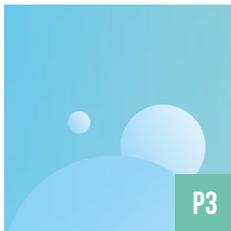


LA PRÉVENTION EN ACTIONS

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

RAPPORT D'ÉTAPE 2019 - 2023

SOMMAIRE



EDITO

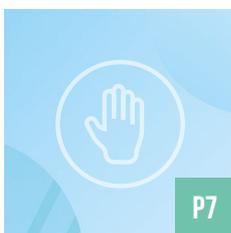
PRÉVENTION DU RISQUE ALCOOL :
UN ENGAGEMENT RÉSOLU DES FILIÈRES
DE BOISSONS ALCOOLISÉES



QUI SOMMES-NOUS ?



EN BREF, LES CHIFFRES CLÉS



PRÉVENIR

LES COMPORTEMENTS ET SITUATIONS À RISQUES ET CIBLER
LES PUBLICS SENSIBLES



FAVORISER LA RESPONSABILITÉ

DANS LA CONSOMMATION

EDITO

PRÉVENTION DU RISQUE ALCOOL : UN ENGAGEMENT RÉSOLU DES FILIÈRES DE BOISSONS ALCOOLISÉES

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 », l'Association Prévention et Modération, et ses membres fondateurs, Brasseurs de France, la Fédération Française des Spiritueux, la Fédération Française des Vins d'Apéritif, avec Vin & Société, au nom des 500.000 acteurs de la vigne et du vin, ont élaboré un plan sur 4 ans sur la base d'un budget de 4,8 millions d'euros et de 30 mesures, dont la quasi-totalité des actions ont été mises en œuvre à ce jour.

Ce plan, qui engage l'ensemble de nos entreprises et de nos salariés, témoigne de l'esprit de responsabilité qui nous anime et de notre volonté de travailler en synergie avec les acteurs de santé publique et les agences sanitaires pour le bénéfice de tous.

L'année 2022 a vu la création d'un Ministère de la Santé et de la Prévention, un signal fort pour la prévention. Les programmes menés par nos filières et rassemblés dans ce document s'inscrivent pleinement dans cette philosophie d'action visant à prévenir les risques.

Ce document démontre la justesse du choix des filières de s'appuyer sur des organisations impliquées de longue date dans la réduction du risque alcool, leur permettant à la fois de développer leur périmètre d'actions et d'en accroître l'efficacité. L'implication et la formation des professionnels du secteur constituent également l'une des clés de réussite de nos initiatives.

En 2022, la coopération de nos différents partenaires démultiplie l'impact de nos programmes. Ces programmes ont atteint des résultats significatifs dont vous trouverez le détail dans ce rapport, grâce à l'engagement des adhérents de nos filières pour en augmenter l'impact.

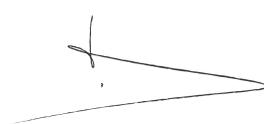
Plus que jamais, nous nous engageons à lutter contre la consommation excessive d'alcool et contre son mésusage et à promouvoir la modération, pilier de la convivialité, du moment choisi et partagé, garante de l'art de vivre à la française et de la pérennité de notre secteur.



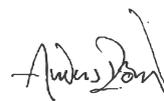
Jean-Pierre Cointreau
**Président de la
Fédération Française
des Spiritueux**



Matthias Fekl
**Président de
Brasseurs de
France**



Samuel Montgermont
**Président de
Vin & Société**



Anders Røed
**Président de
Prévention
et Modération**



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

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 DES FILIÈRES DE BOISSONS ALCOOLISÉES
AU PLAN NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE SUR CE [LIEN](#)

CHIFFRES CLÉS DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL EN FRANCE

RÉDUCTION MARQUÉE DE LA CONSOMMATION MOYENNE DES FRANÇAIS¹

-60%

depuis 60 ans

-26%

depuis 20 ans

BAISSE DE LA MORTALITÉ LIÉE À L'ALCOOL

-35%

de mortalité
liée à l'alcool
entre 2000 et 2015²

90%

de ces décès résultent
de consommations
**supérieures à
5 verres par jour³**

UNE CONSOMMATION DE PLUS EN PLUS OCCASIONNELLE⁴

10%

de consommateurs
quotidiens
(contre 20%
il y a 20 ans)

60%

de consommateurs
occasionnels
(moins d'une fois
par semaine)

