

Charte d'engagement des pouvoirs publics et des professionnels contre les consommations à risque d'alcool

Entre :

Le Préfet de La Réunion,

Le Directeur général de l'ARS de La Réunion,

Le Président de la Chambre de commerce d'industrie de La Réunion (CCI),

Le Président de la Chambre de métiers et de l'artisanat de La Réunion (CMA),

Le Président du Mouvement des entreprises de France de La Réunion (MEDEF),

Le Président de la Confédération des petites et moyennes entreprises de La Réunion (CPME),

Le Président de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie de La Réunion (UMIH),

Le Président du Groupement national des indépendants de La Réunion (GNI),

Le Président de la Fédération du commerce et de la distribution de La Réunion (FCD),

Le Président de la Fédération du commerce associé de La Réunion (FCA),

Le Président du Syndicat des importations et du commerce de La Réunion (SICR),

Le Président du syndicat réunionnais des exploitants de stations-services (SRESS),

Le Président de la Fédération interprofessionnelle des alcools de canne de La Réunion (FIACRE),

Le Président du Syndicat des producteurs de rhums de La Réunion (SPRR),

Le Directeur général de Leal Distribution (LDR),

Le Directeur général de Brasseries de Bourbon,

Le Gérant de la Société réunionnaise de brasserie (Sorebra),

Le Directeur général de Edena boissons,

Le Directeur général de la Compagnie Vinicole de l'Océan Indien (Covino),

Le Directeur général de la société Affichage CLG,

Le Directeur général de JCDecaux Reunion Island pour La Réunion,

Le Directeur général de la Société réunionnais d'affichage (SRA),

Le Directeur général de la Société d'affichage guadeloupéen (Samsag) pour La Réunion,

Le Directeur général de la Régie des Mascareignes,

Préambule

Les conduites addictives et les problématiques associées aux consommations à risque d'alcool, demeurent un **problème majeur de santé publique** à La Réunion et occasionnent des dommages sanitaires et sociaux et ont des conséquences en termes d'insécurité, d'accidentologie et de délinquance. L'ensemble des impacts sanitaires et sociaux représente un coût élevé pour la société et les finances publiques.

Selon les différentes études menées au niveau local (à joindre en annexes), notamment par l'**Observatoire régional de la santé (ORS)**, La Réunion est l'une des régions françaises les plus touchées par la consommation à risque d'alcool.

Dans le cadre de la **Stratégie interministérielle de mobilisation contre les conduites addictives (SIMCA) 2023-2027**, la question de l'encadrement strict de la publicité et de la vente d'alcool constitue une des priorités compte tenu des risques associés notamment pour les plus jeunes et les mineurs. Afin de promouvoir un environnement protecteur, le territoire de la Réunion s'est engagé depuis 2021 dans une expérimentation nationale soutenue par la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA) dans le but d'améliorer l'application des « **interdits protecteurs** » et des réglementations associées.

Pour rappel, en 2015, une première étape a été franchie avec la **signature d'une charte** proposant différentes actions en matière de vente et de publicité sur l'alcool. Quelques années plus tard, une nouvelle étape a conduit à l'instauration de **périmètres de protection** autour d'établissements « protégés » dans lesquels la publicité d'alcool a été interdite. L'article 9 de cette charte mentionnait une étude devant être conduite par les pouvoirs publics sur les comportements face à l'alcool et sur la base de laquelle pourraient être engagées des mesures de prévention adaptées.

Une étude est actuellement menée par l'Agence régionale de santé dont les résultats seront connus pour le premier semestre 2025.

En 2023, une série de rencontres organisées sous l'autorité du Préfet de La Réunion a permis de sensibiliser tous les acteurs professionnels sur les dommages causés par les consommations à risque d'alcool et le rappel de la réglementation.

L'ensemble des acteurs de la filière alcool (producteurs, distributeurs, importateurs et afficheurs) ont décidé de **s'engager dans une démarche partenariale et d'agir en acteurs responsables sur le territoire** avec et sous l'égide du Préfet et du Directeur général de l'Agence régionale de Santé (ARS) de La Réunion. Ce partenariat est matérialisé sous forme d'une charte qui vise à décrire leurs actions dans ce domaine tout en veillant aux équilibres économiques et la pérennité des entreprises, de leurs emplois et de la valeur ajoutée qu'elles créent.

L'ensemble des signataires de la présente charte déclare adhérer aux objectifs de celle-ci et s'engage à œuvrer de manière partenariale pour les atteindre.

