

# Puissance des lobbies du vin.



VIN & SOCIÉTÉ



Pernod Ricard



Constellation  
Brands

LVMH  
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON



MOUEIX



Mise à jour-1/2022

## Introduction

Quel est le chiffre d'affaire et le résultat de la vente de vin dans le monde?

Combien rapporte le vin ?

Quelle relation la France entretient-elle avec le milieu du vin et des alcools ?

Quels autres pays ont un lien aussi étroit avec le vin ?

Quelles sont les grands groupes qui dirigent le monde du vin et des alcools ?

Pourquoi certains pays sont nettement plus agressifs commercialement que la France sur le marché mondial?

Comment le milieu viticole respecte sa main d'oeuvre ?

Le vin est-il différent des autres alcools comme l'explique haut et fort le lobby provin que représente « vin et société »?

Quel est son coût social ?

Quel est le chiffre d'affaire et le résultat de la vente de vin dans le monde? Les boissons alcoolisées pèsent 1470 milliards de dollars. En tête se trouvent les bières, suivi des spiritueux, des vins et enfin des cidres.

La bière pèse 40 % de la valeur du marché avec 196,2 milliards de litres en 2017 le chiffre d'affaires généré est de 622 milliards de dollars.

Les spiritueux englobent une large palette d'alcool selon les pays. En 2018, le chiffre d'affaire généré était de 426 milliards de dollars. Le whisky, le brandy, la vodka, le rhum et le gin sont les alcools les plus consommés. Le whisky et le brandy représentant 34 % des spiritueux vendus.

Le marché du vin est à 224,5 milliards de dollars ce qui représente une augmentation de plus 40 % en 10 ans.

Le marché mondial du cidre représente 4% en valeur du marché. Ce sont essentiellement le Royaume-Uni et l'Irlande qui consomment du cidre.

Pour récapituler :

Types d'alcool	chiffre d'affaire moyen généré en 2020 milliards de dollars	%
<b>Bière</b>	622	40 %
<b>Spiritueux</b>	426	30 %
<b>Vins</b>	224	15 %
<b>Cidres</b>	59	4 %
<b>Autres</b>	161,7	11 %
<b>Total</b>	1 470	

Tableau 1. Emploi direct dans la production de boissons alcooliques dans l'UE, 1990

Pays	Nombre d'employés			
	Bière	Vin	Spiritueux	Total
Allemagne	53 500	21 500	6 000	81 000
Belgique et Luxembourg	8 800	400	150	9 300
Danemark	4 550	0	400	5 000
France	9 400	166 000	12 500	188 000
Espagne	15 000	102 000	6 000	123 000
Grèce	1 900	9 000	100	11 000
Irlande	3 000	0	500	3 500
Italie	4 300	149 500	4 000	158 000
Pays-Bas	8 600	0	1 700	10 200
Portugal	3 000	29 000	500	32 500
Royaume-Uni	44 000	100	17 000	61 000
Total	156 100	477 000	48 750	682 000

Source : données tirées de *Alcoholic beverages and European society* (10).

La filière viticole française emploie 500 000 personnes et est le deuxième poste d'excédent commercial. Les Français ont une relation étroite au vin. Bien que la consommation soit en baisse depuis les années 1980, les Français restent les premiers consommateurs du monde individuellement avec 42 l/an/hab.

Le négoce est très puissant en France. Il est très bien représenté dans les interprofessions et leurs lobbies sont actifs. La place bordelaise domine le marché. Il y a environ 650 entreprises ayant un chiffre d'affaire supérieurs à plus de 2 millions d'euros. La valeur ajoutée du négoce était de 18 milliards d'euros en 2011. 36 400 salariés travaillent pour le négoce qui commercialise 70% des vins français. Le négoce est très actif à l'export, 40% de leur chiffre y est du. En France, ils vendent majoritairement leur vins à la GMS et à la restauration. Le négoce a beaucoup de stock, une gamme diversifiée, peut faire des remises. Le goût des vins est standardisé et moins sensible à l'effet millésime que ceux des caves particulières. L'image du négoce n'est pas bonne, à l'exclusion de certaines grandes maisons de Champagne, Bourgogne, du Rhône et du Bordelais. Le rapport qualité-prix est souvent décevant, les vins manquant souvent de fruité et de finesse. Les négoce communique essentiellement sur leur nom de marque. La relation commerciale n'est pas difficile, mais ne permet pas un contact direct avec les producteurs. Les 5 premiers grands négociants français sont : Castel, Grand chai de France, Vranken-Pommery monopole, Champagne Boisset et Advini (ex Jean Jean). Certains pays comme le Chili proposent des vins de négoce d'un très bon rapport qualité prix.

