

APPLICATION DE LA LOI ÉVIN



La loi n° 91-32 du 10 janvier 1991, dite « loi Évin », constitue un dispositif fondamental du droit français de la santé publique visant à encadrer strictement la consommation et la promotion des boissons alcoolisées.

01. LA VENTE ET LA DISTRIBUTION DE BOISSONS ALCOLISÉES

→ La vente et la distribution de boissons alcoolisées dans les enceintes sportives sont, en principe, **interdites**.

- L'article L.3335-4 du Code de la santé publique dispose que **la vente** de boissons alcooliques dans les établissements d'activités physiques et sportives est prohibée, sauf dérogations strictement encadrées.
- À titre dérogatoire, l'article susvisé dispose que le maire peut autoriser certaines associations à établir temporairement des buvettes dans les enceintes sportives, dans la **limite de dix autorisations annuelles** par organisme et pour **une durée maximale de 48 heures**.

Ces autorisations ne concernent que les boissons présentant un faible degré d'alcool. Seules les boissons du groupe 3 sont autorisées, notamment la bière, le vin ou le cidre.

Les boissons autres que celles relevant du groupe 3, telles que le whisky, le rhum ou les spiritueux, sont strictement interdites.

L'article L.3335-4 du Code de la santé publique vise également **la distribution** de boissons alcoolisées dans les enceintes sportives.

En conséquence, la mise à disposition gratuite d'alcool est également soumise à la réglementation applicable. Ainsi, *un club proposant **gratuitement des boissons alcoolisées** lors d'une réception, d'un tournoi ou d'un événement interne* doit veiller au respect des règles prévues par le Code de la santé publique, notamment en matière d'autorisation administrative et de prévention de toute opération de valorisation de l'alcool.

L'article L.3342-1 du Code de la santé publique dispose que la vente ou la distribution de boissons alcoolisées aux mineurs est strictement interdite.

Enfin, les clubs doivent respecter la réglementation applicable aux débits de boissons, notamment en matière de licences et d'obligations d'affichage relatives à la protection des mineurs et à la réglementation de la consommation d'alcool, sous le contrôle des autorités administratives compétentes. Tout manquement est susceptible d'engager la responsabilité administrative et pénale du club ainsi que celle de ses dirigeants.

APPLICATION DE LA LOI ÉVIN



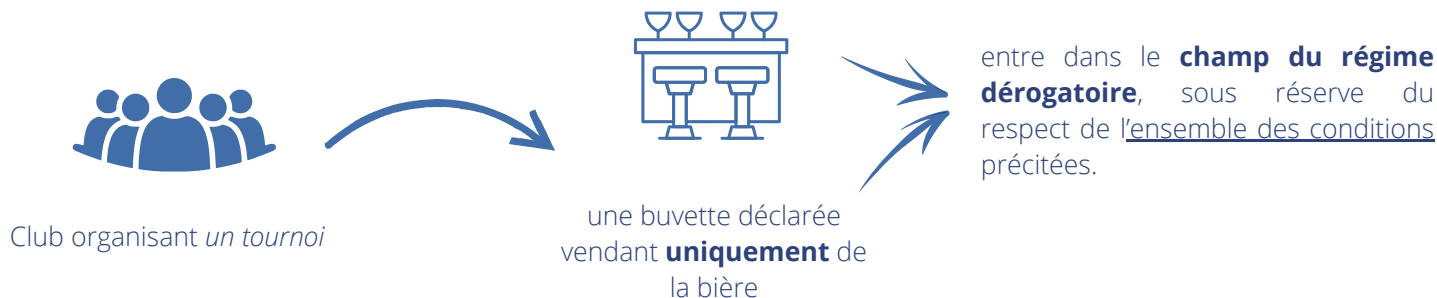
Application de la Loi Évin aux clubs de football

Un club de football amateur ne peut proposer des boissons alcoolisées que dans un cadre strictement encadré.

