



## Documentation de base

Date 14.07.2014

---

# Achats tests d'alcool: les résultats de 2013 dans le détail

La vente d'alcool est soumise à des restrictions visant à protéger la jeunesse. Ainsi, il est interdit de vendre de la bière ou du vin aux personnes de moins de 16 ans et des boissons spiritueuses à celles qui n'ont pas atteint l'âge de 18 ans. Dans la pratique, ces interdictions sont encore souvent contournées. Les achats tests constituent un instrument efficace pour mesurer la réalité du terrain, sensibiliser les acteurs concernés et améliorer le taux d'application des interdictions légales sur le long terme.

A l'heure actuelle, les achats tests sont avant tout utilisés à des fins de sensibilisation. La détection sert de prélude au dialogue et à une meilleure formation du personnel de vente. Des distributeurs d'alcool à l'inspection du travail, en passant par les organismes de prévention et les services de protection de la jeunesse, de nombreuses institutions publiques et privées participent à la réalisation d'achats tests. En 2013, des achats de ce genre ont ainsi été effectués dans tous les cantons suisses, à l'exception du Jura et de Genève.

Depuis 2000, la Régie fédérale des alcools publie chaque année une statistique nationale des achats tests d'alcool réalisés de manière décentralisée dans toute la Suisse. En quatorze ans, plus de 32 000 achats tests ont été effectués dans 25 cantons.

### Définition et procédure

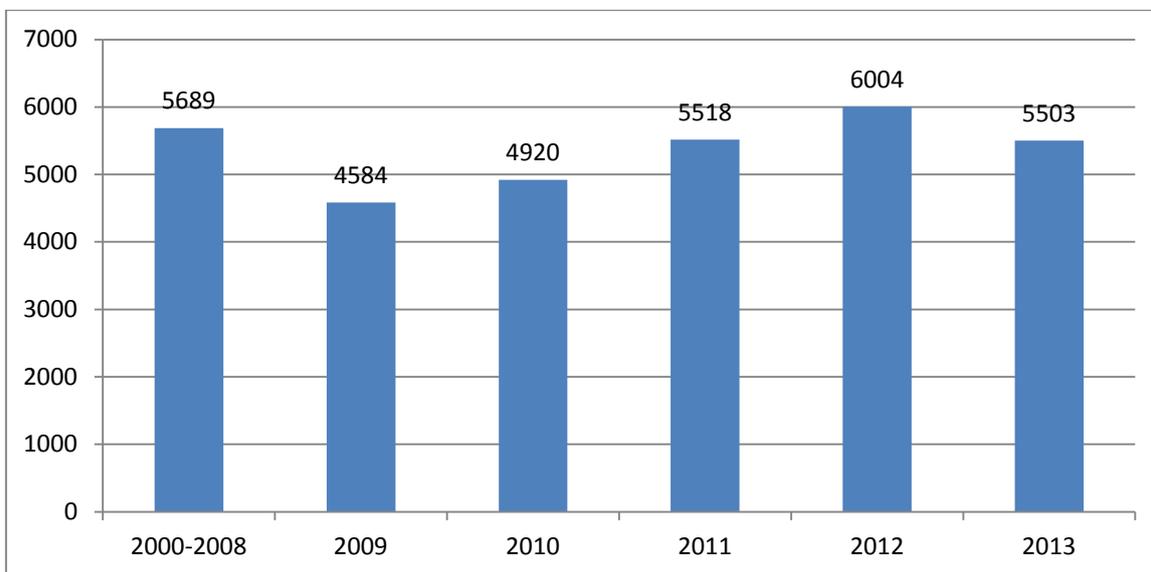
Les achats tests sont des achats de boissons alcooliques que des adolescents effectuent ou tentent d'effectuer sur mandat d'organismes privés ou d'autorités publiques alors que ces boissons ne devraient pas leur être remises en raison des limites d'âge prescrites dans la loi.