Les Etats-Unis sont devenus les premiers consommateurs de vin du monde (par pays). L'Europe représente les 2/3 de la consommation mondiale, mais sa part tend à diminuer.

## Mieux connaître les grands négociants français :

Les principaux négociants français sont mis en avant dans le tableau suivant.

Négoce	Région	CA année 2014 Millions euros Tout alcool confondu	C.A année 2019 millions d'euros Tout alcool confondu
Castel	Bordeaux	1 100	6 000
Grands chais de France	Alsace	650	1 124
Vranken-Pommery monopole	Champagne	322	
Champagne Boisset	Champagne	265	
Advini (Jeanjean)	Languedoc	227	
Famille Merlaut ( Taillan, Ginestet, Joseph Verdier, la compagnie rhodanienne)	Bordeaux	180	
Philippine de Rothschild	Bordeaux	82	
Champagne Thienot	Champagne	67	
Georges Duboeuf	Beaujolais	59	
maison E.Guigal	Rhône	53	
Robert Skalli	Languedoc	48	
Millesima	Bordeaux	26	
Patrick Bouey	Bordeaux	35	
Christian Moueix	Bordeaux	50	
François Lurton	Bordeaux	20	
Louis-Fabrice Latour	Bourgogne	6	
Joseph Janoueix	Bordeaux	4	

### 1. Le groupe Castel

Il a été créé en 1949 sous le nom de Castel Frères. Il est aujourd'hui un des premiers producteurs de vins au monde. Pierre Castel a fait fortune grâce à l'Afrique où il fait là-bas des marges très importantes sur les bières et sur les vins. Il a créé sa première brasserie au Gabon en 1967. Sur l'ensemble du continent africain le groupe castel possède plus de 1600 hectares de vignes. Il détient 80% du marché des bières de l'Angola (7 usines sur le pays). Il détient 38% des activités africaines du groupe SAB Miller (plus grand brasseur du monde), il est également associé à Heineken.

Également présent en Afrique, le groupe est l'un des leaders pour la fabrication et la commercialisation de bières et boissons gazeuses en Afrique Francophone en partenariat avec SABMiller et Heineken. Le groupe Castel possède notamment les marques de vins Malesan, Roche Mazet, Baron de Lestac, Vieux Papes et la villageoise, ainsi que le caviste Nicolas.

Le groupe est le N°1 mondial des vins français, le N°2 en bière et boissons gazeuse d'Afrique et N°3 mondial du vin. Le groupe commercialise 4,6 milliards de bouteilles dont 640 millions de bouteilles de vins. 21% de ses bouteilles sont vendues à l'export. Le groupe est estimé à 20 milliards d'euros. La fortune personnelle de Pierre Castel est estimée à 7 milliards d'euros en 2015. C'est la 11<sup>ième</sup> fortune française et la 125<sup>ième</sup> au niveau mondial selon Forbes en mars 2015

Il a racheté :

- 1990 : Les Brasseries et Glacières Internationales (taille du groupe x 6 avec ce rachat)
- 1992 : le groupe la société des vins de France son principal concurrent (N° 2 du marché)
- 1999 : les «domaines virgines» spécialisés dans les vins haut de gamme en Languedoc-Roussillon
- 2007 : les sociétés «Sautejeau Beauquin» (N°1 du muscadet) et «Friedrich» (N°1 du Bag-in-box)
- 2008 : la société de négoce bordelais «oenoalliance» (dans les 10 premiers)
- 2010 : la maison de Négoce «Barton et Guestier»
- 2011 : Rachats de «Patriache», spécialiste des vins de Bourgogne et du Beaujolais et des effervescents Kriter, 50% des grands crus Barrière et de Château Beychevelle et château Beaumont.

