



CONTRIBUTION DES FILIERES DE BOISSONS ALCOOLISEES AU PLAN NATIONAL DE SANTE PUBLIQUE « PRIORITE PREVENTION »

***POUR RENFORCER LA LUTTE CONTRE LES COMPORTEMENTS ET
SITUATIONS A RISQUES EN LIEN AVEC LA CONSOMMATION DE
BOISSONS ALCOOLISEES
ET FAVORISER LA RESPONSABILITE DANS LA CONSOMMATION***

*Les contributeurs de ce plan :
Avec Modération !
Brasseurs de France
Vin & Société
Fédération française des spiritueux
Fédération française des vins d'apéritif*

INTRODUCTION

Encourager des comportements responsables en matière de consommation de boissons alcoolisées¹ est une priorité pour les producteurs et les metteurs en marché, qui ne peuvent accepter le mauvais usage de leurs produits et les risques qui y sont associés. Conscients de leur responsabilité sociale, ils contribuent depuis de nombreuses années au développement de la consommation responsable et ont rappelé leur souhait de participer, à ce titre, à la politique globale de prévention.

Dans le prolongement du Comité interministériel de Santé du 26 mars 2018 où le Gouvernement a présenté 25 mesures de prévention, la ministre des Solidarités et de la Santé et le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation ont officiellement lancé une concertation avec les professionnels afin d'opérer en France la « révolution de la prévention »².

Les producteurs de boissons alcoolisées réaffirment pleinement leur adhésion à cette démarche en étant force de propositions pour la lutte contre les comportements et situations à risques et en favorisant le développement d'un comportement responsable. Cet engagement se traduit à travers une trentaine de mesures présentées dans cette contribution, Cette démarche volontariste s'inscrit dans le cadre des politiques publiques en matière de prévention et ne vient en aucun cas se substituer aux actions et responsabilités des acteurs de santé publique. Cette contribution des filières s'inscrit sur la période 2018-2022 et représente un investissement annuel de 1,2 millions d'euros par an.

La présentation retenue pour cette contribution s'organise selon un schéma contexte / objectif / mesures, décliné pour chacune des thématiques du plan. Le contexte rappelle le cadre social dans lequel se situent les différentes thématiques. Les objectifs constituent la ligne directrice qui sous-tend les engagements des filières. Les mesures qui viennent mettre en œuvre ces objectifs seront déclinées à l'intérieur des filières de boissons alcoolisées, chaque filière ayant ses spécificités, ses enjeux et ses caractéristiques de consommation propres.

Ces propositions engagent le secteur des producteurs de boissons alcoolisées mais elles nécessitent également l'implication de l'ensemble des acteurs de la distribution (grande distribution, cafés, hôtels, restaurants, etc.) afin d'augmenter l'efficacité des mesures proposées. L'implication des pouvoirs publics dans l'élaboration et la mise en œuvre de ces mesures est également un élément déterminant et incontournable pour en assurer le succès.

La mise en place des opérations expérimentales en régions proposées dans la partie « pour aller plus loin » suppose notamment l'implication des Préfets, seuls à même de constituer et coordonner les comités de pilotage nécessaires à la conduite des actions, aux côtés de comités scientifiques indépendants.

En effet, cette révolution doit s'appuyer sur l'ensemble des parties prenantes dans le cadre d'une co-construction, à l'image de ce qui a pu se mettre en place dans d'autres pays européens, associant les professionnels à l'élaboration et à la mise en œuvre des différentes initiatives de prévention contre l'usage nocif de l'alcool, afin de démultiplier leur impact.

¹ La consommation responsable est une notion complexe, qui fait appel aussi bien à la fréquence et au volume, qu'aux occasions de consommation et à l'environnement social. A des fins de bonne compréhension, elle est ici comprise comme correspondant aux repères indiqués dans le Programme National Nutrition Santé 2011-2015 : « Ne pas dépasser 2 verres d'alcool par jour pour les femmes et 3 pour les hommes ».

² [Communiqué de presse conjoint de la Ministre de la Santé et du Ministre de l'Agriculture du 12 avril 2018](#)

SOMMAIRE

AXE 1 : PREVENIR LES COMPORTEMENTS ET SITUATIONS A RISQUES ET CIBLER LES PUBLICS SENSIBLES

- 1.1 Promouvoir le zéro alcool pendant la grossesse
- 1.2 Prévenir la consommation d'alcool par les mineurs
- 1.3 Intensifier la lutte contre le binge drinking
- 1.4 Renforcer la prévention en matière d'alcool au volant

AXE 2 : FAVORISER LA RESPONSABILITE DANS LA CONSOMMATION

- 2.1 Promouvoir les comportements responsables en matière de consommation de boissons alcoolisées
- 2.2 Renforcer l'engagement des professionnels
- 2.3 Améliorer l'autorégulation en matière de communication et de commercialisation des boissons alcoolisées

POUR ALLER PLUS LOIN :

EXPERIMENTER DES DISPOSITIFS DE PREVENTION CIBLEE ET LES GENERALISER APRES EVALUATION

AXE 1

PREVENIR LES COMPORTEMENTS ET SITUATIONS A RISQUES

CIBLER LES PUBLICS SENSIBLES

Les données statistiques existant en matière de consommation de boissons alcoolisées, émises par les autorités sanitaires françaises et européennes, amènent aux constats suivants :

- L'importance de la consommation modérée, qui rassemble 8 buveurs sur 10³, et qui doit conduire à centrer les politiques publiques vers les profils « à risque », mais aussi à promouvoir plus largement un comportement responsable auprès de l'ensemble des consommateurs.
- Le risque plus grand des alcoolisations ponctuelles importantes (API) et des ivresses chez les jeunes : bien que cette tendance soit à la baisse chez les jeunes de 17 ans⁴, cette pratique, associée à des prises de risque, et dont certaines études tendent à montrer qu'elle serait plus nuisible pour la santé qu'un même volume de consommation réparti sur plusieurs jours⁵, doit faire l'objet de mesures spécifiques.
- D'autres populations particulièrement sensibles doivent être accompagnées. C'est notamment le cas des femmes enceintes, chez qui la consommation d'alcool peut entraîner des conséquences sanitaires graves sur l'enfant à naître.

Ces constats doivent constituer la pierre angulaire des politiques de prévention. Ils invitent à orienter les actions de prévention vers les populations et les usages à risques.

³ D'après les données du PNNS 2011-2015, 83 % des adultes entre 18 et 74 ans ont une consommation d'alcool qui se situe en-deçà du repère « 2 verres par jour pour les femmes, 3 verres par jour pour les hommes ».

⁴ OFDT, Enquête Escapad 2017

⁵ Voir notamment l'analyse publiée dans The Lancet en avril 2018 : « Risk thresholds for alcohol consumption: combined analysis of individual-participant data for 599 912 current drinkers in 83 prospective studies »

PROMOUVOIR LE « ZERO ALCOOL » PENDANT LA GROSSESSE

CONTEXTE

La consommation d'alcool pendant la grossesse est un facteur de risque pour la santé de la mère et de son enfant. Elle peut entraîner pour l'enfant un retard de croissance et des atteintes du système nerveux, le risque le plus grave étant le syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) qui concernerait 700 à 1 000 naissances annuelles en France. Selon le constat des autorités⁶ : « Les connaissances scientifiques actuelles ne permettent pas de déterminer un niveau de consommation d'alcool ou une quantité d'alcool qui serait sans risque pour l'enfant à naître. En vertu du principe de précaution, il est recommandé aux femmes enceintes de s'abstenir de toute consommation d'alcool pendant toute la durée de leur grossesse. » Il se peut toutefois que les femmes reçoivent des messages contradictoires issus des sphères privées et publiques⁷, messages qu'il convient de remettre en cohérence.

