



FEDERATION DES ENTREPRISES
DU COMMERCE
ET DE LA DISTRIBUTION

CONFERENCE DE PRESSE

Mercredi 16 décembre 2009

Le plan

action **p**révention **a**lcool
se poursuit !



FÉDÉRATION DES ENTREPRISES
DU COMMERCE
ET DE LA DISTRIBUTION

Communiqué de presse

Paris, le 16 décembre 2009

Le plan Action Prévention Alcool lancé en 2008 se poursuit activement

**80 % des produits alcoolisés sous Marque de Distributeurs indiquent
les unités d'alcool**
85 % des magasins ont l'affichage « moins de 18 ans l'alcool j'achète pas »

- 1- **L'étiquetage des unités d'alcool** concerne à ce jour 80 % des produits alcoolisés à Marque de Distributeurs. Cette action, lancée en mai 2008, est dans la droite ligne des souhaits du Président de la République annoncés dans son discours de Marseille le 2 novembre 2009. Il est basé sur les recommandations OMS (Organisation Mondiale pour la Santé) et permet d'éclairer rapidement le consommateur sur la quantité d'alcool absorbée (1 unité = 10g d'alcool pur).

Les enseignes du Commerce et de la Distribution proposent donc au gouvernement d'envisager ce mode de marquage qui consiste en l'indication de l'unité d'alcool consommée par mode de consommation (verre type) et souhaitent le voir étendre aux autres produits alcoolisés à l'exemple de l'industrie de la bière.

- 2- **L'action d'information et de sensibilisation des jeunes et de leur famille** sur les dangers de l'alcool présentée aux mineurs via le logo « *Moins de 18 ans, l'alcool j'achète pas* » qui a été apposé au sein des magasins à 85 %, majoritairement en caisse avec parfois reprise en prospectus et dans les rayons.
- 3- **La diffusion du guide de bonnes pratiques de dégustation** auprès des fournisseurs et des magasins a été effectuée.
- 4- **Deux nouvelles fiches d'informations** sont mises à disposition des magasins :
 - l'une à destination des jeunes pour les aider à comprendre et à accepter l'interdiction de vente aux mineurs ;
 - l'autre à destination des caissières afin de leur donner les arguments nécessaires face à un client mineur souhaitant acheter de l'alcool.

Ces deux derniers outils informatifs ont été réalisés en collaboration avec la Préfecture de Seine-Saint-Denis (Ile-de-France), avec l'appui de la MILDT et d'autres associations professionnelles concernées.

FCD : La Fédération représente les entreprises du commerce à prédominance alimentaire. Ce secteur compte 650 000 salariés, 1 400 hypermarchés, 5 600 supermarchés, 3 700 maxidiscomptes et 15 500 magasins de proximité, soit environ 26 000 points de vente pour un volume d'affaires de 170 milliards d'euros. Elle intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, le développement durable, les relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), les relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial.

ETIQUETAGE DES UNITES D'ALCOOL

Aller au-delà de la réglementation : la directive 200/13/CE régissant les modalités d'étiquetage des produits alimentaires oblige l'indication du titre alcoométrique volumique acquis pour les boissons titrant à plus de 1,2 % d'alcool. Cette information ne nous semble pas suffisante pour renseigner simplement le client sur sa consommation réelle d'alcool.

Mettre en œuvre les repères développés par l'Organisation Mondiale pour la Santé (OMS) : les enseignes ont souhaité indiquer sur tous leurs produits alcoolisés de marques propres le nombre d'unités d'alcool contenues dans le mode de consommation habituel.

Le principe d'équivalence retenu est :	1 unité = 10g d'alcool pur.
Repères OMS	
Pour les femmes	2 unités d'alcool
Pour les hommes	3 unités d'alcool
De manière occasionnelle (fêtes...)	4 unités d'alcool
Pour les femmes enceintes	0 unité d'alcool
Pour les personnes amenées à conduire un véhicule	0 unité d'alcool

La règle des arrondis choisie pour le marquage du nombre d'unités est établie de manière à être la plus exacte par rapport à la consommation.