## 2. Grand chais de France :

Société familiale, le Groupe Les Grands Chais de France a été créé en 1979 par son dirigeant Joseph Helfrich. Le Groupe GCF est l'un des tous premiers négociants en vins et alcools. Il est basé en Alsace (Petersbach). Son chiffre d'affaire annuel était de 840 millions en 2012. Il commercialise 24% de ses vins en France et 76% à l'export. Il a plus de 1000 employés sur les deux sites d'embouteillages (Alsace et Landiras). Il possède la marque J.P.Chenet (vins tranquilles en IGP ou vins sans IG), Arthur Metz (vins tranquilles et crémants) et des domaines.

## 3. Groupe Pernod Ricard (Capitalisation boursière: 49 milliards de dollars):

Le groupe développe un portefeuille de 12 marques leader couvrant la quasi-totalité des segments du marché des vins et des spiritueux en France et commercialise à l'international, via les filiales du Groupe, ses marques propres, en particulier Pastis 51, Pernod, Soho, Dita, Suze et Café de Paris. Le groupe a 18 000 employés dans le monde, un chiffre d'affaire de 8,5 milliards d'euros, pour un résultat de 2,2 milliards d'euros, il a 101 sites de production.

Spiritueux :

- Chivas Regal en Whisky (le plus vendu au monde)
- Ballantines : N°2 des scotch whiskies
- Jameson : N°1 des whisky Irlandais
- Absolute vodka (4° marque de spiritueux le plus vendu au monde)
- Martell est l'une des plus anciennes maisons de Cognac. Fondée en 1715, elle fait partie du groupe de vins et spiritueux français Pernod-Ricard depuis 2001.
- Marquis de Montesquiou : Maison d'Armagnac basée à Eauze.

Champagne :

- G.H.Mumm : Fondée en 1827, la maison G.H. Mumm est la 3° marque en France et dans le monde sur le marché des champagnes de prestige. La cuvée Cordon rouge, hommage au cordon de la légion d'honneur, se vend à travers le monde. La maison G.H.Mumm fait partie du groupe Pernod-Ricard depuis 2005.
- Perrier-Jouët : fondée en 1811 à Epernay, la maison est connue pour son vin de champagne brut et sa cuvée « Belle Époque ». En 1959, GH Mumm, société champenoise de Reims, acquiert la Maison Perrier Jouët.

#### **4. Groupe Vranken-Pommery :**

250 hectares, 1780 hectares à Listel, 300 hectares en Provence, 210 hectares au Portugal. Le groupe a fait un chiffre d'affaire de 322 millions d'euros en 2014.

- Champagne : 20,3 millions de bouteilles commercialisées (2011)- 2 sites de production
- Vin : 30,7 millions de bouteilles. 3 sites de production.
- Porto : 2,3 millions de porto . 1 site de production

#### **5. Groupe BOISSET :**

Chiffre d'affaires consolidé d'environ 265 millions d'euros en 2014, 22 maisons de négoce et domaines en France et à travers le monde (rachat de skalli France dernièrement). Le groupe Boisset est une maison familiale très présente à l'international. Elle figure parmi les 5 premiers groupes français du secteur vins. Elle fait partie des 5 premiers exportateurs français de vins fins. Il est présent dans 80 pays.

En 1961, âgé de 18 ans, J.C. Boisset, le fils d'instituteurs rêve de devenir négociant en vins. Avec quatre appellations en poche sur son tarif, il se lance dans la commercialisation avant de racheter quelques années plus tard des terres à Gevrey-Chambertin. Rapidement, il part prospecter les marchés anglo-saxons, européens puis américains sur lesquels il comprend vite que le business est florissant et, surtout, à forte valeur ajoutée. Le succès est au rendez-vous et l'activité ne cesse de se professionnaliser au fil des décennies : site de production, force de vente, marketing, communication... En 1990, la maison Boisset réalise 75 millions d'euros de chiffre d'affaires. En 1992, quand il se lance dans la course à la croissance externe via l'acquisition de Bouchard Aîné et Fils. La rentabilité des spiritueux et des apéritifs l'encourage à se constituer un portefeuille de produits de plus en plus étoffé dans les années 1990. Il revendra l'intégralité de ses marques à La Martiniquaise, empochant au passage une plus-value très confortable.

