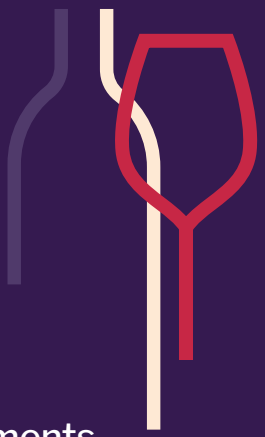
L'étiquetage digital : une solution gagnant-gagnant

Le secteur du vin est un précurseur : c'est le premier secteur agroalimentaire à pouvoir utiliser, dans l'Union européenne, l'étiquetage digital pour transmettre des informations au consommateur. Depuis 2021, les consommateurs européens peuvent accéder à la liste des ingrédients et à la déclaration nutritionnelle des vins, par le biais d'un QR-Code figurant sur l'étiquette de la bouteille.

Pour les maisons et vignerons, l'étiquetage digital permet de fournir au consommateur une information dense, complexe et variable, en dépit d'un espace restreint sur l'étiquette. Le consommateur dispose quant à lui d'une information dans la langue de son choix, sur un format adaptable à ses contraintes et ajustée en temps réel. Cet outil permet aussi de limiter les coûts économiques et l'impact environnemental des changements d'étiquettes rendus nécessaires par les évolutions réglementaires propres à chaque marché.

Alors que les réglementations sectorielles se multiplient et face à une exigence croissante de transparence, il est temps que l'Union européenne se dote d'une approche harmonisée, fondée sur un corpus de règles partagées en matière d'étiquetage digital et sur sa complémentarité avec l'étiquetage physique dans l'information du consommateur.

Propositions de la filière



Soutenir l'innovation et l'adaptation de l'offre

Encourager et accompagner les investissements et les projets portés par les opérateurs en matière d'innovation de produits, de marketing et de services.

Adapter le cadre réglementaire aux nouveaux produits

Construire, en France et à l'échelle de l'Union européenne, un cadre simple, stable et suffisamment flexible pour accompagner leur développement et leur évolution.

Faciliter et harmoniser le recours à l'étiquetage digital au niveau européen

Comme outil d'information du consommateur complémentaire à l'étiquetage physique et de réduction des barrières à la circulation des vins sur le marché intérieur.

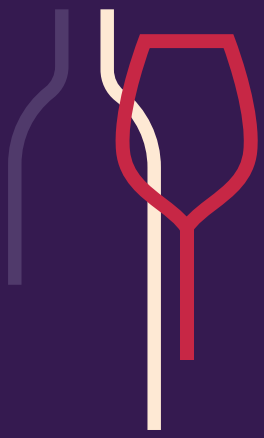
Conclure un pacte de stabilité fiscale

Pour la durée du quinquennat afin de garantir aux exploitations et aux entreprises un cadre prévisible pour investir et innover.



Photographie : Beaujonomie © Jonas Jacquel

Axe 1



Reconquérir les marchés, renouveler les publics, faire rayonner le vin.

3. Sécuriser la valeur au sein de la filière

Chiffres clés

12,6 %
des vignerons en situation de pauvreté monétaire

+55 %
de défaillances d'entreprises en 2024

-20 %
d'exploitations viticoles en dix ans, soit 1 exploitation sur 5, une perte de surface équivalente à plusieurs fois le vignoble bordelais

70 %
des Français sont prêts à payer plus cher pour garantir une rémunération juste aux producteurs

81 %
des Français jugent que les agriculteurs ne sont pas assez soutenus par les pouvoirs publics

Contexte



Photographie : © BIVC - Nicole Gevrey

Construire des outils qui font vivre tous les acteurs de la filière.

La filière vitivinicole française est confrontée - comme le reste de la société - à une paupérisation silencieuse. 12,6 % des vignerons vivent sous le seuil de pauvreté monétaire. Des domaines disparaissent par milliers, et cette tendance s'accélère.

La fragilisation ne touche pas seulement les producteurs : dans un contexte d'aléas climatiques, de crises économiques et politiques répétées, c'est l'ensemble des maillons de la filière qui voit sa structure financière se dégrader, amont comme aval.

Avec 53 000 exploitations viticoles, 700 maisons de négoce et 3 centrales d'achats européennes (qui représentent 50 % du marché français), la filière vitivinicole française présente une configuration particulièrement asymétrique. Pour nos signes de qualité (AOC et IGP) — qui créent l'essentiel de la valeur de la filière — l'investissement dans la qualité, la certification environnementale et l'ancrage territorial représentent des coûts importants, sans que la valeur ainsi créée soit équitablement répartie.