CARACTÉRISÉE PAR L'ESPRIT DE RESPONSABILITÉ :

76%

des Français respectent
l'ensemble des repères officiels de
consommation à moindre risque⁵

RECU DE LA CONSOMMATION ET DU BINGE DRINKING CHEZ LES ADOLESCENTS

-30%

entre 2014
et 2017 pour la
consommation
régulière à 17 ans⁶

-25%

pour les API
(alcoolisation
importantes)
répétées à 17 ans⁶

Sources :

- <https://www.ofdt.fr/statistiques-et-infographie/series-statistiques/>
- <https://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/TabAlcool2020.pdf>
- http://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2019/5-6/pdf/2019_5-6_2.pdf
- http://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2019/5-6/2019_5-6_1.html

- <https://www.santepubliquefrance.fr/recherche/#search=d%C3%A9terminants%20de%20sant%C3%A9>
- <https://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/efxssy2.pdf>



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 !



Depuis 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/zeroalcooldgrossesse



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

L'association **Prévention et Modération a renouvelé sa convention de partenariat financier avec l'association SAF France**, lui permettant en 2022, pour la 4^{ème} année consécutive, 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).

À l'occasion de la 6^{ème} édition du SAFTHON, une manifestation qui chaque année en septembre permet de sensibiliser l'opinion publique aux TCAF et de récolter des fonds, un **tour de France a été organisé par l'UMIH** (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie) pour la 3^{ème} année consécutive afin de relayer le message dans les lieux de distribution.



Depuis 2017, ce sont **plus de 1 000 actions de sensibilisation** qui ont permis aux experts de SAF France ainsi qu'aux professionnels de santé d'engager le dialogue avec des dizaines de milliers de Français sur cette question majeure de santé publique. A l'occasion de petits déjeuners organisés dans les territoires au sein de cafés, brasseries et restaurants, et d'initiatives de départements comme les Côtes d'Armor ou encore de régions comme la Bretagne, le dialogue se développe localement avec les autorités politiques et sanitaires qui s'engagent à promouvoir le message de prévention « Zéro alcool durant la grossesse ».

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

712

actions terrains et événements
ont été organisés
en 2020, 2021 et 2022

Près de

200 000

outils distribués en 2 ans
(affiches, flyers, sets de table,
tee-shirts...)

272 millions

de personnes exposées au message
« zéro alcool pendant la grossesse »
en 2021 et en 2022 (audiences cumulées)

👥 PARTENAIRES

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. <https://umih.fr/fr/>

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. www.saffrance.com



AXE 1.1 / PROMOUVOIR LE ZÉRO ALCOOL PENDANT LA GROSSESSE

DEVELOPPEMENT DE SYNERGIES MULTI-PARTENAIRES POUR AMPLIFIER LA MOBILISATION NATIONALE

Prévention et Modération s'attache à **mobiliser ses partenaires pour donner un maximum d'écho à la promotion du message « zéro alcool » pendant la grossesse.**

L'association est ainsi à l'origine du **partenariat tripartite entre SAF France, l'UMIH et Prévention et Modération autour de l'amplification du SAFTHON.** Depuis 2020, des dizaines de cafés, brasseries et restaurants se sont ainsi mobilisés pour organiser des petits déjeuners presse, en parallèle d'actions menées par les départements, régions, établissements sanitaires et filières de production, lesquelles ont largement diffusé auprès de leurs adhérents des outils de sensibilisation spécifiquement conçus.

A noter en 2022 le lancement de l'opération **« Tables Jaunes »** à l'occasion de la journée internationale des droits de l'enfant. Cette 1^{ère} édition organisée à Toulouse le 18 novembre avec la participation de 23 établissements (cafés, brasseries, restaurants) et le 19 novembre à Tours avec 10 établissements a été rendue possible par la mobilisation de l'UMIH Midi-Pyrénées, Languedoc Roussillon, Indre-et-Loire et Centre-Val-de-Loire.

