Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale delle finanze DFF

Regìa federale degli alcool RFA

Documentazione

6 luglio 2017

Test d'acquisto di alcol: risultati dettagliati del 2016

La vendita di alcol è soggetta a restrizioni relative alla tutela dei giovani. La vendita di birra e vino ai minori di 16 anni nonché di bevande spiritose ai minori di 18 anni è vietata dalla legge. Tuttavia, nella prassi questo divieto viene spesso aggirato. I test d'acquisto sono uno strumento efficace ed economico per testare in loco la prassi di vendita, per sensibilizzare le parti coinvolte nonché per migliorare il rispetto delle restrizioni legali.

Scopo principale dei test d'acquisto è la sensibilizzazione. La scoperta della vendita illecita di alcolici ai minori serve per dialogare con il personale di vendita e per migliorare la loro formazione. I test sono eseguiti da molte istituzioni private e pubbliche, dai distributori, dagli enti di prevenzione e di tutela dei giovani.

Dal 2000, la Regìa federale degli alcool (RFA) fornisce ogni anno una statistica nazionale dei test d'acquisto effettuati in modo decentralizzato. Da allora in Svizzera sono stati eseguiti 52 700 test d'acquisto.

Definizione e modo di procedere

I test d'acquisto consistono nel tentativo da parte di giovani, che non hanno ancora raggiunto l'età minima legale, di acquistare bevande alcoliche su incarico di istituzioni private o pubbliche.

Gli acquirenti test di età inferiore a 16 o 18 anni si recano presso un punto vendita in compagnia di un adulto e non devono mascherare la propria età mediante abbigliamento o trucco. In caso di domande sull'età, i giovani devono rispondere in modo veritiero e, se richiesto, mostrare il proprio documento d'identità. Se il personale si rifiuta di vendere gli alcolici, gli acquirenti test non devono insistere e devono quindi uscire dal punto vendita. In caso di acquisto, invece, devono consegnare immediatamente alla persona che li accompagna le bevande acquistate. Il mandante del test d'acquisto informa in seguito (di persona subito dopo il test o per posta) i responsabili del punto vendita sui risultati e li invita a sensibilizzare il personale sulla tutela dei giovani, ricordando le prescrizioni legali.

Vista la mancanza di una base legale in merito, in caso di una procedura penale i risultati dei test d'acquisto non sono ammessi come mezzi di prova e pertanto non comportano alcuna

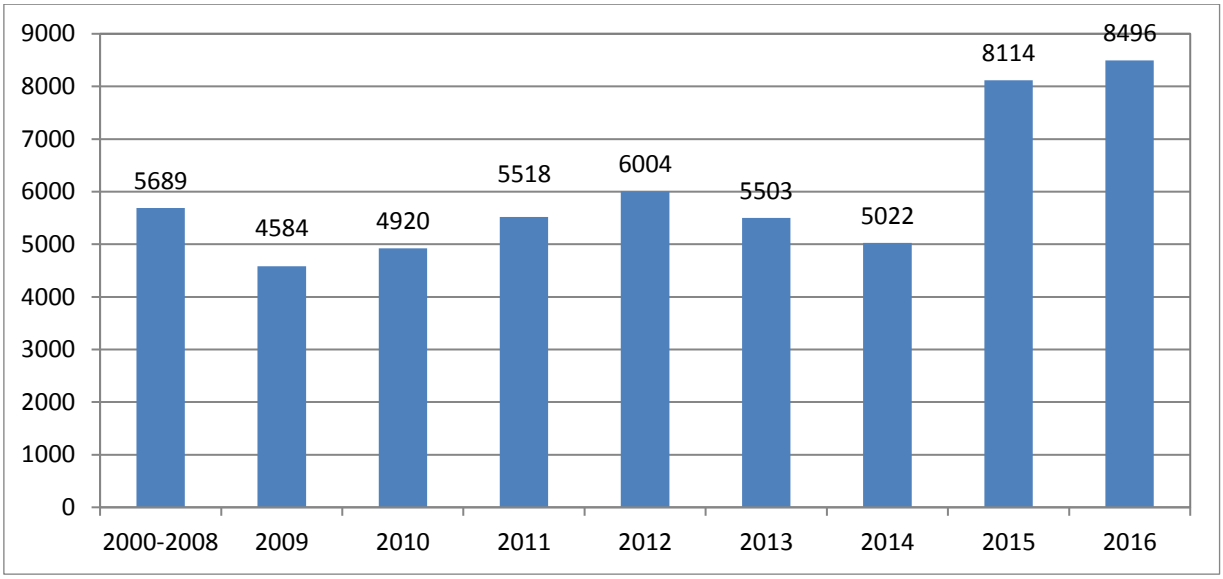
Informazioni RFA
Länggasstrasse 35, 3000 Berna 9
Tel. +41 31 309 12 11
www.eav.admin.ch