L'enjeu est de mieux prendre en compte les coûts et les efforts consentis dans la construction des relations commerciales dans et au-delà de la filière, tout en favorisant une répartition équilibrée de la valeur au sein de la filière. Cela suppose de disposer de références économiques partagées et de renforcer les espaces de dialogue entre l'amont et l'aval.

Les outils envisagés — accords de durabilité (article 210 bis de l'OCM vitivinicole), définition d'indicateurs de prix d'orientation volontaires (article 172 ter de l'OCM), Egalim (sous réserve que ces mesures ne soient jamais imposées en dehors d'un accord unanime des familles au sein de l'interprofession), gestion prévisionnelle des sorties — ont pour but d'objectiver la situation économique de chaque maillon et de créer les conditions d'un dialogue interprofessionnel renforcé.
Ils ne constituent pas une réponse unique : la segmentation complexe de la filière, la très grande diversité de ses produits, la réalité économique propre à chaque bassin imposent des adaptations territoriales et négociées entre les deux familles (amont et aval). Surtout, la réalité des marchés ne peut être ignorée.

L'enjeu n'est pas de contraindre le marché, mais de le stabiliser pour que les vignerons puissent investir pour innover et produire mieux, que le négoce puisse sécuriser ses approvisionnements sur le long terme, et que la filière dans son ensemble puisse aborder la reconquête des marchés avec des bases économiques solides. C'est une question de justice économique pour tous les acteurs de la filière.

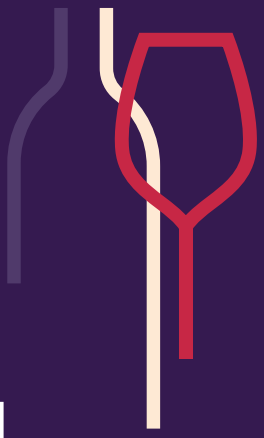


L'article 172 ter de l'OCM, ou comment la filière assure les conditions d'un meilleur partage de la valeur

Afin de tenir compte de la valeur commerciale des AOC et IGP et de préserver leur crédibilité en tant que segment supérieur de marché, l'article 172 ter de l'OCM permet aux interprofessions de diffuser des prix d'orientation facultatifs sur les AOC et IGP, basés sur des indicateurs neutres et objectifs de coûts de production et de marché. Concrètement : plus de transparence dans la négociation, un socle commun pour que le producteur ne parte pas seul face à la grande distribution, et les conditions d'un meilleur partage de la valeur entre amont et aval.

Les interprofessions des vins de la vallée du Rhône (Inter Rhône) et de Bordeaux (CIVB) ont été les premières interprofessions en Europe à utiliser ce dispositif — une avancée majeure qui démontre que la régulation concertée entre les deux familles, vignerons et négociants, est non seulement possible mais efficace. Ces expérimentations doivent servir de référence. D'autres régions et d'autres appellations doivent pouvoir s'en emparer et l'adapter à leurs spécificités locales.

Propositions de la filière

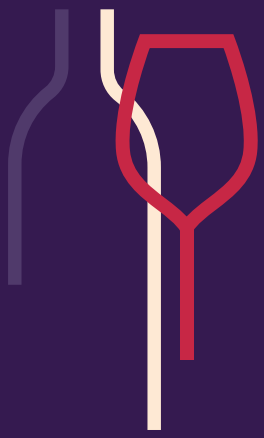


Sécuriser et clarifier le cadre concurrentiel applicable aux outils de régulation interprofessionnelle.
La lecture actuelle du droit de la concurrence fait peser une insécurité juridique

Notamment sur les indicateurs de prix d'orientation (Art. 172 ter OCM) et les accords de durabilité (Art. 210 bis OCM).



Photographie : © BIVC - Nicole Gevrey



Axe 1

Reconquérir les marchés, renouveler les publics, faire rayonner le vin.

4. Faire rayonner les vins, les territoires et l'art de vivre français

Chiffres clés

94 %

des Français considèrent que le vin fait partie de l'identité culturelle de la France ; 92 % estiment qu'il contribue à attirer des touristes dans nos régions

1 touriste international sur 2

associe la France au vin et aux eaux-de-vie de vin, un emblème cité presque autant que la Tour Eiffel

12 millions d'œnotouristes par an

dont 5,4 millions de visiteurs internationaux

Près de 7 milliards d'euros

c'est la valeur que les Français attribuent au patrimoine culturel immatériel du vin

Contexte



Photographie : © Vignoble de la Côte de Nuits, vue sur le Château du Clos de Vougeot

Nos territoires et l'art de vivre français, un levier de conquête.

