



VIN & SOCIÉTÉ

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

VIN & SOCIÉTÉ – PRÉSENTATION DES MISSIONS

JANVIER 2024



Vin & Société rassemble les 500.000 acteurs
de la vigne et du vin en France

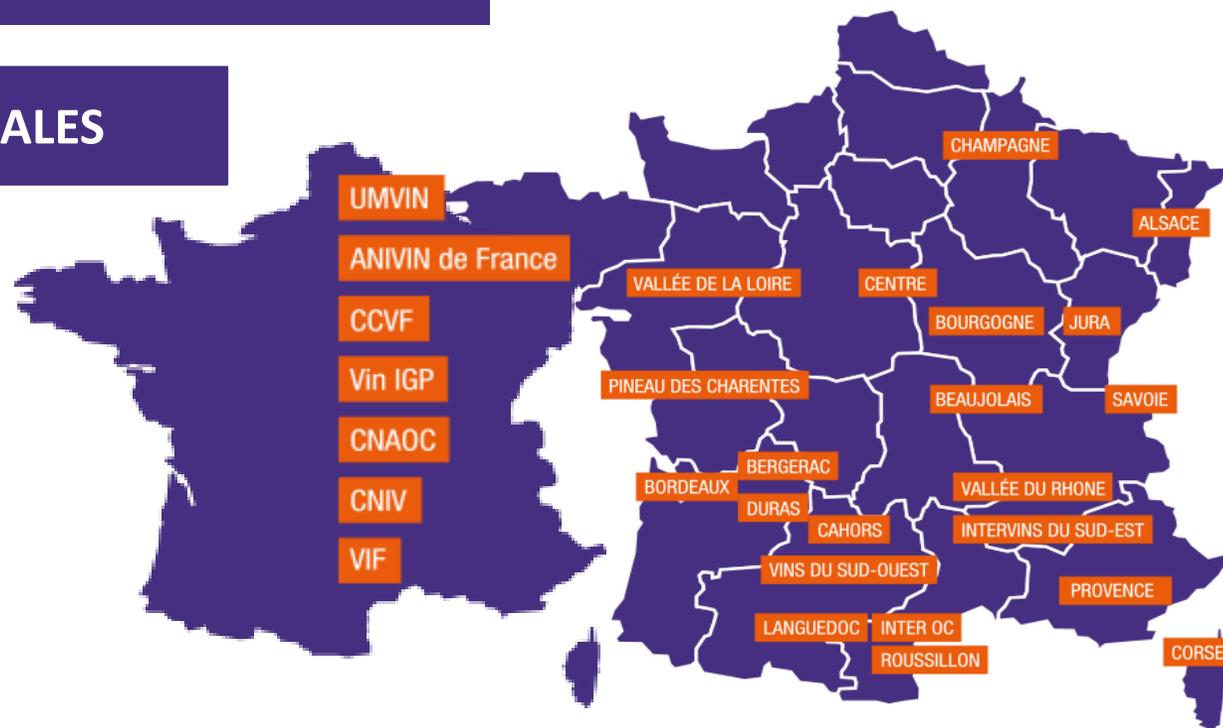


VIN & SOCIÉTÉ

28 MEMBRES

7 ORGANISATIONS NATIONALES

21 INTERPROFESSIONS RÉGIONALES



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



VIN & SOCIÉTÉ

- 1) PÔLE INSTITUTIONNEL
- 2) PÔLE SOCIÉTAL
- 3) PÔLE ÉTUDE
- 4) PÔLE DIGITAL





1



PÔLE INSTITUTIONNEL





PÔLE INSTITUTIONNEL - MISSIONS



VIN & SOCIÉTÉ



PROCESS « RELATIONS INSTITUTIONNELLES »

- Veille institutionnelle, analyse de l'agenda législatif
- Identification des risques
- Elaboration des positions filière
- Stratégie et actions d'influence

