



Documentation de base

Date 10.07.2015

Achats tests d'alcool: les résultats de l'année 2014 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.

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 quinze ans, plus de 37 000 achats tests ont été effectués dans 25 cantons.

Définition et procédure

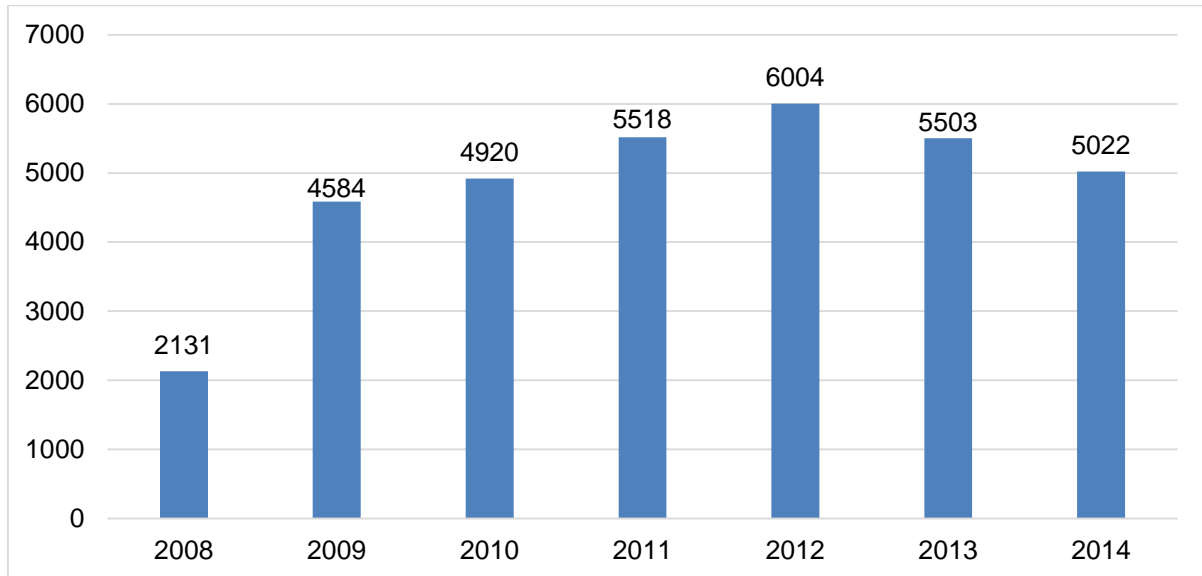
Les achats tests sont des achats de boissons alcooliques que des adolescents effectuent ou tentent d'effectuer sur mandat d'organismes privés ou d'autorités publiques alors que ces boissons ne devraient pas leur être remises en raison des limites d'âge prescrites dans la loi.

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 le résultat au responsable du point de vente (par oral, directement après l'achat test, ou par

Documentation de base

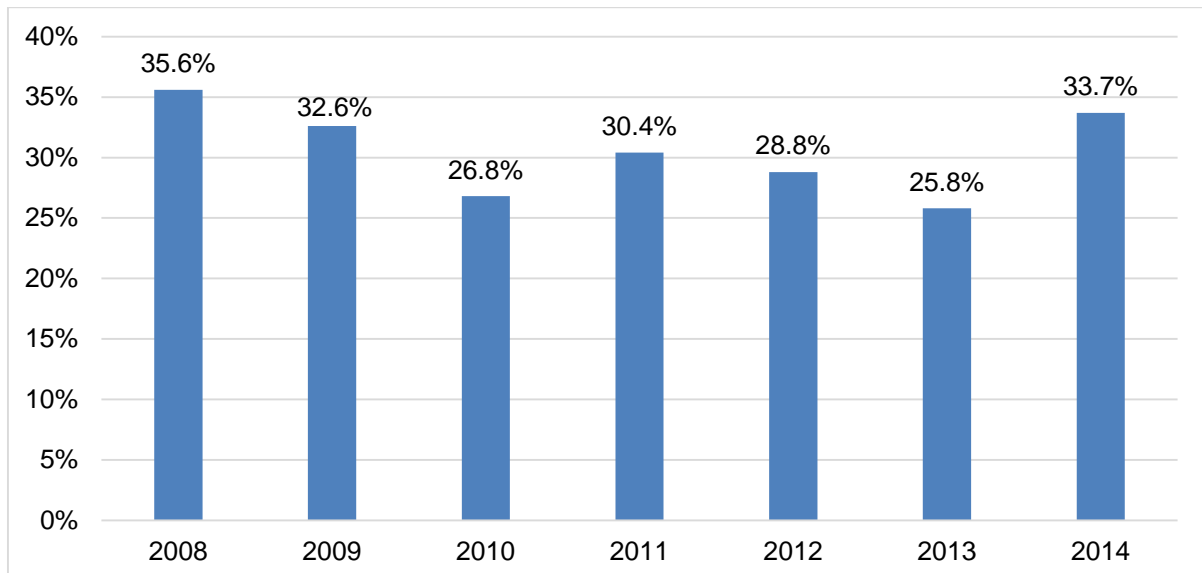
courrier). Il incite en outre ce dernier à sensibiliser son personnel à la protection de la jeunesse et à lui rappeler les prescriptions légales.