Faire rayonner les vins français, c'est faire rayonner la France.

Nos AOC et IGP viticoles renvoient à des noms géographiques puissants et attractifs : Saint-Émilion, Meursault, Champagne, Provence, Alsace, Méditerranée, … Ce sont aujourd'hui des « destinations touristiques », associant des produits à des territoires, des paysages, des savoir-faire, une gastronomie et un art de vivre qui participent directement à l'attractivité du pays.

Dans un contexte de concurrence internationale accrue, la France dispose d'un écosystème exceptionnel : gastronomie, patrimoine, culture, luxe, diplomatie économique sont autant de leviers naturellement associés au vin. Mieux les articuler permettrait de renforcer durablement la visibilité des vins français en France comme à l'international.

L'œnotourisme constitue à cet égard un levier majeur. En créant une rencontre directe entre les visiteurs, les vins, les entreprises et leurs territoires, il contribue à la valorisation des savoir-faire, au développement des régions viticoles et au rayonnement de la France. Son potentiel appelle aujourd'hui une ambition nationale à la hauteur de la richesse et de la diversité de nos vignobles.

Ce rayonnement passe enfin par la capacité de la filière à valoriser ses produits, ses savoir-faire et ses territoires dans des conditions lui permettant de faire face à la concurrence internationale. Nos principaux concurrents bénéficient dans leur pays de cadres de communication moins restrictifs, qui leur permettent de valoriser plus largement leurs produits et renforcent ainsi leur capacité à les promouvoir à l'international.



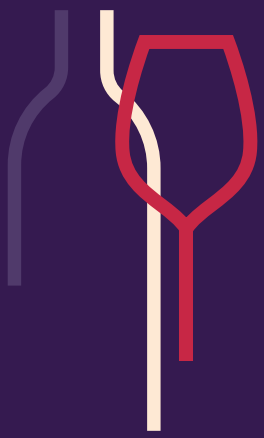
Photographie : © InterLoire - Loire BloomBig Festival London 2024

Faire de l'œnotourisme une ambition nationale

Avec 12 millions d'œnotouristes chaque année, dont la moitié de visiteurs étrangers, la France dispose d'un formidable potentiel pour renforcer l'attractivité de ses vignobles et de ses territoires. Mais la diversité et la richesse des initiatives locales ne suffisent pas, à elles seules, à construire une destination viticole clairement identifiée et promue à l'échelle internationale.

L'ambition d'un plan national « France Destination Viticole », coconstruit avec la filière et les acteurs du tourisme, serait de mieux coordonner les initiatives, de structurer l'offre œnotouristique et de renforcer sa visibilité en France comme à l'international. En associant les professionnels du vin, du tourisme, du patrimoine et de la gastronomie autour d'une stratégie commune, il s'agirait de faire de l'œnotourisme un levier de développement pour les entreprises, d'attractivité pour les territoires et de rayonnement pour la France.

Propositions de la filière



Faire de la France la destination vitivinicole de référence

Accompagner le développement de l'œnotourisme pour en faire une ambition nationale et renforcer la promotion des vignobles français à l'international.

Faire de nos territoires et de l'art de vivre français un levier de conquête

Mieux articuler promotion des vins, gastronomie, patrimoine, paysages et savoir-faire pour renforcer l'attractivité des vins et des territoires viticoles.

Moderniser le cadre de communication sur le vin

Afin de permettre à la filière de raconter ce qu'elle est, ce qu'elle produit et ce qu'elle apporte à la société.

Protection des terroirs/territoires d'AOC et d'IGP

Protéger les AOC et IGP des grands projets d'aménagement, d'urbanisme, d'infrastructures : tout projet d'envergure doit évaluer son impact sur les terroirs d'AOC et territoires d'IGP afin de concilier les politiques publiques et les intérêts des acteurs locaux plutôt que de les opposer.

Photographie : Osaka Expo Universelle © Yurie - Comité Vins Alsace

Axe 2

Produire, investir, préparer l'avenir.

