

Service d'alcool responsable: Guide du serveur

[French translation of *Responsible Service of Alcohol: A Server's Guide*]

Préface ¹

“Ce guide du serveur, au même titre que le guide du formateur qui l’accompagne, fournit des informations alliant compétences utiles, responsabilités légales et sociales et meilleures pratiques. L’objectif est de mettre en place un service d’alcool responsable dans l’hôtellerie-restauration et le secteur de détail. À travers ces guides, les utilisateurs feront connaissance avec la loi et leurs responsabilités légales, promouvoir la responsabilité sociale à l’égard des communautés où ils agissent ainsi que les meilleures pratiques au sein de leurs professions.


Toutes les personnes actives dans l’hôtellerie-restauration et le secteur de détail doivent apprécier et comprendre leurs responsabilités vis-à-vis de l’alcool, comprendre comment l’alcool affecte l’organisme et prendre conscience des avantages et risques liés à la consommation d’alcool. Ces guides sont un premier pas sur la voie de l’apprentissage. Ils mettent entre les mains des praticiens et décideurs des outils pour les aider à comprendre le rôle important qu’ils jouent dans le cadre d’un service d’alcool responsable.”


Brett Bivans, International Centre for Alcohol Policies

Introduction

Ce guide a pour objet de traiter les lois et responsabilités fondamentales qui s’appliquent à tous les professionnels qui servent de l’alcool. L’alcool peut être servi dans un environnement sous licence – l’alcool est vendu et le client le consomme à l’endroit où il l’achète – ou hors licence – l’alcool est vendu et le client l’emporte pour le boire ailleurs.

Le guide sera bien entendu pertinent pour tous les autres qui entrent en contact avec de l’alcool dans le cadre de leur travail dans l’hôtellerie restauration et le secteur de détail.

Vous verrez partout dans ce guide le symbole . Il indique que vous devez trouver les règles ou lois liées à votre pays ou lieu de travail.

Le symbole  désigne les meilleures pratiques. Ces informations sont destinées aux directeurs et donnent des indications sur la gestion d’un établissement.

La vente d’alcool requiert de nombreuses compétences et implique des responsabilités légales – à savoir tout ce que vous devez faire dans le cadre de votre travail pour vous conformer aux lois. Vous devez aussi être conscient de vos responsabilités sociales – autrement dit tout ce

¹ **Remerciements** : ce guide a été préparé par une équipe du programme écossais de sensibilisation à l’alcool Alcohol Focus Scotland’s ServeWise à la demande de l’International Center for Alcohol Policies (ICAP) et de l’European Forum for Responsible Drinking (EFRD). ServeWise est le premier organisme de formation à la responsabilité sociale pour les établissements sous licence en Écosse. Il travaille en partenariat avec un grand nombre de parties, allant des membres de comités de délivrance des licences d’alcool aux demandeurs, en passant par des établissements sous licence, des représentants des forces de police et d’associations de lutte contre les abus d’alcool, ainsi que des formateurs, comme les établissements d’enseignement supérieur et les organismes privés de formation. L’équipe de rédaction était formée de Linda Bowie (directrice de ServeWise), Joanne Worrall (responsable de l’information et des formations chez ServeWise) et Mary Ellmers (directrice nationale de ServeWise). Tout comme le guide du formateur qui l’accompagne, ce guide a été revu par Jim Peters (Responsible Hospitality Institute, États-Unis) et Rob Eicholtz (Horeca Branche Instituut, Pays-Bas).

que vous devriez faire pour bien gérer votre établissement et avoir un impact positif sur votre communauté.

La vente d'alcool comporte divers aspects. Vous devez agir comme :

- ✓ un “agent de police” en veillant à ce que personne ne viole de lois ;
- ✓ un vendeur qui connaît ses produits ;
- ✓ un nettoyeur en garantissant un établissement propre et net ;
- ✓ un hôte de qualité en contribuant à la création d'une atmosphère conviviale ;
- ✓ un agent de sécurité en réfléchissant au bien-être des clients et en réduisant les risques, quels qu'ils soient.

Ce manuel est dédié au “service d'alcool responsable.” Qu'est-ce que cela signifie ?

L'alcool est généralement consommé de façon responsable, mais peut nuire en cas d'utilisation irresponsable. Il est donc important de le vendre de manière à minimiser les nuisances. Vous devez, pour cela, vous demander à qui vous vendez, combien vous vendez et comment assurer le bien-être du client. De nombreux pays ont mis en place des lois pour clarifier les choses. Il existe aussi de nombreuses bonnes pratiques établies, que vous pouvez implémenter.

Index

Section 1 : Droit de licence	Page 4
Alcool commercial et non commercial	Page 4
Licence de vente	Page 4
Heures autorisées	Page 5
Âge et alcool	Page 5
Autres devoirs et délits	Page 6
Drogues	Page 8
Que se passe-t-il en cas de violation d'une loi ?	Page 9
Résumé / Points d'action	Page 11
Section 2 : Alcool	Page 12
Alcool et organisme	Page 13
Force des boissons	Page 16
Mesures d'alcool	Page 17
Boire et conduire	Page 18
Désenivrement	Page 19
Alcool et style de vie	Page 20
Résumé / Points d'action	Page 21
Section 3 : Création de l'atmosphère adéquate	Page 22
Facteurs de protection et de risques dans les bars	Page 23
Respect des normes	Page 24
Politique de la maison ou du magasin	Page 25
Prévention des délits et troubles	Page 25
Heure de fermeture	Page 28
Service d'alcool responsable et VIH/SIDA	Page 30
Résumé / Points d'action	Page 31
Section 4 : Compétences humaines	Page 32
Prévention des troubles	Page 32
Plaintes et refus de servir	Page 33
Situations susceptibles de poser problème	Page 35
Réaction face aux troubles	Page 39
Enregistrement des incidents	Page 39
Serveurs qualifiés	Page 41
Résumé / Points d'action	Page 41
Autres informations	Page 42

Section 1 : Droit de licence

Le droit de licence est l'ensemble des dispositions légales d'un pays (ou état) qui régissent la vente d'alcool. Il définit généralement qui peut vendre de l'alcool, quand et où l'alcool peut être vendu et à qui il peut être vendu. L'objectif sous-jacent du droit de licence est, en principe, de protéger contre les nuisances potentielles à l'ordre ou la santé publics. Il est parfois stipulé dans le droit.

Alcool commercial et non commercial

Le droit de licence s'applique généralement à toutes les situations où de l'alcool est vendu ou distribué. L'alcool peut être produit commercialement ou non commercialement.

L'alcool produit commercialement inclut toutes les boissons et marques connues qui, dans bien des cas, sont distribuées dans le monde entier, ainsi que des boissons produites à l'échelle nationale ou locale. Seul l'alcool produit commercialement peut être vendu en toute légalité.

L'alcool produit non commercialement comprend des eaux-de-vie distillées comme le samogon russe, le cacha brésilien, le gongo tanzanien, le kachasu zambien et le palinka hongrois. Cette catégorie inclut également des boissons de type « bière », comme la bière à la banane ou au sorgo, ainsi que le pulque mexicain, à base de sirop d'algave. Le vin de fabrication maison est un alcool commun et une forme traditionnelle d'alcool non commercial.

Alors que le niveau de production de bon nombre de ces boissons est de qualité supérieure, de graves problèmes sanitaires ont été associés aux boissons non commerciales. Il n'est en effet pas toujours facile de contrôler le niveau d'alcool de ces breuvages ni de garantir la pureté du produit.

Licence de vente

La plupart des pays qui imposent des restrictions en ce qui concerne les personnes auxquelles de l'alcool peut être vendu imposent aussi des restrictions au niveau des personnes autorisées à vendre.

Pour vendre de l'alcool, vous devrez peut-être obtenir un permis ou une licence.

La licence peut vous autoriser simplement à vendre de l'alcool, comme dans certaines régions d'Afrique. Elle peut aussi être extrêmement détaillée, comme dans la plupart des pays d'Europe et d'Amérique du Nord. En Écosse, par exemple, il existe plusieurs types de licences selon le type de ventes que vous envisagez et l'environnement. Une licence pour restaurants vous permet ainsi de vendre de l'alcool dans un lieu où les gens sont assis devant un repas et l'alcool accompagnera alors ce dernier.



Pour découvrir quelles sont les lois de votre pays en matière de vente d'alcool, adressez-vous à l'organisme national compétent (l'autorité qui délivre les licences, le ministère du commerce ou le ministère de la santé, par exemple).

Heures autorisées

Lorsqu'une licence est nécessaire, il existe souvent des restrictions en ce qui concerne les heures où la vente d'alcool est autorisée. La vente d'alcool en dehors des heures spécifiées dans les lois est illégale.

Les heures peuvent varier selon le type de licence détenue ou selon que vous vendez de l'alcool à consommer sur place ou ailleurs. Il en va de même si vous vendez de l'alimentation pour accompagner l'alcool.



Pour connaître les lois relatives aux heures où la vente d'alcool est autorisée, adressez-vous à votre directeur ou à l'organisme national compétent, parfois appelé "Liquor Licensing Department".

Âge et alcool

Dans la plupart des pays, il est interdit de vendre des boissons alcoolisées aux personnes de moins d'un certain âge. En Italie, par exemple, l'âge minimal est 16 ans, contre 18 en Hongrie et 21 aux États-Unis.

L'âge minimal varie parfois selon que vous buvez de l'alcool dans un café ou que vous en achetez en magasin. En Suède, il est de 18 ans pour les restaurants et de 20 dans les magasins. Au Danemark, il est de 18 ans dans les bars et restaurants et de 16 en magasin.

Dans certains pays, l'âge autorisé varie selon la force de la boisson. En Finlande, par exemple, l'âge légal est de 18 ans pour l'achat en magasin de boissons avec un volume d'alcool maximal de 22 % et de 20 ans si les boissons sont plus fortes.