OBJECTIF

Rappeler et renforcer les messages « zéro alcool » pendant la grossesse afin de sensibiliser les femmes enceintes aux risques liés à une consommation d'alcool.

MESURES

- Améliorer la visibilité du pictogramme « femme enceinte » sur les unités de conditionnement des boissons alcoolisées. Les filières de boissons alcoolisées s'engagent à mettre en œuvre les propositions suivantes :
 - Visibilité du logo : taille minimale de 8 mm pour les unités de conditionnement à partir de 50 cl.
 - Notion de contraste : établissement d'un guide de bonnes pratiques reprenant les éléments suivants :
 - La couronne doit être contrastante avec la silhouette de la femme enceinte et avec le fond de l'étiquette.
 - La silhouette de la femme enceinte doit être contrastante avec le fond du logo.
- Participer à la diffusion du message « zéro alcool pendant la grossesse » auprès de la population cible

6 Source : Alcool-info-service.fr, Rubrique Alcool et grossesse

7 Dumas A. Alcool et grossesse : population à risque, perception des risques. In : Douguet F, Fillaut T, editors. Grossesse et alcool. Représentations et appropriations d'une priorité de santé. Paris: L'Harmattan; 2017. p. 57-77.

PREVENIR LA CONSOMMATION D'ALCOOL PAR LES MINEURS

CONTEXTE

En 2017, un adolescent⁸ de 17 ans sur six déclare n'avoir jamais bu d'alcool au cours de sa vie (14,3 %). L'expérimentation (au moins un usage au cours de la vie) de l'alcool est en baisse continue depuis 2000 et a diminué au total de près de 9 points ces quinze dernières années. La consommation dans le mois (au moins une fois dans les 30 jours précédant l'enquête) a également nettement baissé, de 15,6 % entre 2003 et 2017. Ces baisses n'ont toutefois pas donné lieu de manière systématique à un recul des usages réguliers d'alcool - dont les tendances ont été plus fluctuantes au cours du temps, avec une alternance de hausses et de reculs – malgré un nouveau recul significatif, passant de 12,3 % à 8,4 % des jeunes entre 2014 et 2017. Cette consommation régulière demeure principalement masculine, concernant 12 % des garçons contre à peine 4,6 % des filles de 17 ans.

Pour protéger les mineurs, le législateur a mis en place un certain nombre de dispositions, dont le respect par tous les acteurs est impératif, et qui doivent pouvoir s'adosser sur des principes d'éducation, de transmission et de pédagogie, qui sont des facteurs contribuant à favoriser, à l'âge adulte, un comportement responsable.

OBJECTIF

Faire mieux respecter l'interdiction de vente aux mineurs, en particulier par le biais d'une meilleure formation des professionnels en contact avec les consommateurs.

MESURES

- Améliorer l'information en magasin⁹ et systématiser la formation des personnels de caisse sur l'interdiction de la vente aux mineurs dans le cadre d'une opération « test » à l'échelle d'un territoire
- Améliorer la formation des professionnels au contact des consommateurs (CHR, commerces spécialisés...) aux obligations réglementaires.

⁸ « Les drogues à 17 ans : analyse de l'enquête ESCAPAD 2017 », OFDT, accessible sur <https://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/eftxssy2.pdf>

⁹ Commerces de vente à emporter : épiceries, petites, moyennes et grandes surfaces

INTENSIFIER LA LUTTE CONTRE LE « BINGE DRINKING »

CONTEXTE

Comparés aux adultes plus âgés, les jeunes de 18-25 ans connaissent plus souvent des alcoolisations ponctuelles importantes mais boivent moins régulièrement des boissons alcoolisées. L'étude « Jeunes & addictions » 2016 de l'OFDT a montré que 9 % des jeunes de 18 à 25 ans qui sont étudiants consomment régulièrement de l'alcool contre 14 % pour les jeunes actifs. En revanche, ils sont 34 % à connaître des alcoolisations ponctuelles importantes (API) contre 32 % des actifs et 25 % des chômeurs du même âge. Cependant, d'après la dernière enquête ESCAPAD de l'OFDT, les API chez les jeunes de 17 ans sont en baisse (-25 % d'API répétées par rapport à 2014). Cette tendance à la baisse des API doit être renforcée. La lutte contre l'alcoolisation ponctuelle importante (« *binge drinking* »¹⁰) et contre toute forme de consommation excessive doit être une priorité, notamment auprès des jeunes.

OBJECTIF

Disposer d'outils ciblés et impliquer l'ensemble des parties prenantes (associations, infirmières et médecins, pouvoirs publics, professionnels des filières et de la distribution) pour en accroître l'efficacité vis-à-vis des étudiants en demande d'informations objectives et non culpabilisantes.

MESURES

- Renforcer l'orientation vers des comportements responsables à travers des démarches de pairs s'appuyant notamment sur le nouveau « service sanitaire » et des initiatives sectorielles mobilisant les réseaux sociaux ;
- Favoriser la coordination entre associations et producteurs, afin d'informer sur les risques liés à une consommation excessive d'alcool et sur les comportements à adopter dans le cadre d'événements festifs ;
- Elaborer une charte nationale tripartite (ministères, universités ou écoles, associations étudiantes) établissant les droits et devoirs des différents acteurs des soirées étudiantes.

¹⁰ Selon l'OMS, l'alcoolisation ponctuelle importante correspond à une consommation de 60 grammes d'alcool pur en une occasion (soit 6 unités d'alcool)

RENFORCER LA PREVENTION EN MATIERE D'ALCOOL AU VOLANT

CONTEXTE

L'alcool est l'une des premières causes de mortalité routière et est en cause dans près d'un tiers des accidents. En 2016¹¹, 17 % des conducteurs impliqués dans les accidents mortels et dont l'alcoolémie est connue ont une alcoolémie illégale (taux supérieur ou égal à 0,5g/l de sang). « L'alcool au volant » concerne toutes les générations et particulièrement les 18-24 ans et les 25-34 ans. L'étude SAM¹² rapporte que le risque d'être responsable d'un accident mortel est multiplié par 8,5 en moyenne chez les conducteurs alcoolisés. On notera par ailleurs que lorsque les conducteurs en cause dans les accidents sont alcoolisés, leur taux d'alcoolémie est généralement élevé, bien au-delà du taux légal¹³.

OBJECTIF

Améliorer la sensibilisation du public au risque de l'alcool au volant et développer les outils de prévention des risques (solutions alternatives, tests d'alcoolémie).

MESURES

- Informer sur les risques liés à la conduite sous l'influence de l'alcool et favoriser la mise à disposition d'outils permettant de contrôler son alcoolémie ;
- Continuer de promouvoir le « conducteur désigné » en partenariat avec la Sécurité routière et les solutions alternatives pour rentrer chez soi ;
- Renforcer les partenariats avec la Sécurité/Prévention routière et promouvoir l'organisation et la mise en œuvre de solutions alternatives pour rentrer chez soi en sécurité, lors des événements festifs (fêtes viticoles responsables, soirées, festivals, etc.) ;
- Favoriser la diffusion de « wine bags », contenant permettant d'emporter les boissons non consommées sur place, en partenariat avec les CHR, dans le cadre des dispositions de la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable.

