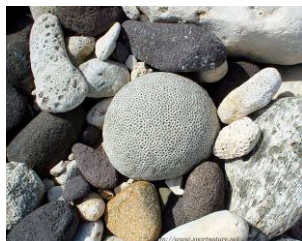


Enquête sur les bonnes pratiques en prévention dans les milieux festifs¹ : Synthèse des entretiens menés auprès des organisateurs²



Sommaire :

Les bons principes et les bonnes pratiques des organisateurs pour une fête réussie

1. Une manifestation, une image précieuse, une gestion créative et personnalisée page 1
2. Comment faire coller la prévention à mon événement ? page 2
3. L'organisation d'événements, ma petite entreprise ... très publique page 3
 - Communiquer avec les autorités dans la région*
 - Gérer mon personnel*
 - Coacher le personnel dans la manifestation*
4. Concevoir un cadre accueillant fait partie de la prévention page 4
 - L'aménagement*
 - L'aide au retour, la possibilité de dormir, de se reposer.*
 - Le conducteur désigné*
5. Organiser une sécurité efficace et bienveillante..... page 5
6. La gestion des consommations : un cadre et beaucoup de savoir-faire page 6
7. La protection de la jeunesse page 7
8. Bien conclure pour recommencer volontiers : la gestion de la clôture page 8
9. Et pour conclure
10. Ressources cantonales et romandes page 9

Avec la contribution de la Régie fédérale des alcools (art. 43a de la loi sur l'alcool)

Avec le soutien de la



¹ En souligné, vert, [Les outils existants et disponibles auprès d'organisme de prévention \(voir ressources p.8\) et les liens directs](#)

² Un document similaire dévoile les réalités des organisateurs ; « Synthèse des entretiens menés auprès des organisateurs. »

Les bons principes et les bonnes pratiques des organisateurs pour une fête réussie

Après des années de travail « pour une fête réussie » et pour la prévention en milieu festif, RADIX, l'ISPA et le GREA, par les acteurs de prévention cantonaux partenaires, ont voulu faire la synthèse des principes et bonnes pratiques vécus par les acteurs sur le terrain.

Ce répertoire donne la parole à 13 organisateurs, que nous avons choisis expérimentés et issus de divers secteurs : Organisation de concert 2 – Événements dance & techno 1 – Club dance 3 – Organisation de rencontres des jeunes rurales 1 & grand rassemblement cantonal 1 - Festivals plein air 5. Dans une série d'entretiens, ils nous ont confié leur expertise et un regard critique. Ce document exprime les convergences et quelques spécificités récoltées dans la diversité romande. Gageons qu'il contribuera au renforcement du dialogue entre prévention, autorités et organisateurs.

1. Une manifestation, une image précieuse, une gestion créative et personnalisée

Synthèse des propos d'organisateur

Quels bons principes ?

L'image et la qualité sont à la base de la rentabilité d'une manifestation. La prévention vise le plus souvent « *une consommation festive mais responsable et une réduction des risques : la fête est belle et finit bien* ».

L'organisation doit associer la qualité et le bien-être à l'image de ses manifestations. Le seul dévouement ou une consommation débridée portent atteinte à la notoriété de l'offre. La fidélité des clients, l'affluence sont financièrement plus importantes que le résultat du bar. « *Les soirées qui marchent le mieux (financièrement, chiffre) sont les moins problématiques !* »

Tant les clients que les artistes attendent essentiellement du confort, du professionnalisme, un bon état d'esprit qui vont garantir l'affluence et une bonne ambiance.

Le sentiment de sécurité et une prévention qui s'inscrit dans la culture de l'organisation d'abord, puis de l'événement, sont relevés comme essentiels à la qualité.

Il s'agit aussi d'entretenir de bonnes relations dans ses partenariats et avec les personnes clés au niveau local, de bien gérer l'événement et d'éviter les problèmes périphériques comme les accidents de la route, la violence, les problèmes de voisinage.

Attention ! Une petite manifestation doit être doublement attentive. Les enjeux sont les mêmes que pour de grandes manifestations, mais les moyens mobilisés et la stabilité liée à la diversité des clients ne sont pas toujours au rendez-vous.

Quelles pratiques et exemples ?

Voici une synthèse des bonnes pratiques citées : Tout le monde se sent accueilli, il n'y a pas de souci, car l'organisation est sereine, la clientèle « bonne » et les dérapages peu vraisemblables dans un climat, teinté de respect et d'une communication bienveillante.

