

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2020



VIN & SOCIÉTÉ

2020

#LaVigneContinue !



Alors que l'année 2020 s'annonçait sous de bons auspices pour notre filière, le monde entier a été submergé par la crise sanitaire de la

Covid-19, puis par celle économique qu'elle a inéluctablement entraînée dans son sillage.

A partir de mi-mars, et tandis que la moitié de l'humanité allait vivre confinée, la vigne, elle, reprenait son cycle végétatif et explosait de vigueur sous l'effet d'une météo favorable. Pour partager avec les Français l'activité des acteurs de la vigne et du vin pendant ce premier confinement, Vin & Société a créé le mouvement #LaVigneContinue. Des milliers de vigneron ont ainsi ouvert, via les réseaux sociaux, une fenêtre sur leur monde vitivinicole lui toujours en mouvement.

Les confinements successifs ont pesé sur le moral et les achats des Français. Mais là où d'autres pays ont vu les achats d'alcool augmenter fortement lors des périodes de confinement, les Français, eux, n'ont pas « compensé » le fait de ne plus consommer dans les restaurants et les bars. Semaine après semaine, la baisse des ventes de vin en grande distribution s'est poursuivie, nous conduisant aujourd'hui à un double constat :

- ▶ privée de ses canaux de distribution que sont les restaurants et les bars, et de ses millions d'œnotouristes, la filière vitivinicole a été frappée de plein fouet par les vagues de confinement consécutives rendant vital son accompagnement par les pouvoirs publics.
- ▶ Les Français ont définitivement adopté un modèle de consommation raisonné en privilégiant le vin et sa consommation à table. 24% d'entre eux ont baissé leur consommation d'alcool pendant le confinement.

Bien qu'éloignés, les Français ont cherché à recréer du lien social et ont inventé les visio-apéros. Ces apéritifs à distance montrent que les attributs de la culture française sont toujours (re)mobilisés en période de crise. Ils sont le reflet du désir des Français de continuer à faire Nation en poursuivant un acte social et culturel. Ainsi, la conscience collective d'appartenir à une même communauté s'incarne particulièrement dans le partage du vin.

Nous formulons le vœu que l'année 2021 soit celle qui mette un terme à la crise sanitaire sans précédent que nous traversons afin que ce partage du vin virtuel laisse de nouveau place à celui bien réel des réunions de famille ou entre amis en chair et en os.

Joël Forgeau
Président de Vin & Société

Sommaire

S'engager
sur le plan sociétal

P.5



Transmettre
les valeurs de la vigne
et du vin

P.10



Dialoguer
avec les pouvoirs
publics

P.12



Qui sommes-nous ?

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.

558 000

ACTEURS
DE LA VIGNE & DU VIN



87 000

EXPLOITATIONS
À TAILLE HUMAINE



66

DÉPARTEMENTS
VITICOLES



10 MILLIONS

D'ENOTOURISTES
PAR AN EN 2016



EN 2019, LA FRANCE EST LE

1er

EXPORTATEUR
MONDIAL
DE VIN
EN VALEUR



LE VIN EST LE

2ème

SECTEUR D'EXPORTATION
EXCÉDENTAIRE FRANÇAIS



AVEC 12,7 MILLIARDS D'€

S'engager sur le plan sociétal

En 2020, malgré un contexte de crise sanitaire, Vin & Société a continué de rendre compte de l'engagement sociétal de la filière vitivinicole à travers la mise en œuvre d'actions de prévention et la valorisation de la consommation et de la communication responsables.

Plus que jamais, il est en effet primordial de donner aux Français les clés pour appréhender le produit vin dans toute sa richesse et sa singularité.

Cet engagement ne s'arrête pas aux frontières françaises, comme en témoigne la contribution de Vin & Société au programme de coopération internationale, le Wine in Moderation (WIM).

LA PRÉVENTION

Une filière engagée en faveur de la protection des mineurs

18 ans VENTE D'ALCOOL : JE CONTRÔLE !

LA VENTE D'ALCOOL AUX MINEURS EST STRICTEMENT INTERDITE.



