

Communiqué de presse
Rueil-Malmaison le 10 septembre 2020

HEINEKEN SAS ET L'ASSOCIATION PRÉVENTION ROUTIÈRE SE MOBILISENT POUR SENSIBILISER LE GRAND PUBLIC SUR LES RISQUES AU VOLANT À L'OCCASION DU TOUT PREMIER CONCERT HIP-HOP EN « DRIVE IN »

Un an après la signature de leur partenariat, HEINEKEN SAS et l'association Prévention Routière déploient, à l'occasion d'un concert en « Drive In » qui se déroulera le 12 septembre 2020 à Paris, une première action grand public pour sensibiliser aux risques au volant. L'initiative s'inscrit dans l'engagement d'HEINEKEN SAS à promouvoir la consommation responsable d'alcool et combattre les comportements à risque.

Une action de prévention sur les comportements à risque au volant à l'occasion d'un concert Hip-hop en « drive in »

En tant que brasseur responsable, HEINEKEN SAS a pleinement conscience de son rôle dans la prévention des risques liés à une consommation excessive ou inappropriée d'alcool. C'est pourquoi, l'entreprise a souhaité s'associer à l'association Prévention Routière pour sensibiliser les spectateurs-conducteurs à l'occasion du tout premier concert Hip-hop en « drive in » qui se tiendra, à Paris, le 12 septembre prochain.

Cette sensibilisation portera sur les comportements à risque au volant : consommation d'alcool en premier lieu, mais aussi fatigue, mauvaise visibilité, usage du smartphone en conduisant... Des collaborateurs d'HEINEKEN SAS, engagés bénévolement pour l'occasion et préalablement formés par l'association, diffuseront ce message de prévention auprès du public venu assister à l'évènement, en voiture uniquement.

Facilement identifiables grâce à des tee-shirts floqués, les 8 bénévoles parcourront les allées et iront à la rencontre des occupants des 125 voitures stationnées sur l'aire de parking, avant et après le concert. Un leaflet de sensibilisation sera remis aux participants ainsi que des éthylotests.

Cet évènement musical d'un tout nouveau genre proposera exclusivement des consommations non alcoolisées, softs ou bière à 0% d'alcool. Les participants pourront ainsi découvrir la dernière innovation du brasseur, lancée en avril dernier : Desperados Virgin 0.0%. Une bière blonde 0% alcool, aux arômes d'agrumes et zeste de citron, qui constitue une alternative rafraichissante à la consommation de produits alcoolisés. Un contexte propice à la sensibilisation d'un public majeur, pour aborder la modération de manière positive dans une ambiance festive !

*« Ce partenariat avec l'association Prévention Routière est capital pour donner du sens à nos actions pour la promotion de la consommation responsable d'alcool. » **Sandra Benjilani**, Responsable RSE, HEINEKEN France*

*« Avec la crise sanitaire, le concept de Drive-in s'est invité dans le quotidien des Français, jusque dans la culture comme le prouve ce concert inédit. Une belle occasion pour l'association Prévention Routière de rappeler qu'alcool et conduite ne font pas bon ménage, et qu'une consommation sans alcool est parfaitement compatible avec une ambiance festive. » **Anne Lavaud**, Déléguée Générale de l'Association Prévention Routière*

Un partenariat de 3 ans avec l'association Prévention Routière pour renforcer l'engagement de HEINEKEN SAS en faveur d'une consommation responsable d'alcool

C'est en juillet 2019 que le partenariat est né avec la volonté de sensibiliser le grand public à une consommation responsable d'alcool, et plus spécifiquement de combattre les comportements à risque au volant.

Cette année, HEINEKEN SAS et l'association Prévention Routière ont d'abord sensibilisé les collaborateurs d'HEINEKEN SAS. En se concentrant sur les risques au volant quels qu'ils soient, ils ont œuvré pour une sensibilisation de tous les collaborateurs, et notamment ceux itinérants, tels que les forces de vente ou les chauffeurs-livreurs.

Pour 2020-2021, HEINEKEN SAS et l'association Prévention Routière continuent d'unir leurs forces pour mener des actions communes de sensibilisation du grand public. L'action menée le 12 septembre, lors du concert Hip-hop « Drive In » à Paris, est un premier dispositif conjoint qui pourra être déployé plus largement lors de prochains événements.

