



Documentation de base

Date: 16 août 2018

Achats tests d'alcool: les résultats de 2017 en 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 le canton du Tessin, la vente de toutes les boissons alcooliques est interdite aux personnes de moins de 18 ans. Dans la pratique, ces interdictions sont encore souvent contournées. Les achats tests constituent un instrument efficace et peu coûteux pour évaluer la réalité du terrain, sensibiliser les acteurs concernés et améliorer à long terme l'application des interdictions légales.

À l'heure actuelle, les achats tests sont avant tout utilisés à des fins de sensibilisation. La détection sert de base au dialogue et à une meilleure formation du personnel de vente. Des distributeurs d'alcool aux organes d'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 l'exécution d'achats tests.

Depuis 2000, l'Administration fédérale des douanes (auparavant, la Régie fédérale des alcools) publie chaque année une statistique nationale des achats tests d'alcool réalisés de manière décentralisée. Depuis lors, plus de 60 000 achats tests d'alcool ont ainsi été effectués en Suisse.

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 par 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 dans un point de vente en compagnie d'un adulte. Ils ont pour instruction de ne pas s'habiller ou se maquiller de manière à paraître plus vieux qu'ils ne le sont réellement. Ils sont par ailleurs tenus de dire la vérité sur leur âge et, sur demande, de présenter une pièce d'identité. Lorsqu'ils ne parviennent pas à acheter des boissons alcooliques, ils doivent quitter le point de vente et ne pas insister davantage auprès du personnel de vente. Si leur tentative aboutit, ils doivent immédiatement apporter les boissons alcooliques à l'adulte

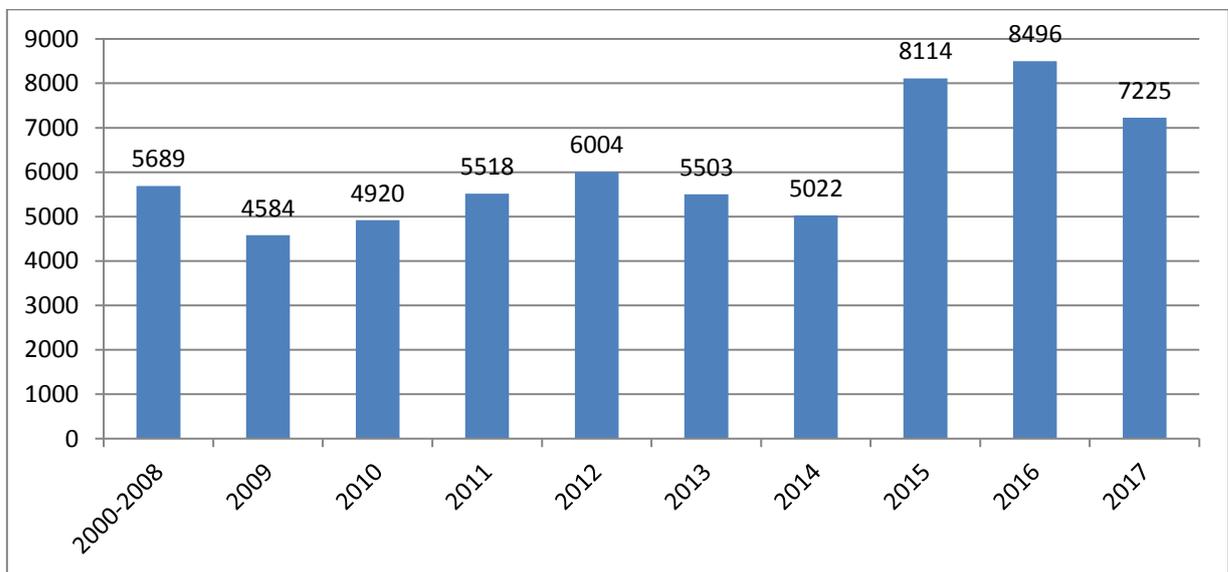
qui les accompagne. Le mandataire de l'achat test communique ensuite les résultats au responsable du point de vente (par oral, directement après l'achat test, ou par courrier). Il incite en outre ce dernier à sensibiliser son personnel à la protection de la jeunesse et à répéter les prescriptions légales en la matière.

En l'absence d'une base légale spécifique, les résultats des achats tests ne peuvent pas être utilisés comme moyens de preuve dans le cadre d'une procédure pénale ni, par conséquent, aboutir à des amendes. Des mesures administratives (par ex. retrait de la patente) sont toutefois possibles. À titre exceptionnel, les autorités locales peuvent demander à des policiers d'accompagner les auteurs d'achats tests et, par ce biais, faire en sorte que les résultats obtenus soient exploités sur le plan pénal.