Enfin, dans le cadre du partenariat signé en 2021 avec la **Fédération Française des Banques Alimentaires**, à l'occasion de la journée internationale de lutte contre les TCAF, une campagne de sensibilisation « alcool et grossesse » a été menée en 2022 auprès des 540 salariés et 7 057 bénévoles permanents du réseau des Banques Alimentaires, des 5749 associations distributrices ainsi qu'auprès des 2,2 millions de personnes bénéficiaires.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

142

cafés, brasseries et restaurants mobilisés depuis 2020 et 35 petits déjeuners presse organisés

Près de

7 057

bénévoles permanents du réseau des Banques Alimentaires et les bénévoles des 5749 associations distributrices sensibilisés

2,2 millions

de personnes bénéficiaires de l'aide alimentaire sensibilisées



PARTENAIRES

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. <https://umih.fr/fr/>

Créées en 1984, les Banques Alimentaires luttent depuis 35 ans contre la précarité et le gaspillage alimentaire. Premier réseau national d'aide alimentaire avec 110 implantations, les Banques Alimentaires collectent chaque année sur tout le territoire près de 132 760 tonnes de denrées alimentaires auprès de la grande distribution, de l'industrie agroalimentaire, des agriculteurs et du grand public, avec également l'aide de l'Union européenne et de l'Etat, pour les distribuer à un réseau de 5749 associations et CCAS partenaires (Centre Communaux d'Action Sociale) et grâce à l'engagement quotidien de 7057 bénévoles et 540 salariés répartis sur tout le territoire. <https://www.banquealimentaire.org/>



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 en 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

30 000

points de vente relaient chaque
année le module de formation
en France

Plus de

50

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

21 000

salariés formés
à date

👥 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 que sommelière au restaurant La Marine à Noirmoutier, deux étoiles au Guide Michelin.

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

<p>13 clubs œnologiques signataires de la charte</p>	<p>1500 étudiants des clubs œnologiques des établissements de l'enseignement supérieur devenus ambassadeurs de la consommation responsable</p>	<p>10 étudiants ont remis la charte au Président de la République, Emmanuel Macron, à l'occasion du Salon de l'Agriculture 2020</p>
---	---	--

POINT DE VUE



Charlotte Guyot, lauréate du concours du Meilleur Jeune Sommelier de France 2019

« 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 sommelière 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 !

Bordeaux fête le Vin

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.

› Vin & Société met à disposition des acteurs de la filière une carte de France interactive, sur son site, avec un **annuaire des interlocuteurs de la filière en matière de sécurité routière**. Cet annuaire vise à inciter les adhérents de Vin & Société à se rapprocher, dans le cadre de l'organisation de manifestations et événements viticoles, des acteurs de la sécurité routière.



› 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 »

172 000

éthylotests commandés
par la filière vin
depuis 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

DÉVELOPPEMENT D'OUTILS DE SENSIBILISATION AU RISQUE « ALCOOL ET ROUTE » AVEC L'ASSOCIATION PRÉVENTION ROUTIÈRE



Initié en 2020, le partenariat entre Prévention et Modération et l'association Prévention Routière (aPR), a permis le développement du kit pédagogique Prév&Go, utilisé par les bénévoles de l'association dans le cadre de leurs animations de sensibilisation visant à réduire l'accidentologie routière liée à la consommation d'alcool. Le kit a notamment été déployé durant l'été 2022 par l'aPR à l'occasion d'une vaste tournée des plages en 18 dates au sein de 6 régions littorales. La campagne composée de spots radio diffusés par Vinci autoroutes s'est

principalement déroulée sur les réseaux sociaux avec un taux d'engagement sur Facebook d'1% soit très supérieur aux normes habituelles.

En 2021, les deux partenaires ont conçu et déployé les ateliers « La Conduite Safe selon Droso » sur la base d'une formation digitale de 45 minutes à destination du public des jeunes conducteurs et des professionnels. Fondés sur une série de témoignages vidéo de personnes victimes ou témoins d'accidents, ces ateliers sont maintenant utilisés dans l'ensemble des programmes à vocation pédagogique de l'aPR. Cette formation a été par ailleurs mise en œuvre par les bénévoles de l'aPR dans les entreprises membres de l'association Prévention et Modération.



🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

Plus de **4 000**

personnes sensibilisées
au cours de la tournée
des plages

20

ateliers
« La conduite Safe selon Droso »
cours des 12 derniers mois

4 millions

de visiteurs par an
sur le site internet de l'association
Prévention Routière où les outils
sont mis en avant

👥 PARTENAIRE

Créée en 1949, l'association Prévention Routière est reconnue d'utilité publique depuis 1955. Elle 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 permet 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.
<https://www.preventionroutiere.asso.fr/>



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

CRÉATION D'UN RÉSEAU D'AMBASSADEURS EN MILIEU ÉTUDIANT AVEC L'ASSOCIATION PRÉVENTION ROUTIÈRE

Grâce au soutien de Prévention et Modération, l'association Prévention Routière a initié en 2022 la **création d'un réseau d'étudiants ambassadeurs de la prévention dans les grandes écoles et universités**. Ces étudiants auront pour mission de développer des actions de sensibilisation au risque « alcool et route », mais aussi de promouvoir les comportements responsables en matière de consommation de boissons alcoolisées.