5. Réussir les transitions

Chiffres clés

21 %
du vignoble français certifié bio, l'un des taux les plus élevés d'Europe

85 %
du vignoble français est certifié en Haute Valeur Environnementale (HVE)

68 %
des substances de protection sanitaires autorisées en Europe sont accessibles aux vignerons français — contre 100 % pour leurs concurrents européens

93 %
des Français jugent important de garantir des conditions de concurrence équitables entre les producteurs européens

Contexte



Photographie : Flore © Florence - Comité Vins Alsace

Pour une transition écologique juste, accompagnée et durable.

La filière vitivinicole française n'attend pas qu'on lui impose la transition écologique : elle l'a engagée depuis des décennies, par conviction autant que par nécessité. À titre d'exemple, **60 % des AOC ont inscrit volontairement des dispositions agro environnementales dans leurs cahiers des charges et 40 % des IGP ont intégré des variétés résistantes.** Les signes de qualité constituent ainsi un cadre collectif permettant aux professionnels de définir et de faire évoluer des pratiques adaptées aux réalités de leurs terroirs, dans une logique de progrès et de responsabilité. Le rôle de la vigne est essentiel dans de nombreux territoires, d'autant plus dans un contexte de changement climatique : elle constitue un rempart contre les incendies, contribue à l'entretien des paysages et participe à la préservation de la biodiversité. Autant de contributions qui relèvent de services environnementaux et dont la reconnaissance, dans le débat public et les politiques publiques, demeure encore inconnue.

La filière fait face à un double défi climatique. Elle est à la fois contributrice à la transition — en réduisant son empreinte environnementale — et victime du changement climatique, qui bouleverse profondément les conditions de production : hausse des températures de +1,5°C depuis 1950, sécheresses plus fréquentes et plus intenses, gels printaniers décalés, émergence de nouvelles maladies.

Ces transformations imposent des investissements massifs d'adaptation — nouveaux cépages, irrigation, évolution des pratiques culturales et en vinification, recherche et innovation — qui ne peuvent être engagés que dans un cadre stable et accompagné.

Au-delà de l'adaptation du vignoble, la transition durable de la filière concerne l'ensemble de la chaîne de valeur, de la production à la commercialisation, en passant par le conditionnement. La filière se mobilise sur ces enjeux, notamment à travers des démarches collectives et individuelles de RSE, de réduction des émissions carbone et d'adaptation des emballages. Ces initiatives témoignent de sa capacité à construire des solutions concrètes, adaptées aux réalités opérationnelles et économiques des entreprises.

Pourtant, ces efforts de transition se heurtent à un cadre réglementaire de plus en plus complexe. La « boulimie normative » des dernières années génère de l'incertitude et décourage les investissements de long terme du fait des changements de doctrine politique ou normative incessants. Résultat : on observe sur le terrain un phénomène croissant de déconversion des certifications environnementales, des vignerons en bio renoncent à leur certification faute de pouvoir produire dans les conditions imposées. C'est l'exact inverse de l'objectif poursuivi.

> ***La transition écologique que nous voulons est une transition juste : elle ne peut pas se faire au détriment de vignerons qui n'ont pas les reins assez solides pour absorber seuls le coût d'une réglementation qui change tous les six mois. Quand nos concurrents européens continuent d'utiliser ce que nous ne pouvons plus employer, ce n'est plus de l'écologie — c'est du handicap organisé.***
>
> Anthony BRUN, Vigneron à Cognac, Vice-Président de la CNAOC-Maison des Vignerons, chargé des questions de Durabilité.

Le cas du cuivre, ou la France contre elle-même

Le cuivre est la référence pour lutter contre le mildiou (maladie de la vigne), utilisé en bio comme en conventionnel, sans alternative équivalente aujourd'hui.

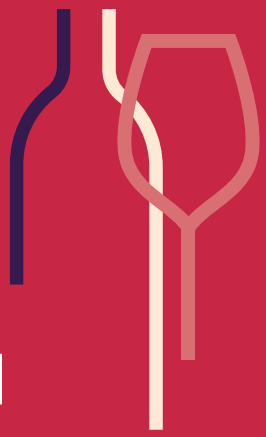
À l'été 2025, l'ANSES n'a pas renouvelé la majorité des homologations des produits cupriques, laissant deux solutions aux conditions d'usage si restrictives qu'elles placent la viticulture dans une impasse technique. Des vignerons en bio se sont retrouvés sans protection à quelques semaines de la campagne 2026, déclenchant un phénomène massif de déconversion. Dans le même temps, la Commission européenne repoussait à 2029 la réévaluation des conditions d'utilisation du cuivre : les règles d'utilisation actuelles restent donc en vigueur partout en Europe et pour plus longtemps. Nos concurrents espagnols, italiens et allemands en profitent : ils maintiennent le statu quo réglementaire national pour ne pas pénaliser leurs producteurs.