#### **6. Groupe Advini (Ex JeanJean) :**

La maison JeanJean est créé en 1870 dans le Languedoc par Maurice-Vincent JeanJean issu d'une famille d'agriculteur et aubergiste local (Saint Félix de Lodève). Aujourd'hui, le groupe possède les maisons de négoce : JeanJean (Languedoc), Laroche (Bourgogne), Cazes (Roussillon), Ogier (Rhône), Cassier (Provence), Rigal (Cahors) et Antoine Moueix (Bordelais). Il y a 550 salariés. 40% de la production est vendu à l'export. Des bureaux sont installés en Grande Bretagne, Pologne, Allemagne, Chine, Canada et USA. C'est le plus grand négociant du Languedoc mais il est implanté sur d'autres régions viticoles françaises et dans le Monde (Afrique du Sud, Chili).

#### **7. Famille Merlaut (Taillan, Ginestet) :**

Jacques Merlaut, originaire de Bordeaux, commence à travailler comme négociant à Sète (1950) et il vend du vin des Côtes du Rhône en Afrique du nord puis il revient à Bordeaux après les événements de 1962 et crée la maison Taillan. Il achète les châteaux Chasse Spleen et la Gurgue dans les années 1970. Il rachète son concurrent, Ginestet en 1981. La maison continue à grossir achetant des vignobles dans le Médoc, dans le Gard, en Val de Loire, au Canada et en Chine. le groupe rachète également la compagnie Rhodanienne, Descas, Joseph Verdier, Grand Sud vins. Dernièrement, il a multiplié les partenariats avec les négociants chinois et canadiens afin d'accroître sa surface de vente. L'étranger représente 50% de ses ventes. Le groupe est propriétaire de 12 propriétés dans le Bordelais sur une surface totale de 300 hectares. Il est également propriétaire de la chaîne de caves Cash vin.

#### **Baron Philippe de Rothschild**

Les petits-enfants du fondateur du domaine règnent sur 600 hectares de vignes, en France et à l'étranger. Dont plusieurs grands crus classés (Mouton Rothschild, Armailhac, Clerc Milon). 80% des vins sont vendus à l'export. Mouton Cadet est la deuxième marque la plus vendue après Baron de Lestac (Castel) sur le marché des bordeaux génériques. Sa part de marché est sensiblement moindre (8,5 % contre 12 %), ce qui ne chagrine pas le directeur général de Baron de Rothschild. « Mouton

Cadet s'est inscrit dans une démarche de valorisation, pas de volume ». Les prix de Baron de Lestac sont 35 % inférieurs à ceux de Mouton Cadet, soit 3,84 euros contre 8,86 euros.

### **Politique de rachats de domaines des négociants :**

Acheter quand les prix du foncier sont bas, et s'assurer de ce fait un approvisionnement direct en vin pour ses réseaux commerciaux, est une démarche que réalisent quelques-uns des plus grands négociants français. Ils peuvent ainsi bâtir, en période de crise, des patrimoines fonciers considérables. C'est le cas par exemple de Castel, des Grands Chais de France ou de Taillan. Il s'agit pour eux d'investir essentiellement dans les AOC d'entrée de gamme (Bordeaux, Bordeaux supérieur) ou intermédiaires (Blaye, Bourg, satellites de Saint-Émilion, Médoc).

### **Le Groupe LVMH et le vin**

Le groupe possède, en 2021, 29 maisons de négoce ou propriétés produisant du vin ou des spiritueux, toujours dans le haut de gamme.

Le chiffre d'affaire réalisé sur la branche vins et spiritueux est de 5,6 milliards en 2019 et 4,7 milliards en 2020 (covid 19 impact particulièrement le champagne). La vente de champagne passe ainsi de 64,7 millions de bouteilles en 2019 à 52,4 millions de bouteilles en 2020.

Par contre la vente de Cognac a été peu impacté par la pandémie, passant de 98,7 millions de ciel à 94,6 millions de col en 2020 (93,3 millions en 2017).

La maison de négoce a fait un chiffre d'affaire de 1,9 milliards d'euros sur les 3,3 milliards chiffres d'affaires générés par le cognac en 2019.