¹¹ Observatoire national Interministériel de la sécurité routière : « Bilan de l'accidentalité de l'année 2016 »

¹² Stupéfiants et accidents mortels (projet SAM) - Analyse accidentologique, OFDT mai 2011

¹³ Ainsi d'après l'OISR, lorsqu'un conducteur de cyclomoteur est positif à l'alcool dans un accident corporel, le taux est supérieur à 0,8 g/l dans 91 % des cas et supérieur à 2 g/l dans 42 % des cas ; parmi les motocyclistes alcoolisés impliqués dans un accident mortel, 88 % ont un taux supérieur à 0,8 g/l et 58 % un taux supérieur à 1,5 g/l ; dans 9 cas sur 10, l'alcoolémie des conducteurs alcoolisés de véhicule de tourisme impliqués dans un accident mortel est supérieure à 0,8 g/l de sang.

AXE 2

FAVORISER LA RESPONSABILITE DANS LA CONSOMMATION

La lutte contre les différentes formes d'abus d'alcool passe par la promotion d'un principe de responsabilité auprès des consommateurs. En informant sur la consommation et les comportements responsables, en diffusant ce message auprès de leurs consommateurs grâce à l'implication des acteurs à tous les niveaux des filières élargies, et en assurant une promotion responsable de leurs produits, les producteurs de boissons alcoolisées s'engagent à en diffuser le « mode d'emploi » et ainsi à mettre en avant un modèle de consommation modérée et à moindre risque pour la santé.

PROMOUVOIR LES COMPORTEMENTS RESPONSABLES EN MATIERE DE CONSOMMATION DE BOISSONS ALCOOLISEES

CONTEXTE

En France, plus de 8 consommateurs sur 10 ont une consommation respectant les repères à moindre risque indiqués dans le Programme National Nutrition Santé.¹⁴ Dans le cadre des travaux en cours, notamment concernant le prochain et quatrième PNNS, il est indispensable de définir de manière concertée et objective des repères de consommation prenant en compte les différences hommes/femmes ainsi que les moments de consommation.

Le respect des préconisations de santé publique nécessite une pédagogie sur le long terme. Celle-ci doit pouvoir efficacement s'appuyer sur le relais, opéré par les filières, des éléments d'information à destination des consommateurs.

OBJECTIF

Améliorer les connaissances des consommateurs sur les comportements responsables et sur les caractéristiques des boissons alcoolisées, en luttant contre les formes d'abus et non contre toute forme de consommation.

MESURES

- Elaborer des outils d'information sur les comportements responsables (envers soi-même et envers les autres) et prévoir le cadre de diffusion de ces outils par les filières ;
- Informer le consommateur sur les caractéristiques du produit par voie dématérialisée, en cohérence avec les engagements européens des filières des boissons alcoolisées ;
- Développer des outils, en lien avec les collectivités territoriales, pour prendre en compte les enjeux de prévention au niveau local.

¹⁴ Repères : « Ne pas dépasser 2 verres d'alcool par jour pour les femmes et 3 pour les hommes ». 83 % des adultes entre 18 et 74 ans ont une consommation inférieure à ces repères (91 % des femmes, 77 % des hommes)

INTENSIFIER L'ENGAGEMENT DES PROFESSIONNELS EN MATIERE DE CONSOMMATION RESPONSABLE

CONTEXTE

Parmi les responsabilités des filières figure la communication aux consommateurs des informations pertinentes à la réalisation de choix responsables, tant en termes d'acte d'achat que de comportement de consommation.

OBJECTIF

Inciter les acteurs, en lien direct ou indirect avec les filières de boissons alcoolisées, à développer et améliorer leurs connaissances et leurs pratiques en matière de service

MESURES

PAR LES ACTEURS DES FILIERES DES BOISSONS ALCOOLISEES

- Etablir une charte d'engagement professionnel à destination des opérateurs des filières ;
- Fournir des informations adéquates aux visiteurs lors de manifestations organisées par les filières (fêtes viticoles, salons professionnels par exemple) et au sein des lieux de vente ;
- Concevoir et diffuser des formations spécifiques à la promotion de comportements responsables et aux obligations réglementaires, à destination des futurs professionnels, dans les établissements d'enseignement et de formation professionnelle agricoles ;
- Créer un cadre de référence pour l'organisation des « fêtes viticoles responsables » ;
- Mettre à disposition des entreprises un guide pour l'organisation de « pots responsables » afin de prévenir les consommations excessives dans le cadre du travail ;
- Participer à la plateforme RSE visant à encourager les entreprises à s'engager dans des démarches volontaires de réduction des consommations à risque d'alcool.

EN ASSOCIATION AVEC DES PARTENAIRES

- Promouvoir la consommation responsable à travers un « réseau d'ambassadeurs » des filières ;
- Concevoir et diffuser des formations, visant à promouvoir un comportement responsable et à rappeler les obligations réglementaires, à l'attention des professionnels au contact du consommateur ;
- Intégrer un module « consommation responsable » dans le parcours de formation des futurs professionnels de l'hôtellerie et de la restauration.

AMELIORER L'AUTOREGULATION EN MATIERE DE COMMUNICATION ET DE COMMERCIALISATION DES BOISSONS ALCOOLISEES

CONTEXTE

En matière de publicité et de promotion des boissons alcoolisées, la France dispose d'un encadrement législatif et réglementaire parmi les plus stricts d'Europe. Les filières de boissons alcoolisées sont par ailleurs engagées dans l'autorégulation et le conseil aux entreprises afin de favoriser la diffusion de la réglementation et des bonnes pratiques en matière de publicité.

OBJECTIF

Renforcer l'accompagnement et la sensibilisation du secteur pour garantir le respect des règles en vigueur en matière de communication et de commercialisation des boissons alcoolisées.

MESURES

- Promouvoir la « recommandation alcool » de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) au sein de l'ensemble des filières de boissons alcoolisées ;
- Renforcer l'accompagnement et la sensibilisation des entreprises par le biais d'informations et de conseils délivrés par les organisations professionnelles.

POUR ALLER PLUS LOIN

EXPERIMENTER DES DISPOSITIFS DE PREVENTION CIBLEE ET LES GENERALISER APRES EVALUATION

Les populations les plus vulnérables doivent être visées en priorité en cherchant à réduire la distance entre le message et le destinataire pour davantage d'efficacité.

Une politique de prévention ambitieuse doit par ailleurs impérativement se fonder sur un processus d'évaluation rigoureuse¹⁵.

Un certain nombre d'actions expérimentales sont souhaitables ; elles doivent suivre un processus d'expérimentation sur le terrain, d'évaluation, puis, en cas de résultats probants et de faisabilité, de déploiement sur l'ensemble du territoire.

À l'issue de ce processus, des actions de communication spécifiques devront être menées pour accompagner le déploiement des dispositifs qui auront démontré leur efficacité. La communication sur les outils les plus opérants doit être au cœur de la stratégie de prévention développée.

En phase d'expérimentation, à l'échelon local, ces actions pourraient s'inscrire dans la démarche-cadre suivante :

- Choix des territoires concernés par l'autorité politique (sur proposition de la MILDECA selon critères épidémiologiques, accidentologie, etc.) ;
- Constitution de Comités scientifiques ad hoc indépendants, constitués d'experts reconnus du sujet : définition des objectifs et des actions, conception des messages et des outils, etc. ;
- Constitution de Comités de suivi locaux, sous l'autorité du Préfet : coordination des acteurs et des actions ;
- Conception de dispositifs d'évaluation scientifiques et indépendants et mise en œuvre par les Observatoires Régionaux de Santé : enquêtes avant/après, populations « action/témoins », etc.

La place et le rôle des acteurs économiques et filières de boissons alcoolisées, au-delà du financement des actions, doivent être définis au cas par cas, selon la nature des programmes et toujours sous l'autorité des Préfets.