Ce cas illustre en creux ce que la filière demande : non pas moins d'écologie, mais une transition accompagnée, techniquement crédible et équitable. La déconversion du bio vers le conventionnel n'est le souhait de personne. Elle est pourtant la conséquence directe d'une logique purement normative, sans solution de substitution disponible.

Accompagner la filière sans l'étouffer sous les normes

Réemploi des emballages, éco-conception des bouteilles, bilans carbone collectifs portés par les interprofessions... La transition est en marche. Ce qui la menace aujourd'hui, c'est l'outil censé l'accompagner : la réglementation elle-même. Le règlement européen sur les emballages (PPWR) en est un cas emblématique. Depuis le 12 août 2026, il impose de nouvelles exigences aux emballages mis sur le marché, mais ne prévoit aucune mesure d'écoulement des stocks pour les produits conditionnés avant cette date. Cette absence peut remettre en cause la conformité des vins légalement produits il y a plusieurs années, voire décennies. Or, de nombreux vins sont mis en bouteille puis vieillis en cave un certain temps avant d'être vendus. Résultat : des vignerons se retrouvent dans l'impossibilité légale de commercialiser des bouteilles fabriquées dans les règles en vigueur à la date de production.

Propositions de la filière



Appliquer le principe « pas d'interdiction sans solution »

Mettre en place une politique phytosanitaire pluriannuelle, stable et lisible.

Faire de l'harmonisation avec le cadre européen le principe directeur

Toute norme nationale plus exigeante doit être justifiée par un bénéfice environnemental démontré.

Faire de la reconnaissance mutuelle des autorisations européennes la règle

(sauf risque prouvé) afin d'éviter une distorsion de concurrence qui affaiblit les producteurs sans bénéfice environnemental supplémentaire.

Financer et accélérer la recherche d'alternatives

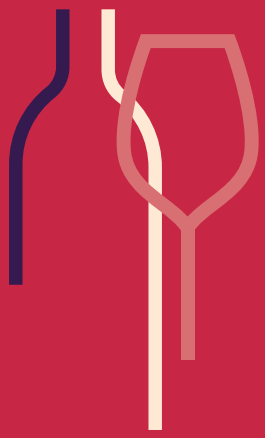
Utiliser le délai ouvert jusqu'en 2029 sur le cuivre pour développer massivement des solutions de substitution, en associant la filière à la définition des priorités de R&D. Mettre à disposition des financements pour permettre l'évolution des pratiques et le maintien d'une activité agricole dans certains territoires (à l'instar de l'irrigation).

Porter un omnibus de simplification sur le PPWR

Obtenir des mesures transitoires, des dispositions d'épuisement des stocks et une meilleure prise en compte des spécificités viticoles.



Photographie : macro vignes © Jarlot Productions



Axe 2

Produire, investir, préparer l'avenir.

6. Libérer la compétitivité

Chiffres clés

42

déclarations administratives annuelles en moyenne par exploitation

67 %

des Français estiment que les agriculteurs sont soumis à trop de normes

9h / semaine

passées par un exploitant sur des tâches administratives : c'est autant de temps soustrait à la vigne, à l'innovation et à la transmission

Contexte



Photographie : © Nicole Gevrey

Harmoniser et stabiliser les normes en France et en Europe.

La filière fait face à un paradoxe : elle est soumise à des règles plus strictes que ses concurrents européens, sur son propre marché. Ce n'est pas le résultat des choix de la filière mais d'une accumulation de décisions administratives prises sans cohérence ni évaluation de leur impact concurrentiel.

Cette situation se manifeste à deux niveaux.

- **Au niveau national,** la charge administrative étouffe les exploitations et entreprises. Un vigneron ou un opérateur remplit 42 déclarations annuelles auprès de multiples administrations qui ne communiquent pas — Douanes, INAO, ODG, MSA, DDT, DRAAF, FranceAgriMer — selon le principe inverse du « dites-le-nous une fois ». Ce temps est soustrait à la production, à l'innovation, à la transmission. Le travail engagé avec le ministère des Comptes publics et entre administrations depuis 2023 doit être accéléré.
- **Au niveau européen,** l'absence de marché unique pour la vente directe de vin entre particuliers crée une lourdeur disproportionnée et freine nombre de vignerons et négociants sur ce marché sous-exploité.