Vin & Société en partenariat avec la Fédération des Commerces et de la Distribution (FCD), Leclerc et Intermarché, a créé un kit de formation pour **favoriser la bonne application de l'interdiction de la vente d'alcool aux moins de 18 ans**. L'objectif du module est de **donner les arguments nécessaires** aux personnels de caisse, chefs de rayons et directeurs de magasins de l'ensemble des enseignes partenaires **afin d'éviter les conflits**.

Ce module est diffusé depuis septembre 2020 dans 19 000 points de vente en France.

LA CONSOMMATION RESPONSABLE



La consommation responsable n'attend pas le nombre des années !

Vin & Société et le club œnologique « AOC Kedge » ont imaginé, en collaboration avec un avocat spécialisé, une charte des clubs œnologiques des établissements de l'enseignement supérieur. L'objectif est d'**éduquer le plus grand nombre de ces clubs aux pratiques de dégustation responsable**.

Portée par Charlotte Guyot sacrée Meilleur Jeune Sommelier de France en 2019 à 24 ans, la charte compte aujourd'hui **13 clubs cosignataires**. Vin & Société s'engage à mettre à la disposition de ces clubs œnologiques de la documentation sur la découverte de la vigne et du vin ainsi que sur la consommation responsable, des crachoirs, mais aussi des prix préférentiels pour l'achat d'éthylotests.

A l'occasion du **Salon de l'Agriculture 2020**, des étudiants des clubs « oneno » ont été invités sur le Pavillon des vins par la filière vitivinicole pour présenter **la charte au Président de la République, Emmanuel Macron**. Très sensible à cette initiative, le Président les a invités à déguster dans les caves de l'Élysée.





Le confinement : quelle influence sur la consommation des Français ?

En mars 2020, la crise sanitaire de la covid 19 a conduit à confiner plus de la moitié de la population mondiale.

En France, la **fermeture des bars, cafés et restaurants** pour freiner l'épidémie, ainsi que **l'annulation de tous les événements festifs**, ont porté un coup brutal à la consommation de vin. Un coup d'arrêt que les ventes en grande distribution n'ont pas compensé. Alors que le Royaume-Uni et les Etats-Unis ont vu leur consommation d'alcool exploser pendant le confinement, les Français ont eux confirmés la relation mature qu'ils entretiennent avec le vin.

Santé Publique France a rendu publique une **étude relative au comportement des Français** pendant la période de confinement faisant apparaître que **la consommation d'alcool était orientée à la baisse**. 65% des personnes interrogées ont déclaré que leur consommation était restée stable, 24% l'ont diminuée, 11% déclarent l'avoir augmentée.

De quoi écorner le stéréotype tenace selon lequel les Français seraient de grands buveurs de vin !

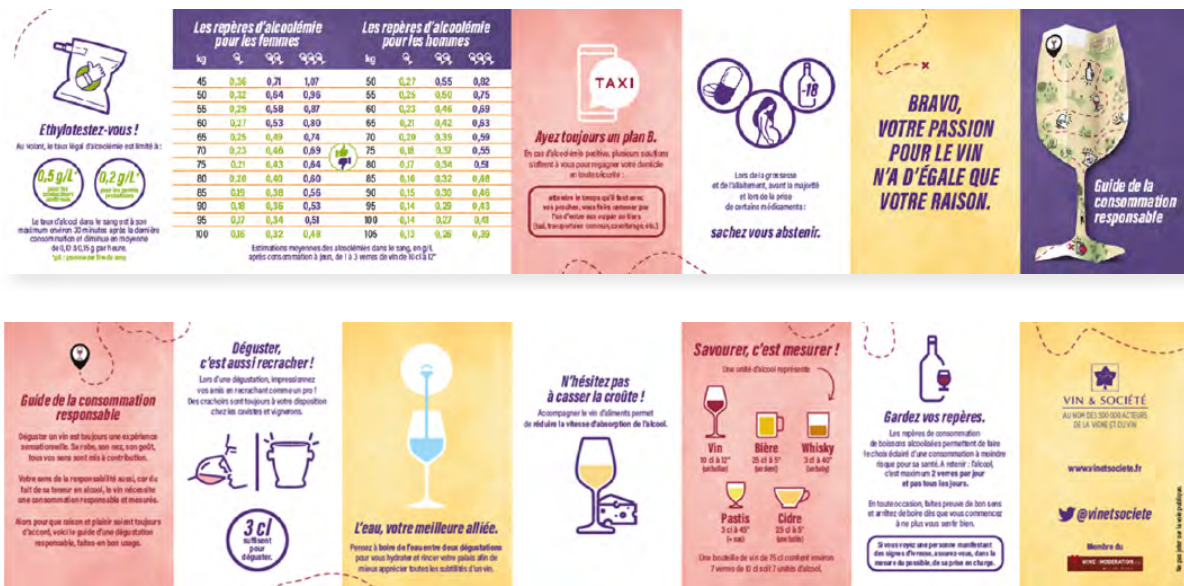
La Chaire de recherches et d'enseignement dédiée à la consommation responsable souffle sa première bougie