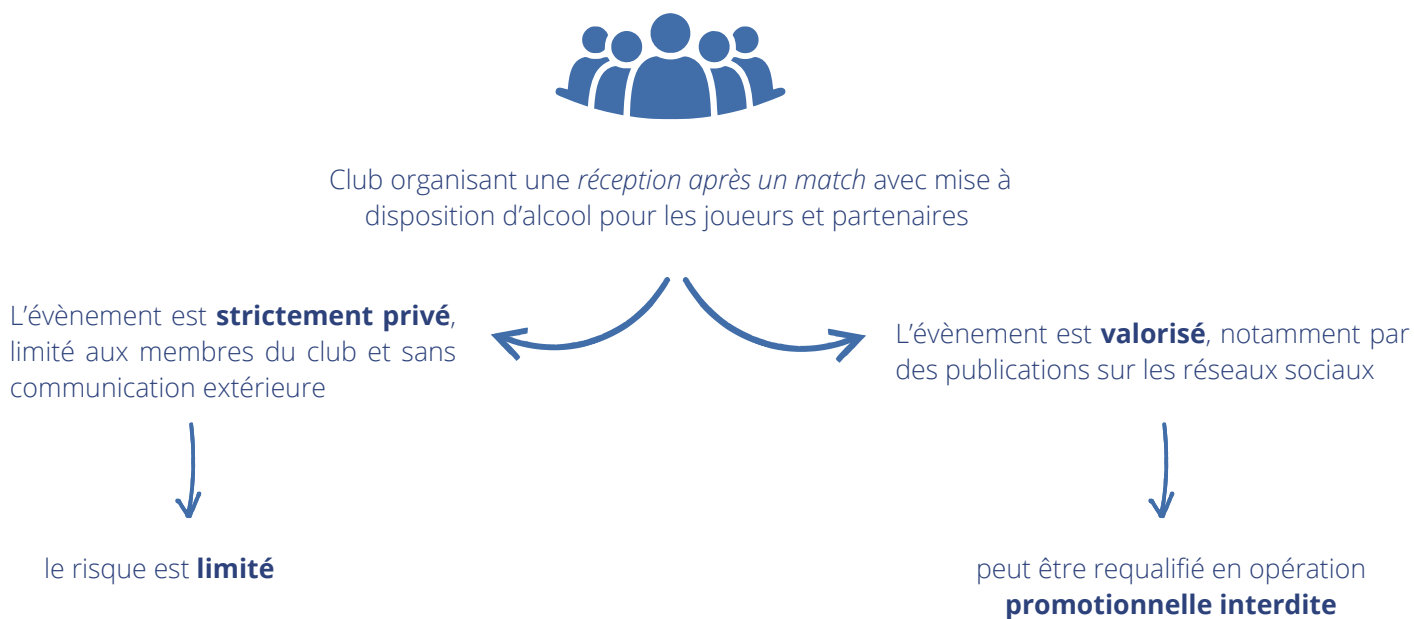
La conformité suppose la réunion cumulative des conditions suivantes :

- l'existence d'une autorisation municipale préalable délivrée au titre de l'article L.3335-4 du Code de la santé publique ;
- le respect de la limite de dix autorisations annuelles ;
- le respect de la durée maximale de 48 heures par autorisation ;
- la limitation aux seules boissons autorisées par la réglementation.

Vente de boissons alcoolisées conforme



Distribution de boissons alcoolisées



02. LA PUBLICITÉ EN FAVEUR DES BOISSONS ALCOOLISÉES

La publicité en faveur des boissons alcoolisées est strictement encadrée par le Code de la santé publique.

L'article L.3323-2 du Code de la santé publique dispose que la publicité n'est autorisée que sur des supports limitativement énumérés, excluant le cadre sportif.

L'article L.3323-4 du même code dispose que cette publicité ne peut comporter que **des informations objectives** relatives au produit, à l'exclusion de toute valorisation de nature sociale, festive ou comportementale.

L'article L.3323-3 du Code de la santé publique dispose que toute publicité indirecte est interdite. Est ainsi prohibée toute communication qui, par son graphisme, sa présentation ou l'utilisation de signes distinctifs, évoque une boisson alcoolisée, même sans la désigner expressément.

La jurisprudence adopte une approche stricte : une communication peut être **jugée illicite** dès lors qu'elle permet d'identifier une marque d'alcool, même indirectement.

→ **Principe clair** : dans le domaine sportif, **toute forme de promotion de l'alcool est interdite**.

Application de la Loi Évin aux clubs de football

Les clubs de football **ne peuvent, en aucun cas, promouvoir des boissons alcoolisées** directement ou indirectement. Ils sont soumis à une obligation de vigilance en raison de leur mission éducative et de la présence de publics mineurs.