KRYSTEL LEPRESLE (DG) – STEPHANIE PIOT (DG ADJOINTE)

krystel.lepresle@vinetsociete.fr 07 89 21 19 42

stephanie.piot@vinetsociete.fr 06 18 63 24 74

OBJECTIFS

- Être l'interlocuteur des pouvoirs publics sur les sujets touchant à la place du vin dans la société : fiscalité comportementale, vin & santé, loi Evin...
- Lutter contre les politiques de « dénormalisation » de la consommation de vin
- Promouvoir les atouts socio-économiques du vin

UNE STRATEGIE GLOBALE DE REPONSE FACE AUX MENACES

- Travail de « déminage » + proactif
 - Actions d'influence : rdv parlementaires / leaders d'opinion, travail RP, rédaction d'argumentaires, participation aux débats...
- Travail sur la communication positive de la filière



PÔLE INSTITUTIONNEL – EXEMPLES D’ACTIONS



VIN & SOCIÉTÉ



- **Veille des signaux faibles ayant permis d’anticiper** la mise en œuvre du Mois sans alcool par les pouvoirs publics
- **Actions d’influence auprès des parlementaires, décideurs publics, gvt**
 - Argumentaires
 - Stratégie de communication « off »
- **Résultat : pas de soutien public au DJ**



- **« PPL Influenceurs »** (lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux)
- Objectif: éviter l’interdiction du recours aux collaborations publicitaires avec des influenceurs
- Audition par les rapporteurs et sollicitation des **parlementaires**



- **Mission de conseil** aux adhérents sur la loi Evin (sur demande)
- **Module digital /MOOC** Loievinmodedemploi.fr
- **Guides juridiques** sur la dégustation et la vente



PLFSS

PROJET DE LOI
DE FINANCEMENT
DE LA SÉCURITÉ
SOCIALE

- **Projet de loi annuel**
- **Amendements proposés par les addictologues, ex :**
 - Taxation de la publicité « alcool »
 - Dry January
 - Taxes sur certains produits viticoles
- **Actions à mener auprès des parlementaires et du gvt**

PROGRAMME NATIONAL « ALCOOL »



- Prévu dans la stratégie décennale « cancers »
- Contenu qui serait basé sur le rapport INSERM 2021 :
 - **Refonte complète loi Evin**
 - **Taxation/prix minimum**
 - **Réduction accessibilité**



- Révision de la législation sur la **taxation de l'alcool**
- Durcissement des critères pour la **promotion des produits agricoles**
- **Avertissements sanitaires**

xx grams xxx kJ/ xxx kcal	DRINKING ALCOHOL CAUSES LIVER DISEASE
	THERE IS A DIRECT LINK BETWEEN ALCOHOL AND FATAL CANCERS
Visit www.askaboutalcohol.ie	



La dénormalisation de la consommation de vin, c'est quoi ?



- UNE STRATÉGIE QUI VISE À RENDRE LA CONSOMMATION D'ALCOOL « MOINS ATTRACTIVE, MOINS ACCESSIBLE, MOINS ACCEPTABLE »
- LA TRAJECTOIRE DU TABAC DEPUIS 20 ANS





L'exemple du « mois sans alcool »



VIN & SOCIÉTÉ

- > FIN 2019, V&S VEILLE LES SIGNAUX FAIBLES ET PERÇOIT QUE SANTÉ PUBLIQUE FRANCE VEUT PORTER UN « MOIS SANS ALCOOL » EN JANVIER 2020, SANS ANNONCE PRÉALABLE





Nos actions : mobilisation institutionnelle et médiatique



VIN & SOCIÉTÉ

- > UNE OPPOSITION OUVERTE ET FERME
- > LA FRANCE SERA-T-ELLE LE 1^{ER} PAYS À INTERDIRE LA MODÉRATION ?
- > DES RELATIONS PRESSE POUR EXPLIQUER LE CHOIX « 12 MOIS DE MODÉRATION PLUTÔT QU'UN MOIS DE PROHIBITION »

CONSUMMATION DU VIN

**La France sera-t-elle
le premier pays à interdire
la modération ?**





Nos actions : mobilisation institutionnelle et médiatique



VIN & SOCIÉTÉ



«Arrêtez de culpabiliser les amateurs de vin!» 🍷

EXCLUSIF - Philippe Claudel, Cyril Lignac, Guy Savoy, Pierre Ardit, Katherine Pancol... Dans une tribune au *Figaro*, des dizaines de personnalités s'opposent aux associations qui militent pour un «mois sans alcool» en janvier prochain.