Dans d'autres pays, enfin, l'âge autorisé varie selon que la personne est ou non accompagnée par un adulte en âge légal de consommer de l'alcool, comme un parent ou le conjoint.

La définition d'un âge légal se justifie par le fait que l'alcool peut être très dangereux pour les jeunes. Ces derniers n'ont généralement pas l'habitude de boire de l'alcool et leurs organes internes n'ont pas fini de se développer. Résultat des courses : une petite quantité peut faire beaucoup plus d'effet que chez un adulte.

Rien qu'en Angleterre, quelque 21 700 personnes sont admises à l'hôpital chaque année pour cause d'intoxication à l'alcool. Un grand nombre d'entre elles sont des jeunes.

S'il existe des restrictions en ce qui concerne l'âge légal pour la vente d'alcool, veillez à contrôler l'âge du client que vous servez. Dans la plupart des pays, le personnel peut demander, à cet effet, de voir une pièce d'identité reconnue à l'échelle nationale. Dans quelques pays comme la Belgique et la France, par contre, l'âge ne peut être vérifié que par des fonctionnaires. En France, seuls la police et les représentants de l'ordre public peuvent procéder à un contrôle d'identité. Si vous avez des doutes sur l'âge d'une personne, ne la servez pas. Pour plus de détails sur la façon dont vous pouvez gérer votre refus de servir de l'alcool, rendez-vous à la **section 4 : Compétences humaines (voir page 32)**.



Recherchez quel doit être l'âge minimal de la personne à laquelle vous vendez de l'alcool, dans votre pays ou collectivité locale.
Dans certains pays, des restrictions d'âge s'appliquent également à la personne qui vend l'alcool.



Recherchez l'âge minimal requis pour pouvoir vendre de l'alcool dans votre pays ou collectivité locale.

Autres devoirs et délits

En tant que vendeur d'alcool, vous pouvez avoir de nombreuses responsabilités autres que le contrôle de l'âge de la personne à laquelle vous vendez.

Servir de l'alcool à une personne déjà intoxiquée est également considéré comme un délit dans la plupart des pays. Lorsque quelqu'un a consommé tellement d'alcool qu'il présente des signes d'ébriété, sa capacité de jugement est altérée.

Il appartient donc au serveur et non au client de décider si de l'alcool peut ou non être servi.

Quand quelqu'un est-il ivre ?

Il n'est pas toujours facile de savoir quand quelqu'un est ivre et la quantité d'alcool consommée variera selon les personnes. Le droit finlandais définit l'ébriété comme "l'état des personnes qui présentent un comportement dérangeant ou sont clairement intoxiquées". La loi danoise, en revanche, stipule que "vous ne pouvez servir une personne ivre si cette personne constitue un danger pour elle-même ou son environnement".

Pour comprendre comment l'alcool affecte les gens et découvrir les signes d'ébriété, rendez-vous à la section 2 : Alcool (voir pages 12).



Découvrez quelles sont les lois de votre pays ou collectivité locale qui régissent la vente d'alcool à une personne ivre. Adressez-vous pour cela à votre directeur ou votre autorité locale chargée de délivrer les licences.



Pour vous conformer à ces lois, refuser de servir quelqu'un peut être nécessaire. Prévenir l'ébriété n'est pas une obligation légale, mais une bonne pratique. L'ébriété peut, en effet, être source de problèmes.

Risques pour le personnel et l'entreprise

- Des clients plus difficiles à gérer, en cas d'ivresse.
- Plus de désordre (déversements accidentels, bris, vomissements, etc.)
- Plus de troubles. Les différends céderont bien plus vite la place à des agressions et actes de violence.
- Plus de dangers potentiels pour le personnel.
- Des coûts supplémentaires dus au remplacement d'installations et d'équipements dans l'établissement.
- Une augmentation des frais de personnel : personnel supplémentaire nécessaire pour gérer les troubles et possibilité de rotation de personnel plus importante
- Le développement d'une mauvaise réputation pour l'établissement. Il attire des gens plus bagarreurs et dissuade les clients qui se comportent mieux.
- Des contrôles de police plus fréquents qui menacent la licence.

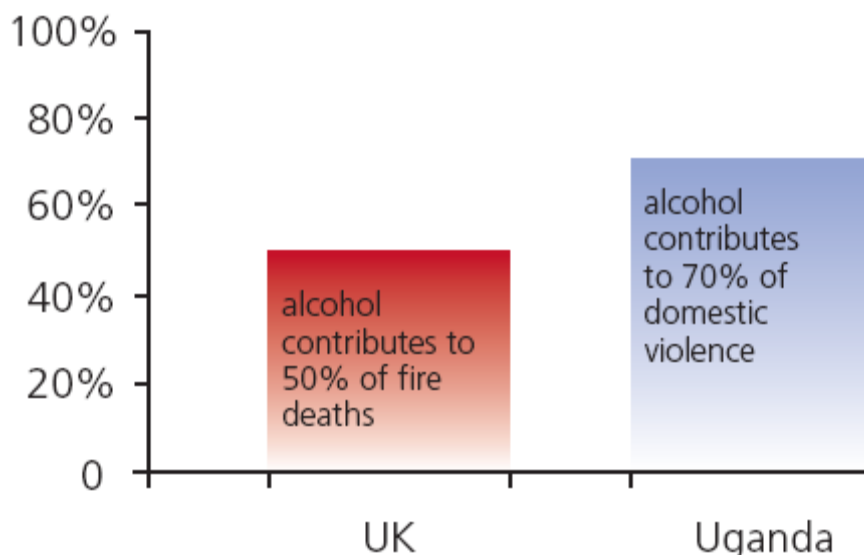
Risques pour les clients

- Les clients ivres courent plus de risques lorsqu'ils rentrent chez eux en voiture, à pied ou avec les transports en commun. Ils sont en effet très vulnérables aux attaques ou accidents.

L'ébriété affecte l'équilibre, le jugement et parfois l'humeur. L'alcool contribue donc largement à de nombreux accidents et crimes. Il intervient dans 50 % des décès à la suite d'incendies au Royaume-Uni et dans 70 % des violences domestiques en Ouganda.

Traduction diagramme :

Royaume-Uni L'alcool contribue à 50 % des décès à la suite d'incendies.
Ouganda L'alcool contribue à 70 % des violences domestiques.



Drogues

Les lois ne régissent pas seulement la vente et la consommation d'alcool. Des obligations légales peuvent aussi être prévues en ce qui concerne d'autres drogues. Dans bien des pays, ces autres drogues sont distribuées légalement ou illégalement dans les points de vente d'alcool. Examinons-en quelques-unes en détails :

Tabac – certains pays interdisent le tabac ou ont implémenté des lois interdisant le tabagisme en certains lieux. Nombreux sont aussi les pays qui n'autorisent la vente de tabac qu'aux personnes ayant plus d'un certain âge. En Irlande, fumer dans un lieu public ou sur un lieu de travail fermé, comme dans un bar ou restaurant, est interdit.

Cannabis – la loi peut légaliser le cannabis dans certains établissements, comme aux Pays-Bas.

Elle peut aussi, comme en Finlande, rendre le cannabis parfaitement illégal, sous peine de poursuites pénales.

Cocaïne, héroïne, ecstasy, etc. – Il existera probablement des lois régissant l'utilisation et la vente de ces drogues. De nombreux établissements qui vendent de l'alcool ont aussi pour responsabilité légale de veiller à ce que ces drogues ne soient pas disponibles ou utilisées dans l'établissement. En cas de non-conformité, l'établissement risque de perdre sa licence d'exploitation. Veillez à repérer les signes attestant la consommation de telles drogues chez des clients et faites part de vos soupçons à votre employeur.



Découvrez quelles sont les lois relatives aux drogues susmentionnées.

Que se passe-t-il en cas de violation d'une loi ?


Dans les pays où la loi impose des restrictions d'âge pour les personnes auxquelles de l'alcool peut être vendu, toute violation peut être sanctionnée par une amende et, dans certains cas, comme en Belgique, une peine de prison. La violation peut aussi se solder par la déchéance de la licence de vente d'alcool, comme en Suède.

De la même manière, toute violation de la loi dans des pays où servir une personne ivre est illégal pourrait donner lieu à des amendes, avertissements, pertes de licences ou emprisonnements.

Conséquences de la vente à des personnes n'ayant pas l'âge requis

Pays	Conséquence
Autriche	Amende d'environ 2 200 €
République tchèque	Amendes pour le vendeur et conséquences pénales
Estonie	Amende, retrait de licence et autres sanctions en fonction de l'infraction (exemple : première ou deuxième infraction)
Finlande	Avertissement écrit, restriction limitant les heures de service. Retrait temporaire ou définitif de la licence, amendes, jusqu'à 2 ans d'emprisonnement
Allemagne	Amendes et perte de la licence
Irlande	Après condamnation, les tribunaux doivent imposer les peines suivantes : pour une 1 ^{ère} infraction : 1 270 € et fermeture de l'établissement pendant 7 jours maximum ; à partir de la 2 ^{ème} infraction : 1 905 € et fermeture de l'établissement pendant 30 jours ; à partir de la 3 ^{ème} contravention, la licence est retirée. Une fois qu'il a perdu sa licence, un établissement ne pourra pas bénéficier d'une nouvelle licence.
Italie	Jusqu'à 1 an d'emprisonnement
Pays-Bas	Amendes
Espagne	Amendes
Suisse	Amendes et perte de la licence pendant un temps limité
Angleterre et Pays de Galles	Amende de 1 000 £ (1 250 € environ)

Ces conséquences peuvent s'appliquer au serveur, au titulaire de la licence ou aux deux, selon le pays et les circonstances.

