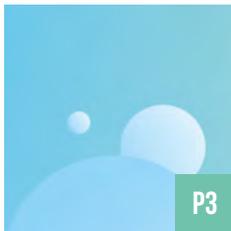


LA PRÉVENTION EN ACTIONS

Contribution des filières de boissons alcoolisées au
Plan national de Santé publique « Priorité prévention »

RAPPORT D'ÉTAPE 2019 - 2020

SOMMAIRE

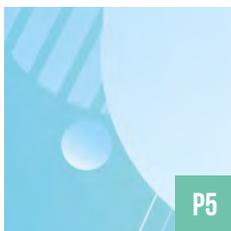


EDITO

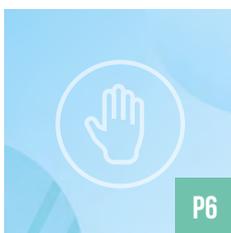
NOTRE ENGAGEMENT POUR LA
« RÉVOLUTION DE LA PRÉVENTION » !



QUI SOMMES-NOUS ?

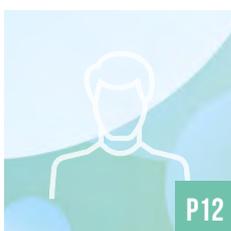


EN BREF, LES CHIFFRES CLÉS DU PLAN DE PRÉVENTION



PRÉVENIR

LES COMPORTEMENTS ET SITUATIONS À RISQUES ET
CIBLER LES PUBLICS SENSIBLES



FAVORISER LA RESPONSABILITÉ DANS LA CONSOMMATION

EDITO

NOTRE ENGAGEMENT POUR LA « RÉVOLUTION DE LA PRÉVENTION » !

Si la prévention des comportements à risque et la consommation responsable ont été au cœur des actions des producteurs de boissons alcoolisées dès les années 1990, c'est pour répondre à l'appel du Président de la République, en juin 2018, que les filières de boissons alcoolisées lui ont remis leur contribution au Plan national de Santé publique. Pour s'engager dans cette « Révolution de la prévention », Brasseurs de France, la Fédération Française des Spiritueux, la Fédération Française des Vins d'Apéritif et Vin & Société ont élaboré un plan sur 4 ans sur la base d'un budget de 4,8 millions d'euros et de 30 mesures, dont près de la moitié des actions ont été mises en œuvre à ce jour. Ce plan qui engage l'ensemble de nos entreprises, de nos organisations professionnelles, témoigne de l'esprit de responsabilité qui nous anime et de notre volonté de demeurer pionniers en la matière.

Ce rapport d'étape présente nos actions et leurs résultats, à l'issue de deux premières années très actives. Nous sommes fiers d'avoir notamment travaillé à :

- Sensibiliser au risque lié à l'alcool au volant ;
- Prévenir la consommation d'alcool des femmes enceintes (zéro alcool pendant la grossesse) ;
- Former les personnels de caisse de la distribution à l'application systématique de l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs ;
- Sensibiliser les professionnels au cadre réglementaire de la Loi Evin.

Ces programmes ont permis d'atteindre des résultats substantiels malgré la pandémie grâce à l'engagement de nos entreprises et de nos organisations pour en augmenter l'impact et grâce au soutien de nos partenaires pour en assurer le déploiement. D'ores et déjà, de nouveaux axes de développement sont en cours d'élaboration avec de nouveaux partenaires pour intensifier notamment la prévention des comportements à risque et pour lutter contre l'alcoolisation des jeunes.

Notre engagement à lutter contre la consommation excessive d'alcool et contre son mésusage demeure entier. La promotion de la convivialité et du plaisir pour un moment choisi et partagé est le garant de l'art de vivre à la française. A travers ce mode de vie que nous continuerons à promouvoir auprès des Français avec la prévention au cœur de notre action, la modération est la seule voie d'avenir.



Matthias Fekl
**Président de
Brasseurs de
France**



Jean-Pierre Cointreau
**Président de la
Fédération Française
des Spiritueux**



Jérôme Perchet
**Président de
la Fédération
Française des Vins
d'Apéritif**



Michel Gayraud
**Président de
Prévention et
Modération**



Joël Forgeau
**Président de
Vin & Société**

QUI SOMMES-NOUS ?



