



VIN &amp; SOCIÉTÉ



BORDEAUX

Bordeaux le 27 février 2009,

**Conférence de presse avec les interventions de  
Laurent Gapenne,**

Président de la Fédération des Grands Vins de Bordeaux

**Bernard Farges,**

Président du Syndicat Viticole des Bordeaux et Bordeaux Supérieur

Vice-président de la Fédération des Grands Vins de Bordeaux

**Alain Vironneau,**

Président du Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

## Projet de loi Hôpital, Patient, Santé, Territoire (HPST)

### Les députés voteront-ils la fin des dégustations de vin ?

L'article 24 du projet de loi HPST dispose qu'« *Il est interdit d'offrir gratuitement à volonté des boissons alcooliques dans un but promotionnel, ou de les vendre au forfait.* »

Le vote de l'article 24 du projet de loi HPST devrait intervenir la semaine prochaine à l'Assemblée nationale, entre mardi 3 mars et jeudi 5 mars.

Demain, les dégustations dans les fêtes et célébrations viticoles, dans les caves et les caveaux, dans les salons (y compris le Salon de l'Agriculture), les

BORDEAUX



VIN &amp; SOCIÉTÉ

Fédération  
des Grands Vins  
de Bordeaux

foires expositions, les clubs œnologiques, les séjours et formules gastronomiques seront-ils interdits ? C'est ce à quoi l'adoption de cet article 24, pourrait aboutir.

*L'article 24 cherche à interdire les soirées étudiantes organisées sous forme d'open bar, qui prennent généralement la forme d'une alcoolisation effrénée en un temps réduit.*

**Mais le texte étend en fait l'interdiction à toute vente au forfait et offre gratuite à titre promotionnel, sans distinction des publics et des occasions de consommation. Si bien que les dégustations dans les caveaux, les salons et les foires viticoles, mais aussi les menus « vin compris » seraient demain remis en cause.**

**C'est tout un pan de la culture française du vin qui est ainsi menacé.**

## ➔ **Publicité sur Internet et droit à l'information**

Concernant Internet, la situation juridique de ce support doit absolument être clarifiée. Le gouvernement avait arrêté son arbitrage en octobre dernier. Certains voudraient le remettre en cause en **limitant l'autorisation aux seuls sites professionnels** : ainsi, **on ne pourrait plus évoquer le vin sur les sites touristiques, sur les sites de presse, sur les annuaires, sur les moteurs de recherche**, etc. C'est impensable pour les professionnels du vin. La loi Evin doit s'appliquer sur internet, en excluant les sites destinés à la jeunesse, les sites d'associations sportives et les formats intrusifs.

## ➔ **Une filière engagée dans la lutte contre les pratiques à risque**

**La filière vitivinicole partage le souci de lutter contre les pratiques à risque ou addictives.**

Promouvant la modération, **elle s'est elle-même engagée, aux côtés des pouvoirs publics, dans des vastes actions d'information, de prévention et d'éducation**, notamment contre l'alcool au volant. Mais ne nous trompons pas de cible.

« **L'élargissement de ces mesures n'a rien à voir avec les problèmes posés et encore moins avec la santé publique. Vin et Société déplore que la pédagogie, l'éducation à la consommation, la prévention ciblées et la modération, actions sur lesquelles elle s'est fortement engagée, en France et aux côtés de la Commission européenne, soient totalement oubliées** », souligne Marie-Christine Tarby, présidente de l'association.

Il s'agit d'un choix de société : doit-on favoriser une politique de santé valorisant la modération et la responsabilité ou une politique d'interdits et de répression ?

**L'association VIN & SOCIÉTÉ** regroupe les acteurs de la filière viti-vinicole en France : AGEV – Association générale des entreprises vinicoles ; ANIVIT – Association Nationale Interprofessionnelle des Vins de Table et des Vins de Pays ; CCVF – Confédération des Coopératives Vinicoles de France ; CFVDP – Confédération Française des Vins de Pays ; CNAOC – Confédération Nationale des Producteurs de Vins et Eaux-de-Vie de Vin à Appellations d'Origine Contrôlées ; CNIV – Comité National des Interprofessions des Vins à appellation d'origine ; VIF – Vignerons Indépendants de France.