Par Philippe CLAUDEL





Une mobilisation payante : Vin & Société obtient l'abandon du « Mois sans alcool »



VIN & SOCIÉTÉ

Emmanuel Macron s'oppose au « Janvier Sec »

Jeudi 14 novembre 2019 par Marion Sepeau Ivaldi

Article mis à jour le 09/12/2019 15:12:26

[Lire plus tard](#) [Commenter](#) [Imprimer](#) [Envoyer](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)



Emmanuel Macron a reçu un magnum de Champagne de Saint-Gall 1977, clin d'œil à son année de naissance. - crédit photo

L'État ne soutient pas le "Dry January", le mois de janvier sans alcool

Par La rédaction de larvf.com | Mis à jour le 21/11/2019 à 16:04





Le « défi de janvier » alors porté par les associations



VIN & SOCIÉTÉ



Le Parisien



SOCIÉTÉ

«Dry January» : les associations vont lancer leur propre mois sans alcool

La polémique fait rage sur « Janvier sec », une campagne organisée dans différents pays après les fêtes pour une pause salutaire d'alcool. Pour l'instant, le ministère de la Santé ne s'engage pas. Voici pourquoi.



TÉMOIGNAGE
Elle tente le mois sans alcool

DRY JANUARY[®]
#LeDéfiDeJanvier



Depuis... le puissant lobby du vin fait annuler les campagnes de santé publique

Société, Santé

« Dry January » : 48 addictologues demandent à l'État de soutenir le mois de janvier sans alcool

EXCLUSIF. Les médecins appellent le ministère de la Santé à mener une vraie politique de prévention. Leur confiance en son action est « sérieusement altérée » à la suite de campagnes annulées.

franceinfo:

"Dry January" : pourquoi le gouvernement est accusé de se désengager de la lutte contre l'alcoolisme

Le Monde

« Nous demandons un soutien affirmé des pouvoirs publics au Dry January »



Pourquoi le gouvernement ne soutient pas le "Dry January" ?



L'OBS
a Alcool : la grande démission de l'Etat



VIN & SOCIÉTÉ

"PAS DANS NOTRE CULTURE DE SE PASSER DE VIN": POURQUOI LES MINISTRES NE PRATIQUENT PAS LE "DRY JANUARY"





2



PÔLE SOCIÉTAL





PÔLE COMMUNICATION INTERNE ET SOCIETALE – LES MISSIONS



VIN & SOCIÉTÉ



CECILE TERRIEN – RESPONSABLE COMMUNICATION INTERNE ET SOCIETALE

cecile.terrien@vinesociete.fr

01 88 32 76 80

- **Promouvoir la consommation responsable de vin dans le cadre d'un régime alimentaire équilibré**
- **Elaboration et mise à disposition des outils & supports**
- **Partenariats pour les dispositifs de contrôle d'alcoolémie**
- **Création et déploiement de dispositifs de formation**



*Un bon vin
se sert
avec tout,
avec
modération
surtout.*

LA PRÉVENTION EN ACTIONS



➤ **Promouvoir le bon usage du produit en:**

- Interne: élaboration et mise à disposition d'outils destinés à promouvoir la consommation responsable
- Externe: promotion du lien entre consommation de vin, alimentation et modération à travers la mise en place de campagnes

▪ **Prévention au risque alcool:**

- Actions de prévention à destination des publics sensibles (mineurs, femmes enceintes)
- Portail d'information et de ressources sur le risque alcool au travail, au volant, chez les jeunes etc
- Elaboration de partenariats

➤ **Des plus jeunes au monde de la vigne et du vin:** mise à disposition de supports pédagogiques en version papier et digitale

➤ **Formation des futurs professionnels de la filière:**

- Consommation responsable
- Gestion du risque alcool



LES OUTILS CONSOMMATION RESPONSABLE



VIN & SOCIÉTÉ

Guide de la consommation responsable

Déguster un vin est toujours une expérience sensationnelle. Sa robe, son nez, son goût, tous vos sens sont mis à contribution.

