



DOSSIER DE PRESSE

**CAMPAGNE NATIONALE DE PREVENTION
AVEC NOUS, ÇA NE PASSE PAS !**



fecp
Fédération

DE L'ÉPICERIE ET DU COMMERCE DE PROXIMITÉ

EDITO



Chaque jour, dans nos commerces, des milliers de collaborateurs doivent appliquer une règle essentielle : **l'interdiction de vendre de l'alcool aux mineurs**. Ce geste, pourtant simple en apparence, peut donner lieu à des situations délicates : demande d'une pièce d'identité, contestation d'un client, pression en caisse ou encore achats pour autrui.

Face à cette réalité, les professionnels ont besoin d'être accompagnés. C'est tout le sens de la campagne « Avec nous, ça ne passe pas ! », portée par la FECP et ses enseignes adhérentes.

Notre ambition est double : rappeler au grand public le cadre légal qui protège les mineurs et donner aux équipes en magasin des outils concrets pour appliquer cette règle avec sérénité.

Nous avons fait le choix d'une campagne positive, accessible et volontairement différente des codes habituels de la prévention. Sans minimiser l'enjeu, nous avons souhaité privilégier une approche qui responsabilise sans culpabiliser, explique sans opposer et accompagne plutôt qu'elle ne sanctionne.

Parce que protéger les mineurs est une responsabilité collective, nous espérons que cette campagne contribuera à faire évoluer les comportements, soutenir les professionnels et faire de la demande d'identité un geste simple, compris et pleinement légitime.



Benoît Soury,

Président de la Fédération de l'Épicerie
et du Commerce de Proximité

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Un constat et une réalité de terrain

Malgré l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs en France, l'accès à l'alcool est une réalité pour de nombreux jeunes. Pour faire face à cela, les équipes des commerces de proximité sont confrontées à des situations souvent complexes : doute sur l'âge d'un client, contestation, pression en caisse ou encore achats susceptibles d'être destinés à un mineur. Dans ce contexte, appliquer la réglementation peut parfois devenir un exercice délicat.

Face à ce constat, la FECP a souhaité agir. L'ambition de cette campagne est de contribuer à faire évoluer les comportements, tant du côté des consommateurs que des professionnels, afin de renforcer le respect de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs.



Développée en partenariat avec ses enseignes adhérentes (Carrefour Proximité, Casino, Franprix, U Proximité France, les enseignes du réseau Francap), la campagne « **Avec nous, ça ne passe pas !** » poursuit un double objectif :

- ✓ **Sensibiliser le grand public** au respect de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs ;
- ✓ **Accompagner les équipes en magasin** grâce à des outils concrets leur permettant d'appliquer sereinement la réglementation et de faire de la demande d'une pièce d'identité un geste simple, compris et pleinement légitime.

Grâce à un ensemble d'outils déployé au sein de **5000** commerces de proximité, cette campagne donne à chacun les clés pour une meilleure responsabilité collective.

Une campagne qui change de ton !

Les campagnes de prévention reposent souvent sur des messages institutionnels ou des approches centrées sur les risques.

La FECP a fait un choix différent : parler simplement, avec un ton positif, accessible et légèrement décalé, sans jamais s'éloigner de l'objectif de prévention. L'idée est simple : rappeler la règle sans culpabiliser, dédramatiser la demande d'une pièce d'identité et accompagner les équipes qui l'appliquent au quotidien.

Cette approche s'adresse à tous :

Aux **équipes en magasin**, pour lesquelles on part de situations concrètes auxquelles elles sont confrontées chaque jour. Demander une pièce d'identité, faire face à une contestation, gérer la pression d'un groupe, refuser une photographie d'une pièce d'identité, identifier un achat pour autrui ou encore réagir face à un refus filmé... autant de situations abordées dans un livret pédagogique qui leur est destiné avec des conseils simples, pratiques et accessibles.

VICTIMISATION

Pourquoi moi et pas le client d'avant ?
Le client peut se sentir visé injustement.

LES BONS RÉFLEXES

- Ne pas commenter les autres clients et rester sur la vente en cours.

À éviter

- Lui ça se voyait -
- Vous faites plus jeune -
- Se justifier sur le client précédent

La dernière fois, vous ne me l'avez pas demandée
Le client compare avec une autre vente : un autre jour, un autre collègue.