Lors d'un achat test, un ou plusieurs jeunes n'ayant pas atteint l'âge minimal légal, soit 16 ou 18 ans, se rendent en compagnie d'un adulte dans un point de vente d'alcool. Ils ont pour instruction de ne pas s'habiller ou se maquiller en vue de paraître plus vieux qu'ils ne le sont réellement. Ils sont par ailleurs tenus de dire la vérité sur leur âge et de présenter une pièce d'identité si cela leur est demandé. Lorsqu'ils ne parviennent pas à acheter des boissons alcooliques, ils quittent le point de vente et n'insistent pas davantage auprès du personnel de vente. Si leur tentative d'achat aboutit, les jeunes doivent immédiatement apporter les boissons alcooliques à l'accompagnateur. Le mandataire de l'achat test communique ensuite

## Documentation de base

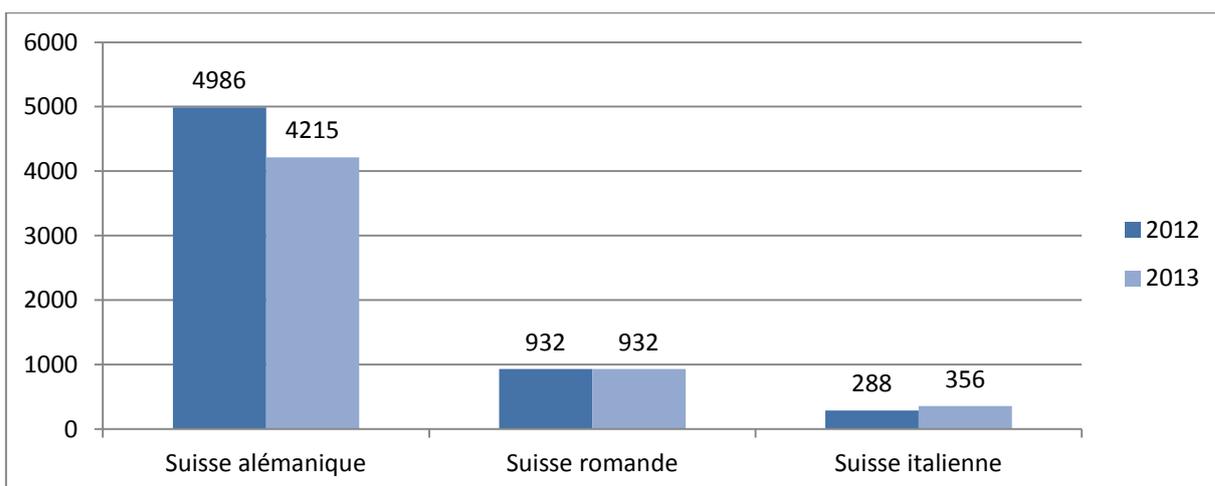
le résultat au responsable du point de vente (par oral, directement après l'achat test, ou par courrier). Il incite en outre ce dernier à sensibiliser son personnel à la protection de la jeunesse et à lui rappeler les prescriptions légales.

En l'absence d'une base légale spécifique, les résultats des achats tests ne peuvent pas être utilisés comme preuve dans le cadre d'une procédure pénale et ne peuvent ainsi pas aboutir à des amendes. Des mesures administratives (par ex. retrait de la patente) sont toutefois possibles. Le projet de révision totale de la loi sur l'alcool, qui est actuellement en discussion au Parlement, prévoit la création de la base légale requise.