« *L'identité de l'événement ne repose pas sur le profit et la consommation, mais sur le bénévolat, l'ambiance et donc sur le plaisir partagé.* »
« *En tant que responsable, je mets en avant la qualité de la manifestation, le professionnalisme des collaborateurs et le confort du client.* »

L'organisation est attentive à développer :

- ✓ Le professionnalisme des prestations et une bonne gestion du personnel.
- ✓ La collaboration avec les autorités, la police, une bonne communication et des partenariats (prévention, autorités, police, sécurité, 1^{er} secours ...).
- ✓ Un environnement confortable favorable à la promotion du bien-être (aménagement & animation), complété par des offres et des partenariats en prévention.
- ✓ Une bonne gestion de la sécurité en général et de la protection des mineurs en particulier.
- ✓ Des protocoles, des directives applicables pour la gestion des transgressions et des situations limites.
- ✓ Le suivi des consignes et l'évaluation pendant et après l'événement.
- ✓ Une gestion cohérente de la prévention et de la vente d'alcool ainsi que des consommations légales, voire illégales.
- ✓ Un travail sur le rythme de la soirée et la diversité des lieux, des publics dans l'événement.

« *Attention : même si tout se passe bien un événement monté en épingle peut atteindre l'image du festival* »

2. Comment faire coller la prévention à mon événement ?

Le saviez-vous ? 56% des organisateurs interrogés intègrent la prévention lors de l'élaboration de la fête et 30 autres % trouveraient la mesure pertinente.
73% invitent un organisme ou un pôle de prévention à tenir un stand.

Quels bons principes ?

Un [label](#), des [chartes](#) ([GREA](#), [RaidBlue](#)), des [check-lists](#) ([BE](#), [VS](#)) sont autant de manières d'aborder la prévention, de planifier puis d'évaluer sa mise en œuvre, mais aussi le développement durable, la responsabilité sociale.

En dehors des actions, c'est avant tout le travail sur le long terme au niveau de la qualité de la manifestation et des partenariats (prévention, autorités, police) qui est identifié comme profitable à la prévention. Les HES sont aussi citées 2 fois comme partenaires (évaluation des besoins, actions).

« Le client vient pour passer un bon moment. Mes soirées sont reconnues au niveau suisse pour leur qualité, ce qui m'assure un bien meilleur revenu qu'une vente forcée. La prévention fait partie d'une image de confort, de sécurité, donc de plaisir et de qualité. »

Même si « un club n'est pas un lieu éducatif » et que l'organisateur « ne veut pas dire ce qui est juste ou faux, bien ou mal », concrètement, plusieurs relèvent la satisfaction d'avoir moins de situations problématiques à gérer et plus de moyens grâce aux partenariats.

« Je dois connaître la question et aller chercher les ressources nécessaires auprès des centres de prévention qui ont un contact avec la réalité (enjeux, ressources utiles). »

« La prévention, c'est un travail à long terme, héritage de mes pairs, que je lègue à mes successeurs. (...) un reflet de mon engagement pour les clients, les habitants, les autorités. »

« La commission prévention est une commission parmi d'autres (...) mais ça fait partie du job. »

Attention ! La prévention est rentable, mais elle a un coût. Beaucoup de choses font partie du « job », mais il est bon de prévoir un petit budget pour avoir les moyens de sa politique.

Quelles pratiques et exemples ?

*« **Après des organismes de prévention on trouve conseils, aide et matériel** qui nous permettent de spécifier nos besoins, nos exigences et notre style de prévention. »*

« La prévention ne doit pas être moralisatrice. »

Dans la préparation de l'événement, aller chercher les informations auprès de la commune, prendre contact avec un centre spécialisé.

Discuter de la prévention avec les spécialistes pour établir un concept pertinent et réaliste. Prévoir des actions, une communication et une visibilité de la prévention sur le terrain et dans les médias.

Adhérer à une [charte](#) ([GREA](#), [RaidBlue](#)), un [label](#), parler des mesures prévues aux assemblées, permet d'aborder des questions plus larges et donne du sens et de l'efficacité à l'investissement que représente la prévention.

Travailler avec le personnel, former les jeunes ou les nouveaux collaborateur-trice-s dans une vision globale de la prévention.

« Construire un cadre clair, applicable, sécurisant pour gérer la vente, le contrôle, les transgressions, les situations limites. »

Des valeurs affirmées facilitent une attitude cohérente et responsable du personnel et du public.

La collaboration avec les autorités et la police renforce la cohérence et une bonne répartition des rôles, des responsabilités et des moyens.

Une présence physique, un [stand de prévention](#), voire un [pôle de prévention coordonnant divers types de prévention](#) sont appréciés lorsque le personnel de prévention va à la rencontre du public (intervention pluridisciplinaire), est identifiable, sérieux, crédible comme les groupes de prévention par les pairs. Exemples le plus utilisés : [Health Angels](#) dans le Nord vaudois ou [Nuit blanche à Genève](#), [Be my angel](#) sur toute la Suisse romande. Une personne relève que « *Les clients peuvent s'impliquer et jouent le jeu* ».

