



Les fiches pratiques de la consommation et de la répression des fraudes

La publicité en faveur des boissons alcooliques

Dans le cadre du plan territorial de sécurité et de prévention de la délinquance 2018 -2022, le Congrès de la Nouvelle-Calédonie érige la lutte contre la consommation excessive d'alcool en grande cause territoriale.

La loi du pays n° 2018 - 6 du 30 juin 2018 *relative à la lutte contre l'alcoolisme* entrée en vigueur **depuis le 1^{er} juillet 2018**, entend ainsi renforcer l'arsenal juridique et conforter l'action du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, ainsi que des administrations de contrôle compétentes en ce domaine.

D'autre part, toute demande d'information relative à la vente de boissons alcooliques, conditions d'obtention des licences, relèvent de la compétence des provinces et/ou des communes en cas de délégation de service.

1. Le principe est l'interdiction

« La propagande, la promotion, la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques sont interdites. »

Interdiction d'utiliser des supports dont le contenu est destiné principalement aux consommateurs calédoniens

La propagande ou la publicité en faveur des boissons alcooliques sont interdites sur les supports qui s'imposent à tous, notamment aux mineurs, tels que la télévision, le cinéma et les réseaux sociaux :

« Toute propagande, promotion, publicité, directe ou indirecte en faveur des boissons alcooliques est interdite. Cette interdiction s'applique à tout support, notamment médias, presse, radio, internet, réseaux sociaux, dont le contenu est destiné principalement au consommateur calédonien. »

Interdiction de parrainer / sponsoriser

Les opérations de parrainage sont également interdites si elles ont pour objet ou effet la propagande, promotion, publicité, directe ou indirecte en faveur d'une boisson alcoolique.

On entend par parrainage, toute forme de contribution publique ou privée à un évènement à une activité ou à individu, ayant pour but ou effet direct ou indirect de promouvoir une boisson alcoolique.

Interdiction d'organiser des opérations promotionnelles



Faire la promotion des boissons alcooliques est interdit lorsque :

- celles-ci sont proposées à prix réduits pendant une période restreinte,
- dans le cadre d'une vente en lot de boissons alcooliques, le prix unitaire au sein du lot ne peut pas être inférieur à celui vendu à l'unité.

Interdiction de vendre en gros

Il est interdit aux commerces de détail de vendre en gros des boissons alcooliques. (cf. définition vente en gros)

Interdiction de positionner les linéaires de boissons alcooliques à l'entrée du magasin dans les surfaces commerciales de plus de 350 m²

Les linéaires destinées à la vente d'alcool ne peuvent pas être positionnés à l'entrée principale du magasin, ni être visibles depuis cette entrée dans les commerces à dominante alimentaire de plus de 350 m². Cette disposition ne s'applique pas aux commerces spécialisés dans la vente de boissons alcooliques.

Interdiction aux grossistes, importateurs et fabricant de vendre à des personnes physiques ou morales qui ne sont pas titulaires d'une licence d'exploitation

Les entreprises sont tenues de vendre des boissons alcooliques uniquement aux personnes physiques ou morales détentrice d'une autorisation d'exploitation, permanente ou temporaire (licence).

Elles doivent tenir **un registre spécifique** (sous forme matérielle ou dématérialisée), comportant toutes les mentions obligatoires de facturation ainsi que les références de la licence d'exploitation de l'acheteur.

2. Dérogations au principe d'interdiction :

Les supports autorisés :

La propagande et la publicité en faveur des boissons alcooliques sont autorisées exclusivement :

- sous forme d'affichettes et d'objets **à l'intérieur des lieux de vente** à caractère spécialisé (*arrêté n°2020-461/GNC du 1er avril 2020 relatif aux caractéristiques des affichettes et objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, pris en application de l'alinéa 5 de l'article 3 de la loi du pays n°2018-6 du 30 juin 2018 relative à la lutte contre l'alcoolisme*) ;
- sous forme d'envoi par les producteurs, fabricants, importateurs, négociants, concessionnaires ou entrepositaires, de messages, de circulaires, de catalogues et de brochures **destinées aux personnes agissant à titre professionnel** ;
- lors de stages œnologiques, biéologiques, et de dégustations de spiritueux (présence obligatoire de personnel qualifié).