Le MVV et la BRM, des complexités administratives françaises sans valeur ajoutée

Certaines obligations administratives pèsent sur les entreprises françaises sans apporter la moindre garantie supplémentaire. C'est le cas du Mouvement Viti-Vinicole (MVV). Ce document exigé pour chaque transport de vendanges est une contrainte disproportionnée : la traçabilité est déjà assurée par les registres des entreprises et documents commerciaux. Cette charge administrative pèse sur la compétitivité des seules Maisons de négoce sans apporter de valeur ajoutée aux contrôles.

Le contrôle métrologique est encore plus frappant : la France impose une vérification par double pesée des bouteilles, entraînant des coûts spécifiques pour les entreprises françaises — alors que la réglementation européenne reconnaît une solution plus simple, la Bouteille Récipient-Mesure (BRM). Nos concurrents espagnols et italiens l'utilisent. Pas nous.



Le Guichet unique européen des accises, une réforme de justice économique

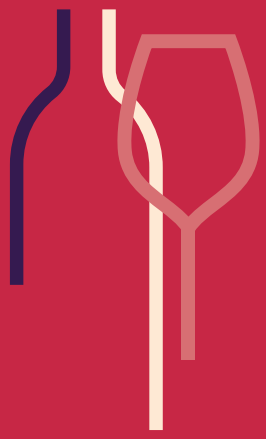
Le marché intra-européen devrait être le premier relais de croissance de la filière. Il est pourtant administrativement inaccessible pour la plupart des vignerons — alors qu'un colis venu d'Asie est livré en 72 heures sans friction.

La raison est simple et absurde : il n'existe pas de marché unique pour la vente de vin entre particuliers au sein de l'UE. Vendre directement à un consommateur allemand impose de mobiliser les douanes de deux pays, d'avancer les taxes étrangères et de naviguer sur un parcours d'une dizaine d'étapes. Beaucoup y renoncent.

La solution existe : l'UE a démontré avec le guichet unique TVA (OSS/IOSS) qu'une simplification fiscale transfrontalière était possible sans perte de recettes pour aucun État.
La même logique - un guichet unique - doit s'appliquer aux droits d'accises sur le vin.

L'Allemagne est le 3ème importateur de vins français : simplifier ce parcours renforcerait nos vignerons à l'export et faciliterait les achats générés par l'œnotourisme. Tout texte fiscal requiert l'unanimité des 27 : c'est précisément pour cela que la France doit porter ce dossier au Conseil de l'UE.

Propositions de la filière



En France, accélérer la création d'un portail unique déclaratif « France Connect Viticole »

Une seule interface pour toutes les démarches, avec le principe du « dites-le-nous une fois ».

En Europe, porter le guichet unique européen des droits d'accises

Comme une priorité au Conseil de l'UE, sur le modèle du guichet TVA.

Éviter l'adoption de règles d'étiquetage nationales

Qui pénalisent la compétitivité des entreprises françaises. Renforcer le rôle de la Commission comme gardienne des traités face aux surtranspositions.

Supprimer le MVV

Ou, à défaut, le simplifier et l'harmoniser.

Reconnaître la BRM

Et éviter la surtransposition des règles européennes.



Photographie : © BIVB - Aurélien Ibanez

Axe 2

Produire, investir, préparer l'avenir.

7. Défendre une PAC ambitieuse au service de la filière vin

Chiffres clés

20 %

de réduction budgétaire annoncée pour l'agriculture et menace sur l'existence d'une enveloppe vin obligatoire dédiée au secteur viticole

16

États-membres producteurs de vin en Europe, soit 60 % de la production mondiale de vin

130 milliards d'euros de valeur créée

et 2,9 millions d'emplois générés de manière directe en Europe par la filière vitivinicole

Contexte



Photographie : © BIVC - Nicole Gevrey

La France doit être le moteur d'une PAC au service de la filière.

La crise multifactorielle qui frappe la filière en France touche avec la même intensité le secteur au niveau européen : changement climatique, évolution de la consommation, tensions commerciales fragilisent exploitations et entreprises. Face à ces défis, notre demande n'est pas celle d'une politique de dépendance aux aides, mais d'une politique qui permette à la filière d'investir, de s'adapter, de conquérir des marchés et de créer de la valeur. La prochaine Politique Agricole Commune (PAC) sera décisive pour garantir à la filière viticole les moyens de ses investissements et de son adaptation aux défis à venir.