Commentaires des spécialistes de la prévention :

Un [label](#), des [chartes](#) ([GREA](#), [RaidBlue](#)), des [check-lists](#) ([BE](#), [VS](#)), des [brochures d'informations](#) générales ou spécifiques sont disponibles dans tous les cantons, à l'ISPA et sur www.prévenfête.ch (voir [ressources](#), pt 10). Parallèlement, il y a lieu de valoriser chez les organisateurs les fonctionnements, les attitudes, voire les actions souvent déjà favorables à la prévention. De plus, plus le partenariat avec la prévention est utilisé au début de l'organisation d'un événement plus l'organisateur en tirera bénéfice dans le travail avec son équipe. Tout milite donc pour que la prévention et les organisateurs travaillent ensemble sur le long terme. La prévention peut devenir un atout intégré à l'image et à la communication d'une manifestation. Par la prévention, les professionnels investissent des compétences et des moyens dans votre organisation.

Une clarification des rôles au sein de l'organisation et avec les partenaires extérieurs quels qu'ils soient favorisent un cadre cohérent.

3. L'organisation d'événements, ma « petite » entreprise ... très publique

Le saviez-vous ? 26% mentionnent l'utilisation d'une charte de prévention alors qu'ils seraient 68% à trouver la mesure pertinente.

Synthèse des propos d'organisateur

Quels bons principes ?

Communiquer, travailler avec les autorités de la région :

La reconnaissance et de bonnes collaborations sont visées :
« Exposés aux critiques, nous sommes attendus au contour. - Mettons en valeur notre activité, ce qu'elle amène au client, à la vie locale pour chaque tranche de population. »

« La collaboration, le soutien des autorités (politiques et police) facilitent la création de partenariats adaptés à nos besoins et la reconnaissance de notre activité. »

La clarté et la régularité des rapports font souvent la différence : s'il arrive que la police soit peu compréhensive, méfiante ou encore peu disponible, elle peut aussi privilégier son rôle préventif.

Gérer son personnel : Le professionnalisme est essentiel pour durer. On attend du personnel une certaine maîtrise et de la sérénité. Or le milieu festif attire dans l'organisation des personnes qui ne séparent pas le travail et la consommation.

Un personnel qui consomme (toute substance psychotrope) n'est ni efficace ni au service du client. Par l'affichage et les messages, on peut sensibiliser les bénévoles et les clients, mais c'est la cohérence et la gestion du personnel qui feront la différence. « Il n'y a pas de tabou, je peux me séparer d'un collaborateur dont la consommation est inadéquate dans la préparation ou lors de la manifestation. »

La communication à l'interne et à l'externe favorise le professionnalisme, une image positive et la reconnaissance.

Quelles pratiques et exemples ?

Des contacts réguliers, se voir aussi quand ça va bien, développer une écoute mutuelle pour une compréhension réciproque animée par une envie d'avancer des 2 côtés, autant d'atouts à cultiver pour durer et travailler dans de bonnes conditions. « Une table ronde avec les acteurs concernés serait à développer. »

Il faut aussi entretenir les bonnes habitudes. « Les bonnes expériences, les problèmes et les questions mis à plat, la collaboration d'un centre de prévention nous aident. » « Avoir de la prévention et surtout des Sécuritas, c'est un argument de poids. »

L'ancrage local simplifie les relations. « On connaît les membres du conseil communal. - Des personnes qui sont entendues des autorités, font partie du comité. - On organise le 1^{er} août aussi. »

De manière générale, le personnel a le souci du respect des règles, de la préservation d'une bonne ambiance et de la sécurité du client. Il sera composé de personnes responsables, adultes et convaincues de l'importance de leur attitude. L'implication des bénévoles se fait en fonction de leurs connaissances/compétences professionnelles et personnelles

Une [charte](#) ([GREA](#), [RaidBlue](#)), un contrat avec les bénévoles sont parfois souhaités.

Un suivi, un débriefing, une formation des équipes sont efficaces. Car en cas d'ébriété ou si ce sont des proches qui se mettent (volontairement ou non) en situation limite, il faut des principes clairs, ancrés dans la culture d'entreprise pour pouvoir intervenir assez tôt, efficacement et en souplesse.

Les stratégies sont évaluées dans l'entreprise. L'auto-évaluation doit être suivie de conséquences (positives et/ou négatives).

Coacher son personnel : « *avant : planification, formation – pendant : information, action, intervention – après : bilan* »

Tout responsable doit avoir une bonne formation, une attitude exemplaire et soutenue tout au long de la fête. C'est une question de crédibilité et un investissement pour l'avenir. Une personne de référence disponible, permet de transmettre des savoir-faire utiles, d'expliquer les valeurs ou la finalité.