BORDEAUX



Fédération  
des Grands Vins  
de Bordeaux

## Projet de loi Hôpital, Patient, Santé, Territoire (HPST)

### Position de la filière des vins de Bordeaux

#### Sommaire

« Publicité sur internet et droit à l'information »	4
« Offre gratuite et vente au forfait »	6
« Vente à emporter, vente à distance »	8
« Vente en station essence »	9
« Remise en cause de la modération »	10
« Une filière engagée et responsable »	11
Principales Etudes vin et santé	13
Le poids de la filière des vins de Bordeaux	14

#### Contacts presse

##### Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

Valérie Descudet : valerie.descudet@vins-bordeaux.fr Tel. 05 56 00 22 76

Sara Lesage : sara.lesage@vins-bordeaux.fr Tel. 05 56 00 43 49

##### Syndicat des Bordeaux et Bordeaux Supérieur

Michèle Vernoux : michelle.vernoux@maisondesbordeaux.com Tel. 05 57 97 19 31

## Publicité sur internet et droit à l'information

- En octobre 2008, la Ministre de la Santé, et le gouvernement se sont engagés à permettre au vin un accès légal à Internet. Aujourd'hui, sous la pression de certains parlementaires, ces avancées sont remises en cause.

- L'amendement adopté en Commission n'autorise en fait que l'activité commerciale sur internet. Et interdit de fait la communication autour du vin sur les sites touristiques, les sites de presse, les annuaires, les moteurs de recherche, etc.

- Internet est le média le plus efficace, et le plus facile d'accès, notamment pour les petites structures viticoles, pour promouvoir le vin français et faire face à la concurrence des autres pays producteurs.

- Autoriser la publicité pour le vin sur internet ne remet pas en cause les grands objectifs de santé publique ; bien au contraire, l'existence d'un encadrement juridique clair et strict garantit notamment la protection de la jeunesse.

- **Internet n'était pas, jusqu'à présent, intégré au dispositif de la loi Evin et donc il n'était pas traité comme les autres médias.**

- en 1991, lors du vote de la loi Evin, la place d'internet n'a pas été abordée car ce média était alors quasiment inexistant.
- l'explosion de la communication on-line a conduit la filière vin à développer, comme tous les secteurs économiques, sa présence dans ce média.
- en l'absence de cadre juridique, et au fur et à mesure des décisions de justice, internet a été soumis à une interdiction élargie.
- certains sites, très fréquentés, ont décidé de ne plus faire apparaître de messages publicitaires liés au vin, anticipant ainsi une éventuelle condamnation judiciaire. Orange et Microsoft ont choisi de ne plus référencer les sites de vente en ligne sur leurs portails et moteurs de recherche tant que la loi ne serait pas modifiée. Il y a donc urgence à légiférer.

- **Internet est un outil indispensable pour le développement économique, notamment commercial, de la filière**
  - pour les petits opérateurs, qui constituent l'essentiel de la filière vin française, internet est le moyen le plus facile et le moins onéreux pour donner une visibilité à leurs produits, les faire connaître et les vendre.
  - au total, 8 à 9 % du chiffre d'affaires du secteur serait directement obtenu grâce à internet, avec une part significativement plus importante chez les petits opérateurs.
  - internet est un outil de communication désormais indispensable pour la notoriété du vin français qui représente 17 % du marché mondial du vin. 600 000 références de vins français sont comptabilisées sur internet soit 27,2 % de la totalité des vins sur internet.
  - sur la question de l'espace publicitaire (bannières, liens commerciaux, etc), la filière vin française ne peut abandonner cet outil prépondérant de communication à ses concurrents étrangers. Rappelons que la France est le seul grand pays producteur de vin à interdire la publicité sur internet.
  - Etre présent sur les moteurs de recherche est indispensable : plus de la moitié des acheteurs sur un site de vente de vin en ligne vient des moteurs de recherche, guides d'achat en ligne ou partenariat.
  