LES BONS RÉFLEXES

- Ne pas se justifier sur ce qui s'est passé avant et revenir à la vente en cours.

À éviter

- Oui c'est vrai, j'ai oublié la dernière fois -
- Vous faites jeune aujourd'hui -

Ailleurs, on ne me la demande pas !

Chaque magasin est responsable de ce qu'il vend. Ce qui se passe ailleurs ne change pas la règle ici. Vous n'avez pas à commenter les pratiques des autres commerces.

Quelques phrases simples suffisent

- Ici ça ne passe pas. Pour vendre de l'alcool, nous demandons une pièce d'identité, c'est la règle. Sinon ce n'est pas possible -.

À éviter

- Critiquer un autre magasin

Au **grand public**, la campagne reprend cette approche dans les supports destinés à être déployés en magasin. Les affiches évoquent avec un clin d'œil et un ton volontairement positif les arguments ou les réactions les plus fréquemment entendus en caisse : « C'est pour cuisiner ! », « J'ai 18 ans dans deux jours... », « Une photo, ça passe ? » ou encore « C'est pour mes parents ».

En répondant avec humour à ces situations du quotidien, sans jamais remettre en cause la fermeté de la règle, la campagne cherche à dédramatiser la demande d'une pièce d'identité et à faire de ce geste un réflexe compris et accepté par tous.

- ✓ Un ton positif et accessible
- ✓ Une communication sans culpabilisation
- ✓ Des messages ancrés dans les situations du quotidien
- ✓ Des outils pensés pour les commerces de proximité



LES OUTILS DE LA CAMPAGNE

Afin d'accompagner concrètement nos commerces de proximité, la FECP a développé un ensemble d'outils complémentaires. Destinés à la fois au grand public et aux équipes en magasin, ils ont été conçus pour sensibiliser, faciliter l'application de la réglementation et accompagner les professionnels dans les situations du quotidien.

5000 commerces de proximité ont reçu un kit de communication comprenant :

- ✓ Un courrier de présentation de la campagne
- ✓ Des affiches à destination des clients
- ✓ Un livret pédagogique à destination des équipes en magasin
- ✓ Des stickers
- ✓ Des stop-rayons

Lettre A4



Livrets pédagogiques



Stickers 25cm



Stop-rayons



Affiches A2

Affiches A3



Déployées en magasin, elles interpellent les clients à partir de situation du quotidien et rappellent, sur un ton positif et décalé, que la vente aux mineurs est interdite.

Mais c'est pour cuisiner !...

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
CARTE NATIONALE D'IDENTITÉ N° 012345678987 Nationalité Française

Prénom Théo
Nom LACREPE
Âge 16 ans
Ilhem

IDFRALACREPE<<<<<<<<<<<<<<<<<<987654
012345678987THEO<LACREPE<<<<<<<<<<<<<<<<<<16

VENTE D'ALCOOL
-18
ÇA PASSE PAS
PIÈCE D'IDENTITÉ OBLIGATOIRE

POUR VOUS PROTÉGER,
NOUS SOMMES TENUS DE VÉRIFIER LA
MAJORITÉ DE NOS CLIENTS.

LORS DE VOTRE PASSAGE EN CAISSE, PRÉSENTEZ UN
JUSTIFICATIF ORIGINAL : CARTE D'IDENTITÉ, PERMIS OU PASSEPORT.

ADULTES, N'ACCÉPTEZ PAS D'ACHETER DE
L'ALCOOL À LA DEMANDE DE MINEURS.

MERCI DE VOTRE COMPRÉHENSION,

fecp
Fédération
DE L'ÉPICERIE ET DU COMMERCE DE PROXIMITÉ

C'est pour
mes parents...



POUR VOUS PROTÉGER,
NOUS SOMMES TENUS DE VÉRIFIER LA
MAJORITÉ DE NOS CLIENTS.



LORS DE VOTRE PASSAGE EN CAISSE, PRÉSENTEZ UN
JUSTIFICATIF ORIGINAL : CARTE D'IDENTITÉ, PERMIS OU PASSEPORT.

ADULTES, N'ACCEPTEZ PAS D'ACHETER DE
L'ALCOOL À LA DEMANDE DE MINEURS.

MERCI DE VOTRE COMPRÉHENSION,



J'ai 18 ans
dans 2 jours...



