vinetur

Le Parlement européen soutient le maintien de la viande et des boissons alcoolisées dans le programme de promotion de l’UE

Ce vote non contraignant témoigne d’une opposition majoritaire à un resserrement de la politique, avant l’élaboration du prochain programme de travail de la Commission européenne

samedi 14 novembre 2026



Jeudi 12 novembre, les députés européens ont soutenu le maintien de la viande et des boissons alcoolisées parmi les produits pouvant bénéficier des aides prévues par la politique de promotion agroalimentaire de l'Union européenne. Ils ont également appelé à simplifier les règles, à faciliter l'accès aux financements et à garantir un financement stable pour les prochaines campagnes.

Réunis à Bruxelles, les membres du Parlement européen ont approuvé à une large majorité un rapport d'initiative sur cette politique, par 476 voix pour, 83 contre et 42 abstentions. Le rapport, rédigé par le député italien Salvatore De Meo, du Parti populaire européen (PPE), situé au centre droit, vise à définir la position du Parlement alors que la Commission européenne prépare son prochain programme de travail.

Cette résolution ne modifie pas à elle seule le programme de promotion de l'UE. Elle adresse toutefois un signal politique clair à la Commission, à un moment où le champ d'application de cette politique, et notamment le traitement de certaines catégories de produits, fait débat au sein du Parlement.

Dans le texte adopté le 12 novembre, les députés ont appelé de manière générale à simplifier le système. Ils estiment que les entreprises et les groupements de producteurs devraient être soumis à des règles moins complexes lorsqu'ils demandent une aide européenne à la promotion, et réclament un accès plus souple aux fonds. Ils demandent également un financement qu'ils qualifient d'adéquat, estimant que le programme doit disposer de moyens suffisants pour rester efficace sur les marchés à l'exportation et dans d'autres destinations ciblées.

La résolution aborde un point concret concernant la visibilité des marques pour les produits vendus à l'étranger. Les députés souhaitent que le slogan Enjoy, it's from Europe figure aux côtés des mentions d'origine indiquant le pays de production sur les emballages destinés aux marchés étrangers. L'objectif est d'associer plus étroitement l'identité promotionnelle commune de l'UE aux origines nationales et régionales, qui ont souvent une valeur commerciale pour les producteurs de produits alimentaires et de boissons.

La question la plus sensible sur le plan politique portait sur le maintien de l'éligibilité de la viande et des boissons alcoolisées aux aides. Le Parlement s'est prononcé en faveur de leur maintien. Selon le compte rendu des débats, cette question avait divisé les groupes politiques lors de la rédaction du texte, faisant du vote final une victoire notable pour les secteurs qui suivaient de près ce dossier.

De Meo s'est félicité du résultat, affirmant que ces produits font partie du patrimoine et de l'identité agroalimentaires de l'Europe. Sa position a prévalu dans le texte final, qui soutient explicitement le maintien de leur éligibilité au titre de la politique de promotion.

Cette décision compte pour les producteurs de vin et d'autres boissons alcoolisées, car le maintien de leur accès aux campagnes de promotion soutenues par l'UE pourrait influer sur leur capacité à commercialiser leurs produits hors de l'Union et à rivaliser à l'international. Pour les entreprises de boissons et les groupements de producteurs, la question n'est pas seulement symbolique. Le programme peut déterminer dans quelle mesure des secteurs comme le vin, la bière et les spiritueux peuvent solliciter des aides publiques pour leurs actions de promotion sur les marchés à l'exportation, notamment lorsque les producteurs cherchent à préserver leurs marges et leurs parts de marché à l'étranger.

Le vote du Parlement laisse également penser qu'une majorité de députés ne souhaite pas que le cadre européen de promotion soit restreint au point d'exclure ces catégories. Ils semblent plutôt pousser la Commission à mener un examen plus pragmatique, axé sur la charge administrative, l'accès aux financements et la visibilité des produits européens sur les marchés étrangers.

Cette résolution intervient alors que Bruxelles prépare activement son prochain agenda politique, ce qui donne davantage de poids au vote, même s'il n'est pas juridiquement contraignant. Le Parlement entend ainsi définir sa position en amont, avant que la Commission ne formule des propositions officielles ou ne fixe les priorités futures du programme de promotion.

Pour les organisations de producteurs, les exportateurs et les autorités nationales, le message du 12 novembre est que le Parlement souhaite préserver cette politique comme un outil général au service du secteur agroalimentaire, plutôt que de la réorienter vers un ensemble plus restreint de produits éligibles. Cette position pourrait être particulièrement importante pour les pays où le vin et les autres boissons alcoolisées sont étroitement liés aux revenus agricoles, aux emplois ruraux et aux résultats à l’exportation.