PRÉVENTION
ET MODÉRATION

Prévention et Modération est une association qui fédère les initiatives des filières bière, spiritueux et vins d'apéritif en matière de prévention des comportements à risque et de promotion de la consommation responsable. Ses trois adhérents, Brasseurs de France, la Fédération Française des Spiritueux et la Fédération Française des Vins d'Apéritif représentent près de 2300 entreprises et génèrent 260 000 emplois. Prévention et Modération s'inscrit dans une démarche initiée il y a près de 30 ans par les associations Entreprise et Modération et Avec Modération. Ses programmes d'actions sont développés à partir des trois axes stratégiques suivants :

1. Agir : Prévenir les comportements à risque en ciblant les publics sensibles
2. Mobiliser : Favoriser les comportements responsables en valorisant le bon usage
3. Responsabiliser : Coordonner les actions d'autodiscipline des filières



VIN & SOCIÉTÉ

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

Vin & Société est une structure unique en France qui fédère et représente l'ensemble de la filière vitivinicole et les 500 000 femmes et hommes qui la font vivre sur tout le territoire : négoce, viticulteurs, interprofessions. Elle a pour mission de promouvoir la place du vin dans la société française et de valoriser la consommation responsable de vin. Elle est l'interlocutrice privilégiée des pouvoirs publics. Fortement implantée en régions et porteuse de la dynamique de toute une filière, Vin & Société souhaite aussi être un laboratoire d'idées nouvelles pour le vin et la société de demain.

Vin & Société représente 21 interprofessions vinicoles régionales et 7 organisations professionnelles nationales de la filière vin.

EN BREF, LES CHIFFRES CLÉS DU PLAN DE PRÉVENTION :

30

MESURES PROPOSÉES

PAR LES FILIÈRES DE BOISSONS ALCOOLISÉES DANS
LE CADRE DU PLAN NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE

4,8

MILLIONS D'EUROS SUR 4 ANS

ENGAGÉS PAR LES FILIÈRES
DE BOISSONS ALCOOLISÉES

21

INTERPROFESSIONS
VINICOLES

7

ORGANISATIONS
PROFESSIONNELLES
DE LA FILIÈRE VIN

3

FÉDÉRATIONS
PROFESSIONNELLES DES
FILIÈRES BIÈRES, SPIRITUEUX
ET VINS D'APÉRITIF

MOBILISÉES POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE PRÉVENTION

TÉLÉCHARGEZ LA CONTRIBUTION DE LA FILIÈRE DES BOISSONS ALCOOLISÉES
AU PLAN NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE SUR CE [LIEN](#)



AXE 1

PRÉVENIR LES COMPORTEMENTS ET SITUATIONS À RISQUES ET CIBLER LES PUBLICS SENSIBLES

AXE 1.1 / PROMOUVOIR LE ZÉRO ALCOOL PENDANT LA GROSSESSE

« UN BON VIN PEUT BIEN ATTENDRE NEUF MOIS » : UNE CAMPAGNE AU GOÛT DES FRANÇAISES !



Le 12 octobre 2019, Vin & Société a lancé une campagne nationale de prévention à l'attention des femmes enceintes, avec un message simple et sans ambiguïté : « **Par précaution, zéro alcool pendant la grossesse.** » En raison des risques que la consommation d'alcool peut représenter pour la santé du futur bébé, il est recommandé de s'abstenir pendant 9 mois et durant la période d'allaitement.

Le registre se veut informatif et non moralisateur. Afin de toucher directement les femmes enceintes ou désireuses de l'être, la campagne a été :

- › **Diffusée** dans la presse féminine et parentale (Parents, Cosmopolitan et Magic Maman)
- › **Relayée** par des influenceuses sur les réseaux sociaux
- › **Concrétisée** par la création d'un bijou en série limitée symbolisant l'engagement des femmes à ne pas consommer d'alcool pendant la grossesse

Cette campagne a été développée en complément des avertissements sanitaires présents sur les étiquettes de boissons alcoolisées.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

Près de
2 100 000

lectrices et internautes sensibilisées sur le « Zéro alcool pendant la grossesse »

80%

des Françaises déclarent qu'il s'agit d'une initiative responsable et utile de la part de la filière française du vin

63%

d'entre elles pensent que le message « Un bon vin peut bien attendre 9 mois » est percutant pour dissuader les femmes enceintes de consommer de l'alcool