 Pour prouver votre conformité aux lois, une bonne pratique consiste à garder des registres. Ils vous permettront de montrer les systèmes mis en place :

1. Formations et enregistrements des formations

Une bonne pratique pour les employeurs consiste à montrer que le personnel a été sensibilisé aux lois par le biais de formations et en demandant au personnel de signer pour montrer qu'ils ont compris les lois ou de passer un examen pour prouver leur compréhension.

2. Journal des incidents

Une bonne pratique consiste à enregistrer tout incident comme des disputes ou bagarres. Cette méthode permet d'identifier les problèmes éventuels pour empêcher qu'ils ne se reproduisent. Elle donne aussi une image précise pour la communication de la société et la transmission aux autorités qui, le cas échéant, pourraient avoir besoin de détails.

Le journal actuel devrait être gardé en un endroit pratique et tout le monde doit savoir où le trouver. Les anciens journaux devraient être classés de telle sorte qu'ils puissent être utilisés dans des actions légales ultérieures.


3. Journal des refus

Dans ce journal, vous enregistrerez chaque fois que vous devez refuser un service aux clients parce qu'ils n'ont pas l'âge requis, parce qu'ils sont ivres ou pour toute autre raison. Ce journal sera ensuite signé par le directeur et prouvera que vous respectez les lois. Il aide aussi à se faire une idée des types de problèmes qui peuvent survenir.

4. Politiques liées à l'âge

Demander à ceux qui n'ont pas l'air d'avoir l'âge requis de décliner leur identité n'est bien souvent pas considéré comme "suffisant" car vous pouvez oublier certaines personnes. Dans les pays où l'âge légal est de 18 ans, une bonne pratique consiste à vérifier l'identité des clients qui ont l'air d'avoir moins de 21 ans. Il convient, autrement dit, de prévoir une "zone tampon" de trois ans. Certains pays considèrent que pour une vérification sûre de l'âge, une "zone tampon" de cinq à 10 ans est nécessaire. Cette mesure permet d'éviter que des personnes n'ayant pas l'âge requis soient servies par erreur, sous prétexte qu'elles paraissent plus que leur âge.

Résumé / Points d'actions

1. Découvrez les dispositions légales en ce qui concerne les personnes habilitées à vendre de l'alcool dans votre pays ou collectivité locale.
2. Découvrez quelles sont les heures de vente légales pour votre lieu de travail spécifique.
3. Découvrez quelles sont, dans votre pays, les restrictions d'âge en ce qui concerne la vente d'alcool.
4. Découvrez quelles sont les lois en matière de vente d'alcool à une personne ivre.
5. Découvrez quelles sont les lois en matière de vente et d'utilisation de tabac, cannabis et autres drogues.
6. Découvrez quelle est la sanction en cas de violation du droit de licence.
7. Demandez à vos collègues ou votre employeur quels sont, dans votre environnement de travail, les politiques et systèmes dont vous disposez pour montrer que vous respectez les lois.
8.  Directeurs – examinez vos systèmes et discutez avec votre équipe des améliorations qui pourraient être apportées pour renforcer vos mesures de prévention.

Section 2 : Alcool

Dans la plupart des pays, l'alcool est si répandu que de nombreuses personnes oublient qu'il s'agit, en réalité, d'une drogue légale. Il entre dans la catégorie des drogues dépressives. Cela ne veut pas dire que si vous buvez de l'alcool, vous vous sentirez déprimé. Non, cela signifie que l'alcool limite les fonctions du cerveau et altère, par conséquent, le comportement des gens. En cas de consommation irresponsable, l'alcool peut altérer les facultés mentales et avoir d'autres effets potentiellement destructeurs sur l'organisme. Il s'agit donc d'une drogue plutôt dangereuse et par conséquent, sa vente est contrôlée.

Vous pouvez voir les gens changer de comportement au fur et à mesure qu'ils consomment de l'alcool.

- Les gens parlent un peu plus fort et sont plus confiants car ils perdent leurs inhibitions.
- D'aucuns peuvent se mettre à mal articuler.
- D'aucuns peuvent commencer à avoir les jambes qui flageolent.
- D'autres sens comme la vision commenceront à être affectés, avec à la clé des difficultés à juger les distances.

Si une personne ivre continue de boire, les conséquences peuvent être très graves. Certaines fonctions automatiques peuvent être affectées (cœur, poumons). On parle alors d'intoxication à l'alcool et le sujet peut perdre connaissance. Sachez encore qu'une personne inconsciente peut étouffer avec son propre vomissement et décéder.

Il est important de connaître les premiers symptômes d'ébriété. Refusez également de servir de tels clients bien avant qu'ils ne soient vraiment soûls.

L'alcool altère le fonctionnement physique et mental. Plus une personne boit et moins elle pourra prendre de décisions concernant son propre bien-être. Il revient donc au serveur et non au client de décider qui a bu suffisamment.

Alcool et organisme

L'alcool est constitué de très petites molécules absorbées par le sang. Normalement, cette absorption a lieu dans le petit intestin, mais en théorie, si vous deviez remplir votre bouche d'un petit verre de whisky sans avaler le whisky, par exemple, l'alcool serait également absorbé par votre sang via la paroi de votre bouche. Les membranes cellulaires sont très perméables à l'alcool. Une fois que l'alcool a intégré la circulation sanguine, il peut donc se diffuser dans presque tous les tissus de l'organisme. L'abus d'alcool peut ainsi endommager de nombreux organes différents.

L'alcool est normalement avalé puis descend dans l'estomac. Ce dernier décompose les aliments et la boisson avant de les transmettre au petit intestin. S'il n'y a pas d'aliments dans l'estomac, l'alcool rejoint plus rapidement le petit intestin, à partir d'où il est absorbé par le sang. Il circule dans tout l'organisme (avec le sang) jusqu'à ce qu'il atteigne le cerveau. Ce processus dure à peu près cinq minutes. Une fois le cerveau atteint, l'alcool commence à limiter les fonctions du cerveau, en s'attaquant d'abord à la partie du cerveau qui contrôle les inhibitions et le jugement.

Si l'estomac contient des aliments, l'alcool se mélangera aux aliments avant de passer dans le petit intestin. C'est cette mixtion avec la nourriture qui ralentit l'absorption de l'alcool par le sang. Notez que le processus est seulement ralenti, mais n'est pas arrêté. Finalement, tout l'alcool consommé sera absorbé par le sang et circulera dans tout le corps, affectant au passage d'autres fonctions.

L'alcool atteint le foie en plus ou moins 20 minutes. Le foie transforme l'alcool : il le décompose et le neutralise jusqu'à ce qu'il ne soit plus toxique et l'extrait ensuite du corps. En règle générale, le foie décompose l'alcool à raison de quelque huit grammes par heure. Pour calculer le nombre de grammes d'alcool de chaque boisson, rendez-vous en page 12.

La quantité d'alcool dans le sang dépend de la quantité et du type d'alcool consommé, de la vitesse d'ingurgitation, de la présence ou non d'aliments dans l'estomac et de toute une série d'autres facteurs. Les effets immédiats de la boisson dépendent de la quantité d'alcool dans la circulation sanguine ou taux d'alcoolémie. Ce taux varie en fonction du sexe, du poids, de la composition corporelle et de la vitesse d'ingurgitation. Les femmes buvant une même quantité que les hommes présentent généralement un taux d'alcoolémie légèrement supérieur car elles ont moins de fluide corporel pour diluer l'alcool.

Une faible quantité d'alcool (moins de 10 %) est éliminée par le corps sous la forme d'urine, d'air expiré et de transpiration. Le reste est oxydé. Il se lie ainsi à l'oxygène dans le sang, comme les aliments, pour dégager de la chaleur, de l'énergie ou des calories. Même s'il présente une certaine valeur nutritionnelle, l'alcool est de faible qualité car il manque de vitamines, protéines et autres substances nutritives. Son métabolisme est assuré presque exclusivement par le foie, contrairement à ce qui se passe pour les aliments. Le foie est donc une des premières parties du corps à pâtir des effets dévastateurs de l'alcoolisme. Le diagramme de la page suivante illustre comment l'alcool circule dans l'organisme.

En résumé, on peut donc conclure de manière générale que, pour une quantité d'alcool identique:

- Les **femmes** sont plus touchées que les **hommes**.
- Les **personnes de petite taille** sont plus affectées que les **personnes de grande taille**.
- Les **personnes dont l'estomac est vide** sont plus affectées que les personnes **qui ont mangé un repas copieux**.