## Mieux connaître des grands producteurs et négociants mondiaux

### **E.&J.Gallo - (Californie) : Premier producteur de vin au monde**

L'entreprise de 6.500 salariés est une affaire familiale vieille de plus de 80 ans où trois générations se succèdent. Tout commence en 1933 : six mois après la fin de la Prohibition, deux frères d'origine italienne se lancent dans la production de vin à Modesto, une ville à 150 kilomètres à l'est de San Francisco. E.&J. Gallo Winery écoule 960 millions de bouteilles par an (7,2 millions d'hectolitres). A titre de comparaison, Castel Frères, le numéro un français, a vendu 600 millions de bouteilles en 2016.

Pour démocratiser la boisson, l'entreprise lance des vins de table à 3 dollars et repense le design pour le rendre moins élitiste, remplaçant les bouchons en liège par des capsules à vis plus proches d'une bouteille de Coca-Cola. En 1957, la société rencontre son premier grand succès avec Thunderbird, un vin blanc parfumé au citron, qui propulse la société à la première place des producteurs de vins américain au milieu des années 1960.

Pour produire en grande quantité, la société se fournit en raisins auprès de tierce-parties, ses propres vignobles n'apportant qu'un quart de la matière première nécessaire. Pour le reste, elle opte pour une intégration verticale - c'est la première entreprise viticole américaine à posséder une usine d'embouteillage, un choix qui lui permet de mieux contrôler le coût du verre.

Au fil des années, l'entreprise diversifie ses offres pour faire face aux évolutions des habitudes de consommation des Américains, qui se sont tournent de plus en plus vers des vins haut-de-gamme. Aujourd'hui, son portefeuille comprend plus de 80 marques. Ce positionnement sur le segment « premium » lui permet aussi d'améliorer ses exportations - elles représentent aujourd'hui 21% du total de sa production, contre 8% en 1990. L'entreprise développe la plupart de ses marques en interne, contrairement à son concurrent Constellation Brands, qui procède par le biais d'acquisitions.

l'entreprise vend du brandy depuis 1975, mais a récemment élargi son portefeuille en rajoutant du gin en 2008, de la tequila en 2010, de la vodka en 2011 et du whisky en 2015.

### **Constellation Brand Etats-Unis (Capitalisation boursière: 45 milliards de dollars):**

Constellation Brands est une entreprise fondée en 1945 et basée à Fairport, dans l'État de New York, spécialisée dans la production et la distribution de boissons alcoolisées (bières, vins et spiritueux). Le groupe détient notamment la marque de bière Corona et les vins Robert Mondavi et Kim Crawford. Les marques de spiritueux comprennent Svedka Vodka, Casa Noble Tequila et High West Whiskey, Nelson's Green Brier Tennessee Whiskey. Il a également des investissements dans le cannabis médical et récréatif.

En avril 2019, Constellation Brands annonce la vente d'une partie de ses activités viticoles à bas prix, pour 1,1 milliard de dollars à E & J Gallo Winery.

En novembre 2020, l'actif total de la société s'élevait à 27,6 milliards de dollars. Les actions du groupe ont augmenté de 118% au cours des douze derniers mois.

### **Vina Concha y Toro (Chili):**

Concha Y Toro (création en 1883) est le plus gros négociant du Chili. Il est propriétaire de 8802 hectares et vinifie 25 000 hectares de plus soit 33 002 hectares vinifiés et commercialisés.

C'est l'un des domaines historiques du Chili. En 1883, Don Melchor de Concha y Toro, homme de loi et politicien, décide d'importer les meilleurs cépages bordelais (cabernet-sauvignon, merlot,) pour les introduire dans la vallée de Maipo. Le domaine produit des vins parmi les plus célèbres du pays. Cette entreprise gère, administre la production et fixe les prix. C'est presque un monopole. 2000 salariés travaillent pour l'entreprise. Toute la différence avec le secteur vinicole français provient de la puissance donnée à l'aval de la production : ces entreprises conditionnent le pilotage du secteur. A l'inverse de la France ce ne sont pas les négociants mais elles qui contrôlent le marché. Les surfaces viticoles annoncées par les entreprises sont celles dont elles sont propriétaires, ils faut y ajouter en

plus le raisin qu'elles vinifient. Elles achètent du raisin à de petits producteurs, ou à des entreprises spécialisées dans la production de raisin de cuves.