Sondage réalisé par l'Ifop en septembre 2019 pour Vin & société



POINT DE VUE



Julia et Emilie, les créatrices de bijoux April Please

« Quand Vin & Société nous a sollicitées pour réaliser un bracelet en série limitée dans le cadre de la campagne à destination des femmes enceintes, nous avons accepté sans hésiter, tant la symbolique de ce dispositif visant à lutter contre le syndrome d'alcoolisation fœtale nous a séduites. Sans culpabilisation aucune, le simple port d'un bracelet par les femmes enceintes est effectivement une façon subtile et élégante de signifier qu'elles ont fait le choix de l'abstinence pendant leur grossesse pour la santé de leur futur bébé. »

Retrouvez la campagne sur : www.vinetsociete.fr/zeroalcoolgrossesse



AXE 1.1 / PROMOUVOIR LE ZÉRO ALCOOL PENDANT LA GROSSESSE

SOUTIEN À SAF FRANCE ET AU SAFTHON POUR DÉVELOPPER LA PROMOTION DU « ZÉRO ALCOOL » PENDANT LA GROSSESSE

Prévention et Modération a conclu en 2019 un **partenariat pluriannuel avec l'association SAF France** pour permettre à cette dernière d'amplifier ses actions de prévention des Troubles Causés par l'Alcoolisation Fœtale (TCAF) et de sa forme la plus grave, le Syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF).

Point d'orgue de l'action de SAF France, le SAFTHON est une manifestation qui, chaque année en septembre, permet de sensibiliser l'opinion publique à la question des TCAF et de récolter des fonds. Elle se déroule tout au long du mois de septembre, avec un temps fort le 9 septembre, qui marque la journée internationale de lutte contre les TCAF. Il permet aux experts de SAF France ainsi qu'aux professionnels de santé d'engager le dialogue avec le grand public via des événements organisés sur tout le territoire.



En 2020, Prévention et Modération a été également à l'initiative d'une **convention tripartite avec SAF France et l'UMIH**, l'Union des Métiers de l'Hôtellerie de la Restauration. L'ensemble des acteurs de la distribution en hors domicile (cafés, brasseries, restaurants...) mais aussi de la production de bières, spiritueux et vins d'apéritif, se sont mobilisés pour **relayer le message du « zéro alcool durant la grossesse » auprès de leurs clients sur les lieux de consommation ou de leurs salariés.**

En parallèle, les filières de production elles-mêmes ont largement diffusé dans les entreprises des affichettes et dépliants d'information spécialement conçus pour démultiplier le message du SAFTHON.

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

354

actions terrains et événements organisés en 2019 et 2020

Près de

150 000

outils distribués sur deux ans (affiches, flyers, sets de table, tee-shirts ...)

170 millions

de personnes exposées au message « zéro alcool pendant la grossesse » (estimation Médiamétrie)

👥 PARTENAIRES

Acteur historique de la prévention des Troubles Causés par l'Alcoolisation Fœtale (TCAF), l'association SAF France œuvre pour la formation, la recherche, les soins et la prévention, ainsi que la reconnaissance et l'accompagnement des personnes porteuses de TCAF. Elle est reconnue par de nombreuses sociétés savantes et regroupe les experts des TCAF en France.

Fédérant 72% des entreprises syndiquées indépendantes, l'UMIH est le premier syndicat patronal du secteur CHRD et l'un des plus importants syndicats patronaux français. L'UMIH est présente et active dans tous les départements français, en métropole et en outre-mer, avec plus de 2 000 élus et 400 collaborateurs qui assurent au quotidien la promotion et la défense des professionnels.



AXE 1.2 / PRÉVENIR LA CONSOMMATION D'ALCOOL PAR LES MINEURS

ENGAGÉS POUR LA PROTECTION DES MINEURS

18 ans VENTE D'ALCOOL :
JE CONTRÔLE !

LA VENTE D'ALCOOL AUX MINEURS EST STRICTEMENT INTERDITE.