¹⁵ L'association Avec Modération ! déploie depuis près de trente ans des opérations pilotes qui permettent de mieux comprendre et d'améliorer l'action préventive par une évaluation systématique, et ainsi de valider de nouveaux modèles de prévention.

ORGANISER LE REPERAGE ET LA PRISE EN CHARGE DES FEMMES ENCEINTES EN DIFFICULTE AVEC L'ALCOOL

LE CONTEXTE

Le syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) est la **première cause de déficience mentale et d'inadaptation sociale** en France. S'il a contribué à favoriser une prise de conscience et une modification des pratiques, la prévention de la consommation d'alcool pendant la grossesse ne peut pas reposer sur le seul pictogramme d'information présent sur les conditionnements. Les professionnels de santé, principalement médecins généralistes ou gynécologues, sont les pivots de la prévention de ce risque, mais peuvent avoir des difficultés à identifier les femmes en difficulté ou, lorsque le repérage est fait, à les prendre en charge ou les orienter.

RECHERCHE ACTION

Tester un dispositif global de prévention et de prise en charge à l'échelle d'une région :

Principe : mettre en place un centre de référence régional constitué d'une équipe pluridisciplinaire et transversale pour développer un réseau de repérage et de prise en charge, réaliser des diagnostics, développer des formations idoines, et superviser des travaux de recherche.

DIMINUER L'INCIDENCE DE L'ALCOOLISATION PRECOCE ET DU BINGE DRINKING EN RENFORCANT EN AMONT LES COMPETENCES PSYCHOSOCIALES DES COLLEGIENS

LE CONTEXTE

En matière de prévention de l'alcoolisation précoce et du binge drinking, l'efficacité des dispositifs visant à améliorer l'estime de soi et les compétences psychosociales, dès le plus jeune âge et en amont de l'âge des comportements à risque, **est reconnue**. Les interventions dans le cadre scolaire, via des personnels intégrés au système éducatif, sont à privilégier.

La Stratégie Nationale de Santé 2018-2022 fait plusieurs propositions intéressantes sur le sujet¹⁶. Parmi les compétences psychosociales, la capacité à identifier les sources de stress et à en contrôler le niveau est d'autant plus utile qu'une mauvaise gestion du stress rend les adolescents vulnérables à l'attrait des effets psychotropes de l'alcool.

La capacité à identifier les émotions - les siennes et celles des autres - à connaître leur influence sur les comportements et à adopter les réactions appropriées est également particulièrement utile pour traverser l'adolescence.

RECHERCHE ACTION

Lancer une opération expérimentale en collèges :

Principe :

- Conception d'un module de sensibilisation fondé sur les interventions de type « *mindfulness* » (psychologie positive) ;
- Formation des personnels volontaires, en s'appuyant particulièrement sur les professeurs d'EPS.

¹⁶ La SNS préconise de « développer des programmes visant à renforcer les compétences psychosociales des enfants et des jeunes », tandis que, la mesure 7 du Plan Prévention du gouvernement (Comité interministériel pour la Santé du 26 mars 2018) propose de « généraliser dans tous les établissements » des programmes « incluant le développement des compétences psychosociales, en associant l'ensemble de la communauté éducative et les parents ».

PROPOSER AUX JEUNES AYANT DES USAGES A RISQUE (BINGE DRINKING) UNE PRISE EN CHARGE MOTIVATIONNELLE PAR INTERNET

LE CONTEXTE

Les comas éthyliques ont donné lieu à **180.000 hospitalisations en 2011**¹⁷. Dans son plan de prévention¹⁸, le gouvernement préconise de « *proposer systématiquement un accompagnement spécialisé des jeunes admis aux urgences ou hospitalisés après un épisode d'alcoolisation massive (remise d'une plaquette et intervention brève)* ». **Si l'efficacité des prises en charges fondées sur les thérapies cognitives et comportementales est avérée**, celles-ci ne sont que très rarement proposées aux jeunes à risque.

RECHERCHE ACTION

Concevoir et déployer un outil Internet de type « *Serious game* » à vocation thérapeutique

Principe :

- Création d'un module d'intervention Internet adapté aux différents profils psychologiques associés au *binge drinking* ;
- Mise au point d'un questionnaire détaillé permettant de définir le profil psychologique des individus et de les orienter vers le module d'intervention adapté ;
- Comparer l'efficacité de l'intervention Internet avec l'intervention classique par des psychologues.

¹⁷ Etude de la Société Française d'Alcoologie.

¹⁸ Cf. Mesure n°11 du Plan de prévention du Gouvernement présenté à l'occasion du Comité interministériel pour la Santé du 26 mars 2018

METTRE A DISPOSITION D'ETHYLOTTESTS DANS LES LIEUX DE VENTE OU DE CONSOMMATION D'ALCOOL

LE CONTEXTE

L'alcool est en cause dans près **d'1/3 des accidents mortels** et l'alcoolémie délictuelle (>0.8g/l) **représente 22,3% des délits routiers, en hausse de 2,2% en 2016**. Le gouvernement souhaite « *inciter les usagers de la route à l'auto-évaluation de leur taux d'alcool* »¹⁹ et, pour ce faire, il convient de favoriser la prise de conscience des automobilistes et de mettre à leur disposition des outils de « *self-testing* » dans les lieux de vente et de consommation, avec l'appui des filières.

RECHERCHE ACTION

Lancer une opération expérimentale à l'échelle d'une région ou d'un département, de mise à disposition d'éthylotests au sein d'un réseau d'établissements partenaires

Principe :

- Définition d'un territoire sur lequel l'alcool joue un rôle accidentogène particulièrement élevé ;
- Mobiliser un maximum de débits de boissons (cafés, restaurants, bars, discothèques, ...) afin de proposer aux consommateurs d'alcool un moyen fiable et abordable de s'autotester ;
- Mobiliser un maximum des lieux de vente à emporter (grandes surfaces, épiceries, ...) afin de proposer à la clientèle des éthylotests en vente à proximité du rayon alcool.

¹⁹ Comité Interministériel à la Sécurité Routière du 9 janvier 2018.

METTRE EN PLACE UN DISPOSITIF D'AMONT POUR FACILITER LA PRATIQUE DE L'INTERVENTION BREVE PAR LES MEDECINS GENERALISTES

LE CONTEXTE

Le sujet alcool est **difficile à aborder** en consultation (déli côté patients et crainte d'intrusivité pour les professionnels de santé). Le concept d'intervention brève a quant à lui une **efficacité prouvée**, et le test DETA est un **moyen simple de détecter usage nocif ou dépendance**, qui fait **consensus** au niveau international

RECHERCHE ACTION

Lancer une opération expérimentale à l'échelle d'une région :

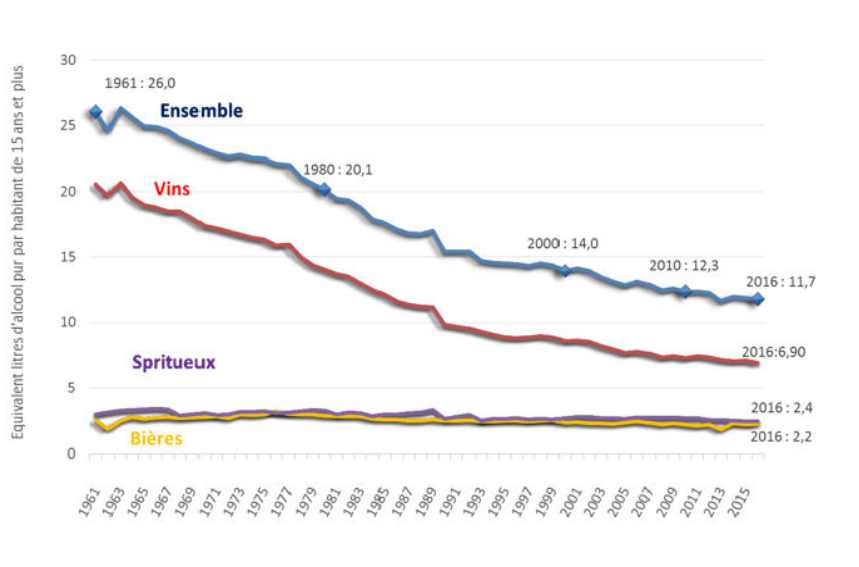
Principe :

- Conception d'un dispositif (borne informatique/écran en salle d'attente/ site Internet sécurisé) permettant aux patients de remplir un questionnaire de santé en amont du rendez-vous avec leur médecin généraliste²⁰ ;
- Information / Formation des médecins : intervention brève, utilisation du test DETA, prise en charge des personnes dépendantes.