Une information, mais aussi une bonne observation, en continu au bar et dans la soirée sont beaucoup cités.

Les bonnes pratiques sont communiquées, explicitées, discutées, s'inscrivent dans la culture de la saison.

En début de saison, discuter de la prévention et de son sens, des situations que l'on va rencontrer.

Former les responsables de bar, voire organiser des achats-tests en lien avec un organisme de prévention pour sensibiliser les collaborateurs. Mettre les anciens avec les nouveaux.

Une personne est disponible et veille au bon fonctionnement et à la qualité du cadre. Par exemple, un membre du comité soutient le responsable de la soirée. Il assure, le briefing / le fonctionnement du tournus des bénévoles / la gestion des aspects matériels / le suivi des plus jeunes et des nouveaux.

Commentaires des spécialistes de la prévention :

Pour faciliter les contacts, l'organisation de **tables rondes** réunissant plusieurs services (police, police du commerce, sanitaires, etc) est efficace. Souvent, **la formation du personnel** devrait être renforcée, tout comme l'organisation derrière le bar : une personne avec de l'expérience au moins, suffisamment de monde etc... .

Attention lorsque des mineurs travaillent bénévolement au bar ! Vérifier les dispositions légales. Une expertise vaudoise dégage ces recommandations : Les moins de 16 ans ne devraient pas travailler derrière un bar après 20 heures (pas après 22h pour les plus de 16 ans). Ils ne doivent pas être seuls mais toujours sous la responsabilité d'un majeur. Le service de l'alcool par des moins de 16 ans n'est pas recommandé. En cas de rémunération, se référer aux [lois sur le travail](#).

4. Concevoir un cadre accueillant fait partie de la prévention

Le saviez-vous ? 70% des organisateurs interrogés ont une zone de récupération, parfois chez les samaritains.

50% organisent une aide au retour, une offre de transport ou Be my Angel, mesures que 90% des répondants trouvent pertinentes.

Quels bons principes ?

L'aménagement du site offre de multiples possibilités et exprime les valeurs. Tout au long de son parcours dans la manifestation, le consommateur recherche une ambiance qui lui convient et aime évoluer dans des espaces différenciés, propices au défolement ou à la discussion, au jeu, à la rencontre Le confort du client est à la base de sa fidélité.

L'aide au retour, la possibilité de dormir, l'accès aux transports publics, représentent une opportunité pour les lieux décentrés et des prestations appréciées.

L'organisation de **dortoirs**, un **camping** à disposition donnent une dimension conviviale à la manifestation

Le conducteur désigné est une stratégie devenue courante. La présence d'un **éthylotest** ([stand](#), [borne](#), [cannette Raid blue](#)) ou d'un outil de [calcul des courbes d'alcoolémie](#) peuvent stimuler la discussion pour autant qu'elle soit accompagnée par un personnel formé ([voir ressources](#)).

Quelles pratiques et exemples ?

Différencier les cadres, les ambiances et les activités permettent aux consommateurs de trouver l'endroit où ils sont bien, de rester plus longtemps. On voit diverses ambiances se développer dans divers lieux.

Évitons les engorgements en favorisant la circulation du public, en travaillant à la déco, la disposition des tables, l'alternance de lieux ouverts/ fermés, stimulants/ reposants etc

Les bus pyjama, un service de taxi, [nez rouge](#) (offre ponctuelle), s'installent souvent grâce à une bonne collaboration avec les organismes de prévention et les autorités locales. « *Un développement des transports publics serait nécessaire.* »

Les horaires de la manifestation sont coordonnés avec les derniers et/ou les premiers trains. L'affichage des offres/horaires, de transports est visible.

Avec [Be my angel](#), des pairs proposent au conducteur désigné de s'engager par contrat face au groupe. Il obtiendra des bons pour des boissons sans alcool. « *Ce n'est cependant pas une mesure structurelle, mais une démarche volontaire qui ne touchera pas tout le monde.* »

Commentaires des spécialistes de la prévention :

Le confort : Par respect du client et pour répondre à des besoins qui évoluent, des espaces différenciés proposeront une alternative à la consommation, à l'agitation (calme, jeux, absence d'alcool et de fumée, écoute) et au bruit. Une **zone de récupération** facilite le contact et la discussion autour des consommations ou des comportements. De l'eau fraîche, des protections auditives et tout matériel pertinent y seront offerts.

L'aide au retour : L'organisateur devrait vivement l'encourager et l'introduire dans la publicité, l'affichage et les flyers. Cette mesure relève tant du développement durable que de la réduction des risques. Elle représente un bénéfice d'image pour l'organisateur et les autorités. Dans tous les cantons romands, des programmes de promotion du conducteur désigné ([Be my angel](#)) sont disponibles.

