



## **L'engagement des producteurs de bière, vin et spiritueux marque une progression sur deux ans de la réduction de la consommation nocive d'alcool**

WASHINGTON, le 15 septembre 2015/PRNewswire/ --

Les PDG des entreprises leaders internationales productrices de bière, vin et spiritueux ont publié un rapport mettant en avant les progrès de leur initiative sans précédent visant à réduire la consommation nocive d'alcool. Au terme de deux ans du programme d'une durée de cinq ans, l'engagement des producteurs de bière, vin et spiritueux de réduire la consommation nocive d'alcool (<http://www.producerscommitments.org>) a enregistré des progrès dans les zones clés dont l'assistance à la réduction de la consommation d'alcool des mineurs, la prévention de l'alcool au volant, et le renforcement et l'augmentation des codes de pratiques du marketing pour promouvoir la consommation responsable d'alcool.

(Photo : <http://photos.prnewswire.com/prnh/20150909/265153>)

On souligne dans le rapport les progrès des producteurs dans le soutien de la réduction de la consommation d'alcool des mineurs. Les entreprises signataires ont déployé 180 programmes de prévention de la consommation d'alcool des mineurs dans le monde. Les producteurs de bière, vin et spiritueux ont contribué au développement d'une politique d'âge légal d'achat au Vietnam en 2014.

« Nous pensons que face à la consommation nocive d'alcool, tous les secteurs de la société - les entreprises, la société civile et le secteur privé - doivent être impliqués. Nous sommes donc ravis que les PDG des plus grandes sociétés de production d'alcool aient accepté un ensemble de cinq engagements pour aborder la consommation nocive d'alcool dans un programme de travail d'une durée de cinq ans », a déclaré Ann Keeling, présidente/PDG de l'International Alliance for Responsible Drinking (IARD), qui joue le rôle de secrétariat pour les engagements. « L'IARD invite les autres détaillants et entreprises productrices d'alcool à nous rejoindre afin d'intensifier cet effort, et nous invitons les partenaires des organisations gouvernementales, de la société civile et internationales à lire ce rapport et voir comment nous pouvons collaborer pour trouver des solutions. »

« Nos entreprises sont représentées dans plus de 100 pays, et nous sommes déterminés à contribuer de manière positive et pérenne à travers des efforts communs, sur tous les marchés où nous opérons », a commenté Carlos Brito, président du groupe Commitments

CEO et PDG d'Anheuser-Busch InBev. « Nos engagements constituent un bon point de départ afin d'aider à réduire la consommation d'alcool en général, mais pour élargir l'impact de notre travail, nous devons étendre cette approche collective à d'autres entreprises productrices de bière, vin et spiritueux, ainsi qu'aux détaillants, aux gouvernements, aux organisations internationales et aux groupes communautaires locaux. Nous travaillons dur pour regrouper ces partenariats afin d'avoir un plus grand impact dans nos efforts visant à réduire la consommation nocive d'alcool. »

Les engagements (Commitments) représentent la plus grande initiative de l'industrie dans son ensemble abordant la consommation nocive d'alcool. Le [rapport périodique 2014](#), basé sur les indicateurs de performance clés développés par les services de développement durable d'Accenture, a été certifié par KPMG Sustainability. Ce rapport examine les gains réalisés dans plusieurs domaines d'action spécifiques. Ces axes de progrès comprennent :

- **Toucher davantage de personnes dans le monde de plus de manières qu'auparavant avec des outils et une sensibilisation visant à réduire la consommation nocive d'alcool.** Dans l'ensemble, les programmes de sensibilisation résultant des travaux des signataires en collaboration avec des ONG, des organisations intergouvernementales et d'autres parties prenantes ont touché directement plus de 2,58 millions de mineurs. Les influenceurs adultes dépassent les efforts d'un bond allant d'environ un demi million à 3,26 millions. Les nouveaux outils comprenaient le développement significatif de la construction d'un site Internet, <http://www.responsibledrinking.org>, qui délivre des informations simples et factuelles concernant la consommation responsable.
- **Création d'un impact mondial continu à travers des efforts de prévention de l'alcool au volant.** Grâce à des efforts collectifs et individuels, les producteurs de bière, vin et spiritueux ont lancé 375 opérations uniques sur la consommation d'alcool au volant dans 146 pays. En partenariat avec l'IARD, les producteurs ont lancé une série de programmes pilotes à succès visant à réduire la consommation d'alcool au volant en Chine, en Colombie, au Mexique, au Nigeria, en Russie et au Vietnam. Créée en partenariat avec des gouvernements, des organismes de la société civile et des ONG, ces programmes adaptés à la culture locale se concentrent sur la sensibilisation du public, la création de liens plus étroits avec les forces de l'ordre et le ciblage de groupes spécifiques de conducteurs à haut risque pour la consommation d'alcool au volant.
- **Lancement d'un ensemble de principes numériques** en septembre 2014. Les principes ont marqué le premier ensemble de recommandations internationales au monde pour les producteurs de boissons alcoolisées qui requiert que l'utilisation des réseaux sociaux et du marketing en ligne soit soumise aux mêmes normes s'appliquant aux activités de marketing traditionnelles. Ces normes comprennent le respect de la règle du 70/30, qui établit que les publicités imprimées et les médias numériques et de diffusion doivent avoir un public adulte d'au minimum 70 %.