L'harmonisation des volumes de consommation et la représentation illustrée par un schéma du contenant habituel permettent de simplifier l'accès à l'information pour le consommateur. Par ailleurs, chaque enseigne organisera un renvoi possible sur un site reprenant la description du système de l'OMS.

Le guide établi par la profession permet une clarification d'application pour les différents acteurs.

Cet étiquetage, mis en place au cours de 2008, est à présent disponible sur 80 % des produits de Marques de Distributeurs.

ETIQUETAGE DES UNITES D'ALCOOL

Ce système vise à améliorer l'information du consommateur en matière de consommation responsable de boissons alcoolisées.

- **Périmètre d'application**

Toutes les boissons alcoolisées à marques d'enseignes. Les mentions figureront sur les étiquettes des produits.

Une boisson alcoolisée est une boisson qui contient plus de 1,2 % d'alcool en volume.

- **Principe d'équivalence retenu**

10 g d'alcool pur correspondent à une unité d'alcool.

La méthode de calcul des unités d'alcool est la suivante :

$(\text{volume de la boisson en cl} \times \text{degré d'alcool de la boisson} \times 0,80) / 100 = \text{unités d'alcool pour le volume de la boisson.}$

- **Marquage des unités d'alcool**

- Les unités d'alcool figurent sur l'étiquette du produit de manière claire, lisible et indélébile.
- Le nombre d'unités d'alcool est indiqué dans un pictogramme représentant le contenant.



bouteille



canette

- Pour les contenants correspondant à une consommation unique (contenants de 25 cl, 33 cl et 50 cl), seul le nombre d'unités d'alcool correspondant au volume total est indiqué. Cette politique de marquage s'applique surtout aux produits de type bière, cidre, boissons alcoolisées et aromatisées... Pour les produits de partage type bouteille de vin d'un volume de 37,5 cl, il est plutôt recommandé d'indiquer les unités d'alcool au verre.

- Pour les contenants correspondant à plusieurs actes de consommation (contenants strictement supérieurs à 50 cl), le nombre d'unités d'alcool par mode de consommation (type de verre) est indiqué.

Pour les bières

ex :



= 25 cl

Le volume de la représentation doit toujours être rappelé (= 25 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume est précisé dans le verre.

Pour les whiskies,
liqueurs traditionnelles
et les alcools blancs

ex :



= 3 cl

Le volume de la représentation doit toujours être rappelé (= 3 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume est précisé dans le verre.

Pour les cognacs,
crèmes et liqueurs de
base à cocktail

ex :



= 3 cl

Le volume de la représentation doit toujours être rappelé (= 3 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume est précisé dans le verre.

Pour les vins tranquilles

ex :



= 10 cl

Le volume de la représentation devra toujours être rappelé (= 10 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume sera précisé dans le verre.

Pour le cidre

ex :



= 20 cl

Le volume de la représentation doit toujours être rappelé (= 20 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume est précisé dans le verre.

Pour les champagnes, vins mousseux et autres vins effervescents

ex :



= 10 cl

Le volume de la représentation doit toujours être rappelé (= 10 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume est précisé dans le verre.

Pour les apéritifs, vins doux et apéritifs à base de vin, les apéritifs liquoreux et les cocktails

ex :



= 6 cl

Le volume de la représentation doit toujours être rappelé (= 6 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume sera précisé dans le verre.

Pour le Pastis

ex :



= 2,5 cl

Le volume de la représentation doit toujours être rappelé (= 2,5 cl).

Le nombre d'unités d'alcool de ce volume sera précisé dans le verre.

Pour les étiquetages multilingues, l'indication x alc.unit peut remplacer la mention x unités d'alcool.

La taille de représentation graphique du verre doit uniquement respecter une obligation de lisibilité (pas de taille minimale recommandée).

Le principe général est le marquage suivant :

- la forme du verre adaptée au produit,
- les unités d'alcool adaptées au verre,
- le centilitrage adapté au produit.

Le marquage des unités d'alcool peut être sorti du verre si la visibilité n'est pas suffisante. Dans ce cas, le nombre d'unités d'alcool devra être spécifié à proximité du schéma du verre.