multa. Sono tuttavia possibili misure amministrative, come la revoca della patente. A livello locale, in via eccezionale le autorità possono incaricare la polizia dell'esecuzione dei test d'acquisto. In tal caso i risultati possono essere utilizzati come mezzi di prova nel quadro di una procedura penale.

Osservazioni sulla valutazione dei risultati

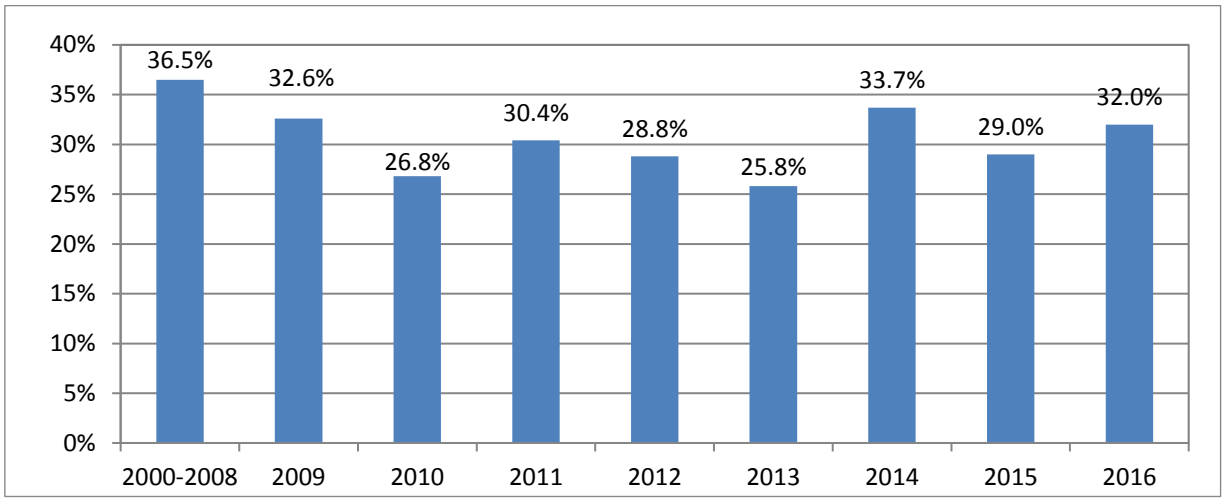
La valutazione dei risultati dei test d'acquisto di alcolici serve a due scopi: in primo luogo per descrivere i test eseguiti in Svizzera (grafici 1–4), in secondo luogo per identificare i fattori di rischi tenendo conto di diverse variabili (grafico 5). I risultati del 2016 confermano quelli del 2015: i fattori che influiscono maggiormente sulla probabilità di vendita sono l'età degli acquirenti test e il tipo di punto vendita. In contesti come bar e punti vendita temporanei il rischio è più elevato. Inoltre, più l'età degli acquirenti test è elevata, più è alta la probabilità di acquisti illegali di alcolici.