Les signes de qualité qui existent au Chili, bien que très sommaires, ne sont pas ou très peu utilisés par les grandes entreprises. Sur l'étiquette vous pourrez voir la mention D.O signifiant dénomination d'origine, suivi du nom de la région concernée. Il y en a 13. La subdivision en Costa, Andes et Entre Cordilleras est très peu utilisée et critiquée car étant jugée comme limitante à l'export.

Les Chiliens produisent des noms de marque. C'est la marque qui fait référence. Les besoins se basent sur ceux des clients anglais et américains, qui sont essentiellement attachés au cépage et à une qualité reconnaissable. Le niveau de qualité se base sur les procédés industriels. Ce sont les certifications, selon des normes ISO, qui sont mis en avant. Comme le Chili exporte les 2/3 de ses vins, les certifications internationales sont une aide pour conquérir des marchés. Cette politique est mise en avant pour la vente de vins biologiques.

Les exportations de vins chiliens sont essentiellement réalisées aux Etats-unis et au Royaume -uni (1/3 des exportations).

Les vins sont segmentés par prix :

- basic et premium < 8 dollars
- super premium entre 8 et 14 dollars
- ultra premium et icon > 50 dollars.

La presse viticole mondiale joue un rôle central comme prescripteur. Pour communiquer, les chiliens utilisent les Andes et la Carmenère. Ils existent un déficit d'image du pays, Pinochet ou Allende n'étant pas porteurs. La Carmenère est devenu l'emblème du pays, comme le malbec en Argentine.

La qualité des vins est envisagée non par l'emploi de signes de qualité, mais par les notations des grands médias spécialisés :

- Wine spectator, Wine advocate et Decanter.

Ce phénomène renforce encore la puissance de ces journalistes et les conséquences sur le goût des vins du monde entier (voir le film Mondovino de Jonathan Nossiter).

Les Chiliens communiquent beaucoup sur le climat, sur la non présence des maladies cryptogamiques, le faible taux de traitement par rapport à l'Europe et la France en particulier.

Le monde du vin proposé par le Chili, comme celui des Etats-unis, minore le rôle joué par les signes de qualité qui ont pour vocation de protéger la paysannerie et ses savoirs-faire comme en Europe. Il prétend casser les anciens codes et savoirs qui régissent le vin en démocratisant son accès à l'endroit des néo-consommateurs. Il vise à renouveler les discours qui portent sur cette boisson. À l'heure d'internet, le consommateur doit avoir accès grâce à son smartphone, à des informations simples, voir stéréotypées sur le vin qu'il choisit : cépage, lieu de production, médailles, notes données par des critiques, conseils mets et vins. Le vin doit donner l'image qu'il est bon pour la santé, bon pour la planète (développement du bio) et qu'il peut s'associer à une cuisine internationale.

La qualité des vins produits est tout à fait intéressante et correspond à la demande actuelle mondiale. Le Chili est un concurrent très sérieux pour la France.

## Lobby pro vin : Vin et société

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

Vin et société est une association et un lobby français du vin. L'association est créée par les représentants de la filière viticole française en 1995 avec un triple objectif : « adapter la loi Évin aux particularités du vin ; inciter les pouvoirs publics à distinguer le vin des autres boissons alcoolisées en vertu de ses effets bénéfiques (si consommé avec modération) et de la dimension historique de sa consommation en France ; mieux cibler la lutte anti-alcoolique en s'attaquant davantage aux « mauvais comportements » qu'aux produits ». L'association demande dès sa création à être associée aux dispositifs de lutte contre l'alcoolisme, et obtient en 2005 la création d'un Conseil de modération et de prévention qui comprend de nombreux représentants de la filière du vin. La structure compte, en 2018, quatre salariés et son budget annuel s'élève à 1,6 million d'euros<sup>2</sup>.

Elle indique représenter 21 organisations interprofessionnelles régionales et 7 organisations professionnelles nationales. Son président est Joël Forgeau. Pouvant compter sur le relais du groupe Vigne, vin et œnologie à l'Assemblée, qui regroupe plus d'une centaine de députés, elle obtient lors de l'examen de la loi santé en 2015 d'assouplir la loi Évin encadrant la publicité sur les boissons alcooliques en France, notamment en autorisant la publicité pour le vin sur internet.