Créée par Kedge Business School et Vin & Société, **le but de cette Chaire est d'identifier les principaux déterminants de la consommation responsable de vin**. Au cours de sa première année d'existence, les travaux de l'équipe internationale de scientifiques se sont articulés autour de **trois axes majeurs** visant à :

- étudier le rôle de l'éducation et de la transmission familiale sur la consommation responsable ;
- analyser le rôle des croyances et de l'information sur la consommation responsable ;
- questionner le lien entre plaisir hédonique et consommation responsable.

Des résultats riches d'enseignements sur les liens entre connaissance du produit, sa consommation et la prise de conscience des bons comportements à adopter.

Par ailleurs, Vin & Société et Kedge ont lancé la **première édition du Mois de la consommation responsable** dans le but de **sensibiliser les étudiants** aux risques d'une consommation excessive et de les encourager à adopter des pratiques de consommation responsable.



Un guide de la consommation responsable pédagogique à destination du grand public

Vin & Société a **revu son guide de la consommation responsable pour le moderniser et faciliter l'appropriation de son contenu** (moins de textes, plus d'infographies).

Cet outil sera mis à disposition des opérateurs de la filière **à partir de 2021** afin qu'ils le distribuent aux visiteurs de leurs caveaux et des fêtes viticoles sur l'ensemble du territoire. Chaque année, ce sont environ 100 000 exemplaires qui sont diffusés en France.

Nouvelle stratégie 2020-2025 pour Wine in Moderation

L'association de promotion de la consommation responsable de vin « Wine in Moderation », qui rassemble des entreprises et des organisations professionnelles d'Europe et du monde entier, dont Vin & Société pour la France, a lancé une **nouvelle stratégie 2020-2025**.

L'ambition du WIM est de renforcer sa position comme association-ressource sur la consommation responsable, et de développer l'adhésion de nouveaux membres, notamment d'entreprises ambassadrices.

Plusieurs projets ont déjà été menés à bien (renouvellement de l'identité visuelle) ou sont en cours (refonte du site internet, nouveaux outils de communication, création d'un module de formation au « service responsable » à destination des CHR). D'autres verront le jour dans les années à venir.

Pour Vin & Société, **les échanges entre les pays membres sont l'un des points forts du programme et un facteur d'enrichissement mutuel** pour développer de nouveaux projets.

LA COMMUNICATION RESPONSABLE

La loi Evin s'invite chez vous !

La formation en ligne à la loi Evin, « **Loi Evin, mode d'emploi** » élaborée par Vin & Société, est accessible librement **depuis le 4 février 2020** sur le site www.loievin-modedemploi.fr

Accessible à tous, cette formation permet de **parcourir en 45 minutes l'essentiel des dispositions encadrant la communication des boissons alcoolisées**. La formation en ligne offre des avantages pratiques pour les utilisateurs : facilité d'utilisation, accessibilité à distance, à tout moment, gratuitement.

Le parcours d'apprentissage est composé de **grandes thématiques** :

- "Qu'est-ce-que la loi Evin ?"
- "Les supports autorisés"
- "Les contenus autorisés"
- "Parrainage, mécénat et jeux concours"
- "Et le digital ?". Les apprenants ont accès à des interviews d'experts, des films animés, des cartes interactives, des documents à télécharger...