²⁰ Le médecin a accès au questionnaire du patient.

ANNEXE 1

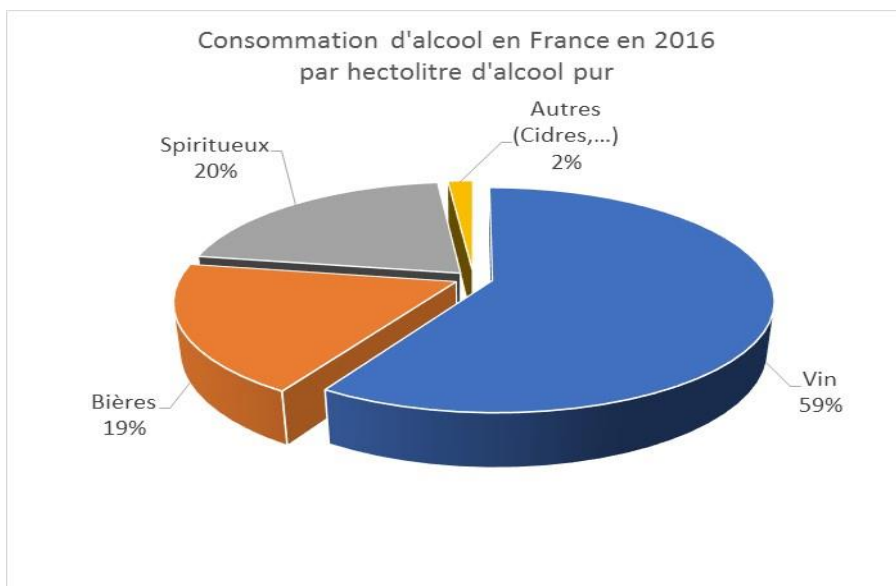
LES CHIFFRES CLES DE LA CONSOMMATION DE BOISSONS ALCOOLISEES EN FRANCE



Source : OMS, groupe IDA, Insee/OFDI

EVOLUTION

Par rapport au début des années 1960, la consommation de boissons alcoolisées a été réduite de plus de moitié en France, cette diminution étant essentiellement imputable à la baisse de la consommation de vin.



BAROMÈTRE 2017 DE LA CONSOMMATION DES BOISSONS ALCOOLISÉES EN FRANCE

L'ESSENTIEL

Consommation à domicile (achats grandes et moyennes surfaces)

-1,70 €
(327,7 € en 2016)



-1,8 L en 1 an
-10 litres en moins en 10 ans



Fréquence de consommation

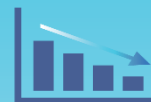
54%

de Français consomment
des boissons alcoolisées
moins d'une fois par semaine
(et 18% jamais)



9%

Consommateurs d'alcool
quotidiennement
- 6 points depuis 2010



Consommation dans les cafés, hôtels, restaurants (CHR)

45,4%

des clients consomment
une boisson alcoolisée au café ou au restaurant



**Avec
MODERATION!**
PRODUCTEURS ENGAGÉS POUR LA CONSOMMATION
RESPONSABLE DES BOISSONS ALCOOLISÉES

www.avecmoderation.org

ANNEXE 2 : DES FILIERES DEJA ENGAGEES DANS LA PREVENTION

1. AVEC MODERATION

Créée en 1990 sous le nom d'Entreprise & Prévention, l'association *Avec Modération!* réunit des entreprises leaders du secteur des vins/champagnes, bières et spiritueux.

L'association s'efforce de rechercher des moyens innovants de prévention ciblée sur les groupes ou situations à risque, qu'elle développe au plus près du terrain. Ces opérations pilotes sont validées par des évaluations dont les résultats sont communiqués et portés à la connaissance des pouvoirs publics. www.avecmoderation.org

PROMOUVOIR LE « ZERO ALCOOL PENDANT LA GROSSESSE »

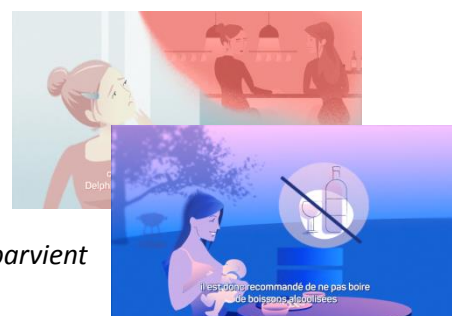
Avec Modération ! a mis en place en 2006 une opération pilote à destination des professionnels de santé et des patientes, en partenariat avec l'Agglomération du Havre.

La campagne visait à favoriser le dialogue entre les professionnels de santé et leurs patientes sur la base d'une recommandation simple : zéro alcool pendant la grossesse. Elle était déployée via un dépliant grand public, une affichette apposée dans les salles d'attente et un dépliant pour les professionnels mettant à jour leurs connaissances sur la question et apportant des conseils sur les messages à délivrer aux femmes et la manière d'aborder le sujet.

Au terme de l'évaluation, 63% des professionnels de santé avaient estimé que la campagne avait facilité le dialogue avec leurs patientes et 33% que ce dialogue avait permis d'éviter des grossesses exposées au syndrome d'alcoolisation fœtale.

Avec Modération ! s'est engagée en 2007 dans un partenariat avec le Collège National des Gynécologues et Obstétriciens Français (CNGOF) en permettant à 2 000 membres du réseau de recevoir les supports d'information testés au Havre.

Enfin, l'association vient de réaliser quatre films d'animation répondant de façon très simple aux questions que peuvent se poser de futures mères : *À quel moment arrêter de consommer des boissons alcoolisées ? Peut-on consommer des boissons alcoolisées quand on allaite ? Que faire si l'on a consommé des boissons alcoolisées en début de grossesse ? Que faire si l'on ne parvient*



pas à arrêter sa consommation de boissons alcoolisées pendant sa grossesse ?

Les films font actuellement l'objet d'une campagne ciblée sur les réseaux sociaux, avec pour objectif de toucher 1 millions de jeunes françaises âgées de 18 à 30 ans.

<https://www.avecmoderation.org/zero-alcool-pendant-la-grossesse/>

LUTTER CONTRE LA CONSOMMATION D'ALCOOL DES MINEURS

Avec Modération ! et la Fédération de l'Épicerie et du Commerce de Proximité ont travaillé conjointement pour mettre en place une campagne d'information qui rappelle l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs. Cette campagne a été déployée au début de l'année 2016 dans 5 755 magasins alimentaires de proximité en France Métropolitaine. Les magasins des enseignes A2Pas (Auchan) et des groupes Carrefour, Casino et Francap Diapar participent à l'opération.

