**Rapport annuel Vin & SociétéCOUVERTURE**

**PRIORITE PREVENTION
Le rapport d’activités 2018 Vin & Société**

**P 2&3

P2
EDITO
2018, en marche vers la « Révolution Prévention ».**

Interpellé par la filière vini-viticole, le Président de la République a invité de manière inédite les producteurs de boissons alcoolisées à **participer à la « Révolution de la Prévention** ». Fondamentalement constructive, cette démarche reconnaît la place du vin dans la société tout en indiquant clairement qu’il est essentiel de combattre les excès et préserver les populations à risque.

Engagée dans la modération et l’information depuis des années, soucieuse du bon usage du vin par les consommateurs, Vin & Société s’est engagée et a participé à l’élaboration d’actions de prévention. **Le 27 juin 2018, Vin & Société rendait publique sa contribution au PNSP (Plan National de Santé Publique), pensée en collaboration avec tous les acteurs des boissons alcoolisées. Pour mettre en œuvre ses engagements, la filière investira 2 millions d’euros en 4 ans.**

**A travers ce rapport d’activités rendu publique, vous découvrirez concrètement les 7 mesures phares dégagées en matière de prévention ; ainsi qu’un aperçu des actions que Vin & Société** a mené toute l’année sur les terrains de la prévention, de la consommation responsable et de la valorisation de ses produits, emblèmes d’un savoir-faire et d’une culture millénaires.

+ Verbatim à côté
Joël Forgeau : « Nous sommes engagés dans une démarche volontariste et nous nous inscrivons dans une trajectoire de progrès pour lutter contre les dommages liés à la consommation excessive d’alcool. Nous sommes prêts à poursuivre le travail de concertation avec toutes les parties prenantes. La révolution de la prévention peut constituer une occasion unique de promouvoir un modèle équilibré, respectueux à la fois de la santé publique, d’un art de vivre à la française et de notre économie. »

**P3**

**Sommaire**

**Qui sommes-nous ? …………………………………………………………………………….. P 4-5
S’engager autour de mesures phare pour la prévention …………………………………………………………………………….. P 6-7
Sensibiliser nos publics & Valoriser la filière …………………………………………………………………………….. P 8 à 11
Eclairer l’opinion …………………………………………………………………………….. P 12 à 15**

**P3-4**

**Qui sommes-nous ?

FIERS ET RESPONSABLES !**

A travers Vin & Société, les 500 000 acteurs de la vigne et du vin en France s’engagent chaque jour pour une consommation de vin modérée et responsable. S’il est incontestablement l’un des piliers de notre patrimoine culturel, le vin n’est pas un produit comme un autre car il contient de l’alcool. La filière vitivinicole revendique donc 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 et les comportements à risques liés à la consommation d’alcool. Nous sommes responsables d’un patrimoine bimillénaire vivant. Sans interdit, ni excès, soyons tous responsables et apprécions le vin à sa juste mesure. Découvrir le vin dans toute sa diversité, savoir le goûter, l’apprécier et le boire, cela s’apprend et se partage. Pour être fière de ses vignes, de ses métiers, la filière contribue chaque jour à faire apprécier le vin à sa juste mesure.

+ infog chiffres clés de la filière
**558 000 emplois
87 000 exploitations
1500 coopératives et maisons de négoce
10 millions d’oenotouristes par an**

 **P 5-6
1er axe de la Prévention
S’engager autour de mesures phares

*Dans le cadre de sa contribution au PNSP, Vin & Société a dégagé 7 mesures phare en faveur d’une consommation responsable. Vigilance accrue pour certains publics, publicité responsable autour des produits, limitation des conduites à risque… Pour porter ces mesures et nourrir le débat parlementaire, Vin & Société entretient un dialogue permanent avec les pouvoirs publics. Transparente sur son mode d’action, Vin & Société déclare tous ses rendez-vous avec les élus et pouvoirs publics auprès de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique.***