- **En acceptant enfin d'intégrer internet à la liste des supports autorisés par la loi Evin, le gouvernement et le Parlement pourraient reconnaître une évidence : internet est un média (c'est même LE média du 21<sup>ème</sup> siècle) et, à ce titre, il doit être accessible à tous et encadré au même titre que les autres médias par la loi.**
  - Internet est un média sans frontière : son interdiction en France pénaliserait uniquement les sociétés françaises et pas les grandes multinationales qui ont les moyens d'émettre d'ailleurs.
  
- **L'intégration d'internet au dispositif de la loi Evin ne vient pas à l'encontre de la nécessaire protection de la jeunesse :**
  - au contraire, en intégrant internet à la liste des supports autorisés, le législateur offre un cadre très strict à la publicité sur internet, comme c'est déjà le cas pour les autres média. Il empêche ainsi que n'importe quoi ne se fasse comme le craint l'ANPAA.
  - les actions de publicité des professionnels du vin ne ciblent pas les jeunes qui ne consomment pas, ou très peu de vin (en 2000, 84 % des individus âgés de 15 à 19 ans et 57 % des individus âgés de 20 à 24 ans sont des non-consommateurs de vin ; 92 % des jeunes de 18 – 24 ans préfèrent d'autres boissons au vin).
  - le vin n'est pas impliqué dans les conduites à risque, de type « binge drinking », car il bénéficie de son image de boisson nécessitant une véritable dégustation, à l'opposé de la consommation excessive où la défonce rapide est recherchée.

## « Offre gratuite et vente au forfait »

**RAPPEL** : Le projet de loi Hôpital, Patient, Santé, Territoire (HPST), dans son article 24, stipule : « *Il est interdit d'offrir gratuitement à volonté des boissons alcooliques dans un but promotionnel, ou de les vendre au forfait.* »

- Interdisant toute offre gratuite promotionnelle, le projet de loi HPST porte gravement atteinte à toutes formes de dégustation, y compris celles, traditionnelles, à portée socio-culturelles, éducatives, festives ou commerciales. Elle porte atteinte à la culture du vin et à notre patrimoine national commun.
- La loi ne règle en rien la pratique des open bar et le problème de l'alcoolisme des jeunes, exposés par ailleurs au phénomène de « binge-drinking » qui entend des pratiques (lieux, mode et horaires de consommation) d'où le vin est absent.
- L'alcool chez les jeunes implique marginalement le vin. Une récente étude de l'IREB montre que spiritueux et bière arrivent largement en tête des boissons consommées devant le vin (respectivement 12 verres par mois contre moins de 3 pour le vin)
- A l'interdit et à la sanction, et pour être efficace, la filière préconise de substituer dans la loi des mesures de prévention et de modération ciblées, répondant aux problèmes posés, notamment en faveur de l'éducation des jeunes.

### ▪ Les effets pervers d'une loi imprécise

La lutte contre les consommations excessives et dangereuses dans les soirées étudiantes est légitime.

Mais, la mesure **telle que rédigée s'appliquerait beaucoup plus largement, à tous les espaces de dégustation**, portant atteinte à l'esprit du vin, à notre culture et notre patrimoine, à des modes de sociabilité tels que les salons (en premier lieu, le Salon de l'Agriculture), les fêtes et foires viticoles (Saint Vincent, « Percée du Vin jaune »...), les clubs de dégustation, les séjours gastronomiques, les découvertes œnologiques en caves et caveaux. Et même toute offre de vin accompagnant les repas, que ce soit les repas dans l'avion ou les menus gastronomiques.

## Rappelons que

- L'esprit de la loi Evin est de différencier la protection de la jeunesse des modes de consommation traditionnels.
- Nous partageons le souci de lutter contre les pratiques à risque et addictives. Mais il ne faut pas pour autant empêcher un vigneron de faire goûter et découvrir ses produits à des clients, ni mettre un terme aux découvertes œnologiques et aux soirées de clubs de dégustation, qui impliquent et promeuvent une consommation modérée.

### ▪ **La réalité de la consommation d'alcool, en particulier chez les jeunes, plaide en faveur du vin**

Il ne faut pas se tromper de cible et ne pas nuire à la consommation raisonnable de vin pour lutter contre les risques liés à l'alcool chez les jeunes. Le bon sens et les faits plaident en notre faveur :

- le vin est une boisson peu appréciée des jeunes aujourd'hui et rarement choisie pour pratiquer le « binge drinking ».