En fonction de sa superficie, chaque magasin participant a installé 15 à 50 affichettes dans les rayons de boissons alcoolisées, soit environ une tous les mètres. L'information est ainsi clairement visible et ne peut pas être ignorée grâce à un visuel conçu pour un impact maximum. La sensibilisation des personnels est un aspect clé du dispositif. Une fiche d'information a donc également été distribuée à chaque magasin participant à la campagne pour rappeler la loi et donner des conseils pratiques



INTENSIFIER LA LUTTE CONTRE LE BINGE DRINKING

A partir de 2009, *Avec Modération !* a participé activement au programme pilote ESPACE, conduit pendant trois années scolaires dans quinze collèges du Rectorat de Limoges. Axée sur la prévention des conduites à risque par le développement des compétences psychosociales, l'expérience a été lancée à la demande de l'Education nationale, soutenue par *Avec Modération !* et mise en œuvre par les équipes éducatives de l'académie avec l'appui d'experts nationaux et régionaux.

L'évaluation finale, réalisée par l'Observatoire Régional de Santé (ORS) du Limousin en fin de classe de 3^{ème}, a mis en évidence un impact positif du programme ESPACE sur les compétences psychosociales des élèves, notamment en matière de confiance en soi et d'affirmation par rapport au groupe. Des résultats importants puisque, selon les études scientifiques conduites dans plusieurs pays, ces compétences constituent une protection contre l'adoption de conduites à risque (dont celles concernant l'alcool) dans les années qui suivent.



En partenariat avec la Fédération des Associations Générales Etudiantes (FAGE), Avec *Modération !* a lancé en 2008 le concept des Soirées Etudiantes Responsables, formalisé par une Charte à destination des associations étudiantes, dont les signataires renouvellent chaque année leur adhésion.

Dans ce cadre, *Avec Modération !* a contribué à la conception d'un module de formation permettant aux responsables d'associations étudiantes de respecter toutes les exigences de la loi (interdiction des open bars et interdiction de la vente d'alcool aux mineurs notamment).

Plus de 200 associations signent ainsi la Charte chaque année tandis que 700 responsables d'associations bénéficient d'une formation et que près de 40 000 étudiants sont sensibilisés dans le cadre des soirées étudiantes.



Avec Modération ! met en place par ailleurs des dispositifs à fort impact pour toucher les 18-25 ans de façon ludique et non moralisatrice :

- Entre web-série et jeu vidéo, « Ce soir il conclut » propose ainsi aux internautes d'aider Clément, le héros du jeu, à séduire Chloé tout en maîtrisant sa consommation d'alcool pendant la soirée. Depuis son lancement en 2011, ce *serious game* a remporté de nombreux prix et son succès ne se dément pas avec plus de 100 000 joueurs.
www.cesoirilconclut.com



- Lancée en 2014, la campagne « Serial Buveur, Social Loser » entendait lutter contre le binge drinking en se fondant sur une motivation particulière : la réputation sur les réseaux sociaux. Outre une animation sur Internet et des outils largement diffusés dans les cafés, bars et discothèques, la campagne s'est prolongée via une vidéo réalisée par le blogueur Jimmy, qui a généré à date plus de 3 millions de vues.



<https://www.youtube.com/watch?v=Ft6xrEsa2pQ>

RENFORCER LA PREVENTION EN MATIERE D'ALCOOL AU VOLANT

Partenaire de la Sécurité routière dès 1999, *Avec Modération !* a toujours soutenu la promotion de l'autocontrôle de l'alcoolémie.

L'association a ainsi contribué à la mise en place du dispositif du « conducteur désigné », notamment par des opérations pilotes en Seine-et-Marne qui ont montré l'efficacité du modèle, puis par de vastes tournées d'animations dans les discothèques.

Avec Modération a par ailleurs développé avec la société Dräger une borne éthylotest d'une fiabilité maximale (norme NF) afin d'assurer dans les établissements de nuit un dispositif de prévention permanent et d'établir durablement le « réflexe éthylotest ». Plusieurs opérations ont permis de tester l'efficacité de ce dispositif, installé dans plus de 400 discothèques.

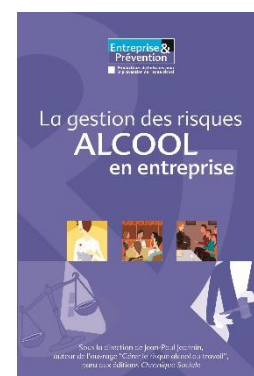
Avec Modération ! est enfin l'un des tout premiers diffuseurs d'éthylotests en France (plus de 300 000 chaque année).



SENSIBILISER AU RISQUE ALCOOL AU TRAVAIL

Avec Modération ! a développé plusieurs outils à destination des médecins du travail, des chargés de sécurité et des chefs d'entreprise en partenariat avec des experts de la gestion des risques.

En particulier, le CD-Rom « La gestion des risques alcool en entreprise », réalisé avec le concours de Jean-Paul Jeannin, formateur, consultant et intervenant en entreprise et auteur de l'ouvrage « Gérer le risque alcool en entreprise » (Editions Chronique Sociale), a été diffusé à 8 000 DRH en 2007.



INFORMER LES CONSOMMATEURS SUR LA CONSOMMATION RESPONSABLE

En collaboration avec plusieurs organisations professionnelles du secteur des boissons alcoolisées (Brasseurs de France, Bureau National Interprofessionnel de l'Armagnac, Bureau National Interprofessionnel du Cognac, Fédération Française des Spiritueux, Fédération Française des Vins d'Apéritifs, Interprofession des Appellations Cidricoles), *Avec Modération !* a déployé un dispositif visant à faire connaître aux consommateurs d'alcool les repères de consommation à faible risque.

Le site Internet www.2340.fr reçoit ainsi près de 15 000 visites par mois en moyenne et a reçu la visite de plus d'un million de consommateurs depuis son ouverture en 2007.

Cette campagne trouve un prolongement efficace par l'action des marques des entreprises adhérentes qui, tout au long de l'année, diffusent les outils 2340 à leurs clients distributeurs, cafetiers, barmen ainsi qu'aux consommateurs dans le cadre des actions de prévention mises en œuvre sur les lieux de vente.

Enfin, certaines sociétés membres d'*Avec Modération !* ont pris l'initiative d'apposer la mention www.2340.fr sur leurs conditionnements. On peut estimer que près de 40% des volumes commercialisés, toutes boissons confondues, intègrent aujourd'hui une indication «unités d'alcool ».



REAFFIRMER LES PRINCIPES EN MATIERE DE COMMUNICATION ET DE COMMERCIALISATION DES BOISSONS ALCOOLISEES

Avec Modération ! travaille depuis sa création à l'autorégulation de la publicité et de l'ensemble des communications commerciales du secteur des boissons alcoolisées. L'association a été très tôt à l'origine d'un code de bonnes pratiques dans le cadre initial de la loi Evin, dont la complexité nécessitait une lecture commune et prudente de la part des professionnels.

Cosigné par l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) et les principales organisations de producteurs, médias et agences, le Code d'autodiscipline et de déontologie de la profession est régulièrement révisé, par exemple en 2015 pour aboutir à une version actualisée de la Recommandation Alcool de l'ARPP.

<https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/alcool/>



2. VIN ET SOCIETE

Vin & Société est une structure unique en France. Elle représente l'ensemble de la filière vigne et vin, soit plus de 500 000 acteurs directs et indirects, et fédère les deux familles que sont la production et le négoce. 21 interprofessions régionales et 7 organisations nationales agissent au travers de notre association pour défendre une consommation et un comportement responsables de vin en France et transmettre ses valeurs.