I- Rappels des obligations légales

Article 1 : Police administrative relative aux débits de boissons

L'État s'engage à communiquer largement aux différents acteurs de la filière l'arrêté préfectoral en vigueur relatif à la police des débits de boissons. Il s'engage également à informer au préalable tous les acteurs de la filière de l'évolution de celui-ci pour éviter toute insécurité juridique.

Article 2 : Application de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs

Les signataires de la charte rappelleront à l'ensemble des entreprises concernées (petites, moyennes et grandes surfaces, hôtels, bars, restaurants, cafetiers, établissements de nuits...) et à leurs adhérents :

- L'interdiction de vente et d'offre d'alcool aux mineurs avec une application rigoureuse des contrôles de la pièce d'identité.
- L'interdiction pour les débits de boissons de recevoir des mineurs de moins de seize ans qui ne sont pas accompagnés de l'un de leurs parents ou d'un majeur responsable.

Article 3 : Encadrement de la publicité sur l'alcool

Dans le cadre de la loi Evin qui interdit la publicité d'alcool à la TV, au cinéma et la sponsoring sportive, la publicité sur l'alcool est autorisée hors jeunesse par voie de : presse écrite, radio, Internet, réseaux sociaux et affichage. Au-delà de ces obligations légales, la réglementation préfectorale relative aux périmètres de protection, entend offrir un environnement plus protecteur pour la population.

- Respect strict de la réglementation relative à l'apposition systématique en caractères lisibles du message de prévention « *L'abus d'alcool est dangereux pour la santé* » concernant les opérations de communication.
- Respect strict de la réglementation relative à l'apposition du logo relatif au syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) pour les femmes enceintes sur les unités de conditionnement des boissons alcoolisées conformément à l'article L. 3322-2 du code de la santé publique.

Article 4 : Encadrement de la vente d'alcool

Les professionnels de la vente d'alcool s'engagent à respecter :

- L'ensemble des dispositions législatives et réglementaires relatives à l'encadrement de la vente d'alcool, notamment l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs et à des personnes manifestement ivres et l'interdiction de vente d'alcool réfrigéré dans les stations services.
- L'ensemble des dispositions de l'arrêté préfectoral relatif à la police des débits de boissons dans le département de La Réunion, notamment les horaires d'ouverture prévus pour la vente d'alcool.

Article 5 : Application et contrôle de la réglementation

L'ensemble des professionnels de la filière alcool s'engage dans l'application des lois et règlements en vigueur, par la diffusion de bonnes pratiques, la tenue de sessions de formation régulières de leurs salariés en interne et par le rappel de la réglementation à leurs clients et fournisseurs.

Les pouvoirs publics s'engagent à renforcer les contrôles menés en matière de respect des « interdits protecteurs » auprès de l'ensemble des acteurs de la filière alcool. Ils encouragent et soutiennent les communes dans l'adoption d'arrêtés municipaux visant par exemple à limiter la consommation d'alcool sur la voie publique et à faire respecter la réglementation en vigueur par l'intermédiaire des polices municipales et des forces de l'ordre.

II- Gouvernance et élaboration d'un diagnostic partagé

Article 6 : Comité de suivi

Un comité de suivi de la présente charte d'engagement est constitué par les signataires de cette charte. Les membres de ce comité s'engagent à assister aux réunions dans un esprit constructif, d'ouverture et de transparence.

Article 7 : Objectifs poursuivis

Le comité de suivi poursuit les objectifs suivants :

- Le diagnostic en matière de consommation à risque d'alcool, conduisant à des pratiques inciviles, pouvant mettre en danger la sécurité de la population ou mettant en situation de vulnérabilité certaines personnes sera partagé par les membres du comité.
- Ce diagnostic contribuera à l'orientation et à l'éventuel renforcement des mesures de prévention, ciblées sur les groupes à risque et/ou vulnérables.
- L'accompagnement des pouvoirs publics pour la prévention des consommations à risque d'alcool.
- La fiabilisation de la liste des établissements dits « protégés » relevant des périmètres de protection visés à l'article 13 qui est proposée par les services de la préfecture et de la DEAL. À cet effet, les professionnels, afficheurs en particulier, pourront y apporter toute observation pertinente afin de consolider cette liste avant sa validation finale par le Préfet.

Article 8 : Fonctionnement du comité de suivi

Le comité de suivi se réunit à minima une fois par an sous l'égide du Préfet de La Réunion. La coordination de ses travaux est assurée par le chef de projet régional de la MILDECA.