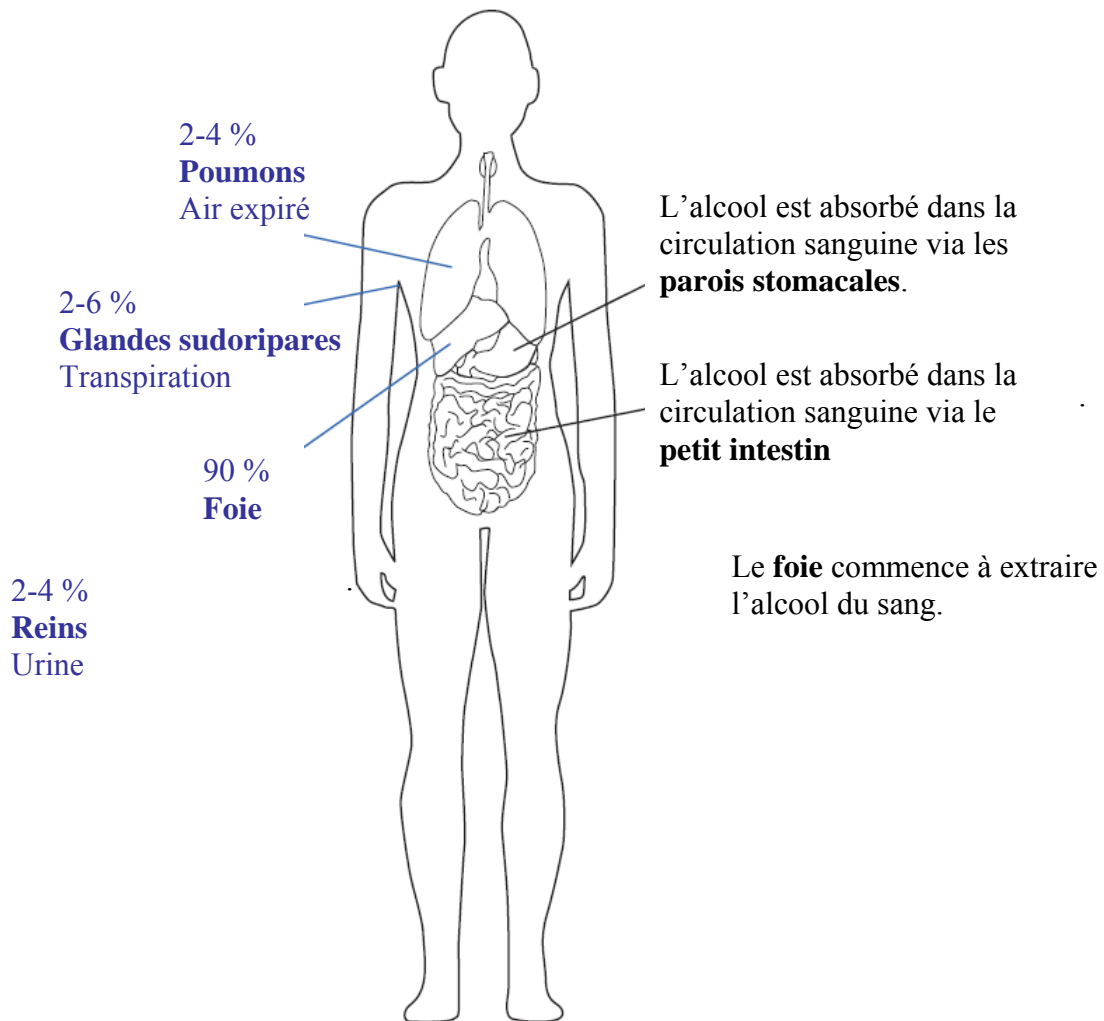
Et puisque l'organisme développe une tolérance à l'alcool :

- Les **personnes qui boivent rarement** paraîtront plus touchées que **celles qui boivent régulièrement**.

Comment l'alcool quitte l'organisme

Comment l'alcool pénètre dans l'organisme

L'alcool atteint le cerveau via la **circulation sanguine**



Force des boissons

La force des boissons alcoolisées varie. Même dans un secteur donné, il peut exister des différences considérables entre plusieurs boissons. La teneur en alcool de la bière, par exemple, peut aller de 2 % à 9 % volume (abv). De nombreuses boissons sont par ailleurs mélangées à des boissons non alcoolisées ou de l'eau. Pour rendre la mesure aussi uniforme que possible, il a été convenu de normaliser les boissons en grammes d'éthanol absolu. Concrètement, cela veut dire qu'une boisson "standard" contiendra toujours une quantité donnée d'éthanol absolu, qu'il s'agisse de bière, de vin ou d'eaux de vie distillées.

Il est utile pour les clients de savoir évaluer "les niveaux de risques de consommation faibles". Les boissons standard sont spécifiques à chaque pays et présentent de huit à 13 g d'éthanol absolu. Certains pays, enfin, n'ont pas défini de boissons standard.

Comprendre les risques et avantages potentiellement liés à la consommation d'alcool est un outil important pour la prévention des nuisances. Des directives peuvent fournir aux consommateurs une base saine à partir de laquelle ils pourront prendre des décisions en matière de boissons et changer, le cas échéant, leurs habitudes en la matière.



Les directives officielles sur la consommation d'alcool sont généralement produites par le gouvernement, par un ministère de la santé ou un autre service chargé des questions relatives à l'alcoolisme. Découvrez quelles sont les directives qui s'appliquent à votre pays. D'autres directives peuvent également exister, comme celles fournies par des associations médicales.

Certains pays ont tenté d'introduire des mesures permettant de mieux estimer le nombre de mesures standard contenues dans un breuvage. Au Royaume-Uni, par exemple, les producteurs d'alcool ont décidé volontairement de spécifier le nombre d'unités UK dans un breuvage, 1 unité UK équivalant à 8 grammes d'éthanol.

“Comprendre les risques et avantages potentiellement liés à la consommation d'alcool est un outil important pour la prévention des nuisances.”

Ne partez pas du principe que chaque boisson, qu'il s'agisse d'une bouteille de bière préconditionnée, d'un verre de vin standard ou d'une eau de vie mesurée, est une boisson standard. La formule ci-dessous vous permet de calculer le nombre de grammes d'alcool d'une boisson, à condition de connaître le nombre de ml et la force de la boisson par volume (pourcentage d'alcool par volume). Ces deux données figurent normalement sur l'étiquette ou l'emballage. La force de la boisson en alcool par volume est généralement exprimée sous la forme d'un pourcentage, mais vous pouvez aussi la calculer vous-même ;

$$\{ \text{quantité de boisson (ml)} \times \text{force de la boisson (\% d'alcool par volume)} \} \times 8$$

1,000

Boisson	Quantité (g)
Pinte (0,5 l de 5,5 % (568 ml) de bière blonde (4 % d'alcool par volume)	18,2
Bouteille de 275 ml de boisson alcoolisée aromatisée (5 % d'alcool par volume)	11 g
Bouteille de 330 ml de « premium lager » (5 % d'alcool par volume)	13,2 g
Whisky (mesure de 35 ml, 40 % d'alcool par volume) et coca-cola	11,2 g
Vodka ou gin (mesure de 25 ml, 37,5 % d'alcool par volume) et tonic	7,5 g
Verre (175 ml) de vin (12 % d'alcool par volume)	16,8 g
Vermouth (mesure de 50 ml, 15 % d'alcool par volume) et limonade	6 g



Il est important de proposer un bon assortiment de boissons. La gamme doit comporter des boissons moins fortes ou sans alcool, de plusieurs tailles différentes.

Mesures d'alcool

Pour que les gens puissent calculer ce qu'ils boivent, une meilleure pratique consiste à utiliser des mesures d'alcool standard pour le servir.

Certains pays ont adopté des lois dans ce sens. Au Royaume-Uni, par exemple, la loi requiert qu'un signe précisant la taille de la mesure pour le vin et les eaux de vie, la vodka, le gin, le whisky et le rhum doit être exposé. Le vin doit y être vendu en verres de 125 ml, 175 ml ou des multiples de ces mesures et les quatre spiritueux mentionnés doivent être vendus en mesures de 25 ml, 35 ml ou des multiples de ces mesures.



Les mesures d'alcool peuvent varier selon la boisson que vous servez et la force de cette boisson. Découvrez quelles sont les lois d'application dans votre pays en contactant votre ministère compétent pour les normes commerciales et autres questions de licences.

Mesures autorisées



Dans certains pays, il peut exister des lois régissant le type de promotions que vous pouvez proposer. Dans la plupart des pays, mettre en œuvre des promotions incitant les consommateurs à boire beaucoup d'alcool en peu de temps n'est certainement pas une bonne pratique. Cela ne fait, en effet, qu'encourager l'ébriété et tout les problèmes afférents.



Recherchez s'il existe dans votre pays des lois ou bonnes pratiques relatives aux promotions.

Boire et conduire

La plupart des pays possèdent des lois en ce qui concerne la boisson et la conduite. Dans ces pays, la concentration d'alcool dans le sang (BAC) autorisée varie de 0,00 % en Hongrie et en République Tchèque à 0,02 % en Norvège et en Suède ou à 0,08 % au Royaume-Uni, en Nouvelle-Zélande, au Canada et aux États-Unis.

Lorsqu'une limite a été fixée, la concentration d'alcool dans le sang est généralement calculée au moyen d'alcootests et d'échantillons sanguins. Il arrive toutefois qu'on commence par pratiquer des tests physiques pour évaluer l'ébriété. Dans certains états des États-Unis, par exemple, on demande aux personnes de marcher sur une ligne droite.



Découvrez quelles sont les lois de votre pays qui concernent la boisson et la conduite en contactant votre ministère compétent pour les infractions au code de la route.

C'est une évidence : l'alcool influence la capacité de conduite. En réalité, les nuisances corporelles commencent à des concentrations d'alcool très faibles d'environ 0,02 % (exprimées parfois sous la forme suivante : 20 mg par 100 ml de sang). De nombreuses personnes demandent quelle quantité ils peuvent boire en conduisant.


Il est impossible de dire exactement combien de grammes d'alcool ou combien de boissons vous permettront de respecter la limite imposée par le gouvernement ou garantiront une conduite sûre. Comme nous l'avons déjà vu, la quantité d'alcool dans le sang dépend de l'âge, du sexe, de la taille, de l'alimentation et de nombreux autres facteurs. Il n'est donc pas possible de prédire l'effet exact et par conséquent, le seul niveau véritablement "sûr" consiste à ne rien boire du tout lorsque l'on conduit.





Si un client dit qu'il roule en voiture, s'il a un accident et s'il s'avère qu'il est ivre, les serveurs sont, dans certains pays, juridiquement responsables. C'est notamment le cas dans certains états des États-Unis. On parle alors de "responsabilité du serveur" ("server liability"). Même si, dans votre pays, cette notion n'existe pas, nous portons tous une certaine responsabilité sociale. Il est donc important de veiller à ce que les conducteurs connaissent les faits et de leur proposer des boissons sans alcool ou peu alcoolisées. Parmi les autres bonnes pratiques, citons des informations détaillées sur les services de taxis locaux, les horaires de bus affichés ou la distribution de matériel de sensibilisation aux programmes encourageant les "conducteurs désignés".