- **Lancement d'un Guide éducatif à propos de l'alcool** en octobre 2014. Élaboré sous la supervision d'un panel d'experts à l'origine des travaux sur les meilleures pratiques à l'échelle mondiale, ce *guide* sert de support au développement de programmes éducatifs relatifs à l'alcool à l'aide de ressources interactives, complètes et faciles d'utilisation. Le *guide* donne aux utilisateurs des exemples de programmes de bonnes pratiques qui peuvent être reproduits ou adaptés pour différents publics.

Le rapport périodique souligne également les travaux à venir pour la durée de l'initiative, qui incluent d'étendre à d'autres pays les efforts collectifs menés contre la consommation d'alcool au volant, de poursuivre les efforts déployés dans les pays cibles qui n'ont pas d'âge minimum légal de consommation, et de poursuivre la collaboration avec les plus grands détaillants internationaux afin de mieux définir leur rôle dans le soutien des objectifs de réduction de la consommation nocive d'alcool. Dans 66 des 117 pays où les signataires des engagements (Commitments) sont actifs, au moins un signataire œuvre à faire avancer les initiatives des commerces de détail afin de réduire la consommation nocive d'alcool.

Les producteurs ont signé pour la première fois les engagements en octobre 2012, lorsqu'ils ont accepté d'entreprendre une série d'actions sur une période de cinq ans (commençant en 2013) dans le but de renforcer et d'étendre les efforts existants de réduction des effets destructeurs de la consommation d'alcool. Les cinq engagements abordent :

- La diminution de la consommation des mineurs
- Le renforcement et l'expansion des codes de pratique du marketing
- La diffusion d'informations au consommateur et une innovation responsable des produits
- La diminution de la conduite avec consommation d'alcool
- L'engagement du soutien des détaillants pour réduire la consommation nocive d'alcool

L'IARD et les producteurs soutiennent également la Stratégie globale visant à réduire l'usage nocif de l'alcool de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) et saluent le rôle positif qu'elle reconnaît aux producteurs, distributeurs, commerciaux et vendeurs de bière, vin et spiritueux.

Regarder un extrait de la discussion sur les engagements (Commitments) du panel des PDG : [Producers' Commitments](#)

*À l'intention des rédacteurs :*

*Qu'est-ce que l'IARD ?*

*L'IARD est une organisations à but non lucratif qui se consacre à aborder le problème international de santé publique qu'est la consommation nocive d'alcool et à promouvoir la*

*consommation responsable d'alcool. Étant un facteur de risque contribuant à trois maladies non transmissibles (MNT) majeures, la réduction de la consommation nocive d'alcool constitue une priorité pour les gouvernements dans le monde, comme cela a été exposé dans le Plan d'action mondial de lutte contre les MNT de l'OMS et la Déclaration politique de l'ONU sur la prévention et le contrôle des MNT. L'IARD soutient l'implantation de la Stratégie globale visant à réduire l'usage nocif de l'alcool de l'OMS et le rôle constructif que les États-membres ont identifié pour les producteurs.*

*En tant qu'ONG de la santé publique mondiale, nous nous associons avec le public, la société civile et les parties prenantes privées pour promouvoir notre mission visant à contribuer à la diminution de la consommation nocive d'alcool et à la promotion de la consommation responsable dans le monde entier. L'IARD soutient l'implantation de la stratégie globale mise en place par les gouvernements dans le monde d'« au moins 10 % de réduction relative de la consommation nocive d'alcool » d'ici 2025. L'IARD est soutenue par ses sociétés membres provenant de tous les secteurs de l'industrie de l'alcool - bière, vin, et spiritueux - dans un but commun de faire partie de la solution à la consommation nocive d'alcool.*

*Les 12 signataires des engagements (Commitments) sont : Anheuser-Busch InBev, Asahi Group Holdings, Bacardi, Beam Suntory, Brown-Forman Corporation, Carlsberg, Diageo, Heineken, Kirin Holdings Company, Molson Coors, Pernod Ricard et SABMiller.*

**1225 19th Street NW, Suite 500 • Washington, D.C. 20036 États-Unis**

**<http://www.iard.org>**

Pour toute question concernant l'IARD, veuillez contacter :

Isabella Platon, vice-présidente senior de la stratégie et de la communication

[IPlaton@IARD.org](mailto:IPlaton@IARD.org)

Source : International Alliance for Responsible Drinking (IARD)

IARD : Tél. : +1-202-986-1159, Fax : +1-202-986-2080 +32-471-611-373 (Europe) / +1-202-556-6970 (États-Unis)