Comment savoir si ma publicité est conforme à la loi Evin ?

Et sur les réseaux sociaux, je dois faire attention à quoi ?

Je peux dire que mon vin est parfait pour l'apéro ?

Sponsoriser un club de foot c'est possible ?

DÉCOUVREZ L'E-LEARNING QUI VOUS DONNE LES CLÉS DE LA LOI EVIN : WWW.LOIEVIN-MODEDEMPLOI.FR

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

RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

5 vidéos d'experts et **10 vidéos** en motion design à visionner

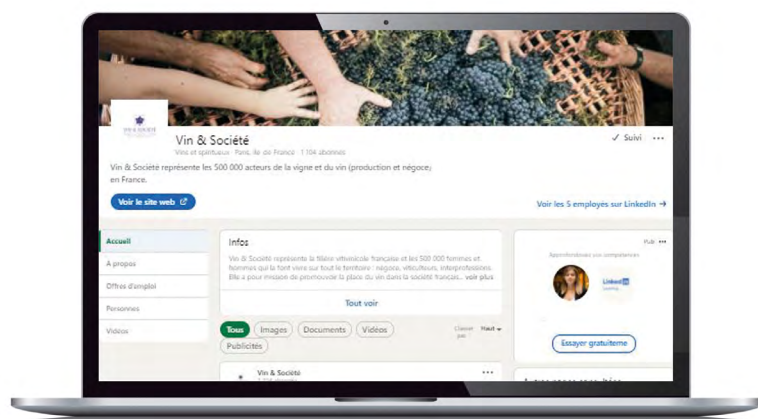
11 fiches récapitulatives à télécharger et conserver

Plus de 1000 personnes avaient d'ores et déjà suivi la formation en novembre 2020.

Une présence accrue sur les réseaux sociaux

En 2020, **Vin & Société a consolidé sa communauté sur Twitter et a activé sa présence sur le réseau professionnel LinkedIn.**

La stratégie éditoriale de ce nouveau canal de communication est de promouvoir, sous forme d'interviews, des acteurs innovants et inspirants de la filière. Ce canal sera aussi un moyen de mettre en lumière les études et chiffres sur les évolutions de production et de consommation de la filière.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

15,2K abonnés sur Twitter

1 150 abonnés sur LinkedIn

Transmettre les valeurs de la vigne et du vin

Marquée par deux périodes de confinement, l'année 2020 a été l'occasion pour Vin & Société d'imaginer de nouvelles manières de diffuser la culture de la vigne et du vin auprès des Français. Pour ce faire, l'association a fortement renforcé sa présence sur différents réseaux sociaux via de multiples actions et ses différents canaux de communication digitaux.

Vin & Société a ainsi gagné en visibilité grâce à un échange plus direct avec le grand public et les acteurs du monde du vin.



Une filière vin résolument positive, solidaire et résiliente

Pour entretenir le lien entre les acteurs de la vigne et du vin et les consommateurs en période de confinement, Vin & Société a organisé le **lancement de deux hashtags sur les réseaux sociaux : #LaVigneContinue et #TutoVino.**

- #LaVigneContinue / mars 2020 : les vignerons et l'ensemble des opérateurs de notre filière ont partagé leur quotidien sur les réseaux sociaux en utilisant ce hashtag. Une « porte-ouverte » sur le monde viticole !
- #TutoVino / mars 2020 : cette initiative a permis de mettre à disposition des amateurs, curieux ou néophytes, un ensemble de contenus leur permettant de mieux connaître le vin et d'acquérir des connaissances.

Pendant cette période propice au partage en ligne et à l'apprentissage à distance, **la filière vin a ainsi pu inviter ses consommateurs à se former à son univers et ses vins.**



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

#LaVigneContinue :

en moyenne **400** tweets par semaine sur Twitter représentant environ **1,3 millions** personnes touchées.

Plus de 12,3K publications sur Instagram ; plusieurs centaines de posts sur Facebook ; une vingtaine d'articles publiés dans la presse dont un remarquable dans le magazine Forbes.