Votre sens de la responsabilité aussi, car du fait de sa teneur en alcool, le vin nécessite une consommation responsable et mesurée.

Alors pour que raison et plaisir soient toujours d'accord, voici le guide d'une dégustation responsable, faites-en bon usage.

Déguster, c'est aussi recracher !

Lors d'une dégustation, impressionnez vos amis en recrachant comme un pro ! Des crachoirs sont toujours à votre disposition chez les cavistes et vigneron.



3 cl suffisent pour déguster.

L'eau, votre meilleure alliée.

Pensez à boire de l'eau entre deux dégustations pour vous hydrater et rincer votre palais afin de mieux apprécier toutes les subtilités d'un vin.

N'hésitez pas à casser la croûte !

Accompagner le vin d'aliments permet de réduire la vitesse d'absorption de l'alcool.



Savourer, c'est mesurer !

Une unité d'alcool représente



Une bouteille de vin de 75 cl contient environ 7 verres de 10 cl soit 7 unités d'alcool.

Gardez vos repères.

Les repères de consommation de boissons alcoolisées permettent de faire le choix éclairé d'une consommation à moindre risque pour sa santé. À retenir : l'alcool c'est maximum **2 verres par jour** et pas tous les jours.

En toute occasion, faites preuve de bon sens et arrêtez de boire dès que vous commencez à ne plus vous sentir bien.

Si vous voyez une personne manifestement des signes d'ivresse, assurez-vous, dans la mesure du possible, de sa prise en charge.

VIN & SOCIÉTÉ

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

Guide de la consommation responsable

Ethylotestez-vous !

Au volant, le taux légal d'alcoolémie est limité à :

0,5 g/L* pour les conducteurs confirmés

0,2 g/L* pour les permis probatoires

Le taux d'alcool dans le sang est à son maximum environ 30 minutes après la dernière consommation et diminue en moyenne de 0,10 à 0,15 g par heure.

*g/L : gramme par litre de sang

kg	Les repères d'alcoolémie pour les femmes			Les repères d'alcoolémie pour les hommes			
	🍷	🍷🍷	🍷🍷🍷	kg	🍷	🍷🍷	🍷🍷🍷
45	0,36	0,71	1,07	50	0,27	0,55	0,82
50	0,32	0,64	0,96	55	0,25	0,50	0,75
55	0,29	0,58	0,87	60	0,23	0,46	0,69
60	0,27	0,53	0,80	65	0,21	0,42	0,63
65	0,25	0,49	0,74	70	0,20	0,39	0,59
70	0,23	0,46	0,69	75	0,18	0,37	0,55
75	0,21	0,43	0,64	80	0,17	0,34	0,51
80	0,20	0,40	0,60	85	0,16	0,32	0,48
85	0,19	0,38	0,56	90	0,15	0,30	0,46
90	0,18	0,36	0,53	95	0,14	0,29	0,43
95	0,17	0,34	0,51	100	0,14	0,27	0,41
100	0,16	0,32	0,48	105	0,13	0,26	0,39

Estimations moyennes des alcoolémies dans le sang, en g/L après consommation à jeun, de 1 à 3 verres de vin de 10 cl à 12°

TAXI

Ayez toujours un plan B.

En cas d'alcoolémie positive, plusieurs solutions s'offrent à vous pour regagner votre domicile en toute sécurité :

attendre le temps qu'il faut avec vos proches, vous faire ramener par l'un d'entre eux ou par un tiers (taxi, transports en commun, covoiturage, etc.).

Lors de la grossesse et de l'allaitement, avant la majorité et lors de la prise de certains médicaments :

sachez vous abstenir.

BRAVO, VOTRE PASSION POUR LE VIN N'A D'ÉGALE QUE VOTRE RAISON.

