



VIN & SOCIÉTÉ

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

**ELECTIONS LEGISLATIVES
ET PRESIDENTIELLE 2017**

**QUELLE PLACE
— POUR —
LE VIN
DANS NOTRE
SOCIÉTÉ ?**

La filière viticole française représente **un atout économique majeur pour notre pays en termes d'emplois, de force exportatrice et de tourisme : 500 000 emplois non délocalisables répartis sur les 2/3 du territoire, près de 8 milliards d'euros d'excédent commercial dégagés en 2015 et 12 millions de touristes visitant nos caves chaque année. Au-delà de ces chiffres significatifs, le vin constitue également un patrimoine culturel et historique auquel nos concitoyens sont très attachés.**

Si la filière viticole est incontestablement une chance pour la France, il convient de rappeler que le vin n'est pas un produit comme les autres puisqu'il contient de l'alcool et qu'il est pris en compte dans les politiques publiques de santé. C'est la raison pour laquelle nous revendiquons un devoir de responsabilité. **Nous souhaitons valoriser la place du vin dans notre société tout en promouvant**

un modèle de consommation responsable. Nous pensons que cette voie, fondée sur l'éducation, le plaisir et la modération est la mieux à même de lutter contre les abus.

Cependant, Vin & Société se heurte au refus systématique des autorités de santé dès lors qu'il s'agit d'ouvrir un dialogue constructif et serein, au motif que nous ne serions pas légitimes pour nous exprimer sur les sujets de santé publique. Freins culturels ou freins politiques ?

Fiers et responsables, les 500 000 acteurs de la filière viticole sont au contact des consommateurs et en lien avec de nombreux métiers de l'économie du vin. Nous serions des partenaires utiles et sincères de l'avis même des Français qui nous créditent de ce rôle¹ et nous font confiance.

En amont des échéances électorales de 2017, Vin & Société, au nom des 500 000 acteurs de la vigne et du vin, interpelle l'ensemble des candidates et des candidats sur des mesures préoccupantes apparues dans le discours public. Elles visent directement le vin, porteraient préjudice à notre patrimoine économique et culturel sans répondre pour autant aux véritables enjeux de santé publique !

REMISE EN CAUSE DES REPÈRES DE CONSOMMATION

Les repères de consommation normés et chiffrés sont des clés de compréhension permettant à chacun de se situer et de s'inscrire dans une consommation mesurée et maîtrisée. Jusqu'en 2015, des repères de consommation étaient d'ailleurs visibles dans l'ensemble de la littérature publique française accessible à tous : Programme National Nutrition Santé 2011-2015, documents pédagogiques de l'INPES, sites internet d'Alcool Info Service et de la Sécurité Sociale.

Vin & Société a voulu prendre sa part de responsabilité en engageant une campagne d'information nationale diffusant ces repères de consommation « 2.3.4.0 » après en avoir informé le ministère de la Santé et le ministère

de l'Agriculture. Menée en décembre 2015, cette initiative, une première pour la filière viticole, a été intégralement autofinancée. Pour Vin & Société, il ne faut pas lutter contre toute forme de consommation mais combattre l'abus sous toutes ses formes. Encadrer la consommation en diffusant des repères compréhensibles et connus, considérer le vin pour ce qu'il est, un produit d'exception à respecter, est une des façons d'y parvenir. C'était le message de cette campagne d'information signée « Le Vin. Je l'aime, je le respecte ».

1 - Enquête Harris Interactive, novembre 2014, méthode des quotas : 61% des Français interrogés pensent que les Pouvoirs Publics devraient davantage faire confiance aux professionnels pour informer sur les risques d'une consommation excessive.



Or, nous constatons que ces repères de consommation ont récemment été remis en question par les autorités de santé. Une mission est en cours pour évaluer leur pertinence et leur maintien ; ses conclusions sont attendues au premier trimestre 2017. Dans le même temps, Vin & Société voit apparaître dans le **discours public le message « Moins c'est mieux »**. **Nous nous interrogeons non seulement sur la source, mais également sur la pertinence de ce slogan**. Un tel message souffre d'une absence de clarté pour le consommateur et demeure extrêmement subjectif.

Ce message représente par ailleurs une remise en cause du principe des politiques de santé publique en France fondées jusqu'alors sur des repères qui donnaient un cadre à la notion de modération. Ce tournant serait historique. En effet, « Moins c'est mieux » laisse entendre qu'il n'y aurait pas de consommation sans risque, ce qui ouvrira la voie à des mesures de plus en plus prohibitionnistes vis-à-vis de l'alcool dans notre pays.