S'auto-évaluer : La plupart des organismes cantonaux proposent un lien avec des outils, des sites permettant au client [d'évaluer son alcoolémie](#). Ils ont une expérience du bon usage de ce type d'outil dans diverses manifestations.

5. Organiser une sécurité efficace et bienveillante

Le saviez-vous ? 71% mettent sur pied des mesures spécifiques (hygiène, 1^{er} secours, incendie, ...) et tous relèvent la pertinence de ces mesures.

66 % adoptent des contrôles et des protocoles d'intervention pour les attitudes inadéquates ou illégales, 100% les jugent pertinents.

Quels bons principes ?

La pratique de la sécurité est quelque chose de délicat, car il faut s'en tenir aux lignes directrices retenues par le comité. Son application et la cohérence sont parfois problématiques face à des personnes connues ou dans le feu et l'enthousiasme d'une ambiance festive qui s'installe.

La direction s'estime responsable et donc légitimée à intervenir. Il s'agit d'observer et d'anticiper, de discuter dans l'équipe pour déterminer la stratégie de gestion la plus efficace. Les sanctions doivent être envisagées, prévues avant (exclusion, dénonciation, appel de la police).

Amener la prévention au public : les mesures ne peuvent rester « froides et impersonnelles ». Pour être efficaces, elles doivent être portées par la direction et un personnel qui connaît son public au-delà des clichés. Par exemple, le public des musiques agressives est plutôt calme.

Face à la violence, si les agents de sécurité semblent efficaces, leur formation et leur prix font parfois débat. Certains profitent de bonnes collaborations avec la police.

Le dialogue et la proximité sont des instruments importants lorsque l'on n'a pas les moyens de s'imposer dans un rapport de forces. Le style « cerbères » ça ne marche pas.

A ce titre, la médiation par les pairs semble plébiscitée, même s'il n'y a pas beaucoup de pratiques, d'offres disponibles. Ce type de travail demande une formation et un suivi importants.

Quelles pratiques et exemples ?

« Élaborées à l'interne par la commission sécurité/parc/prévention, il faut avoir des **directives claires et des procédures précises** pour certains cas. ». Les mesures explicitées dans les précédents chapitres sont complémentaires. Plusieurs disposent d'un groupe de travail « prévention ».

Les membres du comité font un tournus pour « voir » ce qui se passe. Il s'agit d'être au courant et donc d'anticiper des soucis, de prendre et annoncer des mesures. En plus du service d'ordre identifiable, 2 collaborateurs en civil tournent dans la fête. Tous les points sont discutés dans des réunions régulières avec le service de sécurité.

Selon la manifestation, la sécurité est déléguée à un organisme professionnel, mais les mesures ci-dessus restent pertinentes.

Pour les premiers secours le personnel de sécurité est formé, mais la présence de l'équipe de samaritains tout au long de l'événement est appréciée et efficace.

Au lendemain, un contact systématique avec la police permet de connaître d'éventuels incidents à la sortie ou des dysfonctionnements.

Un service de sécurité indépendant et « impersonnel » doit être discret et respectueux.

La prévention s'inscrit dans la relation au client et sur la durée. « 80% des clients sont des habitués, il est possible de gérer ces questions sur le long terme. » Mais « Attention aux clients ponctuels. »

6. La gestion des consommations : un cadre et beaucoup de savoir-faire

Le saviez-vous ? 69% édictent des directives, mais seuls 25% mettent sur pied une formation pour le personnel + 43% qui la trouveraient pertinente. Eau gratuite à disposition 58% / exclusion des prémix 40% / exclusion des d'happy hours 57%(pertinente pour 90%) ou valables aussi pour les minérales.

Quels bons principes ?

Le contrôle à l'entrée doit filtrer les gens en état d'ébriété, les sacs sont fouillés (bouteilles, év. armes, etc ...). L'observation s'étend donc sur toute la soirée. Des personnes ayant posé problème sont refoulées. Certains vont jusqu'à prendre en compte le comportement ou l'allure.

L'alcool doit rester un plaisir et pas une finalité.

La prévention et la gestion des consommations font partie de la culture d'entreprise. Il ne doit donc pas y avoir de problème de fonctionnement.

On ne sert pas quelqu'un qui a trop bu. Vendre des alcools forts demande de plus grandes compétences et présente plus de risques. « *On peut vendre de l'alcool de manière responsable* »

La mise à disposition d'eau fraîche (pichet ou au moins dans toutes les toilettes) et une offre de minérales, de jus de fruits attractives sont utiles. « *On peut faire autant d'argent avec des boissons sans alcool qu'avec de la bière.* »

La politique de prix peut avoir un effet de modération mais certains se disent « *obligés de baisser le prix de la bière pour récupérer la consommation sauvage* ».