Grafico 1: test d'acquisto di alcol effettuati a partire dal 2000



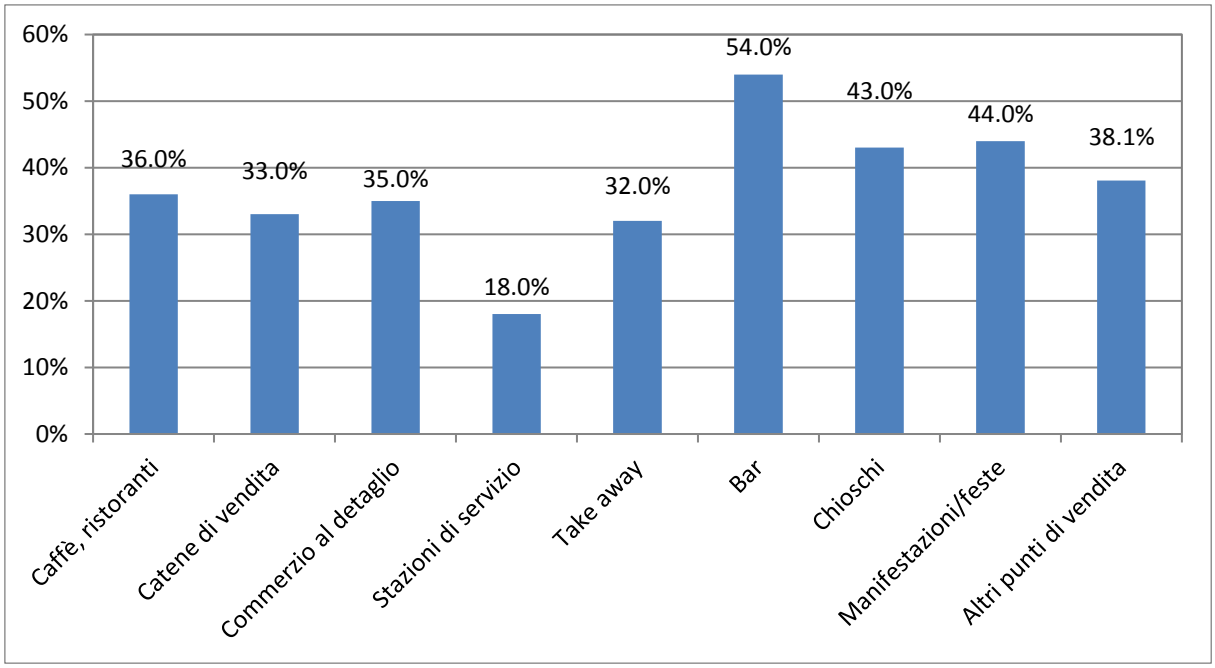
Nel 2016 sono stati eseguiti 8496 test d'acquisto, ovvero 385 (+4,7 %) in più rispetto al 2015. In confronto agli anni precedenti (fino al 2014) si constata un forte aumento che è tuttavia di natura metodica (considerazione di nuovi dati) e che non rispecchia un aumento di queste dimensioni del numero di test d'acquisto.

Grafico 2: media nazionale della vendita di alcolici a minorenni (in %)



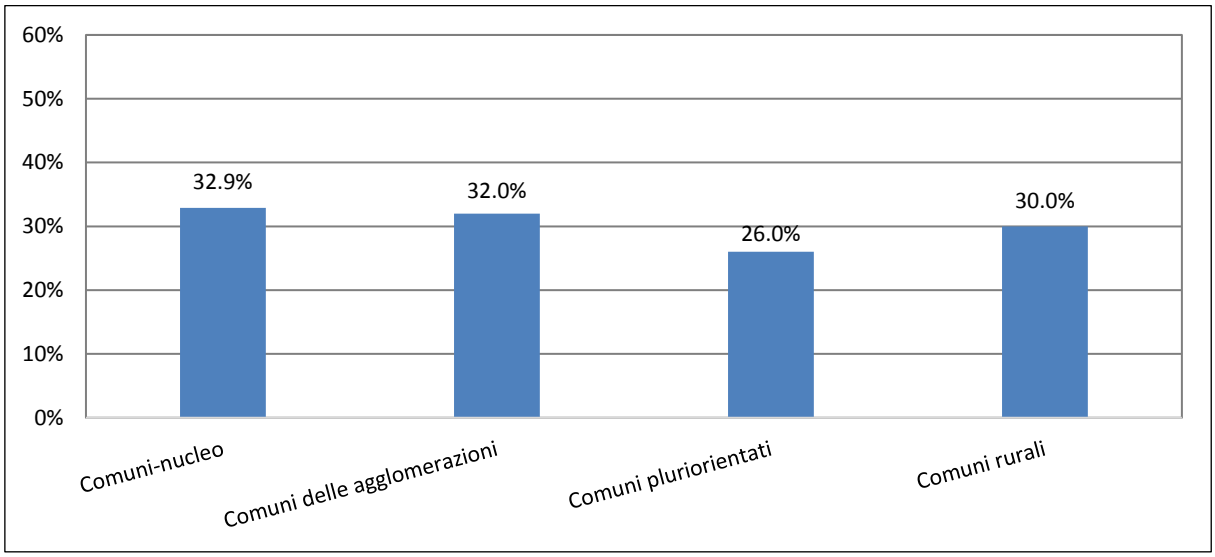
La media nazionale della vendita di alcolici a minorenni è aumentata del 3 per cento dal 2015 (29 %) al 2016 (32 %). Tale crescita è rinconducibile in particolare ai cambiamenti dei tipi di test d'acquisto rispetto a quelli dell'anno precedente. La maggior parte dei test è avvenuta in luoghi che favoriscono tradizionalmente la vendita di alcolici, ad esempio presso punti vendita temporanei (eventi o feste, vedi grafico 3).