### ▪ **La part des jeunes dans la consommation de vin en France est très faible :**

5% pour les 15-24 ans ; 12% pour les 25-34 ans (source ONIVINS-INRA- 2000).

- la courbe des âges de l'ivresse alcoolique est inversement proportionnelle à celle de la consommation de vin.

### ▪ **Les jeunes consommateurs de vin sont de moins en moins nombreux...**

La proportion de consommateurs réguliers et occasionnels de vin, chez les jeunes, a baissé de 1980 à 2000. Pour les 15-19 ans, moins de 16% en 2000, contre 36% en 1980. Chez les 20-24 ans, ils sont 43% en 2000 contre 70% en 1980 (source ONIVINS-INRA- 2000).

### ▪ **La dégustation est protégée par la loi**

La dégustation fait partie intégrante de l'acte de vente et peut même être considéré comme un droit de l'acheteur de vin.

- le vin fait partie des produits soumis à l'usage de la dégustation (en vertu de l'article 1587 du code civil, article qui n'a pas changé depuis 1804).

## « Vente à emporter, vente à distance »

- La vente à distance et la vente à emporter ont leurs particularités et ne peuvent être totalement assimilées.
- Une surenchère législative concernant la vente à distance peut mener dans l'avenir à des textes inapplicables par leur complexité même.
- Les professionnels de la filière refusent de se voir imposer des obligations telles que la vente de boissons non alcoolisées : ils ne sont pas prêts à intégrer des sodas à leur carte de prix !

Si le souhait de réglementer et d'imposer une licence à toutes les sociétés qui livrent de l'alcool est légitime, il ne faut pas que cela implique une multiplication des contraintes pour les différentes formes de vente de vin à distance.

Il n'est pas question d'imposer de nouvelles obligations aux opérateurs de la filière vin qui en ont déjà suffisamment en tant qu'entrepôts agréés.

Les vignerons refusent de vendre des sodas ! Les débits de vente à emporter doivent en effet présenter une part de leur offre en boissons non alcoolisées.

Et si des limites horaires étaient imposées à la vente à emporter, quelles applications pour les sites de vente de vin sur internet, un mode de communication qui ne connaît pas de fuseau horaire ?

Encore une fois, le ministère de la Santé doit préciser ce qu'il veut réglementer.

## « Vente en station essence »

- Les mesures alibis préconisées par la loi apportent une fausse réponse au problème, et portent atteinte sans discernement à une activité économique légitime.
- La vente de produits du terroir dans les boutiques spécifiques, en particulier sur les aires d'autoroutes, participe à l'image touristique et gastronomique de la France, notamment auprès des visiteurs étrangers.
- La vente de vins régionaux dans ce cadre n'est nullement impliquée dans les conduites à risque chez les jeunes visées par le projet de loi.

### ▪ Un empilement législatif pour des mesures déjà existantes

Rappelons que la vente d'alcool dans les stations services est déjà interdite entre 22h et 6h.

Il faut faire respecter cette mesure, avant d'en élargir sans limite l'application.

- Il existe aujourd'hui une interdiction de la vente de boissons alcoolisées sur les autoroutes (Circulaire n° 2001-17 du 5 mars 2001 relative à la concession des aires de service en bordure des autoroutes non concédées, des routes express et des déviations).
  - A cette interdiction, le ministère de l'Équipement a prévu une dérogation pour les boutiques de produits de terroir, qui donne satisfaction. Il serait incompréhensible de revenir sur cette dérogation sans motifs réels. Le texte de cet amendement s'inspire directement de la Circulaire.
- **Ces dispositions ne reposent sur aucune étude sociologique ou sanitaire. Elles ne sont fondées sur aucune statistique.**
  - **Dans les zones rurales notamment, les stations-service constituent de véritables épiceries de quartier.** A ce titre, il convient de les reconnaître comme des commerces à part entière.
  - S'il faut désormais considérer que l'achat d'alcool doit être interdit dès lors qu'il concerne un automobiliste, **ne va-t-on pas, demain, interdire l'achat d'une bouteille de vin à celui qui se rend en voiture chez son caviste ou au supermarché ?**