Deux enjeux majeurs se dessinent pour la future PAC.

Le premier concerne la **préservation d'une véritable politique « vin » commune.** La filière vin dispose historiquement, au sein de la PAC, d'outils spécifiques qui lui permettent d'accompagner les investissements, la restructuration du vignoble et la promotion sur les marchés. La reconnaissance de ces spécificités est essentielle pour répondre aux besoins de la filière. Les orientations défendues par la France et une large majorité des États membres producteurs vont dans le bon sens, avec le maintien du caractère obligatoire des interventions sectorielles vitivinicoles et du principe d'une enveloppe budgétaire dédiée. Ces acquis doivent être durablement garantis dans la future PAC.

Le second enjeu, indissociable du premier, est **celui des moyens financiers.** Alors que la Commission européenne propose une réduction de 20 % du budget agricole, les besoins d'investissement de la filière n'ont jamais été aussi importants. Préserver les outils de la politique vitivinicole européenne sans leur garantir des financements à la hauteur des défis reviendrait à les vider de leur substance. Dans ce contexte, toute volonté de réduire la contribution française au budget européen doit être appréciée à l'aune de ses conséquences sur les moyens effectivement consacrés à l'agriculture et à la filière. **La France doit continuer à défendre une enveloppe viticole dédiée, prévisible et suffisamment ambitieuse pour accompagner durablement les investissements, la restructuration du vignoble, la promotion et l'adaptation de la filière aux mutations économiques, commerciales et climatiques.**

Notre ambition est simple : une politique vitivinicole européenne commune, lisible et stable, mais suffisamment souple pour accompagner les transformations de la filière.

À l'heure où la France et l'Europe doivent renforcer leur souveraineté économique et leur capacité exportatrice, préserver cet outil n'est pas défendre le statu quo : c'est donner à l'une de nos grandes filières d'excellence les moyens de préparer son avenir.



Photographie : Getty Images © Monkey Business Images

Faire des AOC-IGP viticoles un levier stratégique européen

Les signes de qualité sont un atout unique de l'Europe : ils créent de la valeur dans les territoires, protègent les savoir-faire et portent le rayonnement des produits européens dans le monde. 80 % de la superficie viticole de l'Union européenne est consacrée à des vins AOC ou IGP.

La Commission européenne reconnaît désormais les signes de qualité comme un domaine prioritaire pour la recherche et l'innovation. Cette orientation doit se traduire concrètement : les AOC et IGP doivent pouvoir accéder aux fonds européens pour financer leur adaptation au changement climatique, leur transition environnementale et leur compétitivité.

La France doit porter cette ambition au Conseil de l'UE : faire des signes de qualité, un critère d'accès prioritaire aux programmes européens de transition et d'innovation, et non une catégorie oubliée des grands arbitrages budgétaires.

Propositions de la filière



Préserver une politique vitivinicole européenne identifiable, dotée de moyens dédiés

Les interventions sectorielles obligatoires et l'enveloppe réservée aux 16 États membres viticoles doivent être maintenues.

Garantir des règles de financement communes

Afin d'éviter que les différences de capacités budgétaires entre les États membres ne créent des distorsions de concurrence entre opérateurs européens.

Maintenir les dispositifs de soutien

À la restructuration du vignoble, à l'adaptation climatique, à la modernisation et à la promotion à l'export, avec des taux de soutien différenciés selon les priorités, pour accompagner les investissements qui renforcent durablement la compétitivité de la filière.