**Les 7 mesures phare du Plan de Prévention**

* **Faire mieux respecter l’interdiction de vente d’alcool aux mineurs** en améliorant la formation des professionnels. Ce travail s’effectuera en concertation avec la grande distribution et les professionnels en contact avec les consommateurs (CHR, commerces spécialisés).
* **Informer sur les risques liés à la conduite sous l’influence de l’alcool** à travers des partenariats avec la Sécurité et la Prévention routière, la promotion du « conducteur désigné », des solutions alternatives pour le retour au domicile, des outils de contrôle de l’alcoolémie, etc. En 2021, des alcobornes seront mises en place lors des fêtes viticoles dans toutes les régions.
* **Intensifier la lutte contre le binge drinking** en mettant en place une charte nationale qui définit les droits et les devoirs à respecter durant les soirées étudiantes. Elle sera proposée à toutes les académies, relayée par les influenceurs et opérationnelle dès le second semestre 2019.
* **Contribuer à la diffusion du message « zéro alcool » pendant la grossesse**. Vin & Société est favorable à l’amélioration de la visibilité du pictogramme « femme enceinte » (proposition d’une taille 6 fois plus grande que celle utilisée sur les bouteilles de vin) et, au-delà, se tient prête à relayer le message « Zéro Alcool » pour toute la durée de la grossesse.
* **Promouvoir les comportements responsables auprès des consommateurs** grâce à 2 guides. Celui de la consommation responsable (diffusé auprès des interprofessions et des syndicats viticoles) et celui des bonnes pratiques au niveau local (disponible au second semestre 2019).
* **Améliorer l’autorégulation en matière de publicité et favoriser les bonnes pratiques**.
**> Vin & Société a signé le code déontologique de l’Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)** sur les publicités pour les boissons alcoolisées, et s’engage à délivrer des conseils juridiques auprès de ses adhérents pour renforcer le respect des bonnes pratiques.
**> Elle propose des sessions de formation à la loi Evin** sur demande de ses adhérents. Un projet d’outil digital de formation à la loi Evin est à l’étude et devrait être réalisé en début d’année 2019. Il viendra concrétiser l’un des engagements pris par Vin & Société dans sa contribution au plan de prévention : renforcer l’accompagnement et la sensibilisation des entreprises par le biais d’informations et de conseils.
* **Dénormalisation des produits alcoolisés :** Vin & Société s’est vigoureusement élevée contre la réduction de l’attractivité et de l’accessibilité des boissons alcoolisées souhaitée par la Stratégie nationale de santé ; une politique prohibitionniste insidueuse qui reviendrait à stigmatiser injustement les consommations modérées. Le prochain plan de la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (Mildeca), dont la publication est attendue depuis le mois de mars, devrait apporter un éclairage complémentaire sur les intentions du gouvernement.

*Encadré***Lumière sur l’action de Vin & Société auprès des pouvoirs publics**

En raison de son ancrage local très fort dans les territoires et les terroirs, le monde du vin a des contacts nécessaires et réguliers avec les élus de la République, les parlementaires, le gouvernement et les services de l’administration française. L’expertise de Vin & Société apporte sa connaissance du terrain et nourrit le dialogue sur les enjeux liés à l’emploi ou à l’oenotourisme notamment. Ces rendez-vous sont tous déclarés auprès de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique (HATVP).

En 2018, Vin & Société a rencontré à plusieurs reprises des parlementaires à Paris et en région, en coordination avec les interprofessions vitivinicoles :
- **en juin, Vin & Société a été auditionnée par le groupe d’études « Vigne, vin et œnologie » de l’Assemblée nationale** pour présenter son activité et sa contribution au plan national de santé publique,
**- en juillet, une rencontre-débat riche en échanges a été proposée aux parlementaires** afin de leur faire découvrir les modèles mis en place à l’étranger autour de la consommation responsable et de la co-construction des actions de prévention entre pouvoirs publics et producteurs de boissons alcoolisées. (Educ’Alcool au Québec, Fédération espagnole du vin en Espagne).