Toute propagande, publicité, promotion et parrainage en dehors des lieux de vente à caractère spécialisé n'est pas autorisée. Il est ainsi implicite que les consommateurs ne peuvent voir au travers des vitrines des professionnels. Celles-ci doivent donc être opacifiées afin de respecter l'interdiction de publicité à l'extérieur des lieux de vente.

Les participations des vendeurs d'alcool aux salons ouverts au public (salon de la femme, de la dégustation, du mariage...) sont interdites.

Un contenu publicitaire strictement encadré et comportant obligatoirement le message sanitaire :

Le contenu des messages publicitaires autorisés est limité aux seules indications :

- dénomination (*fonction principale qui permet d'identifier un produit. Elle peut comprendre la marque*).
- composition (*tout composant ou tout ingrédient peut être mis en évidence dès lors qu'il est significatif, qu'il figure ou non sur l'étiquette. Le lien avec le produit doit être précis et incontestable*).
- degré volumique d'alcool (*aucune argumentation ne doit être tirée de la teneur en alcool de la boisson*)
- mode d'élaboration (*la description doit se rattacher aux opérations qui aboutissent à l'obtention d'un produit fini, embouteillé, étiqueté et présenté au consommateur final*)
- mode de consommation du produit (*la publicité peut mettre en évidence textuellement les conditions optimales de dégustation ou de service du produit, les associations culinaires possibles ou souhaitables. Elle s'interdit la représentation de consommateurs.*)
-
- modalités de vente (les aspects techniques et licites de la vente (*conditionnement, emballage, lots, etc.*))
- origine géographique de la boisson (*l'origine doit être géographique ou relative à la provenance géographique des matières premières utilisées pour l'élaboration du produit (notion de terroir). Le lien avec le produit doit être fondé.*)
- nom et l'adresse du fabricant et des dépositaires (*ces indications doivent s'entendre comme visant l'ensemble des intervenants dans la filière commerciale et logistique. Le lien avec le produit doit être précis et incontestable.*)
- Le conditionnement (*ne peut être reproduit que s'il se limite aux mentions ci-dessus.*)

Toutes les publicités devront être assorties du message sanitaire précisant « **L'abus d'alcool est dangereux pour la santé** » (*arrêté n°2020-361/GNC du 10 mars 2020 relatif aux modalités d'inscription du message de caractère sanitaire sur les publicités en faveur des boissons alcooliques pris en application de l'article 6 de la loi du pays n°2018-6 du 30 juin 2010 relative à la lutte contre l'alcoolisme*)

3. Obligations d'affichage

Une affiche rappelant la réglementation en vigueur en matière de lutte contre l'alcoolisme doit être apposée dans les débits de boissons à consommer sur place et à emporter.

Un modèle unique d'affiche sera également défini pour les débits de boissons relevant d'une réglementation provinciale spécifique. (*délibération n°6-2018/BAPS/DJA fixant les modèles des supports d'information prévus par le premier alinéa de l'article 22-4 du code des débits de boissons de la province-sud.*)

4. Définitions :

Toute boisson alcoolique, désormais définie comme boisson comportant **plus de 1,2 degré d'alcool par litre**, entre dans le champ d'application de la loi du pays.

Ne sont pas concernées les boissons qui par leur dénomination rappellent une boisson alcoolique et qui ne contiennent pas plus de 1,2° d'alcool / litre (ex. : cidre, poiré et bière contenant moins de 1,2° d'alcool par litre).

La publicité directe est toute forme de communication, recommandation ou action commerciale ayant pour but ou effet direct ou indirect de promouvoir une boisson alcoolique.

La propagande ou publicité indirecte est la propagande ou publicité faite en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit, ou d'un article qui par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination, d'une marque, d'un emblème publicitaire ou d'un autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolique.

Une promotion est toute action ou technique commerciale visant à proposer un produit ou un service à des conditions économiques particulières.

Ainsi, sont considérées comme des opérations de promotion :

- le fait de proposer des boissons alcooliques à prix réduits pendant une période restreinte,
- dans le cadre d'une vente en lot de boissons alcooliques, le fait de pratiquer un prix unitaire au sein du lot inférieur à celui de la boisson alcoolique vendue à l'unité.