#DégustezConfinés

Pour entretenir le lien entre les acteurs de la vigne et du vin et les consommateurs en période de confinement, Vin & Société a organisé, en partenariat avec l'Union de la Sommellerie Française, des **lives Instagram** intitulés **#DégustezConfinés**. Philippe Faure-Brac, président de l'UDSF et Meilleur Sommelier du Monde, a reçu chaque semaine un **acteur clé du monde du vin et de la gastronomie** (Olivier Poussier, Pascaline Lepeltier, Stéphanie Le Quellec, Dominique Hutin, François Xavier Demaison...) pour parler goût des vins et plaisir des nourritures.

Ce nouveau format de communication a apporté beaucoup de visibilité à Vin & Société et nous a permis de **mettre en avant l'ensemble des régions viticoles françaises de façon très positive**.

Pendant toute la période de confinement, Vin & Société a contribué à diffuser des messages de consommation responsable auprès d'un large public.

#1verre1assiette : célébrer la richesse gastronomique de nos régions

Forts du succès de l'initiative #DégustezConfinés, Vin & Société a lancé de nouveaux **lives Instagram avec Philippe Faure-Brac**, intitulés « **1 verre 1 assiette** ». Une fois par semaine, un live est réalisé **autour d'une recette et d'une région viticole** avec un invité ayant des liens avec ce terroir. L'ensemble des régions viticoles sera donc mis en avant entre 2020 et 2021.

De nombreux invités prestigieux ont déjà participé aux lives aux côtés de M. Faure-Brac : Julia Sedéfdjian, cheffe étoilée (Provence), Grégory Marchand, chef étoilé (Val de Loire), Gilles Goujon, chef trois étoiles et MOF (Roussillon), Emmanuel Renaut, chef trois étoiles et MOF (Savoie)...

Découvrez les lives en replay en cliquant [ici](#).

#DÉGUSTEZCONFINÉS



LIVE INSTAGRAM

RDV VENDREDI à 18h30
AVEC FRANCOIS-XAVIER DEMAISON



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

17 retombées presse

900 personnes suivaient les lives en moyenne

Certaines vidéos ont atteint **15 000** vues grâce aux replays et partages des lives



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

Entre **3 000** et **5 000** vues pour les replays des lives sur Instagram et Facebook.

Dialoguer avec les pouvoirs publics

En raison de son ancrage local très fort dans les territoires et les terroirs (66 départements viticoles en France), le monde du vin a des contacts nécessaires et réguliers avec les élus de la République, les parlementaires, le gouvernement et les services de l'administration française. L'échange de points de vue est un élément-clé pour faire progresser le débat public et mettre en place des réglementations adaptées à la réalité des métiers de notre filière.

Vin & Société apporte sa connaissance du terrain et, par son expertise, nourrit le dialogue sur les enjeux sociétaux liés à la consommation de vin en France. Ces activités font l'objet d'une déclaration auprès de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP), et des engagements supplémentaires ont été pris avec l'adoption d'une charte spécifique sur la représentation d'intérêts.

Non à l'abstinence en janvier.
Oui à la modération toute l'année !

En fin d'année 2019, le gouvernement a fait savoir qu'il n'était pas favorable à l'instauration d'un Mois sans alcool à l'instar du Mois sans tabac. Néanmoins, des associations ont repris le projet à leur compte et proposé un « défi de janvier » sans alcool.

Que les Français puissent s'interroger sur leur consommation d'alcool, et choisir de la réduire pour ceux qui le souhaitent, est une bonne chose.

La consommation ou non de boissons alcoolisées doit rester un libre choix.

En revanche, préconiser l'abstinence un mois dans l'année n'est pas une recommandation publique pertinente. Santé Publique France a fait connaître en mars 2019 de **nouveaux repères de consommation à moindre risque** : « 2 verres maximum par jour, et pas tous les jours ». Il existe une contradiction intrinsèque entre la valorisation de ces repères et le lancement d'une action prônant l'abstinence. En assimilant l'alcool au tabac, on vise à **dénormaliser tout type de consommation d'alcool, y compris modérée.**

LES FRANÇAIS, CES BUVEURS

MAJORITAIREMENT RAISONNABLES

90% des Français boivent moins de dix verres de boissons alcoolisées par semaine.