P 7 & 8
**2ème axe de la prévention**
**Sensibiliser & Valoriser
*Le monde vitivinicole est présent dans 66 départements. Il crée du lien social, des emplois non délocalisables, participe à l’entretien des paysages, et fait rayonner le savoir-faire et l’excellence à la française dans le monde entier. Informer, expliquer, valoriser. Vin & Société fait le pari qu’un public averti, éduqué à la vigne, est un public plus responsable en matière d’alcool. Elle déploie pour cela de nombreuses actions sur le terrain auprès de 2 publics identifiés comme prioritaires : les plus jeunes et les futurs professionnels. Et le grand public n’est pas oublié avec la diffusion massive (sur France Télévision) d’un programme court visant à valoriser l’exceptionnelle richesse du patrimoine viti-vinicole français.***

**>> La pédagogie pour les plus jeunes : connaître le vin pour mieux le consommer.**Vin & Société a continué à miser en 2018 sur l’éducation des plus jeunes (dès le primaire). L’objectif : leur faire découvrir le patrimoine viticole de leur région. Le pari : plus éclairée, la consommation se fait plus responsable. Retour sur les actions et résultats de 2018.

**-Le kit pédagogique « Les chemins de la vigne » : plus d’interaction, plus de consultation en 2018.**Ce kit, disponible sur le web, permet aux enseignants d’aborder le thème de la vigne tout au long de l’année, au travers d’une multitude de matières : chimies, histoire, français… Des visites directement sur le domaine viticole sont aussi proposées pour approfondir la théorie. En 2018, Vin & Société a intensifié ses actions pour développer la pertinence et la consultation du kit :
- la création d’une page facebook avec de bons résultats au RDV.
- 109 abonnés au 1er novembre,

- la portée moyenne d’un post avec image est de 248 personnes atteintes,

- l’ensemble des publications a généré 47 réactions (likes, j’adore, etc.)

-Un test du kit sur 5 régions pilote pour faire remonter les remarques des enseignants et des vignerons (pertinence du kit, ancrage dans les programmes pédagogiques…) et les porter à la connaissance de tous via leur publication sur le site et la page facebook dédiée.
-L’envoi mensuel d’éditions spéciales aux collèges des régions pilotes (ainsi qu’une « Edition Spéciale » nationale à l’ensemble du réseau du Web Pédagogique en juin) pour accentuer la consultation du site. Ces « Editions spéciales », qui proposent un focus sur un élément clé du site, sont de plus en plus consultées, mois après mois, et génèrent du trafic vers le site.

**-Petit quotidien, Mon quotidien et les Incollables : toujours plus de succès au rendez-vous.**Depuis 2015, Vin & Société collabore avec les Editions Playbac pour diffuser ces supports pédagogiques : Le Petit Quotidien (6-10 ans), Mon Quotidien (10-14 ans) et Les Incollables (8-12 ans). Ces Hors-Séries sur l’univers de la vigne ont un véritable succès, année après année. Depuis 2015, 480 000 exemplaires ont été diffusés. En 2018, une version digitale animée des Incollables a été développée.

+ Encadré Zoom sur les résultats pédagogie auprès des + jeunes
**Résultats clés 2018, en un clin d’œil
- Un test sur 5 régions pilote** pour intensifier la bonne utilisation et la diffusion du web-kit « Les chemins de la vigne » (retours visibles sur le site, envoi d’une édition mensuelle spéciale),
**- La création d’une page facebook** dédiée au kit « les chemins de la vigne »,
**- Un succès toujours au rendez-vous pour les éditions Playbac** (Les Incollables, Mon Quotidien et Mon Petit Quotidien).

P 9&10

**>> La sensibilisation des futurs professionnels : développer une pratique responsable**

Les futurs professionnels du secteur constituent l’autre public prioritaire en matière de prévention et de consommation responsable. C’est pourquoi Vin & Société a engagé plusieurs actions à leur intention.