Il est **interdit** d'afficher une marque de boissons alcoolisées sur un maillot, un équipement, un panneau publicitaire ou tout autre support lié à l'activité sportive.

Il est également **interdit** d'associer une marque d'alcool à une compétition, un tournoi ou un événement organisé par le club.

Communication numérique



Publication sur les réseaux sociaux
(photographies, vidéos)



montrant des bouteilles de boissons
alcoolisées après une victoire



peut être qualifiée de
publicité indirecte

La vigilance s'étend aux contenus relayés par le club, y compris ceux publiés par des joueurs, bénévoles ou partenaires. La responsabilité du club peut être engagée dès lors qu'il participe à la diffusion du contenu.

03. SPONSORING, PARTENARIAT ET MÉCÉNAT

Les opérations de *sponsoring*, de *partenariat* et de *mécénat* sont strictement encadrées par la loi Évin dès lors qu'elles concernent des boissons alcoolisées.

- Le *sponsoring* constitue une opération publicitaire par nature. Dès lors qu'une contrepartie en visibilité est accordée, il entre dans le champ de la publicité et devient en principe **interdit lorsqu'il concerne l'alcool**. Il est ainsi **interdit d'apposer le logo d'une marque de boissons alcoolisées** sur les maillots, les équipements, les infrastructures sportives ou d'associer une marque d'alcool à une compétition ou à un événement. Cette interdiction s'étend aux formes indirectes. Toute opération permettant d'identifier une marque d'alcool, même sans la citer expressément, est susceptible d'être qualifiée **de publicité illicite**.
- Le *mécénat* repose en principe sur l'absence de contrepartie. Toutefois, la jurisprudence considère que dès lors qu'un avantage, même indirect, est accordé, l'opération peut être **requalifiée en publicité**.
- Le *partenariat*, souvent utilisé par les clubs, est juridiquement analysé comme du sponsoring dès lors qu'il implique une valorisation.

La Cour de cassation a confirmé que la responsabilité pénale des dirigeants peut être engagée en cas de publicité illicite réalisée dans ce cadre.

Application de la Loi Évin aux clubs de football :

Un **partenariat** avec une entreprise commercialisant de l'alcool n'est possible que s'il demeure strictement neutre, sans aucune référence aux produits alcoolisés.

Toute mise en avant, directe ou indirecte, de boissons alcoolisées est susceptible d'entraîner une requalification en publicité interdite.

Situation 1



Situation 2



04. LA CONSOMMATION DE BOISSONS ALCOOLISÉES

La loi Évin n'interdit pas, en tant que telle, la consommation de boissons alcoolisées dans l'espace public. Elle encadre la publicité, la promotion et la vente des boissons alcooliques.

En principe, la consommation d'alcool dans l'espace public, y compris aux abords des enceintes sportives, n'est pas interdite par la loi nationale.

Toutefois, cette consommation peut être **encadrée ou interdite localement par arrêté municipal ou préfectoral**, notamment à l'occasion de manifestations sportives présentant des risques de troubles à l'ordre public.

En application du Code général des collectivités territoriales, le maire et le préfet disposent d'un pouvoir de police leur permettant de restreindre ou interdire la consommation d'alcool sur la voie publique afin de garantir la sécurité et la tranquillité publique.

Ainsi, selon les territoires et les événements, la consommation d'alcool aux abords d'un stade peut être :

- autorisée en l'absence d'arrêté
- encadrée ou interdite par décision administrative locale

La **responsabilité du club** n'est engagée que s'il **organise, facilite ou encourage** cette consommation (des buvettes non autorisées, des animations incitatives ou des opérations promotionnelles) à proximité immédiate de l'enceinte sportive.

Application de la Loi Évin aux clubs de football

Les clubs de football ne sont **pas responsables** de la consommation spontanée d'alcool par les supporters sur la voie publique, dès lors qu'ils ne l'organisent pas et ne l'encouragent pas.

En pratique, *des supporters* peuvent consommer de l'alcool aux abords du stade avant ou après un match, en l'absence d'interdiction administrative locale.

Situation 1



Des supporters consomment de l'alcool sur un parking ou aux abords du stade, avant une rencontre



le club n'est pas responsable de cette consommation, **sauf** s'il l'a organisée ou facilitée

Situation 2



Un club installe une structure incitant à la consommation



sa **responsabilité** peut être engagée

05. LA CONSOMMATION DE TABAC

L'interdiction de fumer dans les enceintes sportives est encadrée par le Code de la santé publique.