Afin d'agir efficacement auprès de leurs pairs, ils bénéficieront d'une boîte à outils avec fiches pédagogiques et modules d'autoformation, qu'ils auront eux-mêmes contribué à définir.

Pour finaliser ce dispositif innovant, en cours d'expérimentation, une **journée de co-construction a été organisée à Paris le 26 novembre 2022 par l'ESME-Sudria, avec la participation de 55 étudiants issus de toute la France**.

Le dispositif sera généralisé en 2023.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

80

**chartes de l'Ambassadeur
Étudiant signées à date**

5

**modules d'autoformation
en cours d'élaboration**



PARTENAIRE

Créée en 1949, l'association Prévention Routière est reconnue d'utilité publique depuis 1955. Elle 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 permet 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.
<https://www.preventionroutiere.asso.fr/>



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, en 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.

Des déjeuners-événements ont été organisés en présence d'influenceurs food et vin afin de relayer les messages de la campagne (modération, convivialité, accords mets et vins) et de les sensibiliser aux bonnes pratiques de la communication responsable sur les réseaux sociaux.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

24 millions
de vues de la campagne

65 000
visites sur le site [food-et-vin.com](#)

**7 chefs
et 1 sommelier**
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 2.1 / PROMOUVOIR LES COMPORTEMENTS RESPONSABLES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION DE BOISSONS ALCOOLISÉES

COMPRENDRE LES DÉTERMINANTS DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Le vin tient une place à part dans l'alimentation des Français. Toutefois, du fait de sa teneur en alcool, la filière a à cœur depuis de nombreuses années de **promouvoir un modèle responsable de consommation de vin en France.**

Pour promouvoir ce modèle et porter des actions de prévention ciblées, la recherche académique apparaît comme un puissant levier de connaissance. Pour cette raison, Vin & Société a créé avec KEDGE Business School la première **Chaire de recherche et d'enseignement dédiée à la consommation responsable.**

Les objectifs de la Chaire sont d'identifier les principaux déterminants d'une consommation de vin responsable. Depuis sa création, les travaux des enseignants-chercheurs se sont articulés autour de trois axes majeurs visant à :

- › Etudier le rôle de l'éducation et de la transmission familiale pour une consommation responsable ;
- › Analyser le rôle des croyances et de l'information sur la consommation responsable ;
- › Questionner le lien entre plaisir hédonique et consommation responsable.



🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

12

**chercheurs impliqués
dans les travaux
de la Chaire**

8

**études en cours ou réalisées
(dont 3 articles publiés dans des revues
scientifiques à comité de lecture)**

2 872

**membres de Vin & Société sensibilisés aux résultats
obtenus via les webinaires, restitutions, notes de
synthèse, interviews publiées sur les réseaux sociaux**

👁️ POINT DE VUE



Olivier Gergaud, Directeur de la Chaire Consommation Responsable

« En tant qu'enseignant-chercheur, il m'est apparu important de m'emparer du sujet de la consommation responsable au sein de Kedge Business School car l'école a mis au cœur de son projet pédagogique la thématique de la responsabilité. Vin & Société a d'emblée été sensible à cette démarche et a décidé de nous aider à développer un programme de recherche original et ambitieux autour de cette question de société. »



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

FORMATION DES BÉNÉVOLES DU RÉSEAU DES BANQUES ALIMENTAIRES ET SENSIBILISATION DES BÉNÉFICIAIRES

L'association Prévention et Modération a signé une convention de partenariat avec la Fédération Française des Banques Alimentaires (FFBA) mi 2021 afin de former les bénévoles à la consommation responsable de boissons alcoolisées et sensibiliser les bénéficiaires accueillis dans le réseau. Les 79 banques alimentaires du réseau et leurs 5749 associations distributrices ont ainsi relayé sur tout le territoire les trois outils de la campagne « Choisir la modération » :

- › Une affiche communiquant les repères de consommation à moindre risque avec le message « Pour votre santé, l'alcool c'est maximum deux verres par jour et pas tous les jours »
- › Une affiche sensibilisant les femmes au « zéro alcool » pendant la grossesse
- › Un dépliant triptyque sensibilisant notamment au « zéro alcool » pour les mineurs, les femmes enceintes et les conducteurs.