En partenariat avec la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD), le Groupement Les Mousquetaires et le Mouvement E. Leclerc, les associations Prévention et Modération et Vin & Société ont conçu une **formation numérique pour permettre aux personnels de caisse d'appliquer en toutes circonstances l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs.**

En effet, le strict respect de l'interdiction de la vente de boissons alcoolisées aux mineurs constitue l'un des moyens les plus efficaces pour lutter contre l'accès des adolescents à l'alcool. Mais son application peut s'avérer difficile et c'est tout l'objectif de cette formation d'aider les personnels de caisse à acquérir les bons réflexes dans certaines circonstances.

Intitulé « -18 ans, je contrôle ! », le module e-learning est constitué d'une vidéo en motion design et de cas pratiques permettant de **parcourir l'ensemble des situations auxquelles peuvent être confrontés les hôtes et hôtesse de caisse.**

Il a été intégré à partir de l'été 2020 aux plateformes de formation de l'ensemble des enseignes, tous circuits confondus. Une affichette apposée dans les salles de repos rappelle les messages-clés, avec une signalétique identique à celle destinée aux clients apposée au sein des rayons alcool.

Cette démarche de formation des professionnels est complémentaire des dispositifs d'information mis en place au sein des rayons alcool par les enseignes de la distribution, en partenariat avec la Mildeca.

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

Plus de
50

enseignes de la grande distribution, alimentaire ou spécialisée, fédérées au sein de la FCD et impliquées dans le programme de formation

30 000

points de vente ont relayé le module de formation en France

👥 PARTENAIRE

La Fédération du Commerce et de la Distribution est une organisation professionnelle qui regroupe plus de 50 adhérents, enseignes de la grande distribution, alimentaire ou spécialisée, un secteur qui compte : 750 000 emplois ; plus de 10 millions de clients par jour ; plus de 30 000 points de vente ; 2 131 hypermarchés ; 5 962 supermarchés ; 3 952 supermarchés à dominante marques propres (ex-maxidiscomptes) ; près de 20 000 magasins de proximité ; près de 3 700 drives ; un volume d'affaires d'environ 200 milliards d'euros.



AXE 1.3 / INTENSIFIER LA LUTTE CONTRE LE *BINGE DRINKING*

LA CHARTE DES CLUBS ŒNOLOGIQUES, UN TRAVAIL DE SENSIBILISATION AUPRÈS DES JEUNES ADULTES

Vin & Société et AOC Kedge, le club œnologique de Kedge Business School, ont créé en collaboration avec un avocat spécialisé, une **charte des clubs œnologiques des établissements de l'enseignement supérieur**. Cette charte recense les bonnes pratiques de dégustation autour des valeurs de plaisir, de convivialité et de modération, et permet aux étudiants de prendre connaissance des règles applicables à la création et à la pérennité d'un club œnologique au sein de leur établissement.



En 2020, la charte s'est inscrite dans une nouvelle dynamique à travers une **ambassadrice pleine d'avenir, Charlotte Guyot**, récompensée du titre de Meilleur jeune Sommelier de France en 2019. Elle travaille actuellement en tant qu'assistante chef sommelier au 1920, restaurant deux étoiles au Guide Michelin de l'Hôtel Four Seasons à Megève.

En tant que jeune sommelière, elle est appelée à témoigner auprès des clubs œnologiques de son engagement en faveur d'une consommation de vin modérée et de sa passion pour l'art de la dégustation de vin.

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

13

clubs œnologiques signataires de la charte

1500

étudiants des clubs œnologiques des établissements de l'enseignement supérieur devenus ambassadeurs de la consommation responsable

10

étudiants ont remis la charte au Président de la République, Emmanuel Macron, à l'occasion du Salon de l'Agriculture 2020

👁️ POINT DE VUE



Charlotte Guyot, assistante chef sommelier à l'Hôtel Four Seasons de Megève

« Je suis très fière et honorée d'être l'ambassadrice de la charte des clubs œnologiques des établissements de l'enseignement supérieur élaborée par Vin & Société. La consommation responsable de vin fait partie intégrante du métier de sommelier que j'exerce. J'ai donc particulièrement à cœur de partager cette valeur avec d'autres jeunes passionnés, comme moi, par la dégustation de vin. »



AXE 1.4 / RENFORCER LA PRÉVENTION EN MATIÈRE D'ALCOOL AU VOLANT

AU CAVEAU OU SUR LES FÊTES VITICOLES : DES INITIATIVES POUR DÉGUSTER EN TOUTE SÉCURITÉ !