Face aux consommations de produits illégaux, la direction, le comité s'engagent, font campagne. Les règles sont connues, circulent et sont acceptées parce que ces consommations représentent un danger pour de tels événements (plaintes, incidents, perte de l'autorisation).

Quelles pratiques et exemples ?

Il est malheureusement difficile de repérer quelqu'un qui a beaucoup bu dans la demi-heure avant d'entrer. Ndlr : La gestion des consommations « importées » du commerce est souvent citée, mais elle ne peut se gérer en dehors des partenariats locaux (police, politiques, travail social hors murs).

A l'entrée, refuser les personnes visiblement sous l'emprise de psychotropes légaux ou illégaux. Certains pratiquent la fouille des sacs. Personne n'évoque le cadre légal dans lequel il le fait !

Un code de conduite explicite ou implicite existe et les écarts peuvent être sanctionnés. « *Il est difficile de refuser l'entrée ou de sanctionner un habitué qui dérape une fois. On tente de gérer cela avec ses accompagnants.* »

Le sirop à 1.- marche très bien. Il faut aussi proposer de la nourriture et de l'eau fraîche dans toutes les toilettes.

Au bar, le service est attentif, sait ce qu'il doit faire par rapport aux règles et aux situations délicates. **La culture d'équipe, le sens de la fête doivent l'encourager à intervenir si nécessaire.**

« *Difficile de refuser de servir aux bars en fin de soirées* »

L'affichage des boissons sans alcool moins chères est à mettre en valeur dans tous les établissements. Ndlr : **loi « sirop »**, à quantité égale, 3 boissons moins chères que la première boisson alcoolisée.

Une promotion « fun » des boissons sans alcool peut être payante.

« *Les règles concernant les consommations illégales, mais aussi le bruit extérieur sont rappelées régulièrement.* »

Un stand et/ou du personnel formé pour aborder les consommations peuvent être utiles.

L'observation des comportements, des sacs permettent d'aborder les gens pour gérer les choses en douceur. Les « fumeurs » de cannabis sont priés d'aller dehors.

« *Face au deal, il n'y a pas d'autre solution que de collaborer avec la police. Si la gestion se fait en douceur, le travail est plus durable.* »

Commentaires des spécialistes de la prévention :

Les fouilles ne peuvent se faire que dans le respect de la personne et le cadre légal. Vérifiez les pratiques possibles auprès de la police.

Pour la vente d'alcool, les bénévoles sont soumis à la même réglementation que les professionnels et aux mêmes responsabilités. Une formation leur permettra de connaître la loi, mais surtout de savoir comment l'appliquer. Le plus souvent, les bénévoles se sentent valorisés par ce travail qui permet d'aborder la gestion des situations liées à l'ivresse, au refus de vendre et à la protection de la jeunesse.

La loi « sirop » est applicable (à quantité égale, 3 boissons moins chères que la première boisson alcoolisée).

Le conducteur désigné et la gestion de la consommation : La plupart des sites de prévention romands proposent un lien ou un programme pour une bonne gestion de la consommation ([alcosim](#), [disques](#), [réglettes](#)) et/ou la [promotion du conducteur désigné](#) (voir [ressources](#)). Par exemple, la FEGPA à Genève teste 10 [bornes](#) et la LVT (VS) a utilisé pendant plusieurs années l'éthylotest dans diverses manifestations. De manière générale, l'utilisation est liée à une possibilité de discuter le résultat. Une bonne communication et un personnel spécialement formé s'avèrent donc capitaux.

La réduction des risques fait peur lorsqu'il s'agit de testing (pas toujours possible) ou de recommandations liées à la consommation de produits illégaux. Elle est mal acceptée par certains organisateurs qui ne désirent pas que leur image soit associée à certains types de consommation ou l'estiment peu cohérente avec la prévention et les interdits. Or, la gestion de la consommation de substances illégales peut s'inscrire dans le même cadre que la gestion des abus d'alcool. Il existe cependant des professionnels spécialisés dans l'approche des consommateurs de drogues illégales ou des interventions menées par des pairs. Des pratiques, des messages qui ont une efficacité réelle pour la sécurité des clients ont été développés. Dans le cadre d'une bonne collaboration avec les organisateurs, la gestion de ces consommations peut être abordée et soutenue par des organismes de prévention expérimentés.

Pour certains milieux, certains types d'événements, les structures et les professionnels de la réduction des risques sont des partenaires indispensables à la sécurité du client. De plus, ils savent aborder la consommation et les consommateurs de produits illégaux.