Les membres s'engagent à ne pas diffuser les données auxquelles ils ont accès dans le cadre du comité à l'extérieur de celui-ci.

Article 9 : Communication des données

L'État s'engage à transmettre au comité de suivi les données dont il dispose relatives :

- Aux études menées par l'Observatoire régional de la santé (ORS) et par l'Observatoire français des drogues et des tendances addictives (OFDT) ;
- Aux actions de prévention conduites en matière de consommation à risque d'alcool ;
- Ou à tout autre sujet qui s'avère pertinent pour le comité de suivi.

Les signataires de la charte s'engagent à fournir des données relatives :

- Pour l'État, les actions menées en matière de prévention et de respect des interdits protecteurs
- Pour la filière alcool, les actions menées en matière de formation de leurs salariés, sensibilisation sur les interdits protecteurs, la mise en place d'outils, de protocole d'aide pour le contrôle des pièces d'identité, la restriction des opérations publicitaires etc.
- Ou à tout autre sujet qui s'avère pertinent pour le comité de suivi.

Article 10 : Étude sur les usagers ayant une consommation massive habituelle d'alcool

L'Agence régionale de santé (ARS) a lancé et financé une étude de santé publique pour mieux connaître les déterminants d'une consommation massive habituelle d'alcool et caractériser ses conséquences sociales et sanitaires. Objectifs de l'étude :

- Décrire les caractéristiques socio-démographiques et économiques des buveurs ayant une consommation massive habituelle d'alcool ;
- Décrire les modalités de consommation de ces buveurs excessifs réguliers ;
- Décrire les déterminants/facteurs associés, individuels et contextuels, de l'alcoolisation massive habituelle ;
- Décrire le degré de sévérité des troubles liés à l'usage d'alcool et les comorbidités associées

Le cahier des charges pourra être partagé avec les signataires de la présente charte. Les résultats de cette enquête, attendus pour le premier semestre 2025, pourront être présentés en comité de suivi.

III- Engagements supra légaux des acteurs dont le renforcement des actions de prévention et de communication contre l'usage à risque d'alcool

Article 11 : La grande distribution s'engage, dans la cadre de la présente charte à :

1. Déployer le module de formation e-learning pour former les personnels de caisse à la bonne application de l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs intitulé « -18 ans, je contrôle ! », conformément à la charte signée avec la Mildeca en 2019 en partenariat avec la FCD et la FCA.
2. Déployer l'affichage dans les salles de repos des salariés, des messages-clés, avec une signalétique identique à celle destinée aux clients, souvent apposée au sein des rayons alcool.
3. Renouveler régulièrement les formations des responsables à la communication et au marketing et sensibilisation des agences de communication aux implications de la loi Evin.
4. Ne plus mettre à disposition de l'alcool réfrigéré dans les lieux de vente.

Au-delà des obligations réglementaires, la grande distribution s'engage, dès la signature de la charte, sur les points suivants :

5. Arrêt de la communication par affichage 4x3 de toutes les offres publicitaires pour l'alcool, en dehors du point de vente, une semaine avant les fêtes des pères et des mères.
6. Arrêt de la communication des offres promotionnelles, en dehors du point de vente, sur l'alcool en première de couverture des catalogues pour les fêtes des pères et fêtes des mères.
7. Relayer les campagnes des pouvoirs publics nationales et locales de prévention contre les dangers de l'alcool (apposition d'affiches, diffusion de spots de prévention dans les espaces d'accueil, information en interne auprès des salariés de l'entreprise).

Article 12 : L'ensemble des autres acteurs, y compris la FCA, s'engage à :

1. Déployer l'affichage dans les salles de repos des salariés, des messages-clés, avec une signalétique identique à celle destinée aux clients, apposée au sein des rayons alcool.
2. Renouveler régulièrement des formations des responsables à la communication et au marketing et sensibilisation des agences de communication aux implications de la loi Evin.
3. Proposer de manière régulière des sessions de formation aux salariés concernés sur les obligations réglementaires prévues dans l'arrêté préfectoral.