**- Promotion de l’application de formation à la consommation responsable** : créée par Vin & Société, cette application est disponible en libre-service sur son site vinetsociete.fr. En 2018, Vin & Société a continué à promouvoir cette application auprès d’un public de plus en plus large.
- **Partenariat avec l’Ecole de la CCI Bordeaux Gironde** pour former à la consommation responsable de vin, transmettre les bonnes pratiques de dégustation et sensibiliser à la place économique du vin en France. A cette occasion, l’IPC s’est engagé à diffuser l’application de formation à la consommation responsable de Vin & Société au sein de neuf formations telles que « World Sommelier Academy » ou encore « Commercialisation Appliquée Vins & Spiritueux », soit environ 175 bénéficiaires par an.
- **Création d’une charte des clubs œnologiques** : Vin & Société et le club œnologique « AOC Kedge » ont créé, en collaboration avec un avocat spécialisé, une charte des clubs œnologiques des établissements de l’enseignement supérieur. L’objectif est d’éduquer aux pratiques de dégustation responsable et de rallier le plus grand nombre de clubs œnologiques. De plus, Vin & Société s’engage à accompagner ces clubs en matière de prévention sur leurs événements ou à trouver des intervenants.
**-Guide de la consommation responsable**: depuis leur impression en juin 2017, 223 000 guides ont été diffusés à l’occasion de fêtes viticoles mais également dans les caveaux de dégustation et sur les parcours oenotouristiques.
-**Plaquette « Consommation responsable :** utile lors de rencontres avec des parlementaires et des institutionnels, cette plaquette est utilisable par tous. Elle reprend des chiffres clés, le poids économique de la filière, le rayonnement des vins français, les sujets de prévention, de formation et d’éducation, ainsi qu’une présentation de Vin & Société. Depuis son impression, 800 supports ont été diffusés à la filière ou lors de réunions avec les parlementaires.
**>> La valorisation du territoire : 1 minute, 1 vignoble**

Diffusé pour la première fois en mars 2017, ce programme 100 % axé sur la culture et le patrimoine met un véritable coup de projecteur sur la richesse oenotouristique des régions viticoles françaises et contribue à transmettre ce patrimoine national aux générations futures. Une richesse nationale qui intéresse le monde entier **: chaque année, la France accueille plus de 10 millions d’oenotouristes dont 40% vient de l'étranger.**

En 2018, 16 films (dont 7 inédits en 2018), d’une minute chacun, ont invité les téléspectateurs à découvrir les régions viticoles de Bordeaux, des Côtes du Rhône, du Val de Loire, du Languedoc, du Pays d’Oc et du Roussillon ; six interprofessions ont participé à cette saison 2  (CIVB, CIVL, InterLoire, Inter Rhône, Inter Oc, CIVR). **Ce programme a été diffusé sur France Télévisions, entre le 10 septembre et le 30 décembre 2018, et a rassemblé 2 millions de téléspectateurs en moyenne devant chaque épisode.**

*+ encadré Zoom Résultats***Résultats clés 2018, en un clin d’œil**> **9 formations** de la CCI de Bordeaux intégreront l’application « Consommation Responsable » de Vin & Société, soit environ 175 bénéficiaires par an.
> **XX clubs œnologiques** signataires d’une charte de dégustation responsable.
**> 223 000 guides** de la consommation responsable diffusés depuis juin 2017
> **800 plaquettes** sur la consommation responsable diffusés depuis XXX.
**> La diffusion sur France 2**, entre septembre et décembre 2018, de 16 nouveaux films courts « 1 minute, 1 vignoble ».
**> 2 millions de téléspectateurs** devant chaque épisode de « 1 minute, 1 vignoble ».