Désenivrement

Demandez à plusieurs personnes comment se désenivrer ou éliminer l'alcool présent dans l'organisme et vous obtiendrez, à chaque fois, des réponses différentes. En tous cas, une chose est sûre : la plupart de ces conseils ne sont pas exacts et certains peuvent être plus nuisibles que d'autres. Examinons-en quelques-uns :

Boire du café  **mauvais** : le café contient de la caféine, un stimulant. Mélanger du café avec de l'alcool, une boisson dépressive, peut avoir des effets secondaires nuisibles.

Boire de l'eau  **mauvais** : même si elle peut contribuer à la réhydratation du corps, l'eau n'est d'aucune utilité lorsqu'il s'agit d'éliminer l'alcool.

Avoir des nausées / vomir  **mauvais** : cela ne fera qu'éliminer l'alcool dans l'estomac et ne sera d'aucune utilité car l'alcool est rapidement absorbé dans la circulation sanguine.

Arrêter de boire et attendre  **BON** : vous ne pouvez qu'attendre que votre foie traite l'alcool et l'élimine de votre organisme. Entre le moment où vous commencez à boire et le début du processus d'élimination de l'alcool par le foie, il faut compter environ 20 minutes. Une fois le processus enclenché, le foie traite l'alcool avec une vitesse constante d'environ huit grammes par heure.

Le meilleur moyen pour éviter l'ébriété est de veiller à ce qu'une personne "se pose", autrement dit ne boive pas plus rapidement que le temps nécessaire à l'élimination de l'alcool par l'organisme.

Il est important de songer au temps nécessaire pour éliminer ENTIÈREMENT l'alcool de votre organisme, en particulier si vous conduisez ou si vous manipulez des appareils plus tard dans la journée ou le jour suivant l'ingestion d'une quantité d'alcool significative.

Alcool et style de vie

Le nombre d'adultes qui boivent dépend de la culture de votre pays. Dans certains pays, plus de 90 % des adultes boivent. Les propensions à la boisson sont généralement liées à des événements heureux comme des soirées, des événements ou des fêtes. Mais ce n'est pas tout ! La boisson est aussi souvent considérée comme un "relâchement" après une dure semaine de travail, par exemple. Consommé avec modération, au moment et à l'endroit qui conviennent, l'alcool peut être compatible avec un mode de vie sain. Les personnes qui boivent trop, parce qu'ils pratiquent l'alcoolisation extrême (le "binge drinking") ou consomment excessivement, sont plus exposées aux problèmes de santé ou autres.

L'alcoolisation extrême ou « binge drinking » consiste à boire trop en une seule séance. La définition exacte varie dans le monde entier. Aux États-Unis, la quantité minimale est de cinq boissons standard pour un homme et quatre pour une femme, en une seule séance.

La consommation excessive consiste à boire trop sur une période déterminée. Les directives en matière de consommation d'alcool raisonnable diffèrent également entre les pays.



Nous avons déjà traité certains effets à court terme de la consommation à problèmes, comme le risque d'intoxication à l'alcool ou le risque élevé d'implication dans un accident ou crime. La consommation à problèmes réserve néanmoins aussi de nombreux effets à long terme, en particulier sur la santé.

S'il a dû traiter une quantité d'alcool excessive, le foie peut se détériorer. Les dépôts graisseux, inflammations et autres cirrhoses laissent des traces indélébiles. La **consommation excessive** exerce aussi un effet corrosif dans les parois stomacales et de l'œsophage, provoquant, au passage, gastrite, ulcères et reflux. Elle détruit également le pancréas. Une consommation de plus de 80 g d'un seul tenant entraîne une augmentation significative de la pression sanguine et augmente, par conséquent, le risque d'infarctus ou d'attaque. En réalité, l'alcool peut, si on ne respecte pas les recommandations générales, affecter presque toutes les parties du corps.

La bonne nouvelle

Par opposition, une consommation faible ou modérée, au niveau conseillé ou à un niveau inférieur, exerce certains effets bénéfiques pour la santé. L'alcool peut être un facteur de protection du cœur, mais uniquement à ces niveaux réduits. Par ailleurs, cet effet n'a à ce jour pu être démontré que chez les personnes de plus de 40 ans.

Résumé / Points d'action

1. Détectez les premiers signes d'ébriété. Discutez avec les autres membres du personnel et / ou votre directeur afin de savoir à partir de quels signes vous devrez dire « non » à un client.
2. Découvrez, en ce qui concerne la consommation d'alcool recommandée, les directives officielles qui s'appliquent à votre pays.
3. Calculez le nombre de grammes d'alcool dans trois ou quatre des boissons que vous servez le plus fréquemment sur votre lieu de travail.
4. Découvrez ce que stipulent les lois de votre pays en matière de mesure de boissons avant de servir. En l'absence de lois en la matière, existent-ils des meilleures pratiques ?
5. Découvrez quelles sont les lois de votre pays en matière de boisson et conduite.
6.  Directeurs : passez en revue l'assortiment de produits que vous stockez et les informations sur chacun de ces produits, de telle sorte que les clients puissent faire des choix raisonnables et avisés.
7.  Si vous ne le faites pas encore, affichez des informations par voie d'affiche, etc. pour dissuader de conduire en ayant bu.

Section 3 : Création de l'atmosphère adéquate

L'atmosphère est l'ambiance ou l'impression générale dégagée par un lieu. Elle influence les clients dès le moment où ils entrent. Elle peut aussi exercer un effet sur la manière de boire et le comportement en cours.

Créer l'atmosphère adéquate revient, en partie, à encourager les gens à se comporter conformément au style de votre établissement. Pour cela, vous devez fixer des normes.

Le comportement face à la boisson dépend de trois facteurs distincts :

La boisson

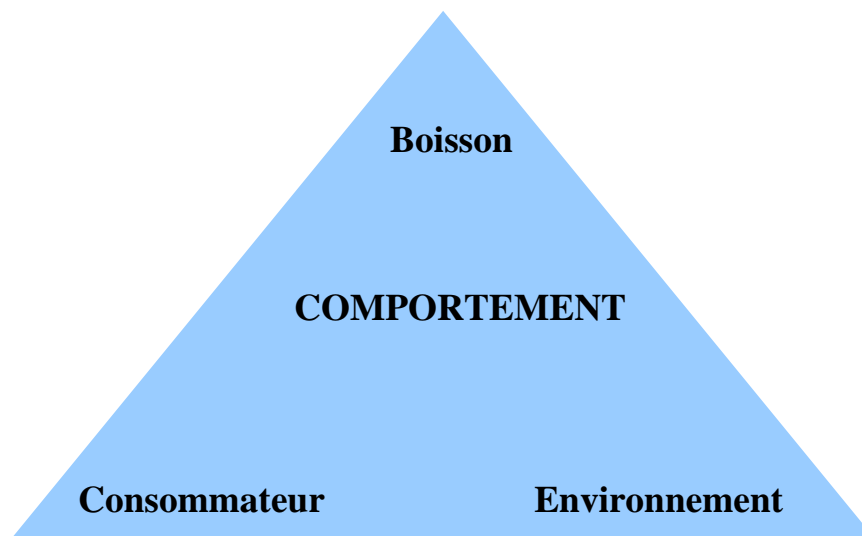
- la quantité et la force de l'alcool

Le consommateur

- les caractéristiques de la personne qui consomme de l'alcool, son état d'esprit et ses circonstances personnelles

L'environnement

- l'atmosphère et les règles de l'établissement qui prévalent en cas de consommation de boissons.



La suppression ou la modification d'un de ces facteurs modifiera le comportement du sujet face à la boisson. Dans un restaurant chic, par exemple, le consommateur ne se comportera pas du tout de la même manière que s'il regardait un match de football dans un bar. L'environnement a changé, même si, dans les deux cas, la quantité d'alcool ingérée est identique.

Le comportement du consommateur qui regarde un match de football dans un pub changera aussi en fonction de la quantité d'alcool consommée. Lorsqu'il ne boit pas du tout (peut-être parce qu'il conduit), le consommateur se comporte différemment que s'il a bu quelques verres avec un groupe d'amis.

Le directeur et le personnel sont en mesure de contrôler ou d'influencer au moins deux de ces facteurs : la quantité et le type de boisson servis et, surtout, l'environnement.

L'aménagement de l'établissement, le nombre de personnes assises par rapport aux personnes debout, l'éclairage et la musique contribuent tous à la création de l'environnement de consommation de l'alcool.

Certaines preuves indiquent, par exemple, que la consommation de boissons verticale (autrement dit, en position debout) favorise davantage une consommation rapide que la consommation en position assise. L'environnement créé peut certainement inciter le client à boire de façon décontractée et conviviale ou, au contraire, de manière agressive ou en se mesurant aux autres.

Facteurs de protection de risques dans les bars

Des recherches effectuées en Écosse en 2005 se sont penchées sur les facteurs associés aux problèmes d'alcool dans les établissements sous licence, comme l'ébriété et la violence.

Les observations étaient conformes à plusieurs autres études réalisées au Canada, aux États-Unis, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Selon ces observations, certains facteurs protègent contre les problèmes dans un établissement et d'autres les amplifient. Aucun facteur ne peut, à lui seul, provoquer ou éradiquer la violence, mais mettre en place une série de facteurs de protection et s'assurer que les facteurs de risques soient aussi limités que possible permettent de réduire sensiblement la probabilité de rencontrer des problèmes.

Facteurs de protection :

- L'absence de congestion : l'établissement n'est pas trop bondé.
- Le refus de laisser entrer ou de servir les personnes inappropriées (exemple : ivres ou mineures).
- Un bon niveau de propreté et d'ordre.
- Un personnel sympathique.
- Un service rapide et efficace.
- Le fait de prendre les dernières commandes bien à l'avance.
- La gestion de la sortie des clients.
- La surveillance des clients, à l'entrée, au bar et à la sortie.
- La promotion de l'alimentation (repas complets et snacks).
- L'assurance que les clients assis soient plus nombreux que les clients debout.
- La formation du personnel à un service responsable.
- Un bon assortiment de boissons non alcoolisées à prix raisonnable.
- Une bonne communication entre les membres du personnel.

