vinetur

L’OIV lance sa première campagne pour la Journée mondiale de la vigne et du vin avec 12 pays

La série Origins, diffusée pendant une semaine, présente des vidéos sur le patrimoine viticole national avant la célébration du 29 novembre

mercredi 25 novembre 2026



L’Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV) a lancé une campagne numérique internationale à l’occasion de la Journée mondiale de la vigne et du vin, le 29 novembre. Elle réunit 12 pays producteurs de vin afin de mettre en lumière les racines culturelles et historiques de la viticulture dans le monde.

La campagne, baptisée Origins, a été annoncée lundi 23 novembre depuis le siège de l’organisation, à Dijon, en France. Elle se déroule du 23 au 29 novembre et constitue, selon l’OIV, la première initiative de communication numérique créée spécialement pour cette célébration depuis l’instauration de cette journée en 2024.

L’OIV a indiqué avoir invité tous ses États membres à soumettre des vidéos consacrées à leur patrimoine viticole. Après examen des propositions, elle a retenu des contributions de l’Espagne, du Portugal, de l’Argentine, de Chypre, de l’Afrique du Sud, de l’Uruguay, de la Moldavie, de la République tchèque, du Brésil, du Monténégro, de l’Arménie et de la Géorgie.

Les vidéos sont publiées tout au long de la semaine sur les comptes officiels de l'OIV sur Instagram, LinkedIn, Facebook, X et Bluesky. Chacune présente un récit national lié à la culture de la vigne et à la production de vin, avec pour objectif plus général de montrer à un public international comment les traditions viticoles se sont développées dans différentes régions et cultures.

L'organisation a indiqué avoir établi l'ordre de publication en fonction de la date d'adhésion de chaque pays à l'OIV, à une exception près. La Géorgie clôturera le programme de la semaine, car elle accueillera le prochain Congrès mondial de la vigne et du vin en 2027.

Cette campagne intervient alors que l'OIV cherche à donner davantage de visibilité à la Journée mondiale de la vigne et du vin, une célébration directement liée à l'histoire de l'organisation. Elle a expliqué que le 29 novembre avait été choisi parce que l'institution a été fondée à cette date, en 1924. La célébration annuelle a été instaurée en 2024, à l'occasion des événements marquant le centenaire de l'OIV.

L'OIV se présente comme le principal organisme intergouvernemental scientifique et technique du secteur vitivinicole mondial. Elle compte actuellement 51 États membres, qui représentent ensemble 90 % du vignoble mondial, 88 % de la production de vin et 75 % de sa consommation, selon les chiffres communiqués par l'organisation.

En associant la campagne aux histoires et aux paysages nationaux, l'OIV met également l'accent sur l'idée d'un patrimoine commun dans un secteur souvent marqué par de fortes identités régionales. Les pays participants sont répartis entre l'Europe, l'Amérique du Sud, l'Afrique et le Caucase, et représentent à la fois des régions viticoles historiques et plus récentes parmi les membres de l'organisation.

La campagne répond également à un objectif de communication plus large pour l'OIV, mieux connue des milieux gouvernementaux et professionnels que du grand public. Son activité porte sur les normes techniques, la coopération scientifique et les orientations politiques plutôt que sur la promotion auprès des consommateurs. Avec cette série de vidéos diffusée pendant une semaine, l'organisation cherche à présenter son rôle institutionnel à travers des récits plus accessibles à un public élargi.

Plus de 500 experts se réunissent deux fois par an dans le cadre de l’OIV pour étudier, débattre et adopter par consensus des résolutions portant notamment sur la viticulture, les raisins de table, l’œnologie, les méthodes d’analyse, la législation, l’économie du vin ainsi que la santé et la sécurité des consommateurs. Depuis sa création, l’organisation a élaboré des normes et des recommandations techniques utilisées par les autorités publiques et les professionnels du secteur.

Cette nouvelle campagne ne modifie pas cette mission technique, mais la relie à une date symbolique que l’OIV souhaite inscrire durablement dans le calendrier comme un rendez-vous de reconnaissance internationale du secteur. En diffusant des formats courts produits par les pays membres, l’organisation transforme une célébration de type anniversaire en une vitrine plus large des vignobles, des traditions de production et de la culture du vin.

Pour les pays participants, cette initiative offre une plateforme internationale officielle à un moment où les producteurs de vin de nombreux marchés sont confrontés à l’évolution des habitudes de consommation, à l’incertitude économique et aux défis liés au climat. La campagne n’aborde pas directement ces enjeux, mais met l’accent sur la continuité, l’identité et l’ancrage historique de la production viticole dans différents territoires.

L’OIV n’a pas présenté cette campagne comme une compétition entre les pays. Elle décrit plutôt le projet comme une initiative collective visant à montrer la diversité de la viticulture tout en soulignant les fondements communs aux régions productrices du monde entier. Ce message est au cœur du concept d’Origins, qui s’intéresse aux origines des traditions viticoles et à la manière dont elles ont été préservées et adaptées au fil du temps.

La dernière vidéo, publiée le 29 novembre, coïncidera avec la célébration annuelle de la Journée mondiale de la vigne et du vin et clôturera une semaine au cours de laquelle l’OIV aura utilisé les réseaux sociaux pour placer tour à tour un pays sous les projecteurs internationaux.