7. La protection de la jeunesse

Le saviez-vous ? L'obligation d'affichage est respectée, seul le 46% des interrogés contrôle ou identifie l'âge des mineurs. Or 76% l'estiment pertinent.

Synthèse des propos d'organisateur

Quels bons principes ?

L'interdiction aux moins de 18 ans : Le public jeune représente une responsabilité supplémentaire. Certains organisateurs préfèrent limiter l'accès aux plus de 18 ans et ainsi garantir une ambiance « entre adultes ». D'autres organisent des événements spécifiques aux moins de 16 ou 18 ans avec un concept et des mesures appropriés.

Vérifier l'âge peut se faire à l'entrée. La remise de bracelets pour identifier les moins de 16 et de 18 ans demande des compétences à la caisse. Beaucoup se reposent sur le contrôle du bar qui s'avère difficile.

Le personnel est sensible et capable d'agir pour gérer les interdictions de vente aux clients de moins de 16 ou 18 ans.

La formation du personnel semble donc au cœur des bonnes pratiques (cadre et compétences relationnelles).

Des lieux d'accueil spécifiques à la jeunesse sont parfois cités. La promotion de l'autorégulation aussi.

Quelles bonnes pratiques ?

L'affichage des dispositions légales et des lignes de prévention est efficace et facilite le travail du personnel de service. Il faut que le message soit visible exactement au moment où le client commande et que le personnel accepte ou refuse. Certains relookent les pancartes officielles, les agrandissent, les rendent visibles sans être envahissantes. Un cadre bien posé dès l'entrée sécurise et peu éviter les dérapages.

La sensibilisation, mais surtout la formation du service restent nécessaires. On peut travailler avec des brochures comme « [Au cœur du service](#) » (FVA VD) ou des extraits d'autres [documents similaires plus généraux](#) disponibles sur toute la Suisse romande.

Les centres de prévention sont une [ressource](#) et proposent des [formations reconnues, adaptées aux besoins de l'organisateur et du personnel](#).

L'organisateur, le comité, par son soutien au personnel et la promotion d'une culture d'entreprise de qualité, le travail de l'équipe et sa réflexion sur les bonnes pratiques, **la transmission des savoirs entre pairs** est une source de formation continue et efficace.

Commentaires des spécialistes de la prévention :

La « **loi sirop** » est applicable (à quantité égale, 3 boissons moins chères que la première boisson alcoolisée).

Les organisateurs, les bénévoles ou le personnel ont un rôle qu'ils assumeront facilement si la prévention est intégrée à la préparation.

Lorsque l'organisation affiche un engagement personnel pour la protection de la jeunesse dans la publicité, l'affichage, la communication, le respect des règles devient l'affaire de tous et émerge plus spontanément.

Il est important de **ne pas exclure les moins de 18 ans** et de les renvoyer à des pratiques sauvages dans des espaces publics ou privés. Lorsque l'on refoule un mineur, on le renvoie comment, à qui et à quoi ? La loi (régl. Communal, loi scolaire loi sur les auberges et débits de boisson), mais aussi vos valeurs et l'appréciation de la situation entrent en jeu.

Les stands et les zones de récupération s'affichent comme un relai vers des compétences interdisciplinaires, du matériel ciblé (ouïe, sexualité, urgences), des partenariats (travail social hors mur, animation, police, protocole de gestion des abus impliquant les parents, ...), des actions et la présence de pairs ou d'adultes formés. Donnons-nous les moyens de gérer ce public, sensible aux messages des organisateurs et des alcooliers. Rappelons que si la prévention paraît coûteuse sur le moment, les interventions, les dérapages se paient au prix fort. Un stand, l'investissement des partenaires représentent un subventionnement indirect pour une organisation et un bon déroulement de la manifestation.

8. Bien conclure pour recommencer volontiers : la gestion de la clôture

Le saviez-vous ? 50% de nos répondants instaurent un période de dégrisement (fin de la vente d'alcool avant clôture). Mesure jugée pertinente à 78%.

Quels bons principes ?

La fermeture des lieux de noctambules pose des problèmes à l'interne et à l'extérieur des locaux.

« *Plus c'est tard, plus la fatigue s'installe et plus les quantités d'alcool ingurgitées sont importantes... et par conséquent...* » il faut trouver la bonne heure de fermeture. Il s'agit aussi d'éviter les clients qui arrivent tard, sans lien avec la soirée et qui ne sont motivés que par la consommation.

Favoriser le dialogue, la souplesse, l'instauration de rituels de fin de soirée (Lumière, musique, arrêt de la vente d'alcool, vider les stocks de boissons sans alcool ouvertes, le coup de balai, p'tit déj. offert avant le premier train).

Quelles bonnes pratiques ?