Tous ces facteurs favorisent une consommation de boissons décontractée et conviviale.

“Créer l'atmosphère adéquate revient, en partie, à encourager les gens à se comporter conformément à votre établissement. Pour cela, vous devez fixer des normes.”

Facteurs de risques :

- Des tables de billard sans surveillance.
- La TV montrant des images agressives, blessantes, à caractère sexuel ou liées à l'ivresse.
- De la musique avec de nombreuses paroles blessantes ou clairement sexuelles.
- Une congestion à un endroit quelconque de l'établissement (à la porte, au bar, dans ou devant les escaliers, aux toilettes, sur la piste de danse, etc.)
- Un nombre plus élevé de clients debout.
- L'entrée et le service autorisés pour les personnes ivres ou mineures.
- Les vomissements.
- La distribution ou la consommation de drogues.
- La présence de clients ivres dans l'établissement.
- Un personnel hostile ou agressif envers les clients.
- Un personnel autorisant les actes d'agression ou se contentant d'observer les conflits.
- Un personnel demandant aux gens de sortir s'ils veulent se battre.
- Une intervention tardive du personnel dans certaines situations.
- Le service d'une double tournée à l'heure de la fermeture ou de boissons après l'heure de fermeture.
- Une atmosphère enfumée et / ou une aération insuffisante.
- Du bruit et des déplacements importants.
- Un nettoyage insuffisant du bar, des tables et des toilettes.
- Des actes à caractère clairement sexuel ou une compétition sexuelle (exemple : "Pousser")
- La promotion ou l'organisation, dans l'établissement, de divertissements centrés sur l'alcool et les "danses sexy".

En résumé, l'atmosphère a plus de chances d'être bonne dans des établissements qui répondent à des normes strictes, qui sont propres et qui contrôlent le comportement de leur clientèle. Ces établissements sont aussi moins à risque.



Respect des normes

Maintenant que vous avez parcouru les sections précédentes, vous savez déjà que comprendre quand et à qui vous pouvez vendre de l'alcool peut être très compliqué. Un des meilleurs moyens pour le faire comprendre à tous est de créer une affiche expliquant la politique de la maison ou du magasin.

Cette affiche résumera, pour les clients et le personnel, quand de l'alcool peut être vendu, qui peut acheter de l'alcool, quelles sont les formes d'identification de l'âge acceptables, etc. Vous trouverez, sur la page suivante, un exemple pouvant servir de bonne pratique.



Vous devez commencer par vous demander quel comportement est le plus susceptible de poser problème ou constitue un crime dans le pays où vous travaillez.

Demandez à votre autorité chargée de l'octroi des licences ou à votre chambre de commerce de vous fournir des informations sur les partenariats éventuels avec la police ou d'autres services communautaires (collecte de déchets, contrôle des nuisances sonores), pour garantir le respect de vos responsabilités communautaires.

En maintenant des normes strictes et en refusant l'accès aux personnes au comportement indésirable, vous préviendrez déjà bien des problèmes. Il est toutefois important d'être attentif aux signes de troubles et de tenter de les prévenir. Nous y reviendrons plus en détails dans la section suivante. Vous pouvez aussi mettre en place des systèmes de meilleures pratiques.



Bonnes pratiques dans les établissements avec ou sans licence

Journal des incidents : il s'agit d'un enregistrement ou journal de bord des incidents éventuels comme des disputes ou bagarres. Cette méthode permet d'identifier les problèmes éventuels pour empêcher qu'ils ne se reproduisent. Elle donne aussi une image précise pour la communication de la société et la transmission aux autorités qui, le cas échéant, pourraient avoir besoin de détails. Le journal actuel devrait être gardé en un endroit pratique et tout le monde doit savoir où le trouver. Les anciens journaux devraient être classés de telle sorte qu'ils puissent être utilisés dans des actions légales ultérieures. Voir "Journal des incidents", page 40.

Journal des refus : dans ce journal, vous enregistrerez chaque fois que vous devez refuser un service aux clients parce qu'ils n'ont pas l'âge requis, parce qu'ils sont ivres ou pour toute autre raison. Ce journal sera ensuite signé par le directeur et prouvera que vous respectez les lois. Il aide aussi à se faire une image des types de problèmes qui peuvent survenir.

Évaluation des risques : dans certains pays, une évaluation des risques devra être effectuée pour se conformer à la législation en vigueur en matière de santé et de sécurité. Même s'il ne s'agissait pas d'une obligation légale, une bonne pratique consiste néanmoins à faire régulièrement le tour de votre lieu de travail, à relever tous les risques potentiels et à déterminer ensuite comment ces risques pourraient être minimisés. Rappelez-vous qu'aux heures de pointe, lorsque l'établissement est bondé, les choses peuvent être très différentes. Les clients eux-mêmes peuvent être un facteur de risques.



Bonnes pratiques dans les établissements avec licence

Politique de gestion des jeux de boissons et “shots” : certains styles de consommation de boissons et produits peuvent engendrer des comportements irresponsables en matière d’alcool. Les jeux de boissons où les gens « descendent » des verres ou boivent plus que ce qu’ils auraient l’intention de boire peuvent être dangereux et rendre ivre. Certaines boissons, comme les ‘shots’ ou ‘shooters’, très capiteux, ont pour objet spécifique de rendre ivre. Demandez si la vente de ces produits est bien responsable. Il est conseillé d’avoir une politique précisant les produits vendus et la quantité de ces boissons que les clients sont autorisés à acheter. Votre lieu de travail devrait également disposer d’une politique stipulant ce qu’il faut faire et comment contrôler par exemple les jeux de boissons lorsqu’ils ont lieu dans votre établissement.

Promotions ou “Happy Hours” : promouvoir l’alcool sous une formule “buvez tout ce que vous pouvez pour un montant ou un laps de temps déterminé” n’est jamais une bonne pratique. Ce type de promotions ne fait qu’encourager l’ébriété et tous les problèmes qui y sont liés.


Stratégie pour l’heure de fermeture : cette procédure est un ensemble de meilleures pratiques grâce auxquelles votre lieu de travail pourra minimiser les problèmes à l’heure de fermeture. La plupart des incidents surviennent à ce moment là. Cette politique devrait donc être mûrement réfléchie et être toujours respectée concrètement.

Les grands établissements comme les établissements de nuit avec divertissement musical peuvent également planifier la dispersion des clients pour veiller à ce que les clients sortent de manière sûre et ordonnée et pour réduire le risque “d’engorgements” et d’autres problèmes. Pour un exemple de politique de dispersion, voir www.beda.org.uk

Meilleures pratiques pour l'heure de fermeture des bars

Contrairement à une croyance populaire, l'heure de fermeture ne débute pas lorsque le bar ou l'établissement ferme ses portes, mais bien avant. Il est important, d'une part, de contrôler l'atmosphère de l'établissement et l'humeur de votre client et, d'autre part, de réfléchir aux caractéristiques alentours et autres moyens de transports permettant aux clients de rentrer chez eux en sécurité.

Si des divertissements musicaux ou autres sont proposés, ne gardez pas le meilleur pour la fin. Vos clients pourraient être "excités" et non disposés à partir. Même si vous voulez qu'ils s'amuse bien, faites en sorte qu'ils soient plus calmes en fin de nuit. De nombreux établissements diffusent des chansons plus lentes pour "calmer" l'atmosphère. Certains établissements plus vastes commencent à fermer progressivement certaines parties des locaux, pour contrôler les foules.

 Une bonne pratique consiste à annoncer les "dernières commandes". Les clients savent ainsi que s'ils veulent acheter plus d'alcool, le temps leur est compté. Prévenez longtemps à l'avance pour que vous ayez le temps de servir tous ceux qui souhaitent encore passer commande. En de nombreux lieux, les dernières commandes sont annoncées 15 minutes avant l'heure de fin de service légale, en semaine. Le week-end, les clients sont plus nombreux. Les dernières commandes sont ainsi annoncées 30 minutes à l'avance pour ne pas décevoir les clients ou éviter qu'ils ne se plaignent.

Lorsque la vente touche à sa fin, une bonne pratique consiste à augmenter peu à peu l'éclairage. Si vous allumez brusquement toutes les lumières au moment de la fermeture, certaines personnes pourraient s'irriter et devenir agressives. Il est donc préférable d'opter pour une approche lente et progressive.

Affichez les horaires des bus ou appelez des taxis pour les clients, selon la zone dans laquelle vous vous trouvez. Le principal est que vous aidiez les gens à rentrer en toute sécurité et que vous tentiez d'éviter que tout le monde sorte en même temps.

“Si des divertissements musicaux ou autres sont proposés, ne gardez pas le meilleur pour la fin.”

Temps alloué pour terminer sa consommation : la loi de votre pays peut stipuler que les clients doivent finir leurs boissons dans un délai spécifié. Même si ce n'est pas le cas, votre entreprise peut avoir une politique en ce qui concerne l'heure à laquelle tout le monde doit avoir quitté l'établissement.



Demandez les règlements sur l'heure de fermeture à votre directeur ou à l'autorité de votre pays ou zone chargée d'octroyer les licences.

Une fois le service terminé, il est important que le client sache qu'il ne peut pas acheter plus d'alcool. Certains établissements cachent l'espace de vente à l'aide de stores, tandis que d'autres suppriment le personnel de comptoir pour montrer clairement que les ventes sont terminées.

L'étape suivante consiste à informer les clients sur le temps qui reste. Vous devrez peut-être le rappeler plusieurs fois aux clients, par exemple : "Il vous reste 10 minutes pour finir votre verre" ; "il vous reste cinq minutes pour finir votre verre", etc. Ainsi, ils ne devraient pas être surpris lorsque vous leur demanderez de partir.