Un lieu de vente à caractère spécialisé est un lieu dont l'exploitant détient une licence l'autorisant à vendre des boissons alcooliques conformément aux conditions prévues par la réglementation provinciale en matière de débit de boissons alcooliques.

La vente en gros est définie par la vente en lots de boissons alcooliques suffisamment importants pour ne pas être considérée comme tenue à la portée du consommateur.

Les affichettes et objets utilisés comme supports publicitaires, doivent être directement en lien avec la consommation de boissons alcooliques, et :

- sont autorisés uniquement à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé et ne peuvent dépasser 0,50 m x 0,70 m ou au maximum une surface de 0,35 m² (encadrement compris) ;
- ne sont pas visibles de l'extérieur de l'établissement ;
- peuvent évoquer le nom ou la marque d'une boisson alcoolique mais ne peuvent ni être emportés hors du lieu de vente à caractère spécialisé, ni être vendus ou remis à titre gratuit au public ;
- peuvent être de toute nature et doivent être strictement réservés au fonctionnement de l'établissement, à l'usage du personnel pendant ses activités professionnelles et à celui de la clientèle, dans les débits de boissons à consommer sur place ;
- ne sont pas soumis à l'apposition du message sanitaire « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé »

Quels supports puis-je utiliser ?

		Oui	Non	
A l'extérieur du lieu de vente	Médias et publicitaires <ul style="list-style-type: none"> - TV, Radio, Cinéma - Parution presse (achat d'espaces publicitaires, publi/reportage...) - Affichage (flyer, prospectus, affichages urbain, abris-bus, 4x3, véhicules...) - Réseaux sociaux 		✘ ✘ ✘ ✘	
	Marketing direct et communication hors-média <ul style="list-style-type: none"> - Mailing et publipostage - Sms, fax, mms ... - Phoning - Jeux concours, loterie ... 	✓ ⁽¹⁾	✘ ✘ ✘	⁽¹⁾ exclusivement réservé aux producteurs, fabricants, importateurs, négociants, concessionnaires ou entrepositaires, de messages, de circulaires, de catalogues et de brochures destinées aux personnes agissant à titre professionnel
A l'intérieur	Publicité sur les lieux de vente (PLV) <ul style="list-style-type: none"> - Ecrans digitaux - Ecrans et bornes interactives - Uniforme, t-shirt - Panneaux d'affichage et vitrophanie - Présentoir / chevalet - Stop-rayons - Affichette - Totem, kakemono, oriflamme - Brochure / dépliant 	✓ ⁽²⁾ ✓ ⁽³⁾ ✓ ⁽⁵⁾ ✓ ⁽⁶⁾ ✓ ⁽⁷⁾	✘ ✘ ✘ ✘	⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾⁽⁶⁾ et ⁽⁷⁾ sous conditions : <ul style="list-style-type: none"> ✓ du respect des dimensions réglementaires : 0,50 m x 0,70 m ou au maximum une surface de 0,35 m² / (encadrement compris) ; ✓ de la présence du message sanitaire « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé » (doit couvrir 10 % de la surface totale du support, à un endroit apparent, à l'horizontale, en gras et d'une couleur tranchant sur le fond du message, de façon inamovible et indélébile) ; ✓ que le contenu se limite aux mentions prévues par l'article 6 (dénomination, composition, degré volumique d'alcool, mode d'élaboration, mode de consommation du produit, modalités de vente, origine géographique, nom et l'adresse du fabricant et des dépositaires, le conditionnement) ⁽⁹⁾ Elle ne doit donner accès uniquement qu'à un bon d'achats pluri-produits .
	- Box palette		✘	
	Objets <ul style="list-style-type: none"> - Sac cabas et emballage - Cadeaux publicitaires 		✘ ✘	
	Animations commerciales <ul style="list-style-type: none"> - Démonstrations et animation de vente en magasin - Dégustations - Annonces magasin - Ventes privées - Club consommateur 	✓ ⁽⁸⁾	✘ ✘ ✘ ✘	
	Outil de fidélisation <ul style="list-style-type: none"> - Carte de fidélité - Bon de réduction, promotion, remise commerciale - Couponing, échantillons, ventes avec primes, - ventes en lots ... 	✓ ⁽⁹⁾	✘ ✘ ✘	

Puis-je organiser des dégustations dans mon débit de boissons ?