P 10 & 11 **Fêtes viticoles et oenotourisme responsables**

***Fêtes viticoles et évènements oenotouristiques sont des instants conviviaux qui rassemblent un public nombreux : 300 fêtes viticoles ont été recensées en France en 2018 (****est-ce bien en 2018 ?)****. Depuis plusieurs années, Vin & Société accompagne consommateurs et organisateurs pour promouvoir une consommation responsable, lutter contre les débordements et l’insécurité routière en découlant. Diffusion d’outils d’auto-diagnostic, information, nouveaux partenariats, création d’un label… Retour sur l’année 2018, un très bon cru en termes de résultats.***

**- Sécurité routière**
**- Distribution d’éthylotests** gratuits dans le cadre du partenariat Vin & Société avec la société CONTRALCO, et prix préférentiels pour l’achat d’éthylotests chimiques (pour les adhérents de Vin & Société).
**- Participation aux réunions de coordination** **de sécurité routière** avec les organisateurs de fêtes viticoles et la préfecture, comme pour la Saint-Vincent tournante 2019 par exemple.
**- Accompagnement à la mise en place de bonnes pratiques** auprès d’une vingtaine d’événements.

- **Dégustation Responsable : un support pédagogique, destiné à toutes les personnes qui font déguster le vin, et intitulé « Bienvenue dans l’univers de la dégustation de vin** *»*, met en avant dix conseils sur les gestes et attitudes responsables clés. Parmi ces conseils, « montrez l’exemple », « de l’eau encore de l’eau » ou encore « recracher c’est profiter ». Au dos de chaque conseil, une citation autour du vin vient illustrer et enrichir le propos.

**-Vers la création d’un label « Fêtes viticoles responsables »**
A terme, Vin & Société souhaite créer une dynamique territoriale autour d’un label national des bonnes pratiques : le label viticole des Fêtes Responsables. Elle a initié en 2018 une collaboration avec Atout France dans ce sens et défini un cahier des charges avec des critères précis, obligatoires ou facultatifs, pour l’obtention de ce label. La création de ce label s’inscrit dans la mise en œuvre du plan de prévention remis par la filière vitivinicole au Gouvernement en juin. Il viendra répondre à la volonté de la filière d’améliorer la connaissance et la mise en œuvre de la consommation responsable auprès des professionnels.

*+ encadré*
**Résultats clés 2018, en un clin d’œil
- 14 757 éthylotests distribués** gratuitement lors des Fêtes Viticoles, **- une vingtaine d’évènements** accompagnés dans l’organisation d’une fête responsable, **- 3600 exemplaires** du document « Bienvenue dans la dégustation responsable » diffusés, **- la création d’un label Fêtes Viticoles Responsables** en bonne voie de progression (partenariat avec atout France notamment).

**P 12 & 13**

**Eclairer
*Au-delà d’actions visibles sur le terrain, Vin & Société réfléchit aux problématiques de la filière, en partenariat avec des acteurs experts sur le sujet. Elle entend ainsi nourrir le débat avec une information constructive et éclairée. Et participer à sa large diffusion.***

**Le WIN : diffuser l’engagement « Consommation Responsable » dans le monde entier**Depuis 10 ans, le WIN « Wine In Moderation » œuvre pour une consommation responsable en Europe et dans le monde. Composée d’entreprises et d’organisations professionnelles (Vin & Société pour la France), l’association promeut un mode de vie sain et équilibré et entend contribuer à la réduction des dommages liés à une consommation excessive d’alcool. Le programme se base sur la science, l’éducation et l’autorégulation pour sensibiliser le public et partager les bonnes pratiques.

Les échanges entre les pays membres sont l’un des points forts du programme et un facteur d’enrichissement mutuel. Ils permettent d’être informés sur les actions mises en œuvre à l’étranger pour valoriser la consommation modérée, et sont une source d’inspiration pour Vin & Société. L’association WIM accueille désormais des membres de 15 pays d’Europe et d’Amérique latine. Le WIM a également rejoint des organisations intergouvernementales comme l’OIV et l’Organisation mondiale du tourisme.