POUR VOUS PROTÉGER,
NOUS SOMMES TENUS DE VÉRIFIER LA
MAJORITÉ DE NOS CLIENTS.



LORS DE VOTRE PASSAGE EN CAISSE, PRÉSENTEZ UN
JUSTIFICATIF ORIGINAL : CARTE D'IDENTITÉ, PERMIS OU PASSEPORT.

ADULTES, N'ACCEPTEZ PAS D'ACHETER DE
L'ALCOOL À LA DEMANDE DE MINEURS.

MERCI DE VOTRE COMPRÉHENSION,



Une photo,
ça passe ?...



POUR VOUS PROTÉGER,
NOUS SOMMES TENUS DE VÉRIFIER LA
MAJORITÉ DE NOS CLIENTS.



LORS DE VOTRE PASSAGE EN CAISSE, PRÉSENTEZ UN
JUSTIFICATIF ORIGINAL : CARTE D'IDENTITÉ, PERMIS OU PASSEPORT.

ADULTES, N'ACCEPTEZ PAS D'ACHETER DE
L'ALCOOL À LA DEMANDE DE MINEURS.

MERCI DE VOTRE COMPRÉHENSION,



2. Des stop-rayons et des stickers placés stratégiquement pour renforcer le message

Stickers, stop-rayons et déclinaisons du logo « Ca passe pas » viennent renforcer la visibilité de la campagne et rappeler la règle lors de la sélection en rayon et directement au moment de l'achat.



3. Un livret pédagogique pour accompagner les équipes en magasin face aux situations du quotidien

Conçu pour les collaborateurs en magasin, ce guide apporte des réponses concrètes aux situations les plus fréquentes : demander une pièce d'identité, gérer une contestation, réagir face à un achat pour autrui ou encore adopter les bons réflexes en cas de tension.

[Télécharger le livret pédagogique](#)



4. Des formations existantes à destination des collaborateurs

Le livret valorise également les formations existantes sur la vente d'alcool, prises en charge par la branche professionnelle, afin d'encourager les commerces à poursuivre la montée en compétences de leurs équipes sur ce sujet.

ENVIE D'ALLER PLUS LOIN ? DES FORMATIONS EXISTENT !

La vente d'alcool est encadrée par une réglementation spécifique qui évolue régulièrement. Entre les règles de vente, les contrôles d'âge, les horaires de vente ou encore les obligations liées à l'exploitation d'un commerce, il n'est pas toujours simple de tout maîtriser.

Pour vous accompagner, votre branche professionnelle met à disposition plusieurs formations dédiées à la réglementation de la vente d'alcool :

**PERMIS
VENTE DE BOISSONS
ALCOOLISÉES
LA NUIT**

**PERMIS
D'EXPLOITATION**

Mettre à jour ses
connaissances

Formations
à distance
intégralement
prises en
charge

Ces formations sont accessibles aux salariés et aux employeurs de la branche et sont intégralement prises en charge.