Pour en savoir plus sur l'engagement d'HEINEKEN SAS

HEINEKEN SAS est engagée depuis plusieurs années dans une démarche de sensibilisation aux risques liés à la consommation excessive d'alcool, auprès de ses collaborateurs, ainsi qu'en externe auprès des personnels de points de vente et du grand public.

- Ainsi, le programme CoolAtWork a pour objet de former et sensibiliser ses collaborateurs aux risques associés à la consommation excessive d'alcool. Dans ce cadre, des collaborateurs volontaires, ambassadeurs de la consommation responsable d'alcool, interviennent régulièrement auprès de tous les collaborateurs (dont 100 % des managers et des nouveaux arrivants) et se tiennent à la disposition de quiconque ayant des questions ou manifestant un besoin de soutien.
- En complément d'un dispositif d'affichage de sensibilisation et de la distribution d'éthylotests sur tous les événements internes, un chatbot « Justin Verre » a été créé pour améliorer les connaissances et la conscience des risques chez les collaborateurs.
- Par ailleurs, HEINEKEN SAS est membre de l'association « Prévention et Modération » qui fédère plusieurs entreprises du secteur des boissons alcoolisées autour d'une ambition - que les consommateurs de ces boissons fassent le choix de la modération - et se positionne comme une force de proposition et d'action en matière de prévention du risque alcool.

Parce que consommer de manière responsable, c'est d'abord savoir ce que l'on consomme, le brasseur HEINEKEN affiche de façon volontaire sur 100% des étiquettes les unités d'alcool contenues dans ses bières.

Pour renforcer son engagement, HEINEKEN a choisi de développer des offres alternatives de bières sans alcool, comme Heineken 0.0, Affligem 0.0 ou Desperados Virgin 0.0, en se fixant comme priorité de développer ce marché. En parallèle, l'entreprise met en place des « Zéro Zones » en points de vente destinées à accroître la visibilité et la compréhension de cette offre 0% alcool vouée à s'étoffer, pour permettre aux consommateurs d'alterner, ou tout simplement de ne pas consommer d'alcool. Au volant HEINEKEN recommande le zéro alcool pour limiter les risques.

Contacts presse

HEINEKEN SAS

Hélène DUPOUY - Responsable Relations Médias - 07.87.21.88.55 - helene.dupouy@heineken.fr

Association Prévention Routière

Sophy SAINTEN-BOURGUIGNON - Responsable des relations presse et publiques - 06 38 83 11 25 - s.sainten@preventionroutiere.asso.fr

Agence Elan Edelman

Charlotte DANDY – 06 69 51 89 84 - heinekenfrance@elanedelman.com

À propos de HEINEKEN SAS

Leader* de la bière en France, HEINEKEN SAS est un acteur économique majeur en France, à dimension internationale. Fort de 3 sites de production, l'entreprise emploie près de 1 400 collaborateurs, tant dans la production que la commercialisation de marques de bières renommées (telles que Heineken®, Desperados®, Affligem® ou Fischer®).

**1^{ère} entreprise nationale, en chiffre d'affaires et en volume, de fabrication et de commercialisation de bières.*

À propos de l'Association Prévention Routière

Association régie par la loi de 1901, l'association Prévention Routière a été créée en 1949 devant la montée de l'hécatombe routière pour « étudier et mettre en œuvre toutes mesures et encourager toutes initiatives propres à réduire la fréquence et la gravité des accidents de la circulation routière » (article 1 de ses statuts). Reconnue d'utilité publique en 1955, agréée par le ministère de l'Éducation nationale et le ministère chargé de la Jeunesse et des Sports, elle présente aujourd'hui la caractéristique d'être à la fois un opérateur d'actions de prévention et de sensibilisation, un centre d'information et d'expertise et une organisation militante. Depuis sa création, l'association Prévention Routière a fait de l'éducation routière une priorité. Elle propose aux enseignants de nombreux outils pédagogiques. Ce sont ainsi plus de 110 000 supports qui ont été diffusés au cours des huit dernières années. L'association Prévention Routière forme aussi plus de 300 intervenants en éducation routière chaque année. Tous les ans, les intervenants de ses comités départementaux et régionaux sensibilisent aux risques routiers près de 1 million d'enfants et d'adolescents.

www.preventionroutiere.asso.fr

Informations pratiques : concert en « Drive In » organisé le 12 septembre 2020 de 17h à 21h au Paris Event Center, 20 avenue de la Porte de la Villette, 75019 Paris.