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 recensés

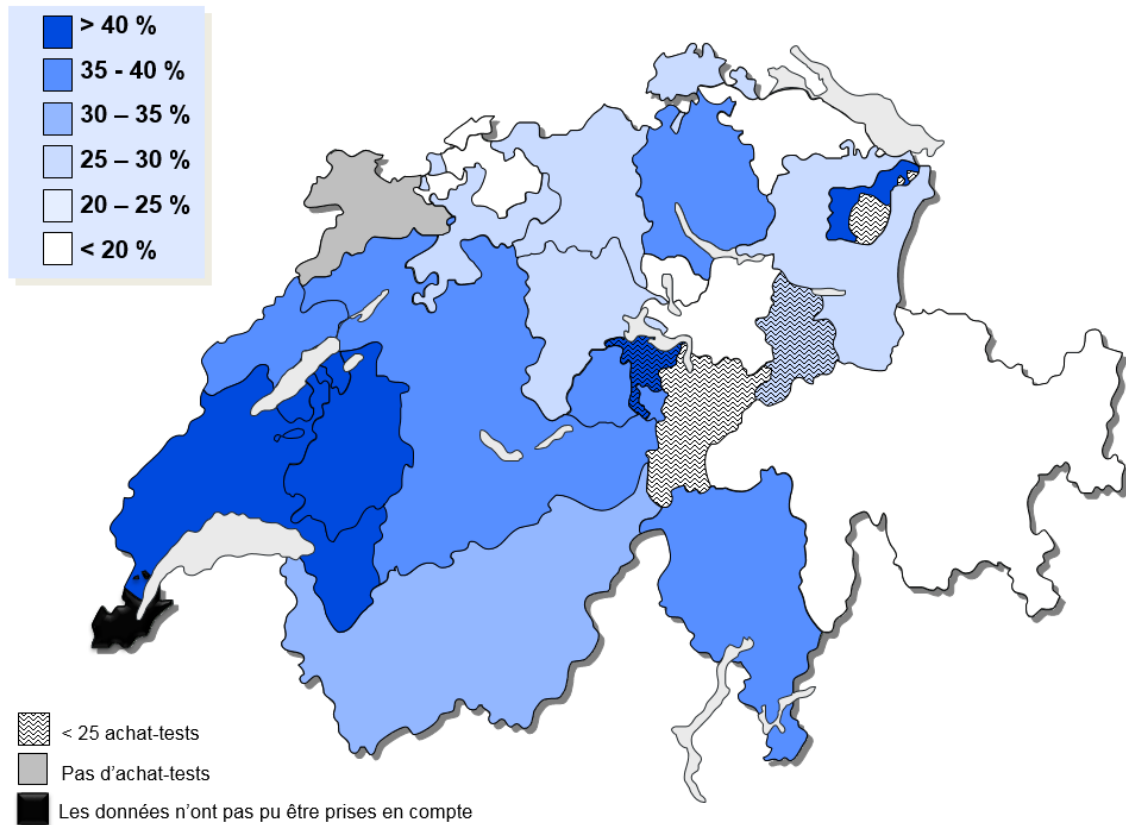
En 2014, 5022 achat-tests ont été réalisés, soit environ 500 de moins que l'année précédente. Pour des raisons de calendrier, les 295 achats tests réalisés en 2014 dans le canton de Genève n'ont pas pu être intégrés dans la statistique nationale.