Des messages sur la consommation responsable de boissons alcoolisées ont par ailleurs été **insérés dans plusieurs supports** de sensibilisation de la FFBA à destination des personnes bénéficiaires de l'aide alimentaire, notamment concernant l'hypertension artérielle, l'alimentation de la femme enceinte, et le livret présentant les différentes familles d'aliments.

A noter que les 540 salariés de la FFBA, les 350 chargés d'animation réseaux, les 7057 bénévoles permanents du réseau et les bénévoles des 5749 associations distributrices (dont 942 épiceries sociales et solidaires) ont également été sensibilisés à la consommation responsable.



RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

2,2 millions
de bénéficiaires de l'aide alimentaire touchés par la campagne

250 000
affiches et dépliants diffusés partout en France

Plus de 10 000
bénévoles et salariés sensibilisés à la consommation responsable

PARTENAIRE

Créées en 1984, les Banques Alimentaires luttent depuis 35 ans contre la précarité et le gaspillage alimentaire. Premier réseau national d'aide alimentaire avec 110 implantations, les Banques Alimentaires collectent chaque année sur tout le territoire près de 115 000 tonnes de denrées alimentaires auprès de la grande distribution, de l'industrie agroalimentaire, des agriculteurs et du grand public, avec également l'aide de l'Union européenne et de l'Etat, pour les distribuer à un réseau de 5479 associations et CCAS partenaires (Centre Communaux d'Action Sociale) et grâce à l'engagement quotidien de 7057 bénévoles permanents et 540 salariés répartis sur tout le territoire.



AXE 2.2 / RENFORCER L'ENGAGEMENT DES PROFESSIONNELS

LA DÉGUSTATION DE VIN, C'EST AUSSI RECRACHER !

Vin & Société diffuse dans tous les territoires viticoles, une campagne d'information signée « **Tous ceux qui recrachent 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.

Des affiches et des mémentos expliquant les étapes du geste de recracher sont 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
Fédération Française
de la Vigne et du
Vin

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

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

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, ancienne 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 2.2 / RENFORCER L'ENGAGEMENT DES PROFESSIONNELS

FORMER LES FUTURS PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE VIN



Parce que les professionnels du vin sont les premiers ambassadeurs de la consommation responsable auprès des consommateurs **Vin & Société a développé une formation spécifique à destination des futurs professionnels du secteur.** Alternant quiz, expériences immersives et jeux, ce module de formation ludique d'une durée de 3 heures vise à :

- Présenter les concepts de **consommation responsable** et d'alcoolisation ponctuelle importante
- Rappeler les **unités d'alcool, seuils de consommation à moindre risque et repères d'alcoolémie**
- Pouvoir être en mesure de servir des verres en respectant les doses recommandées
- Savoir identifier les profils et les situations à risque
- Sensibiliser aux **risques sanitaires et sociaux** liés à une consommation excessive d'alcool.

Suite au succès rencontré lors de la phase expérimentale au sein du lycée viticole d'Orange, le dispositif sera déployé auprès de près de 350 élèves au cours de l'année scolaire 2022-2023.

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

102

étudiants sensibilisés
en 2022

100%

d'élèves satisfaits
de la formation

81%

d'élèves jugent les connaissances
acquises utiles dans l'exercice de
leur vie professionnelle

👁️ POINT DE VUE



Pascal BURON, Directeur de l'EPLFPA du PERIGORD

« L'offre de formation de Vin et Société correspondait exactement aux besoins que nous exprimons depuis de nombreuses années. En effet, nous formons des jeunes pour élaborer et commercialiser des vins.

Vin et Société nous a permis d'utiliser les bons outils, les bons éléments de langage afin de sensibiliser nos apprenants aux dangers de l'alcool tout en respectant la valeur culturelle du vin. Surtout, ces informations sont diffusées de manière ludique, ce qui permet d'augmenter l'efficacité et la pertinence du message. En outre, nous avons véritablement pu construire ensemble les modules de formations et mieux les adapter à notre public. Ce partenariat nous permet aujourd'hui de mieux aborder sur le plan pédagogique nos cours de dégustation et de consommation responsable de vins et d'alcools. »



AXE 2.2 / RENFORCER L'ENGAGEMENT DES PROFESSIONNELS

CRÉATION D'UN MODULE DE FORMATION POUR LA VENTE D'ALCOOL EN LIGNE

L'essor du e-commerce a entraîné la multiplication des sites proposant la vente de boissons alcoolisées en ligne, à titre principal ou dans le cadre d'achats alimentaires.