Guide de la consommation responsable



LES OUTILS CONSOMMATION RESPONSABLE



VIN & SOCIÉTÉ



Les fêtes viticoles responsables

LES ACTIONS À METTRE EN PLACE POUR UNE FÊTE VITICOLE RESPONSABLE

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

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

- Crochets** sur les tables de chaque stand de dégustation
- Eau gratuite** à disposition sur les stands pour permettre à chacun de s'hydrater
- Boissons sans alcool**, privilégier des dégustations de jus de raisin, notamment pour les populations ne consommant pas d'alcool : mineurs, femmes enceintes, personnes prenant des médicaments
- Mets solides** : Mettre à disposition des petites bouchées, du pain etc.
- Utiliser des verres marqués ou bouchons doseurs** pour servir la juste dose : 3cl pour une dose dégustation, 10 cl pour les verres standards payants

PRÉVENTION ROUTIÈRE

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

INFORMATION DES VISITEURS

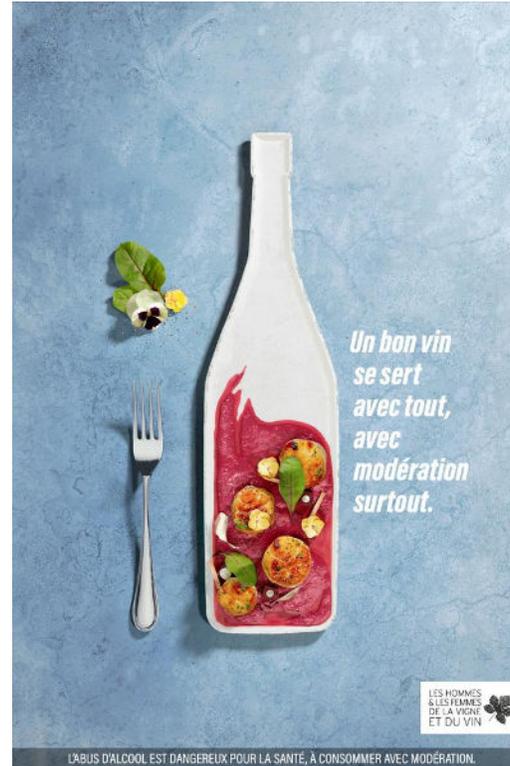
- Information sur les principes de la consommation responsable** (repères de consommation, bonnes pratiques, explication des unités d'alcool, du respect du taux légal au volant, absorption de l'alcool) : affiches, programmes, kakemonos, messages radios, flyers, etc.



CAMPAGNE



VIN & SOCIÉTÉ



Un bon vin se sert avec tout, avec modération surtout



[Accueil](#)

[Au volant](#)

[Avec vos enfants](#)

[Au quotidien](#)

[Au travail](#)

[Pendant la grossesse](#)

[Entre jeunes](#)



[Portail de la prévention](#)

Plan de Prévention - Rapport
d'étape

LA PRÉVENTION
EN ACTIONS

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





PARTENARIATS



VIN & SOCIÉTÉ

Dispositifs de contrôle
d'alcoolémie: éthylotest
chimique, éthylotest
électronique et borne
connectée



PROTEGER LES POPULATIONS SENSIBLES



VIN & SOCIÉTÉ

18 ans VENTE D'ALCOOL :
JE CONTRÔLE !

LA VENTE D'ALCOOL AUX MINEURS EST STRICTEMENT INTERDITE.



Formation à l'interdiction
de vente d'alcool aux
mineurs



Campagne « Un bon vin
peut bien attendre 9
mois »



DISPOSITIFS DE FORMATION



VIN & SOCIÉTÉ



POURQUOI CETTE FORMATION ?

*En tant que futurs
professionnels du secteur,
vous allez être amenés....*

...à servir du vin
...et à en consommer



VOUS DEVEZ D'ONC

- Être en mesure de **servir des verres en respectant les doses recommandées,**
- **Connaître les repères de consommation** à moindre risque
- Savoir identifier **les profils et les situations à risque**
- Être conscients des **risques sanitaires et sociaux liés à une consommation excessive** d'alcool.