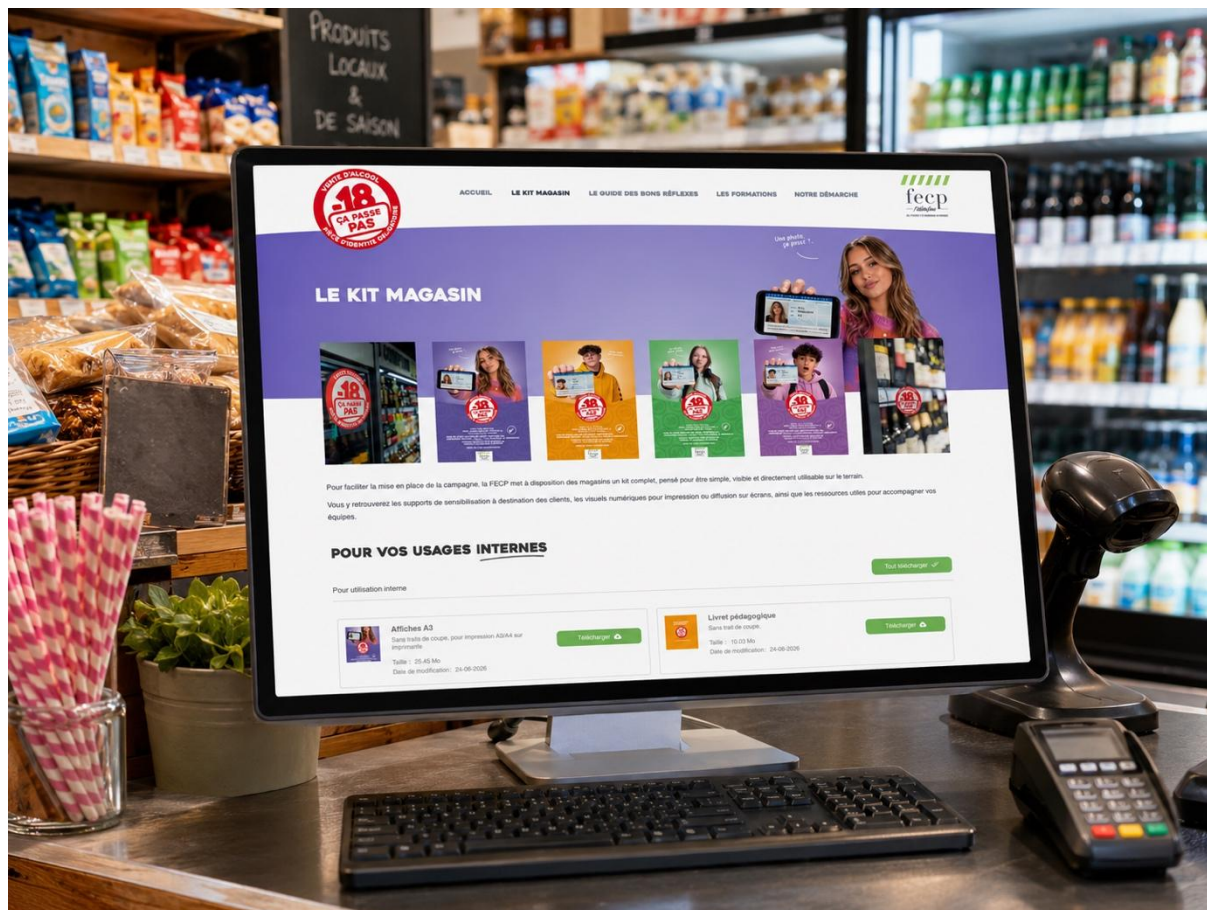
Parlez-en à votre responsable !



EN SAVOIR PLUS :
capsepas.fr/formation

UN SITE INTERNET DÉDIÉ

Le site capassepas.fr rassemble l'ensemble des contenus de la campagne, des ressources pédagogiques, les supports numériques ainsi que les informations utiles pour les professionnels et le grand public.



DÉCOUVREZ LA CAMPAGNE EN VIDÉO

En complément de ce dossier, la FECP a réalisé une vidéo de présentation de la campagne, portée par son Président, **Benoît Soury**.

En deux minutes, elle présente les objectifs de la démarche, le choix du ton et les outils déployés auprès des commerces de proximité et les perspectives pour la suite.

2 MINUTES POUR COMPRENDRE LA CAMPAGNE



[Voir la vidéo](#)

LA FECP EN QUELQUES MOTS

Créée en 2014 à l'initiative des grands réseaux de distribution alimentaire pour accompagner le nouvel essor du commerce de proximité, la Fédération de l'Épicerie et du Commerce de Proximité rassemble près de 6 000 professionnels du commerce de détail alimentaire qui exploitent des commerces d'alimentation générale, supérettes, petits supermarchés, et spécialistes en produits bio, principalement sous enseigne.

Ces adhérents sont quasi-exclusivement des TPE, associés, coopérateurs, franchisés ou affiliés d'un réseau d'enseigne. La FECP est la première organisation représentative dans la branche du commerce de détail alimentaire non spécialisé.



capassepas.fr

Retrouvez l'ensemble des contenus de la campagne en format digital.



fecp.fr

Retrouvez toutes les informations liées au commerce de proximité alimentaire sur le site de la FECP.

Cette campagne « Avec nous, ça ne passe pas ! » est appelée à vivre dans la durée. La FECP poursuivra son engagement aux côtés des commerces de proximité afin de promouvoir une application sereine de la réglementation et de contribuer à la protection des mineurs.

Contact presse FECP

Yanis Lahmeri – chargé des relations institutionnelles et de la communication

06.28.02.14.48

y.lahmeri@fecp.fr