Grafico 3: quota della vendita di alcolici a minori per punto di vendita (in %)



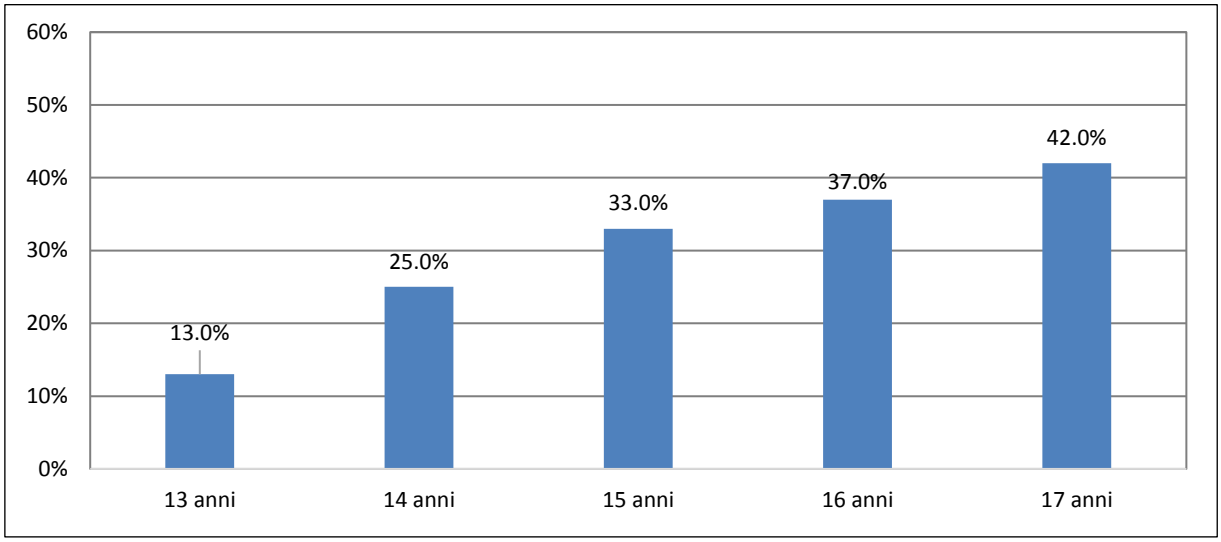
La quota maggiore di vendita ai minori è stata registrata presso bar (54 %) ed eventi o feste (44 %), che nel 2015 erano rispettivamente del 52,1 per cento e del 45,4 per cento. La percentuale più bassa è stata nuovamente constatata presso i negozi delle stazioni di servizio (2016: 18 %; 2015: 18,8 %). In generale si registra un lieve aumento delle percentuali di vendita di alcolici a minori presso caffè e ristoranti (36 %; 2015: 27 %), distributori all'ingrosso (33 %; 2015: 27,2 %), chioschi (43 %; 2015: 35 %) e take-away (32 %; 2015: 27,2 %).

Grafico 4: quota della vendita di alcolici a minori per tipologia di Comune (in %)



La vendita illecita di alcolici a minorenni varia a seconda della tipologia del Comune (Ufficio federale di statistica). Rispetto al 2015, la quota di vendita più bassa del 2016 si registra nei Comuni pluriorientati (26 %; 2015: 34,7 %). Le percentuali raggiunte nei Comuni-nucleo (32,9 %) e nelle agglomerazioni (32 %) sono leggermente superiori o nella media. La maggior parte degli acquisti è avvenuta in questi tipi di Comuni.

Grafico 5: quota della vendita di alcolici per gruppi di età degli acquirenti test (in %)



La quota di vendita degli alcolici segue la curva d'età. Gli acquirenti test di di età più elevata hanno in genere più possibilità di acquistare illecitamente alcolici rispetto a quelli più giovani; le probabilità più alte si riscontrano negli acquisti di gruppo. I gruppi di tredicenni riescono a comprare alcolici in circa un caso su sette (13,3 %); mentre i gruppi di diciasetteni circa tre volte di più (42 %).