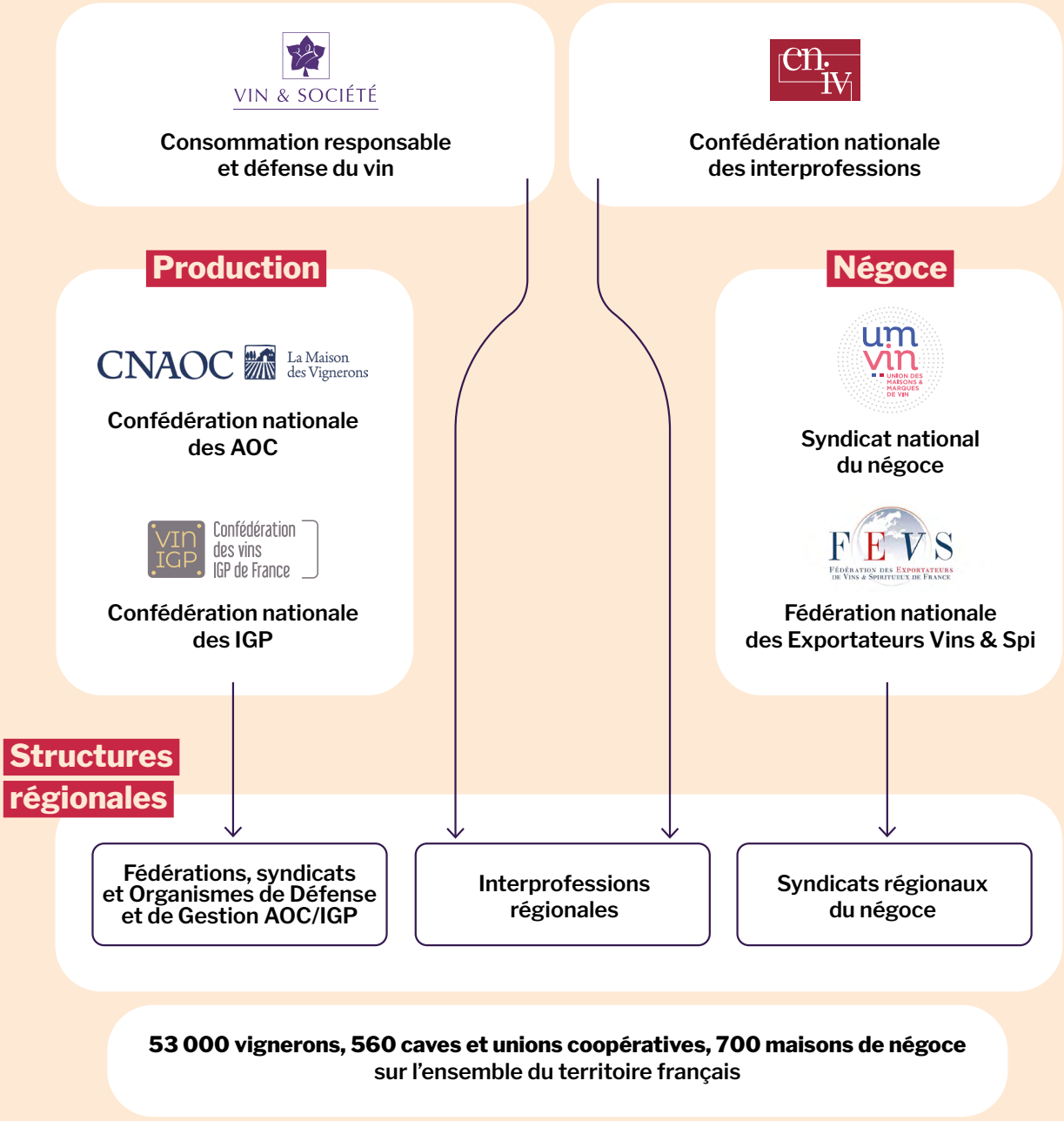
Préserver l'accès au dispositif pour toute la filière

Caves particulières, coopératives, négociants, interprofessions, ODG : la future PAC ne peut être construite autour du seul modèle des organisations de producteurs. Aucun acteur aujourd'hui éligible ne doit être exclu demain du fait de son mode d'organisation.



Photographie : © BIVC - Nicole Gevrey

Les organisations représentatives de la filière viticole française



53 000 vignerons, 560 caves et unions coopératives, 700 maisons de négoce sur l'ensemble du territoire français

Contacts

CONFÉDÉRATION DES VINS IGP DE FRANCE (VINIGP)
CHRISTELLE JACQUEMOT
CJACQUEMOT@VINIGP.FR
01 40 20 93 80

CNIV
DIDIER DELZESCAUX
DD@CNIV.ASSO.FR
06 72 72 02 33

CNAOC - MAISON DES VIGNERONS
CHARLOTTE BAROTIN
C.BAROTIN@CNAOC.ORG
06 74 61 78 75

VIN & SOCIÉTÉ
STÉPHANIE PIOT
STEPHANIE.PIOT@VINETSOCIETE.FR
01 55 35 08 35

UMVIN
CONTACT@FEVS.COM
01 45 22 75 73