Les fêtes viticoles sont des moments de convivialité et de découverte. Elles attirent aussi bien les néophytes que les amateurs et voient leur fréquentation en constante évolution. Afin de contribuer au bon accueil des visiteurs et à la sécurité des publics, notamment sur la route, la filière vitivinicole est pleinement mobilisée pour **mettre en œuvre des actions de prévention et d'information sur ces fêtes.**

Parmi les actions incontournables à la mise en place d'une fête viticole responsable, la filière met à disposition des systèmes de contrôle d'alcoolémie et communique sur les solutions alternatives pour rentrer en toute sécurité.

- › En janvier 2019, Vin & Société a coconstruit un **dispositif de prévention avec les organisateurs de la Saint-Vincent tournante à Vézelay.** Un stand de sécurité routière a été installé par la préfecture permettant à chacun de tester son taux d'alcoolémie avant de reprendre la route et des brochures sur la consommation responsable étaient également mises à disposition.
- › Au cours de l'été 2019, les interprofessions régionales se sont dotées de bornes « Prevent'Ithyllo », un **système homologué qui permet de tester son taux d'alcoolémie** grâce à un boîtier de dépistage relié par Bluetooth à un smartphone ou une tablette.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

500 000

guides de la consommation
responsable diffusés chaque année
dans les caveaux et lors de fêtes
viticoles

1 Interprofession
vinicole sur **2**

équipée de bornes
« Prevent'Ithyllo »

58 300

éthylotests commandés
par la filière vin
en 2019

POINT DE VUE



Julia Capel-Dunne, directrice de cabinet de la préfecture de l'Yonne

« Lorsque les organisateurs nous ont contactés pour faire une action de prévention routière à leurs côtés dans le cadre de la Saint-Vincent Tournante, nous avons souhaité profiter de cette belle fête du vin pour faire une action de prévention routière. Le stand mis en place avec les bénévoles de la sécurité routière propose de l'information, des éthylotests et de la pédagogie avec les participants »



AXE 1.4 / RENFORCER LA PRÉVENTION EN MATIÈRE D'ALCOOL AU VOLANT

« ALCOOL ET ROUTE » AVEC L'ASSOCIATION PRÉVENTION ROUTIÈRE



Le partenariat entre les associations Prévention Routière et Prévention et Modération a été signé pour deux ans en 2020. Il porte sur le **déploiement de programmes de sensibilisation visant à réduire le risque lié à la consommation d'alcool au volant.**

Conçu et réalisé au 1^{er} semestre 2020, le kit Prév&Go a été déployé auprès des équipes terrain de l'association Prévention Routière, mais son utilisation ne sera optimale qu'à l'issue de la crise sanitaire.

Un travail en parallèle a été engagé pour concevoir une série de témoignages vidéo de personnes victimes ou témoins d'accidents, qui sont en cours de réalisation pour une utilisation dans l'ensemble des programmes à vocation pédagogique de l'association Prévention Routière.

Grâce aux nouveaux outils et programmes déployés avec le soutien actif de Prévention et Modération, un puissant effet de levier est attendu pour générer davantage d'actions de sensibilisation et contribuer ainsi à une évolution en profondeur des comportements des usagers de la route.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

40

kits Prév&Go utilisables par les bénévoles de l'association Prévention Routière sur l'ensemble du territoire

4 millions

de visiteurs par an sur le site internet de l'association Prévention Routière où est mis en avant le kit

700

actions de sensibilisation de l'association Prévention Routière touchant chaque année 75 000 personnes

PARTENAIRE

Créée en 1949 et reconnue d'utilité publique depuis 1955, l'association Prévention Routière conduit ses actions dans de multiples domaines : l'éducation routière des enfants et adolescents, la sensibilisation et l'information du grand public et la formation continue des conducteurs (salariés des entreprises, conducteurs seniors). Elle intervient régulièrement auprès des pouvoirs publics pour faire des propositions visant à améliorer la sécurité routière. Le réseau de l'association Prévention Routière, implanté sur tout le territoire national, et ses 1 300 bénévoles permettent de mener chaque année des milliers d'actions locales pour sensibiliser les usagers de tous les âges et milieux aux risques de la circulation. Avec 80 000 adhérents et donateurs, elle est aujourd'hui l'une des principales associations loi 1901 de France.