**Graphique 1: nombre d'achats tests d'alcool effectués depuis 2000**

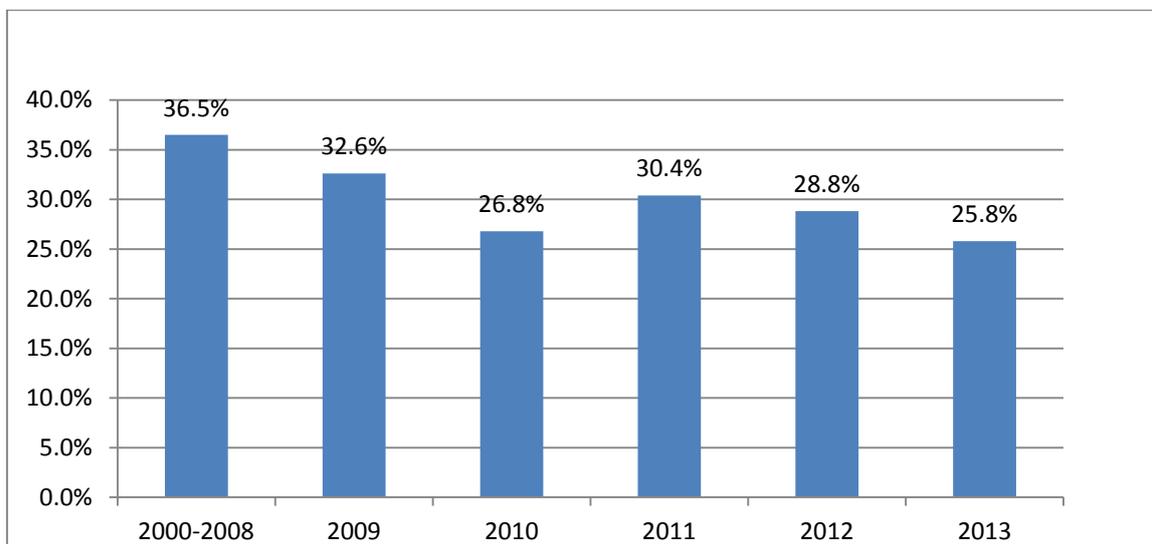
Au total, 5503 achats tests ont été réalisés en 2013, soit environ 500 de moins que l'année précédente, mais à peu près autant qu'en 2011. Correspondant à un taux d'environ 8 %, ce recul s'explique par l'absence prolongée d'une base légale permettant d'utiliser les résultats des achats tests au niveau pénal. Depuis le début du monitoring national, 32 217 achats tests d'alcool ont été effectués en Suisse.



**Graphique 2: nombre d'achats tests d'alcool par région linguistique**

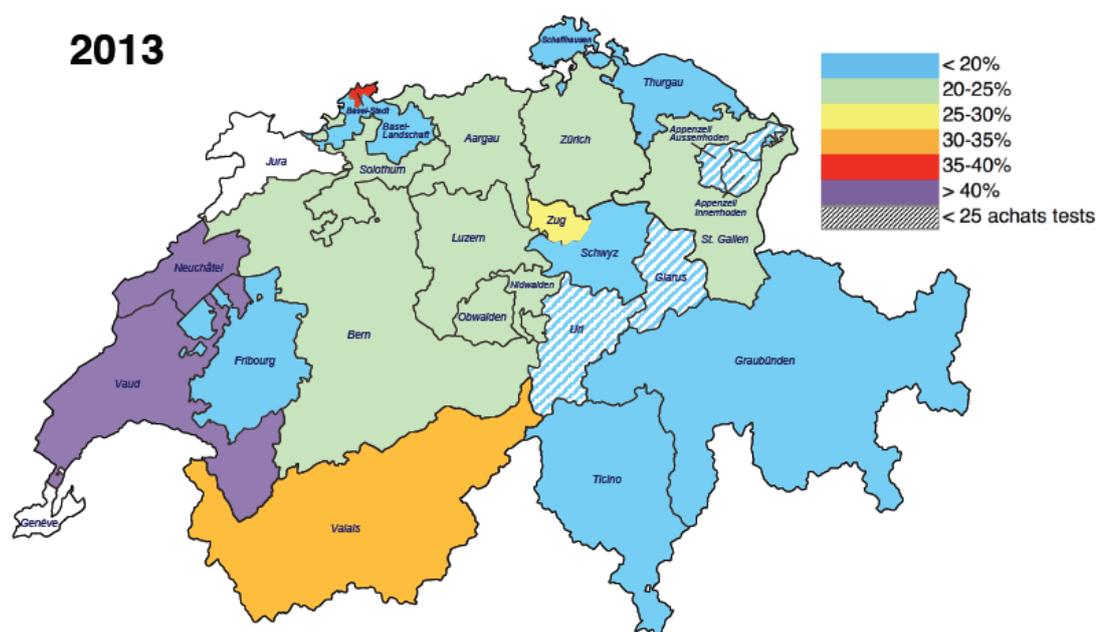
Entre 2012 et 2013, le nombre d'achats tests réalisés a diminué en Suisse alémanique, région pionnière en la matière dans notre pays. Il est resté stable en Suisse romande et a augmenté en Suisse italienne.