L'article R.3512-2 du Code de la santé publique dispose que l'interdiction de fumer s'applique dans les lieux fermés et couverts à usage collectif. Cette interdiction s'applique pleinement aux enceintes sportives.

Ainsi, il est strictement **interdit de fumer** dans les *tribunes couvertes, les vestiaires, les espaces intérieurs* et plus généralement dans *tout espace clos du stade*.

Le décret n°2025-582 du 27 juin 2025, l'interdiction de fumer s'étend également aux espaces non couverts des établissements sportifs mentionnés à l'article R.312-2 du Code du sport, ainsi qu'à un périmètre déterminé autour de leurs accès publics pendant les heures d'ouverture.

L'article R.3512-3 du Code de la santé publique dispose toutefois que l'interdiction de fumer ne s'applique pas aux **emplacements expressément réservés aux fumeurs** lorsqu'ils sont aménagés par le gestionnaire de l'établissement. Ces espaces réservés doivent respecter des conditions strictes prévues par l'article R.3512-4 du même code.

Ils doivent notamment être des espaces spécifiquement affectés à la consommation de tabac, dans lesquels aucune prestation de service n'est délivrée.

Enfin, l'article R.3512-9 du Code de la santé publique rappelle que les mineurs ne peuvent accéder à ces emplacements réservés aux fumeurs.

Application de la Loi Évin aux clubs de football

Situation 1



Deux spectateurs fument dans un espace réservé aux fumeurs mis en place par le gestionnaire du stade, sans présence de mineurs et sans service de boissons



Situation **conforme** à la réglementation

Situation 2



Un club interdit totalement le tabac dans son enceinte sportive par son règlement intérieur



Cette interdiction est possible et **doit être respectée** par les spectateurs

Situation 3



Des spectateurs fument dans une zone extérieure du stade faisant l'objet d'un arrêté municipal d'interdiction



constitue **une infraction** malgré l'absence de couverture du lieu

APPLICATION DE LA LOI ÉVIN



RESPONSABILITÉ DU CLUB

Les clubs de football, en tant qu'organisateur de manifestations sportives, sont **responsables de la sécurité des spectateurs** dans leur enceinte.

Cette responsabilité implique une obligation de prévention des risques liés aux comportements des supporters, notamment en matière de consommation d'alcool.

Même en l'absence de vente ou de distribution d'alcool, un club peut voir sa responsabilité engagée s'il organise, facilite ou encourage des comportements dangereux ou excessifs.

La responsabilité peut être engagée sur le plan civil, administratif et pénal, notamment celle des dirigeants en cas de manquement grave.

CONSÉQUENCE POUR LES CLUBS

Les clubs doivent impérativement **vérifier les décisions locales applicables avant chaque manifestation.**

Une même pratique peut être autorisée dans une commune et interdite dans une autre, ou autorisée à un moment donné et interdite ponctuellement lors d'un match à risque.

En pratique, la conformité d'un club ne dépend donc pas uniquement de la loi nationale, mais également des arrêtés locaux en vigueur au moment de l'événement.



PROTECTION DES MINEURS ET RÉPRESSION DE L'IVRESSE PUBLIQUE

IL EST INTERDIT DE VENDRE DE L'ALCOOL À DES MINEURS DE MOINS DE 18 ANS.

La personne qui délivre la boisson peut exiger du client une preuve de sa majorité, notamment par la production d'une pièce d'identité. Il est interdit d'offrir de l'alcool à titre gratuit à des mineurs dans les débits de boissons et tous commerces ou lieux publics.

CODE DE SANTÉ PUBLIQUE : ART. L. 3342-1

IL EST INTERDIT DE VENDRE À CRÉDIT DES BOISSONS ALCOOLIQUES*.

* des groupes 3 à 5.

CODE DE SANTÉ PUBLIQUE : ART. L. 3322-9

IL EST INTERDIT DE SE TROUVER EN ÉTAT D'IVRESSE MANIFESTE DANS LES LIEUX PUBLICS.

CODE DE LA SANTÉ PUBLIQUE : ART. R. 3353-1

LE NON-RESPECT DE CES INTERDICTIONS EST PASSIBLE DE POURSUITES JUDICIAIRES.