En sus, ils s'engagent dans le cadre de la présente charte à :

Au-delà des obligations réglementaires, les professionnels de la filière s'engagent, dès la signature de la charte, sur les points suivants :

5. Arrêt de la communication par affichage 4x3 de toutes les offres publicitaires pour l'alcool, en dehors du point de vente, une semaine avant les fêtes des pères et des mères.
6. À l'exception des caves à vin, arrêt de la communication des offres promotionnelles, en dehors du point de vente, sur l'alcool en première de couverture des catalogues pour les fêtes des pères et fêtes des mères.
8. Promotion d'offres alternatives sans alcool dans les espaces promotionnels en parallèle des boissons avec alcool.
9. Mise en œuvre et financement d'actions d'information et de sensibilisation, en partenariat avec l'État dont :
 - Diffuser les informations aux consommateurs et rappeler les messages de prévention sur les repères de consommation à moindre risque pour la santé tels que définis par l'agence Santé Publique France (« 2 verres par jour, et pas tous les jours »), les messages officiels en matière d'accidentologie routière et de risques de TSAF auprès des femmes enceintes.
 - Agir en mécénat auprès d'acteurs associatifs non-financés par les pouvoirs publics ou d'autres opérateurs pour des actions de réduction des risques, par exemple en milieu festif (s'assurer de la présence d'éthylotests pour tester l'alcoolémie en faveur des adhérents de l'UMIH/GNI).

Article 13 : Dans le cadre de ce dispositif, l'État s'engage à :

1. À mettre utilement à disposition de ces entreprises et de leurs adhérents des « macarons », autocollants et affichettes rappelant l'interdiction de vente et d'offre d'alcool aux mineurs.
2. À mettre à disposition les supports numériques relatifs à l'affichage de cette interdiction ainsi qu'une vidéo de prévention relative à la consommation d'alcool par des mineurs.
3. Après observations du comité de suivi, à dresser annuellement une liste des établissements dits « protégés » relevant des périmètres de protection qu'il pourra communiquer aux afficheurs afin de faciliter l'application de cette réglementation préfectorale et garantir une meilleure sécurité juridique.
4. Conduire une action auprès des services centraux visant à simplifier les modalités de calcul des périmètres de protection des 200m dans lesquels la publicité pour l'alcool est interdite. Localement, les services de l'État s'engagent à faciliter l'application de cette réglementation.
5. À mettre à disposition des professionnels les supports numériques d'outils de prévention nationaux et locaux en matière de prévention sur les consommations à risques d'alcool, ainsi que les contacts des opérateurs spécialisés en addictologie pouvant conseiller les professionnels.

Article 14 : Dispositions finales

Les dispositions de la présente charte s'appliquent à compter du 9 avril 2024 pour une durée d'un an renouvelable et pourront être reconduites pour les trois années suivantes après réajustement des résultats de l'étude mentionnée à l'article 10 et après avis de l'ensemble des parties prenantes signataires de la présente charte.

Cette charte d'engagement pourra faire l'objet d'avenants ultérieurs à la demande des signataires.

* * *

SIGNATAIRES

Fait à Saint-Denis, le 09 avril 2024

Le Préfet de La Réunion,	Le Directeur général de l'ARS de La Réunion,
Le Président de la Chambre de commerce d'industrie de La Réunion (CCI),	Le Président de la Chambre des métiers et de l'artisanat de La Réunion (CMA),
Le Président du Mouvement des entreprises de France de La Réunion (MEDEF),	Le Président de la Confédération des petites et moyennes entreprises de La Réunion (CPME),
Le Président de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie de La Réunion (UMIH),	Le Président du Groupement national des indépendants de La Réunion (GNI),
Le Président de la Fédération du commerce et de la distribution de La Réunion (FCD),	Le Président de la Fédération du commerce associé de La Réunion (FCA),
Le Président du Syndicat des importations et du commerce de La Réunion (SICR),	Le Président du syndicat réunionnais des exploitants de stations-services de la Réunion (SRESS),
Le Président de la Fédération interprofessionnelle des alcools de canne de La Réunion (FIACRE),	Le Président du Syndicat des producteurs de rhums de La Réunion (SPRR),
Le Directeur général de Leal Distribution (LDR),	Le Directeur général de Brasseries de Bourbon,
Le Gérant de la Société réunionnaise de brasserie (Sorebra),	Le Directeur général de Edena boissons,
Le Directeur général de la Compagnie Viticole de l'Océan Indien (Covino),	Le Directeur général de la société Affichage CLG,
Le Directeur général de JCDecaux Reunion Island pour La Réunion,	Le Directeur général de la Société réunionnaise d'affichage (SRA),
Le Directeur général de la Société d'affichage guadeloupéen (Samsag) pour La Réunion,	Le Directeur général de la Régie des Mascareignes,