Formation des futurs professionnels de la vigne et du vin



LES OUTILS CONSOMMATION RESPONSABLE



VIN & SOCIÉTÉ



Édition Spéciale
Les Incollables

QUIZ

LA CULTURE DE LA VIGNE

Teste tes connaissances avec Les Incollables® sur la vigne et réponds aux questions !

JOUER



6-10 ans



10-14 ans

L'éducation à la vigne pour les plus jeunes



3



PÔLE ÉTUDES





KRYSTEL LEPRESLE – DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE

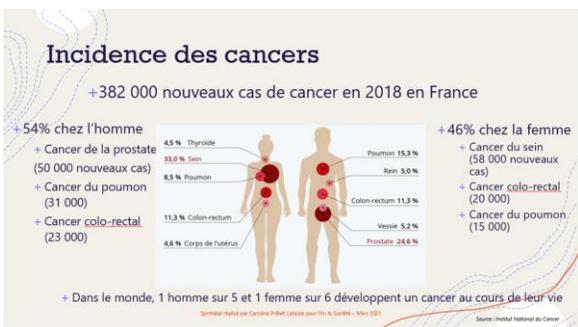
krystel.lepresle@vinesociete.fr 07 89 21 19 42

OBJECTIFS

- Alimenter et éclairer le débat public sur les impacts sociétaux et sanitaires de la consommation de vin
- Former les professionnels du vin aux connaissances en matière de consommation de vin et à son impact sur la santé
- Identifier les leviers de la consommation responsable de vin
- Identifier et partager les tendances en matière de consommation de vin



- Veille et analyse de la consommation modérée de vin sur la santé
- Formation sur le sujet vin & santé



KEDGE
BUSINESS SCHOOL

- Rôle de l'éducation, de la communication familiale
- Croyances et motivations à la consommation responsable de vin : focus sur les motivations santé et plaisir
- Plaisir épicurien et consommation de vin : distinction entre plaisir perçu et attendu

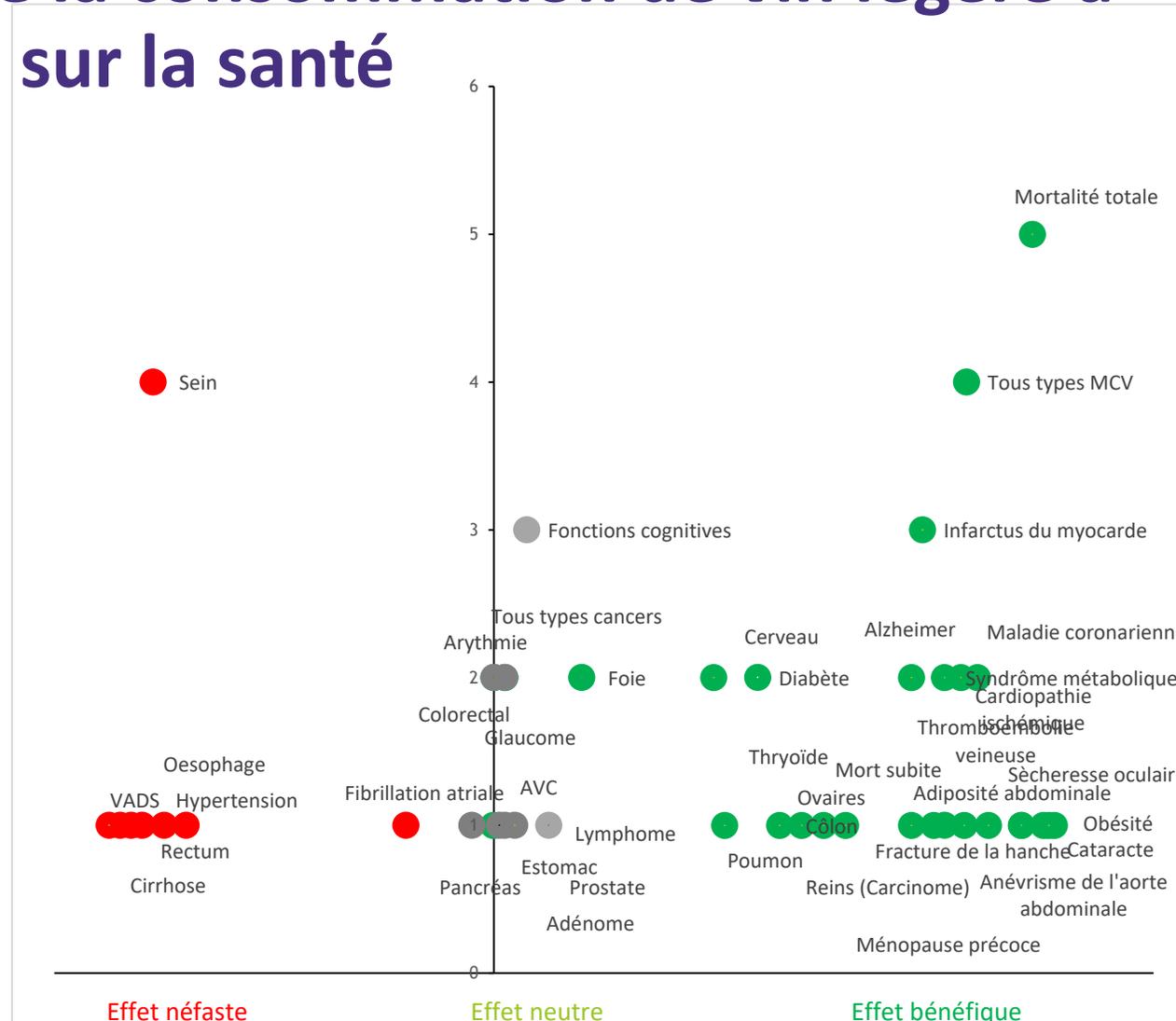
Baromètre IFOP et V & S : Les Français et le vin