80% d'entre eux boivent moins de deux verres par jour.

90% ne consomment pas tous les jours.

Source : Bulletin épidémiologique hebdomadaire, n°5-6, 19/02/2019

Accueillir les touristes dans le respect des règles sanitaires : défi relevé !

La France est la première destination touristique au monde avec 89 millions de visiteurs en 2019, dont 10 millions d'œnotouristes. **Leur accueil dans un climat de confiance et de sécurité à l'occasion du déconfinement** représentait un enjeu de taille pour la filière.

Vin & Société a mis à disposition des professionnels de l'œnotourisme un **guide de bonnes pratiques les invitant à mettre en œuvre les mesures sanitaires idoines**. Dégustation, parcours de visite, animations, les différents cas de figure ont été passés en revue !

Dans la perspective de la relance économique de la filière, Vin & Société s'est également mobilisée pour :

- que l'œnotourisme soit spécifiquement intégré dans la campagne de communication « Cet été, je visite la France » portée par Atout France
- insister sur l'importance d'une relance du secteur des cafés, hôtels et restaurants (30 % des vins tranquilles sont consommés dans les restaurants)

Vin & Société s'oppose au durcissement de la loi Evin

Ce débat a pris en 2020 une nouvelle ampleur, dans le cadre des discussions plus larges autour de la réduction de la publicité réclamée par la Convention citoyenne pour le climat.

Pour la filière vigne et vin, une conviction claire s'impose : **nous partageons l'esprit de la loi Evin, à savoir encadrer la publicité du vin** (pour protéger les publics à risque et ne pas inciter à une consommation excessive), **sans l'interdire**, afin de faire connaître à nos consommateurs nos vins et notre savoir-faire.

C'est pourquoi, **nous sommes opposés aux tentatives de « durcir » encore la loi Evin**, comme cela a été le cas à l'occasion du projet de loi de financement de la sécurité sociale pour 2021. Par voie d'amendements portés par des associations et repris par des députés, il a ainsi été proposé de taxer les investissements publicitaires pour les boissons alcoolisées (pourtant en baisse de 30 % entre 2015 et 2018), ou encore d'interdire la publicité pour les promotions sur les boissons alcoolisées, menaçant ainsi le pouvoir d'achat des Français. Ces amendements ont été déclarés irrecevables par les services de l'Assemblée nationale.



Une charte de la représentation d'intérêts pour plus de transparence

La représentation des intérêts des hommes et femmes qui font le vin est un travail légitime que Vin & Société effectue avec fierté. Il reflète l'attachement des Français au vin et la place particulière du monde vitivinicole en France, présent dans 66 départements, qui crée du lien social, 500 000 emplois non délocalisables et un savoir-faire reconnu dans le monde entier.

Parce que Vin & Société attache une grande importance à ce que cette activité se fasse **avec transparence et dans le respect des règles déontologiques**, notre association s'est dotée en 2020 d'une **Charte de la représentation d'intérêts**, consultable sur notre [site internet](#).

Cette charte est la « colonne vertébrale » de la philosophie de nos actions. Elle intègre des principes déontologiques fondamentaux et s'aligne sur des standards assez élevés, portant notamment sur la loyauté et la fiabilité des informations diffusées aux décideurs publics ; la mise à disposition d'éléments permettant d'apprécier « l'empreinte législative » de Vin & Société ; les rencontres et invitations avec les décideurs publics ; la prévention des conflits d'intérêts.

Par ailleurs, les **activités de Vin & Société sont déclarées chaque année auprès de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP)**.

Ainsi, Vin & Société contribue à la mise en œuvre de la RSE au sein de notre filière.



VIN & SOCIÉTÉ

Plus d'informations sur :



vinesociete.fr



[@vinesociete](https://twitter.com/vinesociete)



youtube.com/vinesociete



[linkedin.com/company/
vin-société/](https://linkedin.com/company/vin-société/)



[facebook.com/Vin-
Société-104602111502180](https://facebook.com/Vin-Société-104602111502180)

12, rue Sainte-Anne - 75001 Paris
01 55 35 08 35 - contact@vinesociete.fr