## « Remise en cause de la modération »

- **Le projet de loi HPST remet en cause les notions de modération et de consommation responsable.**
- **Deux amendements ont été adoptés en Commission des affaires sociales. Le premier vise à supprimer le Conseil de la Modération mis en place par la loi en 2006 ; le deuxième à renvoyer la définition du message sanitaire à un arrêté du ministre de la Santé.**
- **Quelle contradiction : les autorités européennes demandent aux professionnels du vin de faire la promotion de la consommation responsable. En France, certains voudraient l'interdire.**

### Suppression du Conseil de modération et de prévention

- **Le Conseil de prévention et de modération a pour objectif principal de favoriser le dialogue entre les pouvoirs publics, les professionnels représentant les boissons alcoolisées et les associations de santé.** Se réunissant régulièrement, il a permis de créer les conditions de ce dialogue.
- **Seule une association refuse d'y siéger (l'ANPAA). C'est elle qui remet en cause son existence.**
- La suppression du Conseil de la Modération aurait pour seule conséquence le repli de chacun sur soi, l'incompréhension et les heurts.

### Modification du message sanitaire « L'abus d'alcool est dangereux pour la Santé, consommer avec modération »

Nous sommes opposés au renvoi de la définition du message sanitaire à un arrêté du Ministre de la Santé :

- cela reviendrait à courir le risque d'un contournement voire d'un détournement de l'esprit de la loi.
- cette définition doit continuer à relever de la seule responsabilité du Parlement.
- l'administration du ministère de la Santé voudrait supprimer les termes « à consommer avec modération » et imposer des messages du type « la consommation d'alcool provoque le cancer ».

**Suprême contradiction : un tel message remettrait en cause la politique actuelle, confirmée au niveau européen (programme « Wine in modération » voulu par la Commission européenne), fondée sur l'acceptation de la consommation modérée et de lutte contre l'abus.**

## Une filière engagée et responsable

- La filière vin prône et promeut l'éducation au bien boire et la modération, en vertu des normes édictées par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS).
- Vin & Société s'engage aux côtés des pouvoirs publics, en particulier la Sécurité routière, dans des actions de prévention et de sensibilisation à l'auto-contrôle.
- Vin & Société est pilote en France du programme « Wine in modération » mené par la Commission européenne des entreprises du vin, sous le contrôle et le patronage de l'Union européenne.

### ▪ Vin & Société privilégie la pédagogie, promeut la modération et l'autocontrôle

L'association s'est fortement engagée aux côtés de la Sécurité Routière pour promouvoir l'autocontrôle :

- opération « Soufflez vous saurez »
- mise à disposition de 100 000 éthylotests depuis 2007 au cours de toutes les manifestations de dégustation (fêtes viticoles, caveaux, salons...)

Par ailleurs, elle a mis en place un site internet, désormais baptisé « Bienvenue à la modération » ([www.bienvenue-a-la-moderation.fr](http://www.bienvenue-a-la-moderation.fr)) qui donne aux citoyens les clés d'une consommation prudente et responsable dans toutes les situations de la vie, et notamment lorsqu'ils dégustent le respect des 0,5g/l s'ils reprennent le volant.

### ▪ Une filière qui fait des propositions concrètes pour la prévention et l'éducation

La consommation d'alcool est en baisse continue depuis les années 1960. Baisse essentiellement assumée par le vin : **les volumes de vin consommés en France ont été divisés par deux depuis 1960** (de 100 à 56 litres par an et par personne).

En dépit de cette baisse globale et continue de la consommation, la fréquence des consommations à risques qui peuvent entraîner ivresses et des accidents routiers augmente, conséquences de l'échec de la prévention du risque alcool, en particulier chez les jeunes.

La filière vin estime que ce bilan doit pousser les pouvoirs publics à améliorer et adapter les messages de prévention, à promouvoir l'éducation au bien boire plutôt que l'interdit.

Nous proposons :

- que soit interdit d'offrir ou de vendre pour une somme forfaitaire des boissons alcooliques, à destination principalement des moins de 25 ans.
  