Une heure avant la fin de la manifestation, l'alcool n'est plus vendu et les bouteilles de boissons non alcoolisées ouvertes sont servies gratuitement.

Ritualiser la fin, procéder par annonces répétées : d'abord, rétablir un éclairage neutre, puis l'arrêt de la musique, puis le dernier service, enfin ranger et mettre les derniers clients dehors dans le cadre des nettoyages. Si des personnes ne sont pas en état, offrir un canapé pour la nuit

« Il est intéressant de faire partir les clients lentement (bruit et nuisances) »

« Ceux qui viennent dans un concert à la fermeture des bistrotts pour finir la soirée ne sont pas acceptés. S'ils posent problème, on appelle la police. »

9. Un dernier mot de la rédaction aux organisateurs :

Nous remarquons que la prévention est liée à tout ce qui fait la qualité d'une organisation. Loin de se cantonner à quelques actions, elle découle d'un bon ancrage dans la vie locale, de partenariats efficaces et nécessite donc une culture et une gestion digne de n'importe quelle entreprise. Si l'événement a pour vocation d'être ludique, le but est difficilement atteignable sans un travail de qualité sur la communication, le dialogue à tous les niveaux, l'écoute de son public.

Construire, réfléchir, se soutenir, s'ouvrir à d'autres partenaires, d'autres pratiques, et s'améliorer sont à la portée de chacun. Les centres de prévention sont formés et équipés pour amorcer un travail qui accompagnera votre équipe et votre événement vers un plaisir partagé, renouvelé et durable, ceci sans jugement ni moralisme.

Par ailleurs, ils ont besoin de vous pour que la prévention ne se limite pas à quelques actions parfois « alibi », mais fasse partie de votre événement. **Organisateurs et organismes de prévention ont donc beaucoup d'enjeux communs et de compétences complémentaires.**

10. Ressources

Pages cantonales:

Canton	Page principale	Prestations spécifiques	Pages relatives	Accompagnement / contact
BE	www.protection-jeunesse-be.ch	Formation et consultation, matériel, prévention sur place, test	Bon tuyaux et plus , la loi , notre offre , commande , protection de la jeunesse	http://www.jugendschutzbern.ch/jugendschutzbern/f/014.html
	www.fondation-contact.ch	Actions de prévention secondaire lors de manifestations (soirées, concerts ou festivals)	http://www.fondation-contact.ch/dependances/prestations.asp	http://www.fondation-contact.ch/dependances/contact.asp
JU	www.trans-at.ch/prévention	Prévention en milieu festif, pôle de prévention (présence pluri-professionnelle, stand et animation), be my angel tonight	Pôle prévention , Be my angel avec alcotest en ligne , prévention festive – techno party , Prévention communautaire	http://www.trans-at.ch/groupe_prevention.html
NE	www.fondation-neuchatel-addictions.ch	Be my angel, conseil et formation, matériel de prévention, conseil aux organisateurs	Une fête réussie , concertation et prévention , pack prévention	http://www.fondation-neuchatel-addictions.ch/general.asp/1-0-10128-5510-105-1-0/
FR	www.reper-fr.ch	Information et accompagnement des organisateurs, formation du personnel de bar, conceptualisation et évaluation, animation, Be my Angel, Alcoborne, matériel.	Prévenfête , Be my Angel avec alcotest en ligne	Information et projets : www.reper-fr.ch
VD	www.fva.ch	Information et documentation, accompagnement, conceptualisation, animation, promotion et évaluation des actions/programmes de prévention. Be my angel	Be my angel avec alcotest en ligne , au cœur du service , la prévention des risques liés à l'alcool	www.fva.ch/prevention/
	Grande diversité d'acteurs	Travail avec les pairs sur les lieux informels	FVA	
	www.espace-prevention.ch/nord/	Travail avec les pairs	www.healthsangels.ch	
VS	www.lvt.ch/fiesta	Information, accompagnement, labellisation, matériel, be my angel, alcotest en ligne	Alcotest online , be my angel , le label , sécuriser la fête , gérer les risques , ressources , commande	www.lvt.ch/fiesta
GE	www.fegpa.ch	Accompagnement des concepts de prévention dans les fêtes, documentation, matériel, be my angel, sensibilisation dans les manifestations, Simalc (simulateur d'alcoolémie).	Alco-test , sécurité routière , alcoborne , nez rouge	www.fegpa.ch/contact.html
		Réduction des risques travail avec les pairs	www.nuit-blanche.ch	

Ressources romandes, matériel, chartes, label : www.prevenfete.ch ou www.sfa-ispac.ch >prévention>projet>protection jeunesse – www.grea.ch - www.raidblue.ch - www.lvt.ch/fiesta/ - www.bemyangel.ch/romandie/romandie.html .