En dehors de votre établissement, lorsque vos clients partent, il y a souvent du bruit car les clients discutent, décident ce qu'ils vont faire ou se disent "au revoir". Ces clients peuvent parfois occasionner des problèmes de déchets ou tenter d'emporter de la boisson.

Disposez, dans la mesure du possible, du personnel près des sorties pour remercier les clients de leur visite et les empêcher, le cas échéant, d'emporter des boissons. Si ces membres du personnel sont considérés comme des "portiers" ou "videurs", il est possible qu'ils doivent se conformer à des lois ou réglementations et une formation peut s'avérer obligatoire.



Découvrez les réglementations qui s'appliquent aux portiers de votre pays ou communauté locale.

Il est important de rappeler aux clients de respecter les caractéristiques des alentours et les riverains, surtout la nuit car ils dorment peut-être. Certaines entreprises envoient un ou deux membre(s) du personnel dans la rue, avec des vestes offrant une grande visibilité pour rappeler les clients et les diriger vers les rangées de taxis les plus proches, les arrêts de bus, les dépôts d'aliments ouverts la nuit, etc. Certains établissements estiment utile de distribuer gratuitement des friandises aux clients, pour les aider à contrôler les nuisances sonores. Ces problématiques peuvent être traitées de multiples manières créatives et amicales, sans occasionner frustration ou conflit.

L'objectif est que tous les clients puissent partir en sécurité, après avoir passé un bon moment.

Service d'alcool responsable et VIH/SIDA

Les programmes de formation pour un service d'alcool responsable ont principalement pour objet de garantir un environnement de consommation de boissons sûr et confortable. Ces programmes sont souvent centrés sur l'aide aux propriétaires, directeurs et employés d'établissements sous licence et points de vente de détail, afin de réduire l'incidence de la consommation d'alcool par les jeunes n'ayant pas l'âge légal et de limiter le service d'alcool aux clients intoxiqués. Le service responsable peut aussi aider à réduire d'autres types de nuisances liées à l'alcool, et notamment à prévenir les infections sexuellement transmissibles (IST) comme le virus d'immunodéficience humaine (VIH), à l'origine du SIDA.







L'Organisation mondiale de la Santé définit les relations sexuelles non protégées, souvent dénommées sexe "à haut risque" ou "comportement sexuel à risque", comme incluant des partenaires multiples, l'absence d'utilisation de préservatifs et le type d'actes sexuels. Certaines preuves corroborent une association entre une consommation d'alcool problématique et le risque d'IST. La consommation d'alcool problématique est considérée comme un facteur contribuant de façon critique à augmenter les risques de transmission ou de contraction du VIH, ainsi qu'à accroître la vulnérabilité des personnes par rapport au comportement des personnes séropositives.



Dans le cadre d'un service d'alcool responsable, propriétaires, directeurs, serveurs et autres employés peuvent contribuer à limiter le risque de nuisances en aidant les particuliers à prendre des décisions plus avisées et plus responsables en ce qui concerne leur mode de consommation d'alcool et leur comportement sexuel. Ils pourraient en particulier :

- assurer une liaison avec des ONG locales actives dans le domaine du VIH / SIDA ;
- afficher des supports éducatifs sur le VIH / SIDA au bar et dans les toilettes.

Résumé / Points d'action

1.  Découvrez quels comportements perturbateurs sont considérés comme un crime dans votre pays.
2.  Discutez avec les amis et la famille des aspects susceptibles de vous déranger en tant que client, puis demandez-vous s'ils se présentent sur votre lieu de travail.
3.  Complétez votre affiche sur la politique de la maison / du point de vente, de telle sorte que vous disposiez d'un résumé clair des lois à respecter.
4.  Parcourez les facteurs de protection et de risque; soulignez les facteurs qui s'appliquent à votre lieu de travail et réfléchissez à leur impact.
5.  Discutez et implémentez les outils de meilleures pratiques appropriés pour votre lieu de travail.
6.  Rédigez une stratégie sur les heures de fermeture adaptée à votre lieu de travail.

Section 4 : Compétences humaines

Combien de fois avez-vous été client et vous êtes-vous senti frustré ? Réfléchissez à ce que vous avez éprouvé lorsque vous n'étiez pas servi suffisamment rapidement ou lorsque votre plat était froid. Nombreux sont ceux qui choisissent leur lieu de fréquentation en fonction, uniquement, de l'attitude du personnel et de la qualité du service.

Songez à ce que désirent vos clients et veillez à ce que l'environnement soit sûr et agréable. Vous contribuerez ainsi largement à ce que vos clients restent satisfaits et reviennent chez vous.

Comme il a déjà été mentionné, votre rôle consiste, en partie, à vous conformer à toutes les lois et à fournir un service clientèle excellent. Il comporte plusieurs aspects :

Le vendeur : il est important que vous sachiez quels produits vous vendez et que vous connaissiez un peu chaque produit.

Le personnel d'entretien : des recherches ont montré que dans des lieux propres et rangés, les gens se comportent de façon plus ordonnée. Le désordre peut aussi être une source de frustration si, par exemple, une personne vient au bar et mouille ou tâche ses vêtements en se penchant sur le comptoir. Cette situation pourrait être à l'origine de plaintes ou conflits.

L'hôte : de nombreux clients choisissent leur lieu de fréquentation en fonction de l'atmosphère, de la sympathie du personnel et de la qualité du service. Connaître les goûts de vos clients réguliers et vous intéresser à leurs histoires fait partie de la qualité du service que vous proposez.

L'agent de sécurité : vous devriez, tout en servant et faisant le tour de l'établissement, être attentif aux verres inutilisés, aux détritrus sur les tables, aux déversements accidentels ou aux sacs bloquant les couloirs et autres sorties de secours.

L'agent de police : c'est probablement votre tâche la plus ingrate. Vous devez parfois refuser le service ou demander à quelqu'un de partir. Faites-le toujours poliment et calmement, sans jamais avoir recours à la force. Nous y reviendrons plus en détails ci-après.

Prévenir les troubles

Identifier et – espérons-le – prévenir les risques potentiels à l'avance vaut toujours mieux que de permettre qu'une situation échappe à tout contrôle. L'aménagement intérieur vous permet peut-être de voir tout l'établissement tout en étant derrière votre comptoir. Si ce n'est pas le cas, vous devez peut-être travailler davantage en équipe et assurer des rondes d'inspection régulières dans votre établissement.

Plaintes

Suggérer qu'il n'y aura jamais de plaintes ou conflits dans l'établissement serait déraisonnable. Cela dit, leur fréquence dépend du type d'établissement, de sa situation, de la catégorie d'âge des clients, etc.

Traiter les plaintes est un art en soi. Si vous les traitez comme il se doit, vous pouvez faire le bonheur des clients insatisfaits. En revanche, si vous les gérez mal, le client sera encore plus mécontent et pourrait relater la situation au plus grand nombre de personnes possibles. Vous pourriez alors perdre des clients potentiels.

Les points clés de la gestion des plaintes sont :

- Écouter attentivement la plainte, sans interrompre le client.
- Manifester votre compréhension.
- Vous excuser.
- Rechercher une solution.

Il est important de ne pas élever la voix ou se disputer avec le client. Observez comment les autres membres du personnel gèrent les problèmes et consultez votre directeur.

Rappelez-vous que, quand ils sont en colère, les gens profèrent souvent des insultes. Ne vous sentez pas visé personnellement et ne répliquez pas. Restez professionnel.

La gestion des plaintes exige de la patience. Vous devez aussi veiller à ce que votre entourage reste calme.

Refus de service

Le refus de service devrait être fait avec respect et professionnalisme, au même titre que la gestion des plaintes. Personne ne devrait, idéalement, remarquer le refus.

- Approchez le client dès que possible.
- Faites-lui part de la loi.
- Excusez-vous.
- Faites savoir au client qu'il est le bienvenu une autre nuit, lorsqu'il pourra prouver son âge ou dites-lui quelque chose d'adapté à la situation.

Vous feriez peut-être mieux de ne pas refuser de service aussi longtemps que vous n'avez pas acquis une certaine expérience. Si vous n'êtes pas sûr de vous, discutez avec votre directeur et apprenez comment il gère la situation.

Si un client est en colère, tentez de le calmer en parlant calmement et tranquillement. Si des personnes ou biens sont menacé(e)s, il peut être nécessaire d'appeler la police. Tenez vos collègues informés et le directeur prendra la décision appropriée.

Rappelez-vous que si la personne est ivre, son cerveau sera affecté par l'alcool. Elle sera donc moins inhibée, plus irascible et dira ou fera des choses qu'elle ne ferait pas normalement. Elle pourrait aussi avoir plus de mal à vous comprendre. Il est particulièrement important de parler clairement et lentement – vous devrez peut-être répéter votre message plusieurs fois. Enfin, essayez de ne pas vous irriter ou perdre patience.

Plan en cas d'escalade

Prévoyez un “plan en cas d'escalade”, au cas où la situation s'aggraverait. Ce plan pourrait inclure la communication du problème à d'autres membres du personnel et le recours à la police.

Situations susceptibles de poser problème

Il est impossible de prédire tout ce qui pourrait poser problème. Cela dit, nous pouvons examiner plus en détails quelques scénarios évidents :

Groupes importants constitués de personnes du même sexe

Dans certains types d'établissements, les groupes de personnes du même sexe se mettent souvent à boire de façon excessive, à cause de "l'ambiance festive" et de la dynamique de groupe. Ils deviennent alors agités, ce qui peut aussi déranger d'autres clients. Comment les gérer ?