- que les chefs d'établissements puissent autoriser des dégustations, présentations œnologiques et pédagogiques dès lors que la manifestation est accompagnée d'une information sur les risques liés à une consommation excessive de boissons alcoolisées.

▪ **L'incohérence entre les décisions françaises et les programmes initiés par l'Union européenne**

Exception hexagonale, la France choisit l'interdit total et aveugle, l'amalgame, tandis que l'Europe, prenant aussi en compte les dimensions culturelles et économiques du dossier, initie, encourage la modération, l'éducation et la pédagogie.

- Vin & Société est le référent française du programme « Wine in modération », mis en place par et sous l'égide de la Commission européenne. En matière de consommation raisonnée d'alcool, il prend pour norme et référence les préconisations de l'Organisation Mondiale de la Santé qui font autorité partout dans le monde.
  
- Ce programme consiste à mettre en place des actions éducatives et pédagogiques dans l'ensemble des pays producteurs de vin. Il est annuellement évalué dans chacun des pays grâce à des outils de mesure et de contrôle stricts.

# Etudes vin et santé

## De très nombreuses études mettent en avant les bienfaits d'une consommation modérée de vin sur la santé.

La principale d'entre elles, l'étude dite de Nancy porte sur 100 000 personnes suivies pendant 25 ans et met en évidence la réduction du risque de mortalité toutes causes confondues et notamment par cancer liée à une consommation de vin modérée et régulière.

**Les Professeurs Renaud et Lanzmann** concluent : « L'analyse de notre cohorte a pour la première fois démontré que le vin, consommé à la dose de 1 à 3 verres par jour chez l'homme, et seul le vin parmi les boissons alcoolisées, était associé avec une baisse de 20% de la mortalité par cancers. (Renaud S, Guéguen R, Siest G, Salamon R. *Wine, beer and mortality in middle-aged men from Eastern France. Arch Intern Med* 1999;159:1865-70.).

Ces résultats ont été confirmés au Danemark. (Gronbaek M, Becker U, Johansen D et al. *Type of alcohol consumed and mortality from all causes, coronary heart disease and cancer. Ann Intern Med* 2000;133:411-9.).

Par ailleurs cette étude a été la première en France à avoir montré qu'une consommation modérée d'alcool, plus particulièrement de vin est associée avec une réduction de 40% de la mortalité cardiovasculaire chez l'homme d'âge moyen.

Ces études battent en brèche les affirmations récentes résultant d'un rapport de l'INCa datant de 2007 qui préconisent l'abstinence et vont à l'encontre de toutes les autres recommandations nationales (PNNS) ou internationales (WRCF, OMS, ...).

## Le fonds mondial de recherche contre le cancer (WRCF) prône la modération

Dans son étude portant sur l'alimentation et la santé établie à l'échelle planétaire (2007)<sup>1</sup>, le WRCF, fonds mondial de recherche contre le cancer, établit un lien possible entre alcool et cancer. Pourtant, il reste prudent à établir un lien direct de causalité. Il évoque « les boissons alcoolisées », soulignant que les risques relatifs (RR) sont beaucoup plus faibles pour le vin que pour la moyenne de tous alcools confondus.

Enfin, dans ses recommandations, le rapport prône la modération au regard de l'effet protecteur d'une consommation modérée d'alcool sur les maladies cardiovasculaires.

<sup>1</sup> Rapport WCRF 2007, analyse de 22.000 publications, rédigé par un panel de 21 experts internationaux.