AXE 2

FAVORISER LA RESPONSABILITE DANS LA CONSOMMATION

AXE 2.1 / PROMOUVOIR LES COMPORTEMENTS RESPONSABLES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION DE BOISSONS ALCOOLISÉES

UN BON VIN SE SERT AVEC TOUT, AVEC MODÉRATION SURTOUT



La filière vitivinicole a initié, le 11 janvier 2021, une **campagne de communication nationale avec pour slogan « Un bon vin se sert avec tout, avec modération surtout »**. Elle invite à savourer un nouvel « art de vigne » à la française, au cœur de la diversité des terroirs et des cépages français.

A destination du grand public, cette campagne souligne le **lien entre vin, alimentation et modération** à travers la mise en avant de 7 profils foodista. Pour que le plaisir des accords mets et vins soit complet, il faut savoir raison garder.

La campagne s'appuie sur un site internet dont la page d'accueil se présente sous la forme d'un quiz invitant l'internaute à découvrir son/ses profils foodista et quel modéré il est. En fonction de son résultat, quatre recommandations d'accords mets et vins, ainsi qu'une devise en faveur de la modération lui sont alors délivrées. La promotion de la modération étant au cœur des engagements de la filière vitivinicole,

cette dernière a imaginé un [Manifeste de la modération](#), auquel vient s'ajouter un [guide de la consommation responsable](#) qui rappelle les repères d'alcoolémie, les seuils de consommation à moindre risque et quelques conseils utiles.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

Plus de
16 millions
de vues de la campagne

61 000
visites sur le site [food-et-vin.com](#)

**4 chefs et
sommeliers**
ont rejoint la campagne

POINT DE VUE



Yannick Alléno, chef trois étoiles au Guide Michelin

« La campagne « Un bon vin se sert avec tout, avec modération surtout. » réunit habilement mes deux passions que sont le vin et la gastronomie. C'est donc avec enthousiasme que j'ai voulu m'inscrire dans cette dynamique. Entrer par l'angle du goût et des accords mets-vins pour promouvoir la modération est une idée brillante à laquelle je ne peux que souscrire. Le ton et les visuels résolument frais et légers de la campagne achèvent d'embarquer tous les profils de consommateurs avec eux ! »

Découvrez le site de la campagne : [food-et-vin.com](#)



AXE 2.2 / RENFORCER L'ENGAGEMENT DES PROFESSIONNELS

LA DÉGUSTATION DE VIN, C'EST AUSSI RECRACHER !

Le 4 juillet 2019, Vin & Société a lancé, dans tous les territoires viticoles, une campagne d'information signée « **Tous ceux qui recracher mon vin l'adorent** » promouvant l'art de la dégustation de vin à travers le geste de recracher.

Les professionnels de la filière vitivinicole, en contact direct avec le consommateur, sont les mieux placés pour **transmettre l'art et le plaisir de la dégustation** qui sont les premiers apprentissages vers la connaissance du vin et son bon usage.

10 000 affiches et 20 000 mémentos énumérant les étapes du geste de recracher ont ainsi été déployés dans les caveaux viticoles. Des vidéos explicatives à destination des réseaux sociaux et de notre chaîne YouTube ont également été créées.

En redonnant ses lettres de noblesse à la dégustation de vin, cette campagne s'inscrit pleinement dans la contribution de la filière au Plan National de Santé Publique.



5 étapes pour apprendre à recracher le vin comme un(e) pro.
En collaboration avec l'Union des œnologues de France

- 1 Prenez une petite gorgée de vin sans l'avaler. (Sinon, c'est raté)
- 2 Penchez légèrement la tête vers l'avant pour que le vin aille dans la partie inférieure de la bouche. (L'intérieur du menton, on sait enfin à quoi il sert)
- 3 Faites passer le vin d'un côté à l'autre de la bouche. (De gauche à droite ou de droite à gauche, ça marche dans les deux sens)
- 4 Mettez les lèvres en position "bisou" et faites entrer un petit filet d'air dans la bouche deux ou trois fois sans avoir peur de faire du bruit. (C'est l'un des rares bruits de bouche acceptable en société)
- 5 Baissez la tête, avancez les lèvres et recrachez tout le vin, en filet, dans un crachoir. (C'est plus distingué, on n'est pas dans un saloon)