Gratuites	✓ ⁽¹⁾		⁽¹⁾ Uniquement en vue de faire découvrir les produits, dans les salons et rencontres entre professionnels, les portes ouvertes des lieux de production, les événements professionnels organisés à l'attention des touristes ou pour la promotion des produits à l'export.
Payantes	✓ ⁽²⁾		⁽²⁾ Le commerçant doit être titulaire de la licence délivrée par les services compétents : une dégustation payante est assimilée à une « consommation sur place » au regard de la délibération modifiée n° 53-89/APS du 13 décembre 1989 relative aux débits de boissons dans la province Sud.

Puis organiser des événements en vue de promouvoir mes boissons alcooliques ?

Salon professionnel	✓ ⁽¹⁾		⁽¹⁾ exclusivement réservé à une clientèle agissant à titre professionnel.
Foires et salons grand public		✗	
Parrainage / sponsoring		✗	Toute forme de contribution publique ou privée à un événement, à une activité ou à un individu, ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement une boisson alcoolique.

Peux-t-on mettre des boissons alcooliques en vente en ligne (via internet) ?

Aux consommateurs calédoniens	✓ ⁽¹⁾		⁽¹⁾ uniquement sur les sites de vente en ligne et à condition que les produits soient présentés sans aucune mise en scène.
Aux professionnels	✓ ⁽²⁾		⁽²⁾ l'accès au site et à l'ensemble des données relatives aux produits ne doivent être accessible qu'à une clientèle professionnelle qui devra justifier de son statut « pro ».
Aux touristes	✓ ⁽³⁾		⁽³⁾ l'accès au site et à l'ensemble des données relatives aux produits ne doivent être accessible qui devra justifier de son statut de touriste.

A l'occasion des fêtes de fin d'année, puis-je offrir à mes clients ou à mes collaborateurs des « paniers / coffrets gourmand(s) » contenant une ou des boisson(s) alcoolique(s) ?

Coffrets / paniers gourmands		✗	Outre le fait que l'offre de boissons alcooliques à des fins commerciales est interdite par l'article 4 de loi du pays, l'offre seule peut être également qualifiée d'incitation à la consommation de ces boissons en application de l'article 5 de cette même loi.
------------------------------	--	---	---

Puis-je faire de la publicité pour un événement du type « accords mets et boissons alcooliques » ?

Diffuser de la publicité pour promouvoir un événement du type « accords mets et vins », organisé au sein d'un débit de boisson	✓ ⁽¹⁾		<p>(1) uniquement à l'intérieur du débit de boisson et dans le respect des formes prévues par la loi :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ format affiche : 0,50 m x 0,70 m ou au maximum une surface de 0,35 m² / (encadrement compris) ; ✓ présence du message sanitaire « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé » (couvre 10 % de la surface totale du support, à un endroit apparent, à l'horizontale, en gras et d'une couleur tranchant sur le fond du message, de façon inamovible et indélébile) ; ✓ le contenu doit se limiter aux mentions prévues par l'article 6 de loi du pays.
--	------------------	--	--

Textes applicables

- Loi du pays n° 2018-6 du 30 juin 2018 *relative à la lutte contre l'alcoolisme* ;
- **Délibération n°327 du 1^{er} août 2018 relative à la lutte contre l'alcoolisme** ;
- Arrêté n°2020-461/GNC du 1er avril 2020 *relatif aux caractéristiques des affichettes et objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, pris en application de l'alinéa 5 de l'article 3 de la loi du pays n°2018-6 du 30 juin 2018 relative à la lutte contre l'alcoolisme* ;
- Arrêté n°2020-361/GNC du 10 mars 2020 *relatif aux modalités d'inscription du message de caractère sanitaire sur les publicités en faveur des boissons alcooliques pris en application de l'article 6 de la loi du pays n°2018-6 du 30 juin 2018 relative à la lutte contre l'alcoolisme* ;

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer à la réglementation applicable.

Pour tout renseignement complémentaire :

Direction des Affaires Economiques
Service de la protection des consommateurs
34 bis, rue Gallieni - BP M2 - 98849 Nouméa Cedex
Tél : 23 22 50 - Fax : 23 22 51
e-mail : dae.spc@gouv.nc