Les positions de l'association Vin et Société ont été largement relayées par les groupes d'études parlementaires sur le vin à l'Assemblée nationale et par l'Association nationale des élus de la vigne et du vin (ANEV). Ceux-ci ont rouvert le débat sur la loi Évin en suscitant des manifestations publiques, et usé de leur compétence législative pour modifier la loi à trois reprises, en 1994, 1996 et 1998.

Selon l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie (ANPAA) et la Fédération Française d'Addictologie (FFA), Vin et Société pratique la désinformation scientifique. Cette critique concerne également l'industrie de l'alcool dans le monde entier ; la consommation d'alcool est aujourd'hui considérée comme cancérigène, malgré les efforts faits par les producteurs pour que les liens entre alcool et cancers mis en évidence par les études épidémiologiques ne soient pas reconnus du grand public. Dans le monde, certains scientifiques soutenus par le lobby de l'alcool, continuent à affirmer que le vin est bon pour la santé, allégation qui n'est plus scientifiquement démontré.

Audrey Bourolleau, ancienne déléguée générale de Vin et Société, devient lors de la campagne présidentielle en 2017 référente d' "En marche", chargée du programme du candidat Emmanuel Macron sur les questions agricoles, puis est nommée par ce dernier conseillère agriculture, pêche, forêt et développement rural à l'Élysée. Cette nomination d'une ancienne responsable du « plus important lobby de l'alcool » fait polémique et laisse présager un possible conflit d'intérêts.

## Le poids économique et culturel de l'alcool

sources : <http://www.alcool-info-service.fr/alcool/consommation-alcool-france/culture-alcool-consommation-vin#>.

L'alcool, en particulier le vin, est l'un des symboles de la tradition et de la gastronomie française. Il est associé à la fête, à la convivialité en famille ou entre amis. Il accompagne systématiquement les événements marquants de la vie sociale : naissances, mariages, emménagements, pots de retraite, succès professionnels ou sportifs, etc. L'alcool est apprécié pour le plaisir du goût, mais aussi pour ses vertus socialisatrices, relaxantes et euphorisantes.

### Quelle est la place de l'alcool dans l'économie française ?

Selon les acteurs du secteur des boissons alcooliques (cf. OFDT), le chiffre d'affaires de la filière alcool française représentait 22 milliards d'euros en 2013.

- 15 milliards d'euros pour le secteur de la viticulture,
- 4,4 milliards d'euros pour les spiritueux (whisky, rhum, etc.) et les eaux de vie naturelles (cognac, armagnac, etc.),
- 2,5 milliards d'euros pour le secteur de la bière.

En 2015, les ménages français ont consacré 20,7 milliards d'euros, soit 1,3 % de leur budget (ou encore 8,6 % du budget « alimentation ») aux boissons alcooliques (source : Insee). La filière alcool représentait près de 665 000 emplois directs ou indirects en France (source : OFDT).

Les investissements publicitaires en faveur des boissons alcooliques représentaient 306 millions d'euros en 2006 (données TNS Media Intelligence).

### Comment l'alcool contribue-t-il à la balance commerciale ?

Les exportations représentaient en 2014 un chiffre d'affaires de 11,2 milliards d'euros. La France est le premier producteur et exportateur mondial de vin. Elle se situe au 5e rang européen pour la production de bière (source : Brasseurs de France), et au 3e rang européen pour les spiritueux (source : Fédération française des spiritueux).

### Combien l'alcool rapporte-t-il à l'État ?

Chaque année, les taxes sur les boissons alcooliques (hors TVA) représentent environ 3,2 milliards d'euros, dont près de 80 % proviennent des spiritueux, plus de 11 % sont issus des bières et environ 4 %, des vins (source : Insee).

### Quel est le coût social de l'alcool ?

Inversement, l'alcool a un « coût » pour l'État et l'assurance maladie qui inclut le coût des prises en charge des pathologies liées à l'alcool, des politiques de prévention, des arrêts-maladies et la perte de cotisations liés à ces arrêts. En y ajoutant le coût généré pour les institutions privées (assurances, perte de productivité, de revenus), le coût social total en 2010 a été évalué à 118 milliards d'euros.

- La France compte 3,8 millions d'usagers « à risque » de l'alcool,
- 49 051 décès par an sont dus à l'alcoolisme.
- 1,2 million de personnes par an ont des maladies causées par une consommation excessive d'alcool.