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

Vin & Société conduit des actions, d'éducation et de prévention partout en France :

PORTAIL DE LA PREVENTION

En 2015, Vin & Société a mis en ligne sur son site internet un portail recensant des programmes nationaux et internationaux en matière de prévention, alimenté régulièrement. Un à deux programmes sont ainsi mis en ligne chaque mois. En tout, ce sont 75 programmes qui sont mis à disposition des visiteurs du site. Ces programmes sont répartis selon 6 thématiques pour une information ciblée selon des situations distinctes : « au volant », « pendant la grossesse », « au travail », « au quotidien », « avec vos enfants » et « entre jeunes ». Ils sont dans leur grande majorité à l'initiative des pouvoirs publics français (au niveau national et local) ou d'autres pays, et d'associations de prévention et de lutte contre les addictions.

Ces programmes sont également relayés sur le compte twitter de Vin & Société à travers 3 à 4 tweets chaque semaine, qui touchent les 12 000 abonnés du compte.

VIN & SOCIÉTÉ SE MOBILISER S'ENGAGER ÉCLAIRER PRÉVENTION MAGAZINE ÉVÉNEMENTS

NOS DOSSIERS PRÉVENTION

QUELQUES CONSEILS POUR EN PARLER AVEC VOS ENFANTS

NOS DOSSIERS PRÉVENTION

PARLER D'ALCOOL
PARLER AVEC VOS ENFANTS

Parler d'alcool avec ses enfants sans être dépassé – Educ'alcool

Talking to your teens and to your child about alcohol - Drinkaware Ireland

Parent Page - Drinkaware Ireland

How to talk to your child about alcohol – Drinkaware

Alcool dans le corps – Addiction Suisse

Repères pour accompagner votre adolescent dans ses expériences avec l'alcool - Oppelia Association

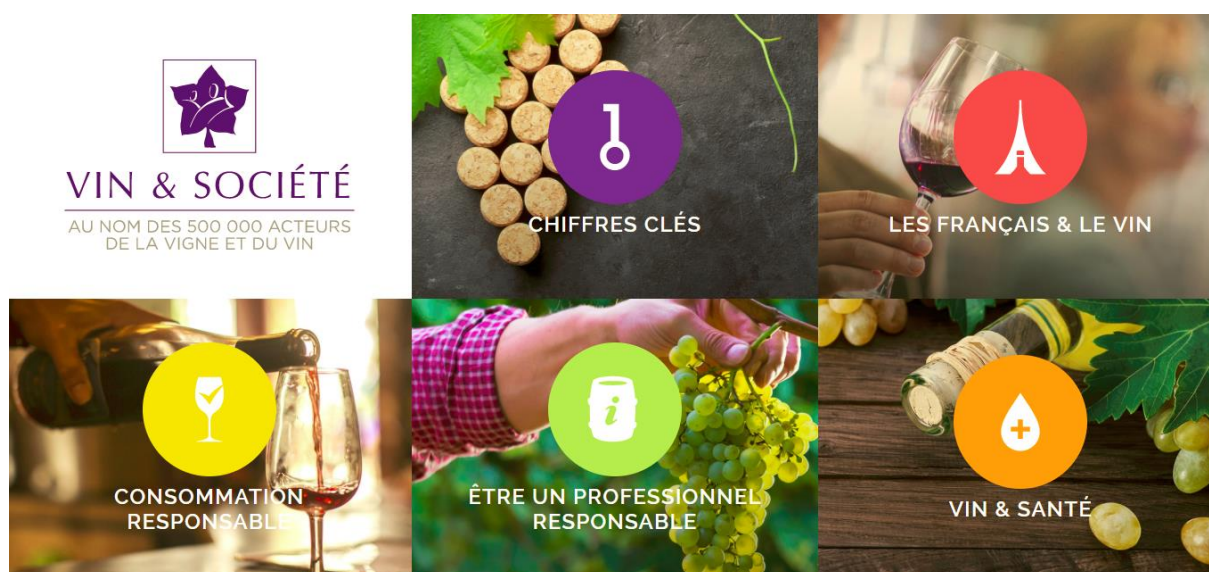
CHARGER PLUS DE PROGRAMMES

FORMATION DES FUTURS PROFESSIONNELS

Vin & Société s'engage pour la formation des futurs professionnels du vin aux bonnes pratiques en matière de consommation et comportement responsables. En ce sens, l'association a créé en 2014 une application de e-learning à destination des futurs professionnels de la filière vin, de l'hôtellerie et de la restauration. Elle est diffusée depuis 2015 via l'ensemble des syndicats viticoles régionaux et nationaux, des syndicats de métiers et des organismes de formation (Ecoles du vin, CFA, lycées agricoles, Syndicat national des hôteliers, restaurateurs, cafetiers et traiteurs) auprès d'étudiants, apprentis et professionnels en formation.

Sur la base de cette application de formation, de nombreux partenariats ont été noués avec des organismes de formation de la France entière, qui s'engagent à former l'ensemble de leurs élèves aux bonnes pratiques de consommation responsable.

Dans le cadre de cette contribution sur la prévention, Vin & Société développera une nouvelle version de cette application et élargira le champ de ses utilisateurs.



FETES VITICOLES RESPONSABLES

Vin & Société a engagé ces dernières années différentes actions de prévention et de communication en faveur de fêtes viticoles responsables et de lutte contre la surconsommation d'alcool, cause importante d'insécurité routière. Les ambitions de l'association se traduisent par des actions concrètes d'accompagnement des organisateurs de fêtes dans la mise en place de bonnes pratiques afin de prévenir tout comportement à risque :

- ➔ Sensibilisation aux bonnes pratiques responsables tant pour l'accueil que pour le service par les professionnels de la filière (éthylotests, verres marqués ou bouchons doseurs, crachoirs, eau et mets solides mis à disposition).

- ➔ Incitation à systématiser les solutions de contrôle d'alcoolémie à travers notamment des rencontres et actions conjointes avec les antennes départementales de Sécurité routière et leurs réseaux de bénévoles.
- ➔ Diffusion d'un mémo des actions incontournables à mettre en place sur les fêtes viticoles et au caveau.



AVANT DE CONDUIRE
Avant, le taux légal d'alcoolémie est limité à :

0,5 g/L de sang pour les conducteurs confirmés

0,2 g/L de sang pour les permis probatoires

Avez le réflexe éthylotest !
Sachez tenir compte de son verdict plus que de votre prescription.

En cas d'alcoolémie positive, attendez le temps d'arrêt avec vos amis, commandez un taxi ou la livraison à domicile. Le taux baisse en moyenne de 0,15 g à 0,25 g par heure.

LES REPÈRES D'ALCOOLÉMIE

Estimations moyennes des alcoolémies dans le sang, en g/L, après consommation à jeun, de 10 à 3 verres de vin de 10 cl à 12° d'alcool.