**La fiscalité comportementale : des convictions à partager**A plusieurs reprises en 2018, Vin & Société a pris la parole pour informer sur les risques liés à la mise en place de mesures de fiscalité comportementale ; qui visent à taxer certains produits en raison de leur composition. Voici pourquoi cet outil est, selon Vin & Société, bien souvent inopérant voire contreproductif :

* **Le vin n’est pas en lui-même un produit nocif. C’est son mode de consommation qui peut l’être** et il y a lieu de distinguer entre consommation modérée et consommation excessive. Cette stigmatisation du vin porterait atteinte à son image en France comme à l’étranger ; alors que 10 millions d’oenotouristes viennent en France chaque année !
* **La fiscalité ne fait pas forcément baisser la consommation** : la consommation de boissons alcoolisées a diminué de 60 % sur les 60 dernières années, baisse supportée quasi-exclusivement par le vin, mais cette baisse n’est en rien corrélée au niveau de fiscalité appliqué, celui-ci étant resté relativement stable depuis 1993. A contrario, les consommations de bières et de spiritueux sont demeurées stables, alors que la fiscalité de ces boissons a connu une augmentation sensible.
* **La fiscalité comportementale se révèle inefficace sur les comportements excessifs et les pathologies liées à l’abus d’alcool**. Les consommateurs excessifs se montrent en effet insensibles au prix des boissons, contrairement aux consommateurs modérés. De même, les pays d’Europe du nord et de l’est, qui connaissent un niveau élevé de taxation, sont aussi ceux où le phénomène de binge drinking est le plus massif.
* **Une trop forte pression fiscale sur le vin.** Déjà taxé à hauteur d’un milliard d’euros (sur quoi :sur ses ventes ?),le vin devrait augmenter ses prix à un niveau bien trop élevé pour supporter cette fiscalité additionnelle. Et cela pourrait déséquilibrer gravement la filière.
* **En matière de santé publique, seules les politiques de prévention et de pédagogie permettent de lutter efficacement contre les comportements à risque.**

Encadré
**La prise de position anti-fiscalité comportementale de l’Assemblée Nationale et du Sénat**Lors de l’examen par l’Assemblée nationale et le Sénat du projet de loi de financement de la Sécurité sociale pour 2019, une disposition est venue indirectement impacter la filière vitivinicole. En effet, à la demande de certaines associations, des parlementaires voulaient taxer les boissons aromatisées à base de vin. Le gouvernement a demandé la suppression de cette disposition, jugeant que le résultat recherché (protéger les mineurs de l’entrée dans la consommation d’alcool) ne pouvait être atteint par ce texte, et que sa rédaction étendait par erreur la taxation à certains vins ou cidres. La rédaction du texte, très complexe, assujettissait par erreur à la taxe des vins tranquilles ou effervescents tels que la Clairette de Die, les Coteaux du Layon ou des Champagne demi-sec. Vin & Société avait informé les pouvoirs publics de cet effet de bord indésirable. Au final, le consensus a été total sur la suppression de cette mesure.

+ encadré **Résultats clés 2018, en un clin d’œil
- 10 ans d’existence pour le WIM** et son message de consommation responsable.
**- 15 pays** accueillis au sein du WIM.
**- Une prise de parole soutenue contre la fiscalité comportementale.**

**P 14 & 15
-Le Vinocamp Paris : « l’e-vènement » du vin et du digital**Chaque année depuis 2010, cet évènement explore l’impact du digital et des nouvelles technologies sur la filière vin à travers des conférences, des ateliers, des tables rondes. Il favorise l’échange entre passionnés du vin de tous bords, experts et e-influenceurs, à l’instar d’un véritable laboratoire d’idées. La communauté Vinocamp compte aujourd’hui 2000 fidèles (contributeurs et participants). Le 5 mars 2018, les Vinocampeurs se sont retrouvés toute une journée autour du thème : « Vin, communication, innovation : où en est l'Europe ? ». Le Vinocamp s'est attaché à décrypter les enjeux de communication, d'influence, de business models, d'innovation, d'éducation et de formation pour comprendre où en est l'Europe en matière de vin.