- **Règle d'arrondi :**

Si le calcul donne un nombre entier, la valeur unitaire sera marquée sans chiffre après la virgule (ex : 1,00 = 1 unité)

Si le calcul donne un nombre décimal, on retient pour le marquage un seul chiffre significatif après la virgule avec la règle d'arrondi suivante :

- 1,10 = 1,1
- Si le 10^{ème} est entre 0 et 9 arrondir vers le supérieur par exemple 1,11 à 1,19 = 1,2

Pour les valeurs de 0 cela donne :

- 0,00 = 0
- 0,01 à 0,09 = 0,1

- **Référence de site**

Une référence au site de l'enseigne peut figurer sur les étiquettes des produits entrant dans le périmètre de ce guide qui permet de connaître les repères des consommations recommandées par l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé).

QUELQUES EXEMPLES D'ETIQUETTES

M

Muscat de Rivesaltes

Vin Doux Naturel

Le Muscat de Rivesaltes Pierre Chanou est issu des premières vendanges de France, dès le mois d'Août, dans la plaine du Roussillon, au cœur de la Catalogne Française, entre Pyrénées et Méditerranée : les Muscats d'Alexandrie et les Muscats à petits grains s'expriment ainsi dans toute leur jeunesse.

À déguster bien frais à l'apéritif ou avec un foie gras.

Après ouverture, conserver la bouteille au réfrigérateur et à consommer rapidement.

Service clients groupe Auchan - BP 882 - 83550 Villeneuve d'Ascq Cedex.
Fabriqué et embouteillé en France par EMB 06-11-89 pour Auchan Production.

Contient des sulfites.

Vol. 15,5% alc

3 254560 032637

75 cl

0,8 Juleps Palcosol
www.auchan.fr

RIVESALTES

AMBRE

VIN DOUX NATUREL A.O.C. RIVESALTES AMBRE

VIN DOUX NATUREL

Le Rivesaltes Ambré Pierre Chanau doit ses riches arômes à une sélection des meilleurs raisins, et surtout à un vieillissement contrôlé.

C'est un vin rare, à déguster à l'apéritif ou avec un dessert et à servir très frais.

Pour préserver au mieux ses arômes après ouverture, conserver la bouteille au réfrigérateur

Pour toute suggestion, merci de nous écrire en notant le nom du produit, le date et le numéro de lot figurant sur la bouteille.

Service Clients - Groupe Auchan - BP 682
59656 Valenciennes Cedex
N° Azur 0 810 28 24 28 • www.auchan.fr

Fabriqué en France par EMB 66 N 89 pour Auchan Production.

ALC. 15,5% VOL.
Contient des sulfites



75CL



BORDEAUX

APPELLATION
BORDEAUX CONTRÔLÉE



Accompagnement :

viandes rouges, volailles et fromages.



Température de service :

14° C à 16° C.



**LES PETITES CAVES**

CONTIENT : SULFITES



12 % vol.



100/0002449/58

0,8 unit. alc.



55 06 219

PRODUIT DE FRANCE



2007

GRAND VIN DE BORDEAUX

MONTAGNE SAINT-ÉMILION

APPELLATION MONTAGNE SAINT-ÉMILION
CONTRÔLÉE



MIS EN BOUTEILLE PAR
LES CAVES DE LA BRÈCHE
NÉGOCIANT A PINEUILH 33220 - FRANCE

12% vol - 75 cl



MONTAGNE SAINT-ÉMILION

APPELLATION MONTAGNE SAINT-ÉMILION CONTRÔLÉE



Cépages : Merlot, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon.



Robe rouge rubis profond, des arômes de fruits rouges mûrs, des tanins souples et ronds, de l'équilibre.



Se conserve : 2 à 5 ans.



A consommer avec des viandes en sauce ou grillées, fromages.



A déguster entre : 16° et 18°C.

Contient des sulfites.