Graphique 2: moyenne nationale des ventes d'alcool aux mineurs (en %)

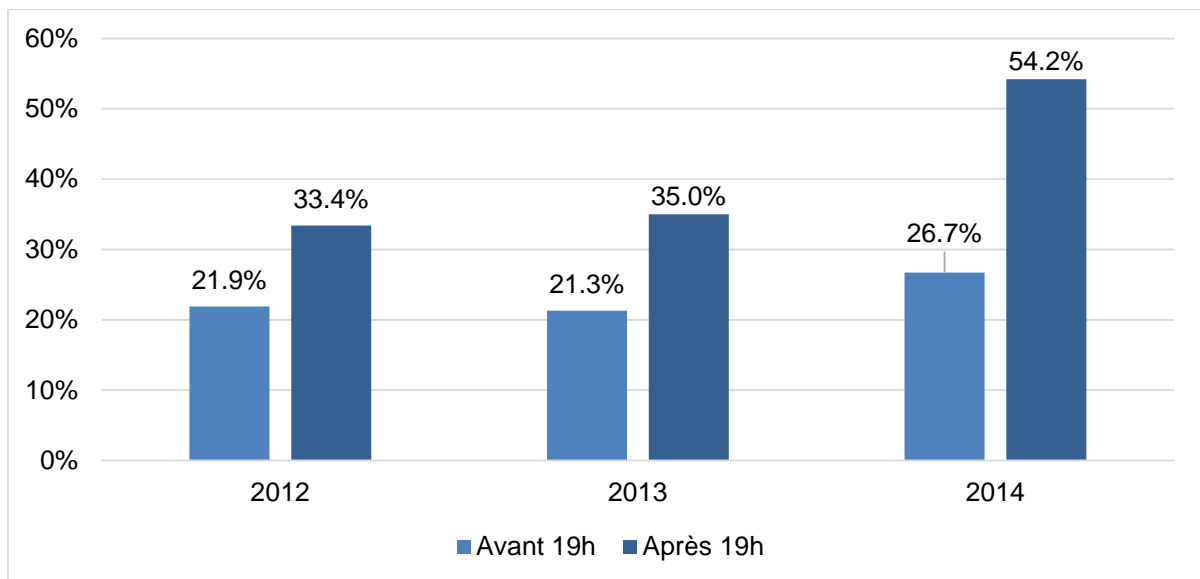
La moyenne suisse de la vente d'alcool aux mineurs a augmenté de presque 25 % entre 2013 et 2014. Le taux de vente de 2014 est ainsi le taux le plus élevé enregistré depuis 2008 (35,6 %).

Documentation de base



Graphique 3: taux de vente d'alcool aux mineurs par canton (en %)