## Documentation de base



**Graphique 3: moyenne nationale des ventes d'alcool aux mineurs**

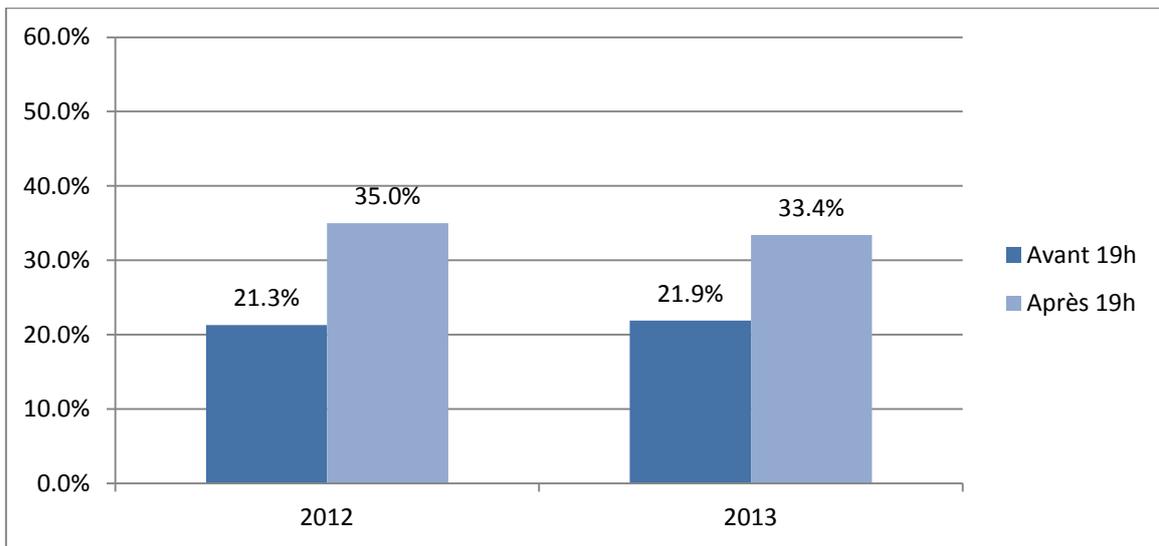
La moyenne suisse de la vente d'alcool aux mineurs a baissé d'environ 12 points de pourcentage entre 2012 (28,8 %) et 2013 (25,8 %). Le taux de vente de 2013 est ainsi le taux le plus bas jamais enregistré depuis le début des années 2000.



**Graphique 4: taux de vente d'alcool aux mineurs par canton**

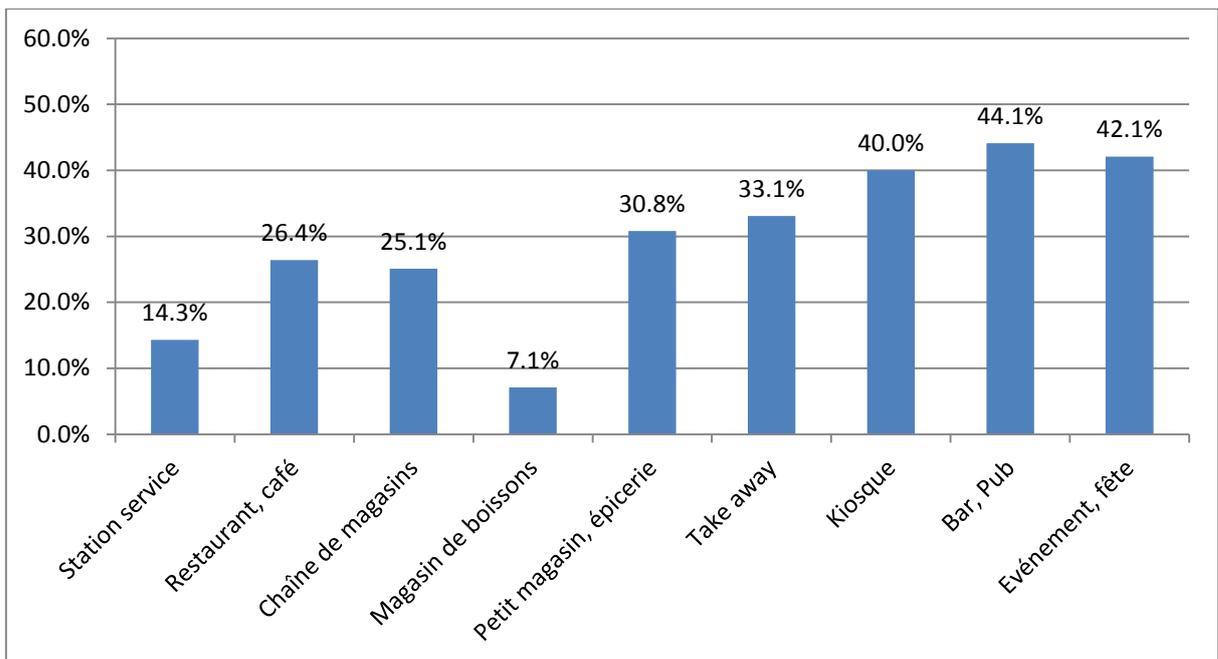
Le taux de vente de la plupart des cantons a changé entre 2012 et 2013. Il a augmenté dans 7 cantons, mais diminué dans 13 autres. Ainsi, seuls 4 cantons affichent désormais un taux de vente supérieur à 30 %. Il convient de relever que les résultats cantonaux peuvent varier du fait que, contrairement à d'autres, certains acteurs n'annoncent pas les achats tests à l'avance (par ex. canton de Vaud).