Sélectionné et Distribué
par cora Croissy Beaubourg
77435 Marne-la-Vallée Cédex 2

* www.cora.fr pour plus d'informations



12% vol
75 cl



3



P R O D U I T D E F R A N C E

CÔTES DE PROVENCE

APPELLATION CÔTES DE PROVENCE CONTRÔLÉE



2008



Vin issu de raisins de l'agriculture biologique

Produit certifié par FR-BIO-01

Mis en bouteille par
Le Cercle des Vignerons de Saint Louis
union de caves coopératives
83170 Brignoles - France

75 cl - 12,5% vol.



APPELLATION CÔTES DE PROVENCE CONTRÔLÉE



Cépages : Grenache, Syrah, Cinsault.



Ce vin aux arômes de fruits blancs développe puissance et rondeur équilibrées par une belle fraîcheur.



Se conserve : 2 ans.



À consommer notamment avec un sauté de veau aux olives ou une salade de saumon aux trois poivrons.



À déguster entre : 8° et 10°C.

XXXX



Contient des sulfites.

Sélectionné et Distribué
par cora Croissy-Beaubourg
77435 Marne-la-Vallée Cedex 2
* www.cora.fr pour plus d'informations



75 cl



12,5% vol



3



AVOIR LE REFLEXE L'ALCOOL : INTERDIT AUX MOINS DE 18 ANS

Logo « moins de 18 ans : l'alcool j'achète pas »

Dès 2008, la FCD a fait le choix d'un message fort pour toucher tous les jeunes de moins de 18 ans. Age limité qui a ensuite été consacré par la Loi Hôpital, Patient, Santé et Territoire publié en juillet 2009.

Cet affichage est destiné plus particulièrement aux caisses.

La profession a fait le choix volontaire de communiquer sur l'âge de 18 ans afin de :

- faire de cette communication une base pédagogique, l'objectif étant que les jeunes, au travers de ce discours, changent leur comportement et évitent ainsi la nécessité de vérification de leur l'identité,
- faire écho aux souhaits du gouvernement, exprimés par la Ministre de la santé, de remonter l'âge d'interdiction à 18 ans.

Affichage de l'interdiction réglementaire

La profession a souhaité ré-informer ses consommateurs sur cette mesure de protection des mineurs.

Dans l'attente de l'affichage réglementaire prévu pour le début de l'année 2010, l'affichage dans les magasins se fera sous forme d'affiches reprenant les termes de la loi. Les lieux d'affichage recommandés sont les rayons de boissons alcoolisées et l'accueil du magasin.

L'affiche aura à la fois l'objectif d'informer les clients, mais également les membres du personnel en magasin.

A ce jour le déploiement se chiffre ainsi :

- Rappel de l'interdiction de vente au mineur via le logo « Moins de 18 ans l'alcool j'achète pas » : diffusion au sein des magasins à 85 %, majoritairement en caisse avec parfois reprise en prospectus et dans les rayons.
- Rappel de l'interdiction de vente réglementaire : 100 % des magasins ont relayé l'affichage.



l'alcool

18 moins de
ans

j'achète pas

INFORMATION

VENTE DE BOISSONS ALCOOLISEES

Selon la Loi Hôpital, Santé Patient Territoire
article 23

**IL EST INTERDIT DE VENDRE OU D'OFFRIR
A TITRE GRATUIT**

**A DES MINEURS DE MOINS DE 18 ANS
DES BOISSONS ALCOOLISEES**

Chers clients,

**Merci de nous aider
à respecter la réglementation**

Des contrôles aléatoires pourront être réalisés pour vérifier cette mesure

FICHES EXPLICATIVES DE L'INTERDICTION DE VENTE AUX MINEURS

Il n'est pas toujours facile de faire comprendre à un mineur que le magasin n'a pas le droit de lui vendre de l'alcool.

Afin d'aider la caissière à faire passer ce message, nous allons diffuser une petite notice avec quelques phrases clés, objectives et fermes. Le but est que la caissière se sente suffisamment à l'aise avec cette interdiction pour mieux la mettre en œuvre.

Egalement, et dans la même veine, une plaquette ludique sera mise en place. Elle aura comme vocation d'expliquer aux mineurs les raisons de la loi.

Ces deux outils seront diffusés aux magasins début 2010. *Les versions mises dans ces dossiers sont des maquettes.*