POUR LES FEMMES

kg	1	2	3	4
45	0,36	0,71	1,07	
50	0,32	0,64	0,96	
55	0,29	0,58	0,87	
60	0,27	0,53	0,80	
65	0,25	0,49	0,74	
70	0,23	0,46	0,69	
75	0,21	0,43	0,64	
80	0,20	0,40	0,60	
85	0,19	0,38	0,56	
90	0,18	0,36	0,53	
95	0,17	0,34	0,51	
100	0,16	0,32	0,48	

POUR LES HOMMES

kg	1	2	3	4
50	0,27	0,55	0,82	
55	0,25	0,50	0,75	
60	0,23	0,46	0,69	
65	0,21	0,42	0,63	
70	0,20	0,39	0,59	
75	0,18	0,37	0,55	
80	0,17	0,34	0,51	
85	0,16	0,32	0,48	
90	0,15	0,30	0,46	
95	0,14	0,29	0,43	
100	0,14	0,27	0,41	
105	0,13	0,26	0,39	
110	0,12	0,25	0,37	



LES ACTIONS À METTRE EN PLACE POUR UNE FÊTE VITICOLE RESPONSABLE

Ce mémo de bonnes pratiques vous est proposé par Vin & Société.

LORS D'UN ÉVÈNEMENT VITICOLE, VOICI LES ACTIONS INCONTOURNABLES AUXQUELLES PENSER

- Crachoirs sur les tables de dégustation
- Eau gratuite à disposition sur les stands pour permettre à chacun de s'hydrater
- Boissons sans alcool, privilégier des dégustations de jus de raisin, notamment pour les personnes ne consommant pas d'alcool ; mineurs, femmes enceintes, personnes prenant des médicaments
- Mets solides
- Mettre à disposition des petits bocaux, du pain etc.
- Utiliser des verres marqués ou boîtiers dosés pour servir le jus de raisin ; toujours une dose dégustation, 10 cl pour les verres standards payants

PRÉVENTION ROUTIÈRE

- Contrôle d'alcoolémie : mise à disposition d'éthylotests chimiques à minima, éthylotests électroniques ou alcoobornes
- Contact avec la Sécurité routière (lire à la Préfecture) ou la Prévention routière (association) ou tout acteur de prévention local ; accompagnement dans la mise en place d'un stand de prévention et/ou animation prévention, aide dans la mise en place de solutions de contrôles d'alcoolémie, mise à disposition de documentation, organisation d'un dépôt des clients.
- Solutions alternatives à la prise de volant : réservation de taxis, système de navettes pour desservir les villages alentours (bus, train, cowatching). Se renseigner auprès des acteurs locaux
- Information en amont et indication pendant l'évènement de la présence d'un stand dédié et/ou de la possibilité de louer son alcoolémie

INFORMATION DES VISITEURS

- Information sur les principes de la consommation responsable (repères de consommation, bonnes pratiques, explication des unités d'alcool, du respect du taux légal au volant, association de l'alcool) : affiches, programmes, kakemonos, messages radios, flyers, etc.

INFORMATIONS UTILES

La responsabilité du maire, de l'organisateur et de la personne qui sert de l'alcool est engagée en cas d'accident à la sortie de la visite. Il est nécessaire d'acquiescer les obligations liées au service d'alcool et d'être attentif à la consommation de ses clients / visiteurs. Le service de boissons alcoolisées à une personne présentant des signes d'ivresse est répréhensible.

Le taux d'alcool limite autorisé par la loi au volant est de 0,5 g/L de sang pour les conducteurs confirmés, soit 0,25g/L d'alcool expiré. Pour les permis probatoires, le taux d'alcool limite est de 0,2g/L de sang. La réglementation s'applique à tout conducteur novice possédant un permis de conduire depuis moins de trois ans (hors auto si le permis a été obtenu dans le cadre de la conduite accompagnée).

Dispositions envers les mineurs :

- Il est interdit de recevoir des mineurs de moins de seize ans non accompagnés par leurs parents ou plus de 10 ans en ayant la charge ou la surveillance (L3342-1 CSP) (qui ce soit une manifestation gratuite ou payante).
- Il est interdit de vendre ou offrir des boissons alcooliques à des mineurs (L3342-1 CSP).
- Il est obligatoire d'apposer une affiche rappelant les dispositions de protection des mineurs (L3342-1 CSP).

Toute l'information pour une fête viticole responsable : <http://www.vinetsociete.fr/frs-engager/fetes-viticoles-responsables>

VIN & SOCIÉTÉ
AU NOM DES 500 000 ACTEURS DE LA VIGNE ET DU VIN

* Vin & Société fédère et représente les 500 000 acteurs de la vigne et du vin en France. Vin & Société a pour but de donner sa juste place à un secteur traditionnel et à un secteur d'avenir au sein de la filière viticole nationale et au développement de la France. Transmettre les valeurs du Vin, promouvoir une consommation qualitative et responsable, préserver un patrimoine paysan et les traditions et les engagements de la vigne sont ses principales missions. Vin & Société agit en tant qu'acteur responsable de la filière vin.

PREVENTION DU RISQUE ALCOOL AU VOLANT

Vin & Société s'engage pour favoriser les solutions alternatives pour le retour au domicile, pour fournir des moyens de contrôle de l'alcoolémie et pour promouvoir le travail avec les acteurs de la Sécurité/Prévention routière lors des fêtes viticoles. Vin & Société a notamment réalisé les actions suivantes :

- ➔ Mise en ligne d'un annuaire précis et actualisé des acteurs départementaux de la Sécurité routière et de la Prévention routière afin de faciliter la mise en relation lors de l'organisation de fêtes responsables.
- ➔ Incitation à systématiser les solutions de contrôle d'alcoolémie à travers notamment des rencontres et actions conjointes avec les antennes départementales de Sécurité routière et leurs réseaux de bénévoles.

- ➔ Depuis 2015, mise à disposition de plusieurs centaines de milliers d'éthylotests, par le biais des interprofessions viticoles, en particulier lors des fêtes viticoles.

INFORMATION DES CONSOMMATEURS

- ➔ Vin & Société a créé et diffuse depuis 2014 un guide pour favoriser les comportements responsables. Depuis 2014, plus de 500 000 guides ont été diffusés. Ces guides répertorient les repères d'alcoolémie, les taux légaux d'alcool au volant et de nombreux conseils pour consommer de manière responsable. Ils sont notamment diffusés sur les événements viticoles ou encore dans les caveaux de dégustation.
- ➔ Vin & Société a également aidé à la conception d'un guide d'information sur la consommation et les comportements responsables (réalisé à l'initiative du Syndicat des cavistes et de l'organisme québécois Educ'Alcool) diffusé auprès des cavistes professionnels afin d'informer et de responsabiliser leurs clientèles.
- ➔ Vin & Société a également mis en place fin 2015 une communication grand public, positive et responsable sur le vin en diffusant les repères de consommation 2.3.4.0 inscrits dans le Plan National Nutrition Santé. Au total, le message a été délivré 8,1 millions de fois.



COMMUNICATION RESPONSABLE

Vin & Société propose à ses adhérents des formations et des conseils sur la loi Evin, afin de favoriser la création de campagnes de communication responsables par les opérateurs de la filière vitivinicole. Plusieurs dizaines de conseils par an sont fournis depuis 2017.

ENGAGEMENT AU NIVEAU EUROPEEN ET INTERNATIONAL

Vin & Société est adhérente du programme international « Wine in Moderation – Art de Vivre » qui a pour but d’inspirer un mode de vie sain et équilibré et de contribuer ainsi à la réduction des dommages liés à la consommation excessive d’alcool. Le programme a également vocation à améliorer les connaissances et les compétences des professionnels du vin, et à encourager les actions permettant aux consommateurs d’apprécier le vin d’une manière modérée et responsable.

D’abord développé au niveau européen, le programme « Wine in Moderation » comprend maintenant des adhérents à travers le monde.

En 2017, les associations nationales et entreprises adhérentes du programme ont investi plus de trois millions d’euros pour promouvoir le message de la modération, soit plus de 21 millions depuis 2011.

Plus d’informations sur www.wineinmoderation.eu