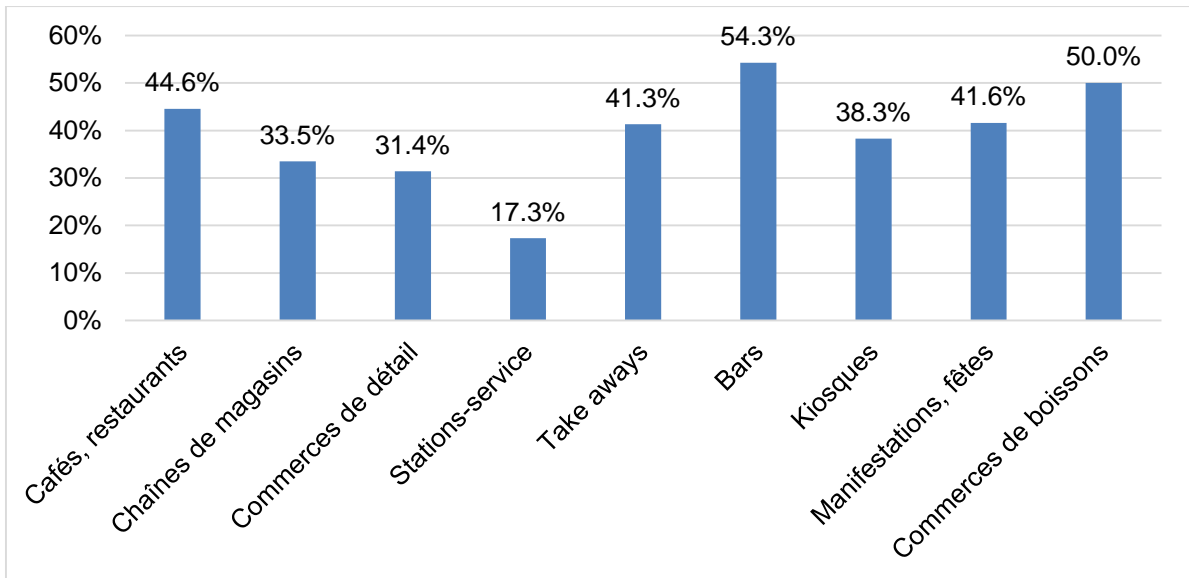
Le taux de vente a augmenté dans la plupart des cantons entre 2013 et 2014. Les baisses les plus significatives des taux de vente ont été obtenues grâce à la répétition et à la médiatisation de campagnes d'achats tests. A noter que 7 cantons affichent désormais un taux de vente inférieur à 20 %. Ajoutons encore que certains acteurs n'annoncent pas les achats tests à l'avance (par ex. canton de Vaud), facteur susceptible d'influencer les résultats.



Graphique 4: taux de vente d'alcool aux mineurs avant et après 19 heures (en %)

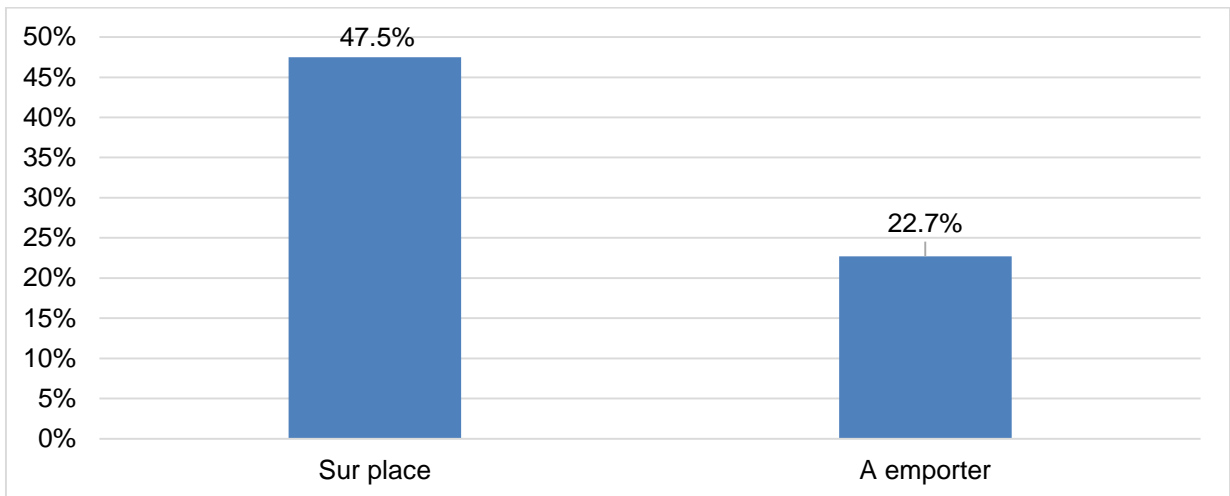
A l'instar des années précédentes, c'est après 19 heures que de l'alcool est le plus souvent remis à des mineurs (54,2 % en soirée et la nuit contre 26,7 % durant la journée).