Retrouvez tous nos conseils pour apprendre à recracher : vinsociete.fr/recracheradorer

VIN & SOCIÉTÉ
UNION DES ŒNOLOGUES DE FRANCE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

Plus de
150 000

vues de la campagne
« #recracheradorer »

68%

des sondés* ont dit apprécier les
affiches de la campagne en relevant
l'humour, le sourire, l'originalité et la
clarté du message

10 000

affiches et 20 000 mémentos
diffusés dans 66 départements
viticoles

* Sondage réalisé par l'Ifop en septembre 2019 Vin & Société

👁️ POINT DE VUE



Sophie Pallas, directrice générale de l'Union des Œnologues de France

« Cette campagne a été très bien accueillie par les œnologues qui travaillent en caves car elle leur a donné des outils simples et concrets pour enseigner un geste qui est pour eux naturel et obligatoire. Un geste qui est souvent mal perçu et mal compris par les non professionnels, comme étant à l'encontre de notre culture... et qui pourtant permet aux œnologues et à tout professionnel du vin d'exercer la dégustation en toute sécurité pour la santé. »



AXE 2.3 / AMÉLIORER L'AUTORÉGULATION EN MATIÈRE DE COMMUNICATION ET DE COMMERCIALISATION DES BOISSONS ALCOOLISÉES

E-LEARNING « LOI EVIN, MODE D'EMPLOI » : QUAND PUBLICITÉ RIME AVEC RESPONSABILITÉ

« Loi Evin, mode d'emploi », un outil de formation à destination des collaborateurs des entreprises du secteur des boissons alcoolisées, des agences de publicité, des médias et plus généralement de tous les professionnels amenés à concevoir des supports de communication pour les boissons alcoolisées, a été mis en ligne au début de l'année 2020.



Co-signée par Brasseurs de France, la Fédération Française des Spiritueux, la Fédération Française des Vins d'Apéritif et Vin & Société, la formation est accessible à tous. Elle permet de parcourir en 45 minutes l'essentiel des dispositions encadrant la communication des boissons alcoolisées, qu'elles soient relatives à la loi Evin elle-même ou aux principes déontologiques regroupés dans la Recommandation « alcool » de l'ARPP¹.

La loi Evin est en effet une législation complexe qui soulève en pratique de nombreuses questions des professionnels.

Sur la base d'exemples précis et très concrets, « Loi Evin, mode d'emploi » vise à l'appropriation des bons réflexes pour garantir le respect des règles en vigueur par les marques.

Alternant théorie et pratique, le module est composé d'interviews d'experts, de vidéos en motion design, de présentations, de quiz et d'outils pour approfondir les sujets traités. Il permet à l'utilisateur de trouver rapidement les éléments qui lui seront utiles et s'articule autour de cinq rubriques : principes généraux de la législation, supports autorisés, contenus autorisés, parrainage/mécénat /jeux-concours et communication digitale

Un questionnaire final permet à l'utilisateur de valider son parcours de formation et d'obtenir une attestation selon son taux de bonnes réponses.

¹ Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité- <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/alcool/>

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

1 197
personnes formées
fin 2020

Environ
80%
sont des professionnels des filières de
production, 15% des professionnels de la
communication (agences, médias, régies)
et 5% des étudiants et des chercheurs

45
minutes de formation
comprenant notamment
12 vidéos explicatives en
motion design

👥 PARTENAIRE

L'ARPP est l'organisme de régulation professionnelle de la publicité. Il allie création des règles d'éthique, leur application et le contrôle de l'application en examinant le contenu de messages publicitaires, quel qu'en soit le moyen de diffusion, tout en conciliant la liberté d'expression des professionnels et le respect des consommateurs.



PRÉVENTION
ET MODÉRATION



BRASSEURS
DE FRANCE



LES
SPIRITUEUX
Fédération Française des Spiritueux



FFVA
FÉDÉRATION FRANÇAISE
DES VINS D'APÉRITIF



VIN & SOCIÉTÉ

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

PRÉVENTION ET MODÉRATION
10, rue Pergolèse - 75016 Paris
01 53 04 30 24

info@preventionetmoderation.org
contact@preventionetmoderation.org

VIN & SOCIÉTÉ
12, rue Sainte-Anne - 75001 Paris
01 55 35 08 35

contact@vinsociete.fr