



Charte Vin & Société

Missions & engagements

Les missions de Vin & Société sont regroupées autour de trois axes stratégiques :

1. définir la politique de la filière sur la place du vin dans la société et défendre cette politique,
2. valoriser une consommation modérée et responsable du vin,
3. informer, éduquer et responsabiliser les consommateurs.

Vin & Société s'engage à :

1. déplorer les excès et favoriser le respect des lois en vigueur,
2. défendre une consommation modérée et responsable,
3. proposer et développer des actions concrètes en matière d'information et d'éducation ciblées des consommateurs.

Vin & Société déplore les excès et s'engage à prôner le respect des lois en vigueur.

Loi de Lederman

La Loi de Lederman est le principe démographique selon lequel le nombre de maladies ou d'usagers à problème est proportionnel au nombre total d'usagers, ceci de façon incompressible. Bons nombres de problèmes n'ont pas diminué, bien au contraire. D'aucun voudrait lier la consommation d'alcool et les suicides or :

- Le taux de suicides est passé de 1,73 pour 10 000 à 2,13 pour 10 000 en 30 ans (INSERM 2002) alors que la consommation de vin a diminué de moitié.

Même remarque pour les cancers :

- Le nombre de cancers (lèvre, bouche, pharynx, œsophage) a augmenté de 3,65 % entre 1980 et 2000 (source INSERM) alors que la consommation de vin a diminué de moitié.

- Le vin doit rester un plaisir, lié à l'art de vivre à la française. Le vin est étroitement lié à l'histoire et à la culture française. Il est étroitement lié à la gastronomie, et véritable vitrine de la France à l'étranger.
- Vin & Société déplore donc les excès et abus de toute nature. Vin & Société rappelle que la recherche de l'ivresse, spécialement pour les jeunes générations, se fait rarement avec le vin.
- Se focaliser sur l'alcool comme source de tous les maux est absurde. Ce sont les comportements excessifs qui sont en cause.
- La quête du risque 0 est une illusion. Il faut être réaliste.
- Il faut aujourd'hui informer et éduquer sur le « mieux boire » : boire des vins de qualité où le plaisir ne réside pas dans la quantité mais dans la qualité, dans le respect des normes OMS et des lois en vigueur.

Vin & Société s'engage à défendre une consommation modérée et responsable.

- La consommation du vin doit rester un plaisir. Elle doit se faire avec modération, par exemple dans le respect des normes OMS.
- Vin & Société veut engager une réflexion avec le Ministère de la Santé dans le cadre du Conseil de la Modération sur une définition reconnue, et pour tous, de la consommation modérée, à partir du moment où le produit n'est pas stigmatisé en tant que tel.
- Les consommateurs doivent également adopter un comportement responsable. Il n'y a pas d'égalité dans la consommation : chacun doit apprendre à connaître ses limites.

Rappel

Le Conseil de Modération et de Prévention

- Créé le 4 octobre 2005 (décret N°2005-1249).
- Une instance de dialogue et d'échange qui assiste et conseille les pouvoirs publics dans l'élaboration et la mise en place des politiques de prévention en matière de consommation d'alcool.
- Un rôle consultatif sur les projets de communication publique relative à la consommation de boissons alcoolisées et sur les projets de textes législatifs et réglementaires.

Les normes OMS sont un bon repère pour le consommateur.

- 2 verres de vin de 12 cl par jour pour une femme, soit 12 verres par semaine de 6 jours (un jour d'abstinence étant recommandé).
- 3 verres de vin de 12 cl par jour pour un homme, soit 18 verres par semaine de 6 jours.

Les raisonnements et études reflètent des schémas de consommation anciens qui ne sont aujourd'hui plus d'actualité.

- Les politiques menées aujourd'hui le sont sur la base de maladies issues d'une consommation type d'il y a 30 ans. Aujourd'hui, la consommation du vin se fait de façon occasionnelle.

Vin & Société s'engage à proposer et développer des actions concrètes en matière d'information et d'éducation ciblées des consommateurs.

- La filière vitivinicole ne peut être le centre de la politique de lutte contre l'alcoolisme, mais peut contribuer à la diffusion d'informations et à l'éducation du consommateur en vue de sa responsabilisation et d'une consommation modérée.
- Il faut lutter contre l'abus, non contre l'usage. Ce n'est pas en interdisant mais en éduquant d'une façon ciblée que les comportements dangereux et abusifs changeront.
- Aujourd'hui, les études prouvent que la population ayant un problème avec l'alcool n'est pas sensible aux discours imposés à la filière (messages sanitaires, étiquetage...).
- Vin & Société prône un véritable changement dans les tons de communication utilisés dans les campagnes d'information, et défend une stratégie d'éducation à la consommation modérée. Pas de diabolisation, mais de l'éducation.
- La filière mène déjà des campagnes de sensibilisation et d'information sur la modération en incitant le consommateur à se responsabiliser.
- La filière mène des actions d'éducation au goût. En aucun cas, la filière ne prône l'excès et la consommation abusive.
- Vin & Société a fortement soutenu la création du Conseil de la Modération, dont les députés et sénateurs sont à l'origine.
- Vin & Société veut engager un dialogue constructif avec le Ministère de la Santé et les autres parties prenantes au Conseil.
- Vin & Société supportera des propositions, notamment en termes d'information et de prévention ciblée.

Les actions concrètes Vin & Société

- Vin & Société conseille d'éviter la consommation d'alcool pendant la grossesse et l'allaitement et souhaite des études scientifiques plus poussées sur le mécanisme éventuel du SAF (syndrome d'alcoolisation fœtale) dans le cadre d'une consommation modérée et exceptionnelle.
- Vin & Société souhaite développer un site Internet d'information et d'éducation multi-publics sur le thème de la « consommation modérée ».
- Vin & Société souhaite étendre des actions à succès entreprises par la filière, comme par exemple celles qui donnent des repères de consommation modérée, développant les « bottlebags », le service du vin au verre...