Afin de permettre à l'ensemble des opérateurs de respecter strictement la réglementation, de plus en plus complexe compte tenu de la superposition de nombreuses mesures réglementaires, **l'association Prévention et Modération et la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD), ont conçu en 2022 un module digital de formation à l'application des dispositifs d'information obligatoire** : mise en place de contrôle d'âge pour appliquer l'interdiction de vente aux mineurs, messages sanitaires, dispositions relatives à la loi Evin et aux règles déontologiques adoptées par les professionnels, obligation de proposer des éthylotests à la vente, etc...

Ce module de formation s'inscrit dans la complémentarité du développement des modules de formation du personnel de caisse de la grande distribution au contrôle de l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs développés fin 2020 par Prévention et Modération, la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) et Vin & Société.



Didactique, le module est composé d'une vidéo, d'une checklist permettant de s'assurer de la conformité des sites et d'un guide d'intégration des obligations légales à destination des gestionnaires. Il rassemble tous les éléments graphiques et indications pratiques permettant d'apposer - à la bonne taille et au bon endroit - les bandeaux d'information et messages sanitaires obligatoires et développe la procédure à mettre en œuvre pour une vérification effective et systématique de l'âge des acheteurs.

🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

5

**dispositifs légaux
à intégrer aux sites**

14

**points de conformité
à vérifier**

Plus de 50

**enseignes de la grande
distribution, fédérées au sein de
la FCD, ont eu accès au module**

👥 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 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

2 830

personnes formées
à fin 2022

Environ **80%**

d'entre eux sont des professionnels
des filières de production, 12% des
professionnels de la communication
(agences, médias, régies) et 8% 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.



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

FORMER LES PROFESSIONNELS DU VIN A LA LOI EVIN

Si les termes « loi Evin » sonnent de façon familière à l'oreille des professionnels de la filière vitivinicole, il n'est pas toujours simple pour eux d'en maîtriser toutes les subtilités, afin de communiquer sur leurs vins et d'en faire la promotion en toute légalité.

Consciente de cette réalité et soucieuse de promouvoir une communication responsable, Vin & Société s'engage à **sensibiliser ses adhérents par le biais de formations régulières** tenues en présence ou à distance. Au-delà des **fondamentaux de la Loi Evin**, sont proposés des approfondissements sur des thématiques d'actualité telles que la :

- **communication digitale.** En effet, les réseaux sociaux et les sites de vente en ligne sont devenus incontournables mais les opérateurs sont demandeurs de conseils afin de mieux comprendre comment la loi Evin encadre la publicité dans l'environnement digital.
- **communication œnotouristique.** Suite à la clarification de la loi Evin en 2016, les opérateurs s'interrogent sur la distinction entre information œnotouristique et journalistique d'une part, et publicité d'autre part. Ces formations s'attachent à expliquer la loi, à définir le champ des possibles en fonction des situations, ainsi que les interdits.

Ces formations sont complémentaires de l'e-learning loievinmodedemploi.fr qui a déjà permis à 2830 professionnels des secteurs des boissons alcoolisées de se former en toute autonomie aux fondamentaux de la loi Evin.



🔍 RÉSULTATS CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

650

**professionnels de la filière
formés tous les ans**

50

**accompagnements
personnalisés par an**

👁️ POINT DE VUE



Louise Aulanier, Responsable communication digitale Inter Beaujolais

« Les formations dispensées par Vin et Société nous ont permis d'appréhender les cas particuliers auxquels nous pouvons être confrontés dans notre quotidien, tout en collant à l'actualité Loi Evin avec des exemples pratiques de campagnes qui ont pu être sanctionnées. C'est très efficace pour la mémorisation !

En tant qu'interprofession, nous œuvrons pour la communication de tout un vignoble, mais nous avons aussi un rôle de sensibilisation et de conseil auprès de nos opérateurs - caves, maisons et domaines du Beaujolais. Il est primordial d'être bien formés sur ces aspects juridiques qui encadrent nos actions pour être capables d'accompagner les vignerons dans leur communication. C'est d'autant plus vrai à l'heure des réseaux sociaux, où communiquer auprès des clients est devenu si facile et immédiat ! »



PRÉVENTION
ET MODÉRATION



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