



## A chacun son mois de janvier !

**Les Œnologues de France invitent à une approche nuancée, culturelle et responsable de la consommation de vin.**

---

Paris, le 21 janvier 2026,

À l'occasion du **Dry January**, les Œnologues de France réaffirment leur attachement à une approche responsable, culturelle et scientifiquement étayée de la consommation de vin. Ils respectent bien sûr le choix de chacun de consommer ou non de l'alcool, mais expriment leurs réserves face à cette initiative qu'ils jugent en décalage avec les connaissances scientifiques actuelles et les réalités culturelles françaises.

Les œnologues rappellent que la **modération**, et non l'interdiction ponctuelle, constitue le socle des recommandations défendues par les professionnels de la filière (dans le respect des recommandations de santé publique et du cadre réglementaire en vigueur).

*« Promouvoir un mois sans alcool peut sembler vertueux, mais cela ne répond pas aux véritables enjeux de santé publique, qui résident dans **la prévention des excès et l'éducation au goût, et ce tout au long de l'année** », souligne Didier Fages, œnologue et président de l'Union des Œnologues de France.*

Les Œnologues saluent l'évolution des pratiques et l'émergence des « **flexi-buveurs** », consommateurs à la fois de vins et d'alternatives innovantes à base de vins désalcoolisés. Ils soutiennent également les messages portés par **Vin & Société et la filière** dans le cadre de la campagne du « **#French January** », qui valorisent une approche positive et responsable de la consommation.

Le vin est le fruit d'un savoir-faire ancestral, intimement lié à un terroir et à un patrimoine vivant reconnu. Il ne peut être assimilé à une logique d'abstinence généralisée qui revient à occulter la spécificité de sa place dans l'alimentation, la gastronomie et la vie sociale françaises et européennes.

Les Œnologues appellent enfin les pouvoirs publics et les acteurs de la santé à promouvoir un discours fondé sur la science, la culture et la réalité des usages, afin d'accompagner les consommateurs vers des choix éclairés, respectueux à la fois des personnes, des produits et des contextes de consommation.

**Pour les Œnologues, la solution n'est pas l'abstinence symbolique mais l'apprentissage durable de la modération.**