Vin & Société souhaite que chaque candidate et candidat à la Présidence de la République ou aux élections législatives prenne une position sans ambiguïté sur ce point. Plus qu'un enjeu sanitaire, ce choix est éminemment politique car il conditionne la place du vin dans notre société. Autrement dit, en France, aurons-nous encore une consommation de plaisir et de responsabilité ou allons-nous glisser progressivement vers une stratégie de santé publique fondée sur l'abstinence ?

LA FISCALITÉ COMPORTEMENTALE

Depuis plusieurs années différents mécanismes d'action sur les prix ont été envisagés par les pouvoirs publics : fiscalité comportementale, fiscalité au degré, ou prix minimum par dose d'alcool. Alors que l'objectif est de lutter contre les pratiques excessives et/ou à risque, le lien

entre fiscalité et consommation peine à être démontré et une fiscalité élevée n'est pas le gage d'une baisse des comportements à risque ; les pays fortement taxés sont parmi ceux qui connaissent le plus de phénomènes d'alcoolisation massive.

Vin & Société s'oppose fermement à ces outils fiscaux, inappropriés tant sur leur principe que sur leurs effets : le vin serait stigmatisé et l'économie de l'ensemble de la filière viticole déstabilisée sans pour autant atteindre l'objectif premier de santé publique. En tout état de cause, en matière de santé publique, seules les politiques de prévention et de promotion d'une consommation responsable permettent de lutter contre les comportements excessifs.

AGRANDISSEMENT DU PICTOGRAMME « FEMME ENCEINTE »

Depuis 2006, la présence d'un logo préconisant l'absence de consommation d'alcool pour les femmes enceintes est obligatoire sur les étiquettes de bouteilles de vin.

Les producteurs se sont conformés à leur obligation, contribuant ainsi à la démarche pédagogique menée contre le syndrome d'alcoolisation fœtale. Le ministère de la santé annoncerait très prochainement la révision de la réglementation et en particulier l'agrandissement du logo « femme enceinte ».

Vin & Société est en désaccord avec cette mesure parce qu'elle est une mauvaise réponse à un réel enjeu de santé publique - le syndrome d'alcoolisation fœtale - entraînant 700 à 1000 décès par an. La priorité devrait être donnée à la prévention en s'appuyant notamment sur l'ensemble du personnel médical au contact des populations à risque (médecins généralistes, sages-femmes, anesthésistes, etc). La filière viticole regrette par ailleurs que cette mesure soit envisagée sans aucun dialogue ni aucune concertation préalable, mais reste prête à participer à la diffusion accrue des messages de prévention et d'abstinence, position très claire qu'elle a d'ailleurs déjà prise et fait connaître sur son site.

L'ENCADREMENT DE LA PUBLICITÉ

La France fait partie des pays ayant encadré le plus strictement la publicité pour les boissons alcooliques. Cet encadrement n'a pas eu les conséquences attendues sur les consommations à risque. Les épisodes d'ivresse sont en augmentation chez les jeunes, qui consomment

très peu de vin. Malgré cela, et bien que la jurisprudence en la matière soit particulièrement sévère, les autorités de santé demandent régulièrement des restrictions supplémentaires, en particulier en ce qui concerne les nouveaux médias (internet, réseaux sociaux).

La clarification en 2016 de la loi Evin a permis de sécuriser l'information oenotouristique et journalistique en la distinguant de la publicité. L'équilibre atteint sur la loi Evin ne doit pas être remis en question.



Vin & Société souligne l'importance de l'éducation et de la prévention en matière de lutte contre la consommation excessive d'alcool. Vin & Société appelle de ses vœux la mise en place d'un véritable dialogue avec les pouvoirs publics.



A propos de Vin & Société : Vin & Société est une structure unique en France qui fédère et représente les 500 000 acteurs de la vigne et du vin : production, négoce et interprofession. Elle est composée de 29 membres : 7 organisations nationales, 22 organisations professionnelles régionales. Fortement implantée en régions et porteuse de la dynamique de toute une filière, Vin & Société souhaite transmettre les traditions et les valeurs du vin tout en étant un laboratoire d'idées nouvelles pour le vin et la société de demain.

Paris, le 20/02/2017

SERVICE DE PRESSE VIN & SOCIÉTÉ :

Valérie Fuchs / 06 62 49 64 85 / vafuchs@wanadoo.fr / @ValerieFuchsCom