- Parlez-leur lorsqu'ils arrivent et expliquez certaines règles élémentaires. Exemple : pas de jeux de boissons, ne pas faire trop de bruit, passer une bonne soirée sans s'enivrer.
- Construisez une relation précoce. Vous aurez ainsi moins de mal à leur parler par la suite – découvrez ce qu'ils fêtent.
- Isolez-les si possible pour éviter qu'ils ne dérangent d'autres clients.
- Identifiez le leader et rendez-le responsable du comportement du groupe.
- Observez la quantité consommée.
- Parlez individuellement à certains membres du groupe, au bar.
- Faites bien comprendre que si une personne dérange, tout le groupe devra partir.

Disputes domestiques

Ces situations sont souvent les plus difficiles à repérer. Un couple entre et passe une bonne soirée. Tout à coup, une querelle prend forme, qui n'a rien à voir avec l'établissement, etc. Vous ne pouvez écouter les conversations de chaque client, mais les malaises ou échanges de mots entre partenaires ou amis se remarquent généralement.

- Rendez-vous à la table concernée et demandez si tout va bien. L'attention et le fait que vous avez remarqué la situation suffisent généralement pour faire en sorte que les clients se calment ou partent.
- Si la situation persiste et / ou devient plus bruyante, vous devrez leur demander une fois de plus si tout va bien.
- Suggérez que ce n'est pas le bon endroit pour régler des comptes.
- Dites-leur que s'ils ne peuvent mettre leur différend de côté, ils devront quitter l'établissement.
- Restez toujours neutre.
- Dépersonnalisez la situation en précisant que vous faites votre travail / que vous agissez ainsi pour respecter les règles de la maison et non pour des raisons personnelles.

Jeux / Sports

Apparemment, tous les jeux ont un gagnant et un perdant. Cette caractéristique intrinsèque fait qu'une des personnes sera généralement déçue. Dans les établissements où les clients jouent à des jeux comme le billard ou les fléchettes, un autre problème vient s'ajouter : celui des armes potentielles. Des problèmes peuvent apparaître autour de la question "à qui le tour ?".

Pour contribuer à la réduction des problèmes potentiels :

- Prévoyez un ensemble de règles "maison" à respecter par tous, dans la mesure où les règles diffèrent d'une région à l'autre.
- Implémentez un système équitable et clair afin de déterminer le mode de réservation / le joueur suivant.
- Veillez à ce que la zone soit dotée du personnel nécessaire ou garantissez la présence fréquente de membres du personnel, pour repérer les problèmes éventuels.
- Implémentez un système de dépôt ou une autre méthode, de telle sorte que toutes les fléchettes / queues, etc. soient restituées au personnel après chaque jeu.

Langage corporel

Comprendre le langage corporel peut être très précieux pour repérer des troubles et les traiter efficacement. Le tableau ci-dessous montre les signes à déceler lorsqu'une personne devient agressive. Vous devez également songer à votre propre langage corporel. Lorsque vous gérez la situation, vous devez vous montrer sûr de vous, sans quoi les gens ne feront pas ce que vous dites.

LANGAGE CORPOREL			
	AGGRESSIF (en colère)	SÛR DE SOI (maîtrisé)	PASSIF (faible)
Posture	Penchée en avant	Svelte / Se tient droit	Contractée
Tête	Menton proéminent	Ferme, mais pas rigide	Baissée
Yeux	Très focalisés, regard fixe, généralement perçant ou furieux	Bon contact visuel régulier	Regard détourné ou vers le bas, peu de contact visuel
Visage	Figé ou ferme	L'expression est adaptée aux propos	Sourit même s'il est contrarié
Voix	Haute et emphatique	Bien modulée en fonction du contenu	Hésitante et douce, traîne à la fin des mots ou phrases
Bras / mains	Mains sur les hanches, poings, gestes vifs, indications du doigt, coups de poing	Détendus / se déplacent aisément, paumes ouvertes	Pantelants / calmes
Mouvement / marche	Lent(e) et saccadé(e) ou rapide et décidé(e)	Cadence mesurée adaptée à la situation	Lent et hésitant ou rapide et frénétique

Comment adopter le langage corporel qui convient ?

Adopter le langage corporel qui convient n'est pas chose aisée. Tentez d'être sûr de vous. Évitez toute agressivité ou passivité.

Cela dit, ne renoncez pas. Si vous pensez sérieusement à votre voix et vos mouvements et si vous n'oubliez pas de rester calme, le reste a tendance à suivre.

Distance

Vous savez sans doute que chaque personne dispose d'un certain "espace personnel". Les clients ne sont pas à l'aise lorsqu'un inconnu est trop proche. Dans des situations conflictuelles, la promiscuité excessive peut être perçue comme une menace. Restez donc à une distance confortable de votre interlocuteur. N'oubliez pas non plus que les personnes d'un autre pays ou d'une autre culture peuvent privilégier un espace personnel plus ou moins grand. Autrement dit, elles apprécient peut-être d'être plus proches ou plus éloignées que vous.

Une barrière comme une table contribue aussi à garder les distances. Le bar ou comptoir est, en lui-même, un obstacle. Peut-être avez-vous constaté que vous vous sentez plus à l'aise lorsque vous parlez à des gens de derrière votre bar ou comptoir plutôt qu'en dehors. Ceci s'explique par le fait que la barrière physique fait également office de barrière psychologique.

Réaction face aux troubles

La plupart des conflits peuvent être prévenus ou contrôlés dans les premières phases, mais si une situation s'est aggravée avant que vous n'arriviez, la tâche peut être bien plus complexe. N'oubliez pas de penser à votre propre sécurité et à celle des autres :

- Restez serein et tentez de calmer l'atmosphère.
- Tentez de déceler le problème, en veillant à écouter.

Une bonne méthode pour ne pas perdre de vue toutes les étapes essentielles consiste à utiliser le mot "REACT" ("RÉAGIR").

REACT

R Request (demander) : demandez-leur de se calmer ou de partir.

E Explain (expliquer) : expliquez que leur comportement est inacceptable et précisez quelle règle ou loi a été transgressée.

A Appeal (prévenir) : demandez poliment de remédier à la situation et tenez des propos comme "vous ne voulez tout de même pas que j'aie des problèmes", "si vous continuez de la sorte, je ne pourrai pas vous servir" ou "je ne veux pas appeler la police, mais si vous ne vous modérez pas, je devrai le faire".

C Confirm (confirmer) : si les clients refusent toujours d'obtempérer, rappelez-leur les conséquences et demandez-leur si vous pouvez faire quelque chose pour qu'ils arrêtent.

T Take Action (prendre des mesures)– demandez-leur de quitter l'établissement, une fois de plus, et dites-leur que s'ils refusent, vous devrez appeler la police. La force physique est le dernier recours et ne devrait jamais être utilisée si vous êtes seul. Montrez aux clients le chemin de la porte, mais veillez bien à ne pas utiliser la force et soyez attentif à votre propre sécurité.

Une fois que tout est revenu à l'ordre, il est important de vous excuser auprès des clients pour les désagréments éventuels et de les rassurer en précisant que tout est réglé. Reconnaissez que vous venez de faire face à une situation difficile et, si possible, soufflez quelques instants pour reprendre vos esprits.

Une bonne pratique consiste aussi à enregistrer l'incident avec précision, pendant que les informations sont encore « fraîches ».

Enregistrement des incidents

Vous devriez enregistrer tous les incidents, pour plusieurs raisons :

- L'enregistrement peut servir d'outil d'apprentissage et favoriser la communication entre le personnel et la direction.
- L'enregistrement peut constituer une source d'informations précises pour la police, l'entreprise ou les compagnies d'assurances.
- L'enregistrement permet d'empêcher que des incidents similaires se reproduisent.

Il devrait comporter les données suivantes :

- Date
- Heure
- Faits
- Personnes impliquées
- Mode de gestion de la situation
- A-t-on appelé la police ?
- Vous pouvez aussi, si vous le souhaitez, consigner les noms des témoins éventuels et leurs coordonnées.

Serveurs qualifiés

Les serveurs qualifiés seront capables de travailler en équipe, afin de fournir aux clients un service efficace qui leur donne le sentiment d'avoir été remarqués et d'être les bienvenus. Ils devront aussi, dans ce cadre, contribuer aux bonnes normes d'un établissement et à la création de l'atmosphère adéquate, pour que les clients sachent que les mauvais comportements ne seront pas tolérés.

Les serveurs devront assumer leurs responsabilités légales et songer aux responsabilités sociales.

En cas de refus de service ou en situation de conflit, vous devrez vous montrer très patient. Tentez d'apprendre de vos collègues plus expérimentés et observez ce qu'ils font et disent dans certaines situations. La pratique vous aide aussi à vous débrouiller. Lire ces informations est un bon point de départ, mais vous devrez ensuite les mettre en pratique et tirer des enseignements de vos succès et erreurs !

Résumé / Points d'action

1. Notez trois phrases clés que vous pourrez utiliser lorsque vous refuserez de servir une personne n'ayant pas l'âge requis.
2. Notez trois phrases clés que vous pourrez utiliser lorsque vous refuserez de servir une personne ivre.
3. Demandez à vos amis et collègues de parler de leur expérience, de situations qui ont dérapé et de la façon dont ils les ont gérées. Est-ce que vous vous y prendriez autrement maintenant que vous avez lu ce guide ?
4. Tenez un journal des incidents survenus sur votre lieu de travail ou vérifiez si vous savez où le journal actuel est conservé.

Autres informations

Pour en savoir plus sur l'alcool et le service responsable, consultez les sites suivants :

www.alcohol-focus-scotland.org.uk

www.talkaboutalcohol.com

www.alkoholdebatt.se

www.icap.org

www.efrd.org

www.drinkaware.co.uk

www.fhi.se/alkohol/ansvarsfull

www.alcohol.org.nz

www.who.int

Pour en savoir plus sur les meilleures pratiques et les compétences humaines, consultez les sites suivants :

www.beda.org.uk

www.portman-group.org.uk

www.icap.org