 *+ Encadré / Focus*
Résultats Vinocamp 2018

* 250 personnes présentes au total dont 9 journalistes et blogueurs,
* Un évènement bien relayé sur Twitter et internet (rubrique Actualités de Vin et Société)
* Une dizaine de retombées presse (dont Europe 1)

**-Le laboratoire d’idées : la génération Y et le vin**

Vin & Société s’intéresse depuis quelques années à la génération Y, future consommatrice de vin (réalisation d’une étude intitulée « La génération Y et le vin » en XX notamment). En 2018, Vin & Société s’est associée avec l’Ecole nationale supérieure Louis-Lumière pour lancer un appel à projets : présenter une idée de court-métrage sur le thème du rapport de la génération Y au vin. In fine, deux propositions seront retenues en décembre par un jury (constitué des différents partenaires) et financées pour leur réalisation.

**- Les études : un contenu à partager**Vin & Société commandite, centralise ou diffuse les études les plus sérieuses sur la consommation de vin dans la société (qui, quoi comment, où...) et sur les thématiques du vin, de l’alcool et de la santé. En 2018, elle a réalisé :
**- 2 études IFOP** : **un sondage sur les français, leur consommation de vin et la santé et une étude visant à dresser des portraits intergénérationnels** afin de définir comment s’opère la transmission du goût et des nourritures (trentaine d’entretiens menés auprès de jeunes et de moins jeunes).

**- Une compilation des Etudes Alcimed** qui comprend un recensement de plus de 632 études, avec une étude bibliographique complète et détaillée. Alcimed produit en effet depuis 10 ans pour Vin & Société une analyse annuelle bibliographique des effets d’une consommation modérée du vin sur la santé.
**- Une étude Brandwatch,** menée dans le cadre du Vinocamp 2018, **sur l’étude des conversations autour du vin en Europe**. Qui en parle, comment ? Un article écrit à ce sujet est disponible sur le site vinetsociete.fr.
**- Une note de synthèse, rédigée sur l’Etude Lancet**, qui compile les vues divergentes sur le sujet « alcool et santé ». Cette étude est disponible sur le site vin et société.

 **-Les Rendez-Vous « Débats et Décryptage »
Vin & Société a lancé une série de rendez-vous trimestriels, « Les RDV décryptages de Vin & Société »,** réunissant la presse, les membres de la filière vitivinicole française ainsi que les publics externes tels que les acteurs économiques ou intellectuels environnant, afin de débattre de sujets relatifs à la place du vin dans notre société. Il ne s’agit pas d’un colloque ni d’une conférence de presse, mais plutôt d’un moment de débat et de décryptage privilégié balayant les sujets sociétaux et politiques. L’objectif est d’apporter aux médias de l’information de qualité, nourrie par des témoignages d’experts.

Deux premières séquences ont eu lieu en 2018 :

> Dans le cadre de la Contribution de la filière vitivinicole au Plan National de Santé Publique, Vin & Société a invité des partenaires étrangers (Québec, Espagne) pour se nourrir de leur expérience en matière de prévention. Les intervenants, Hubert Sacy (Educ’alcool) et Pau Roca (FEV), ont débattu sur le thème : « Peut-on faire de la prévention tout en valorisant la consommation modérée et responsable de vin ? ».

> Un retour a été fait sur l’étude diffusée par le Lancet et une réflexion lancée sur l’évolution « morale » de notre société. Intervenants Pierre-Louis Teissedre (Institut des Sciences de la Vigne et du Vin) et Michel Maffesoli (Sociologue, Sorbonne, CNRS, Institut Universitaire de France).

**Résultats 2018, en un clin d’œil
- Une 6ème édition à succès pour le Vinocamp (retombées presse et réseaux sociaux, nombre de participants).
- Un appel, auprès d’une école de cinéma, à réaliser un film sur la génération Y et le vin.
- Une contribution importante en matière d’études (Alcimed, IFOP, Brandwatch et note de synthèse sur l’étude Lancet).
- Un nouveau Rendez-Vous « Débats et Décryptage » pour éclairer deux sujets phare de l’année : l’étude Lancet et la façon de faire de la prévention à l’étranger**.