## Documentation de base



**Graphique 5: taux de vente d'alcool aux mineurs avant et après 19 heures**

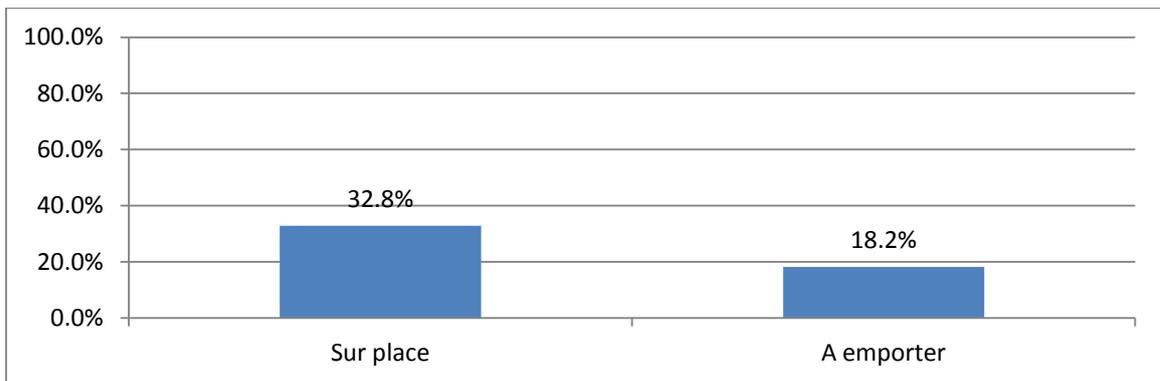
Sans surprise, c'est après 19 heures que de l'alcool est le plus souvent remis à des mineurs. S'élevant à 33,4 % en soirée et la nuit, le taux de vente passe à 21,9 % durant la journée. Aucune amélioration notable ne pouvant être relevée par rapport à 2012, il s'avère nécessaire d'exécuter davantage d'achats tests d'alcool en soirée.



**Graphique 6: taux de vente d'alcool aux mineurs par point de vente**

En 2013, les bars (44,1 %), les manifestations ou les fêtes (42,1 %) ainsi que les kiosques (40,0 %) affichent les taux de vente illicite d'alcool les plus élevés (contre respectivement 44,7 %, 54,1 % et 27,8 % en 2012). L'augmentation la plus nette concerne le domaine de la vente à emporter (33,1 % en 2013 contre 21,5 % en 2012) et les kiosques (40 % en 2013 contre 27,8 % en 2012). A l'opposé, les magasins de boissons (7,1 % en 2013 contre 22,6 % en 2012) et les stations-services (14,3 % en 2013 contre 16,6 % en 2012) présentent le taux de vente le plus faible, les magasins de boissons enregistrant même la diminution la plus importante.

## Documentation de base



**Graphique 7: taux de vente d'alcool aux mineurs par lieu de consommation**

Au-delà des facteurs mentionnés, le lieu de consommation influence également le taux de vente illicite d'alcool à des mineurs. En effet, seuls 18,2 % des achats tests se soldent par une vente illicite lorsque la boisson est destinée à être emportée, tandis que cette proportion s'élève à 32,8 % lorsque la boisson est consommée sur place.

**Renseignements:**

Nicolas Rion, responsable de la communication  
Régie fédérale des alcools  
031 309 12 64, [info@eav.admin.ch](mailto:info@eav.admin.ch)