# Le poids de la filière des vins de Bordeaux

## 1. Production

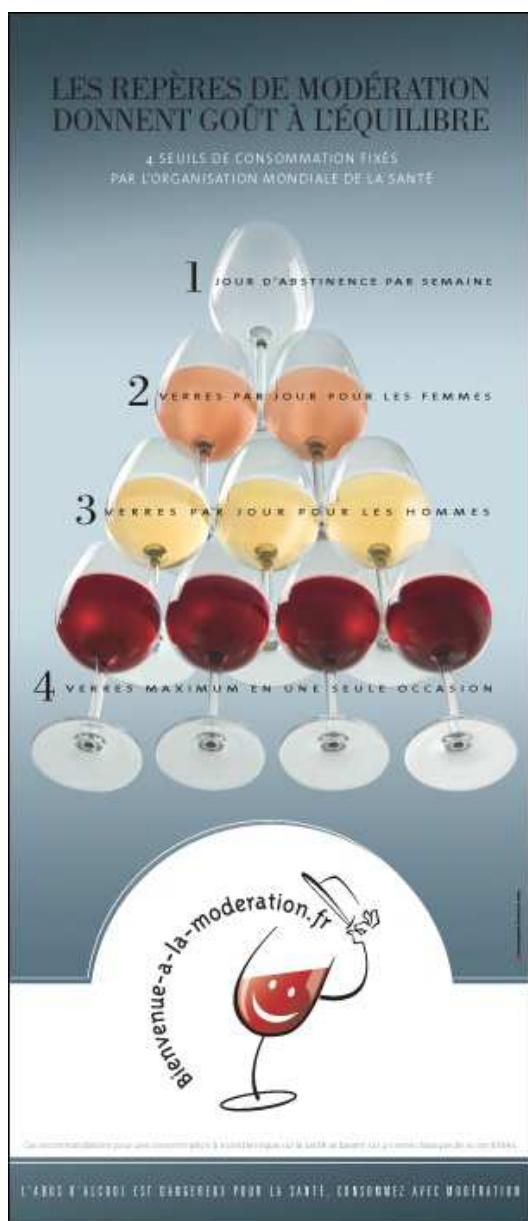
- La surface totale du vignoble français est de **864 500 hectares (125 000 ha pour Bordeaux, première région de production de vins d'AOC)**.
- La France compte **144 000 exploitations viticoles**, dont plus de 9000 en Gironde.
- **La France reste le premier producteur mondial**, devant l'Italie et l'Espagne avec 53,7 millions d'hectolitres produits en 2006. **Cependant une étude 2008 du CREDOC montre qu'à l'horizon 2015, l'Espagne devrait détrôner la France.**
- La viticulture est la **première contributrice au produit de l'agriculture de la France** (17% de la valeur de la production agricole en 2004).

## 2. Exportations

- Avec un montant supérieur à 6 milliards d'euros en 2007, le secteur des Vins et Spiritueux est le **premier solde positif du commerce extérieur agroalimentaire**.
- **Les vins français s'exportent dans 180 pays mais ont perdu des parts de marché chez leurs principaux clients.** Par exemple, en 2005, les ventes ont baissé, en valeur de 5 % en Allemagne et de 3,5 % en Belgique. La concurrence des nouveaux pays (Australie, Afrique du Sud, ...) se fait sentir. **Dans ce contexte, les vins de Bordeaux restent sur une tendance positive sur un an (+ 2%, en cumul à fin juillet 2008) malgré un recul des exportations au cours des derniers mois (source DGDDI/CIVB).**

## 3. Emploi

- La filière viticole compte **239 500 actifs permanents (plus de 35 000 en Gironde)**, ainsi que de nombreux saisonniers.
- Il est important de rappeler que ces PME sont implantées dans des zones rurales et contribuent à la dynamique de ces espaces et à l'aménagement du territoire.
- **L'oenotourisme représente également un potentiel d'emplois important.** Avec 79 millions de touristes par an, la France est le premier pays visité au monde. Grâce au vin, l'offre touristique peut jouer la carte du terroir, de la convivialité et de la gastronomie : autant d'atouts pour les visiteurs étrangers.
- Dans un pays où la gastronomie occupe une place essentielle, **le vin contribue à l'équilibre économique du secteur de la restauration.**



### Contacts presse

#### Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

Valérie Descudet : [valerie.descudet@vins-bordeaux.fr](mailto:valerie.descudet@vins-bordeaux.fr) Tel. 05 56 00 22 76

Sara Lesage : [sara.lesage@vins-bordeaux.fr](mailto:sara.lesage@vins-bordeaux.fr) Tel. 05 56 00 43 49

#### Syndicat des Bordeaux et Bordeaux Supérieur

Michèle Vernoux : [michelle.vernoux@maisondesbordeaux.com](mailto:michelle.vernoux@maisondesbordeaux.com) Tel. 05 57 97 19 31

BORDEAUX



Fédération  
des Grands Vins  
de Bordeaux