Documentation de base



Graphique 5: taux de vente d'alcool aux mineurs par point de vente (en %)

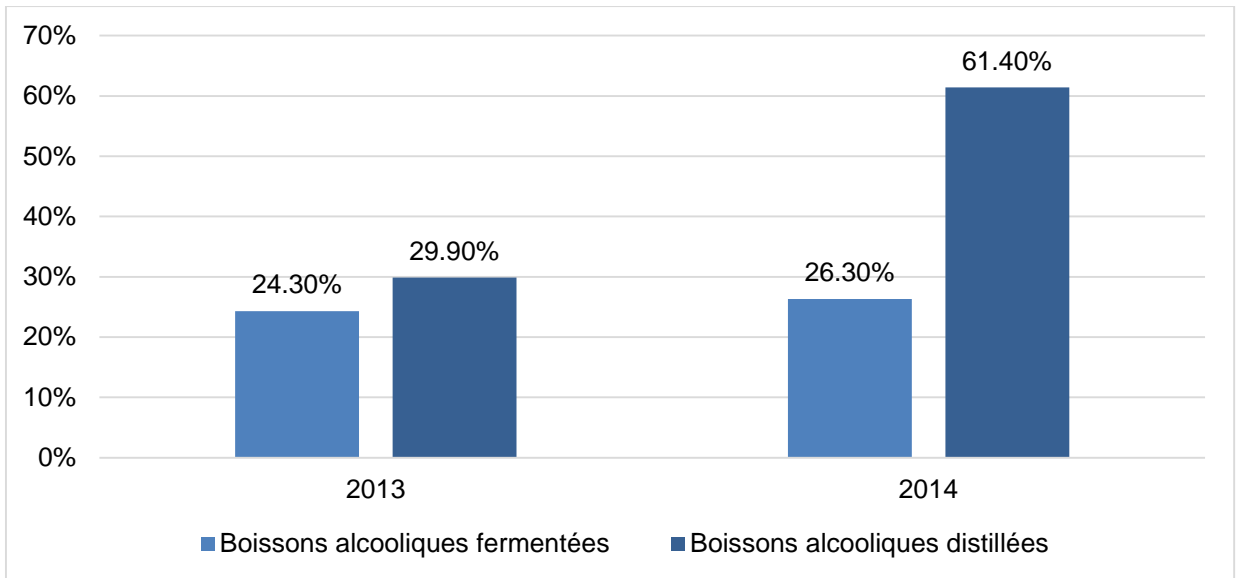
En 2014, les bars (54,3 %), les commerces de boissons (50 %), les cafés et restaurants (44,6 %), les manifestations et fêtes (41,6 %) ainsi que les take aways (41,3 %) constituent les catégories affichant les taux de vente illicite d'alcool les plus élevés (contre respectivement 44,1 %, 7,1 %, 26,4 %, 42,6 % et 33,1 % en 2013). L'augmentation la plus nette concerne les cafés et restaurants ainsi que les commerces de boissons. Malgré une augmentation de 20 %, les stations-services présentent encore une fois le taux de vente le plus faible.



Graphique 6: taux de vente d'alcool aux mineurs par lieu de consommation (en %)

Le lieu de consommation influence également le taux de vente illicite d'alcool à des mineurs. En effet, seuls 22,7 % des achat-tests se soldent par une vente illicite lorsque la boisson est destinée à être emportée, tandis que cette proportion s'élève à 47,5% lorsque la boisson est consommée sur place.

Documentation de base



Graphique 7 : taux de vente d'alcool aux mineurs par type de boisson alcoolique (en %)

Les moins de 18 ans parviennent à se procurer de l'alcool distillé (eaux-de-vie, liqueurs, cocktails, alcopops) dans 61,4 % des cas, tandis que les moins de 16 ans n'obtiennent des boissons alcooliques fermentées telles que de la bière ou du vin que dans 26,3 % de leurs tentatives d'achat.

Renseignements:

Nicolas Rion, responsable de la communication
Régie fédérale des alcools
031 309 12 64, info@eav.admin.ch