



## **Nouvelle campagne du ministère des Solidarités et de la Santé et de l'INCA**

### **Vin & Société dénonce une stigmatisation directe des 500 000 acteurs de la vigne et du vin et une nouvelle orientation de santé publique**

Le ministère des Solidarités et de la Santé et l'INCA (Institut National du Cancer) ont lancé le 5 septembre une vaste campagne d'information visant à modifier les habitudes alimentaires des Français, consommation d'alcool incluse, afin de prévenir les cancers imputables à l'alcool.

- **Le symbole de la convivialité et de l'art de vivre « à la française » est stigmatisé**

L'un des visuels de la campagne d'information cible directement le vin à travers la représentation d'un tire-bouchon complétée d'une signature « Franchement c'est pas la mer à boire ».

*« Je suis particulièrement indigné par cette campagne qui vise directement notre produit. Chacun le sait, le tire-bouchon est le symbole de la consommation de vin, du partage et de la convivialité. Je constate qu'elle est déployée massivement alors que les exploitations viticoles françaises sont en pleines vendanges et que se déroulent les traditionnelles foires aux vins de la rentrée »* déclare Joël Forgeau, vigneron et Président de Vin & Société.

Le parti pris de cette campagne réduit le vin à une simple molécule d'éthanol, et, symboliquement, elle lui impute la responsabilité des cancers liés à la consommation d'alcool en général.

- **Une consommation sans repère**

En recommandant de « limiter, voire d'éviter la consommation d'alcool », cette campagne opère un glissement du discours de santé publique visant à passer de **la lutte contre la consommation excessive d'alcool à l'idée que toute consommation est nocive, même en quantité minime**. Elle s'adresse d'ailleurs à l'ensemble de la population française plutôt qu'aux populations à risque et aux consommateurs excessifs.

Vin & Société a toujours plaidé en faveur de repères de consommation chiffrés et facilement compréhensibles par les consommateurs. En juin dernier, la filière viticole avait spontanément pris acte des nouveaux repères de consommation à moindre risque proposés par un groupe d'experts sous l'égide de Santé Publique France\*.

- **Vers la fin d'une consommation modérée et de plaisir ?**

« *Notre société doit-elle être gouvernée par le seul principe de précaution ?* » interroge Joël Forgeau.

Ce fléchissement est d'autant plus surprenant que la **consommation de vin s'est déjà profondément transformée, baissant de près de 60% entre 1960 et 2015**. 1 Français sur 2 est un consommateur occasionnel (1 à 2 fois par semaine), 15 % sont des consommateurs réguliers, et 33% des Français sont abstinents.

« *Vin & Société est attachée à la lutte nécessaire contre les risques pour la santé liés à une consommation excessive d'alcool. Nous renouvelons notre demande de dialogue constructif avec les pouvoirs publics pour bâtir une approche équilibrée entre santé, éducation, culture, viticulture et économie* » ajoute le Président de Vin & Société.

Paris, le 7 septembre 2017

Service de presse : Valérie Fuchs

06 62 49 64 85 / [vafuchs@wanadoo.fr](mailto:vafuchs@wanadoo.fr) / @ValerieFuchsCom

[www.vinetsociete.fr](http://www.vinetsociete.fr)

\*L'avis d'experts propose un maximum de 10 unités d'alcool par semaine pour les hommes comme pour les femmes, soit 100 g d'alcool pur par semaine. Dans les autres pays ayant adopté des repères de consommation, ces repères vont de 98 à 140 g pour les femmes, et de 150 à 280 g pour les hommes. Source : *Governmental standard drink definitions and low-risk alcohol consumption guidelines in 37 countries* (étude parue dans le journal *Addiction* en avril 2016)

\*\*Source Etude Quinquennale FranceAgriMer 2015