- Tendances sociologiques en matière de consommation de vin (GEN Z, Femmes, etc.)
- Identifier et partager les fonctions sociales du vin (une pratique plaisir, esthétique, etc.)



Impact de la consommation de vin légère à modérée sur la santé





4



PÔLE DIGITAL





MARION CHÂTEAU – RESPONSABLE COMMUNICATION DIGITALE

marion.chateau@vinsociete.fr

09 72 16 02 06

VINSTA

- Social media pour désacraliser l'approche du vin auprès des **jeunes générations**
- Créations de **contenus** : sur le vin en général (tips, tonalité moderne, couleurs pop, interactif) afin d'être la porte d'entrée au vin pour les néophytes
- **Influence** grâce au développement de nos communautés → Instagram : +22K abonnés ; Facebook : +18,5K abonnés avec +80% de personnes entre 18 et 35 ans

BAROMETRE DU NUMÉRIQUE

- Décrypter les tendances sociétales qui sont de plus en plus en lien avec le numérique
- Création d'un baromètre qui évolue l'utilisation du numérique au sein de la filière, renouvelé tous les 3 ans, avec la participation de l'ensemble des membres V&S

AUTRES ACTIONS DIGITALES

- Veiller les sujets V&S et les dernières tendances sociétales dans la sphère digitale
- Création de contenus digitaux pour V&S (campagne Food&Vin, ITWs professionnels, infographies...)
- Relai des actualités de nos membres





VINSTA.

- **Mettre en avant le vignoble alsacien** en utilisant les codes des jeunes générations
 - Moyenne 4 posts dédiés
- **Livre Hachette x Vinsta**
 - Septembre 2023
 - 12 pages dédiées à Bordeaux
 - Comités éditoriaux pour coconstruire le livre



- Partage des résultats
- Possibilité de les présenter lors de conférence en lien avec le digital, l'innovation afin **d'évangéliser sur ses sujets**



AUTRES ACTIONS DIGITALES

- **Partager pour relai les actus** de l'interprofession
- Gestion de programmes digitaux tels que les **Passeurs de Goût**
- **Mises en relation** avec des acteurs digitaux (agences, influenceurs, Wine Tech, experts...)



MERCI POUR VOTRE ÉCOUTE !