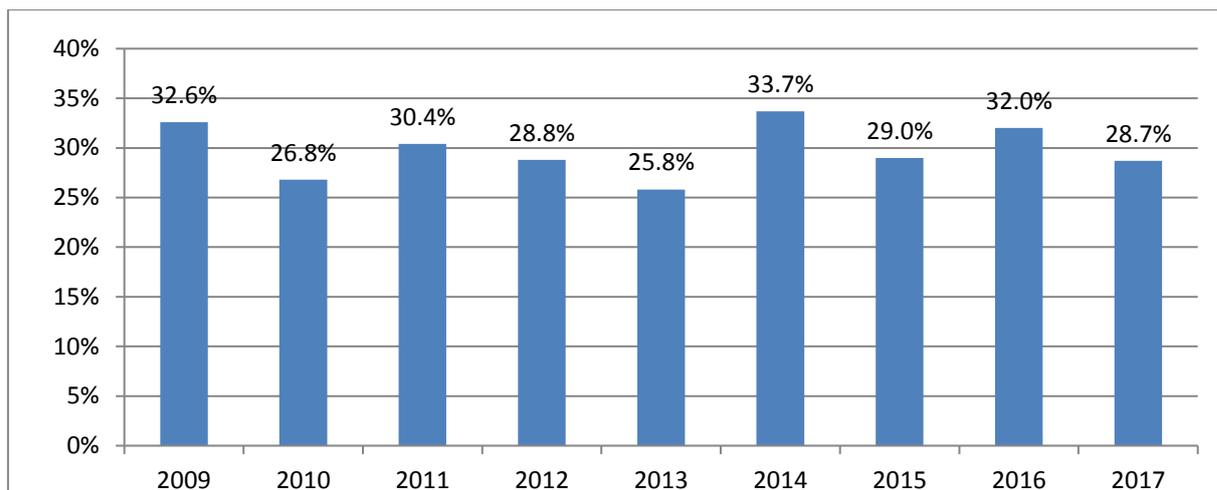
Remarques concernant l'analyse des résultats

L'analyse des résultats des achats tests poursuit deux objectifs distincts: le premier consiste à décrire la façon dont les achats tests sont pratiqués en Suisse (graphiques 1 à 3). Le second vise à identifier les facteurs de risque (graphique 4). Les résultats de 2017 confirment ceux qui ont été obtenus en 2015 et 2016, à savoir que les facteurs influençant le risque de vente illégale sont principalement le type de point de vente et l'âge des auteurs d'achats tests. Le risque est ainsi le plus élevé dans les bars ou les points de vente temporaires. En outre, plus les acheteurs sont âgés, plus ils sont susceptibles d'obtenir la boisson alcoolique souhaitée, alors qu'ils n'ont pas atteint l'âge minimal légal.

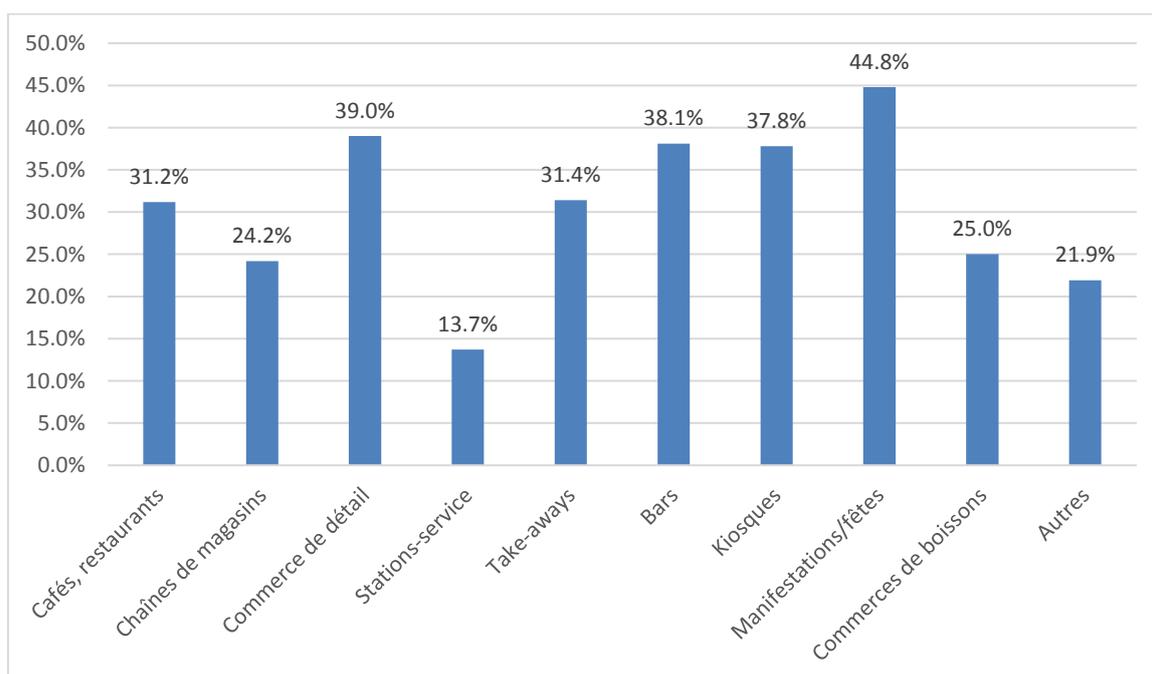
Graphique 1: évolution du nombre d'achats tests d'alcool depuis l'an 2000



Au total, 7225 achats tests ont été effectués en 2017, soit 1271 de moins que l'année précédente (- 3 %). Tout de même largement plus élevé qu'auparavant (jusqu'à 2014), ce nombre s'explique principalement pour des raisons méthodologiques (prise en compte de nouvelles données), mais ne traduit pas une augmentation comparable des achats tests sur le terrain. Le recul par rapport à 2016 est dû à des données manquantes, une importante organisation n'ayant pas pu transmettre ses données (test d'une nouvelle méthodologie).

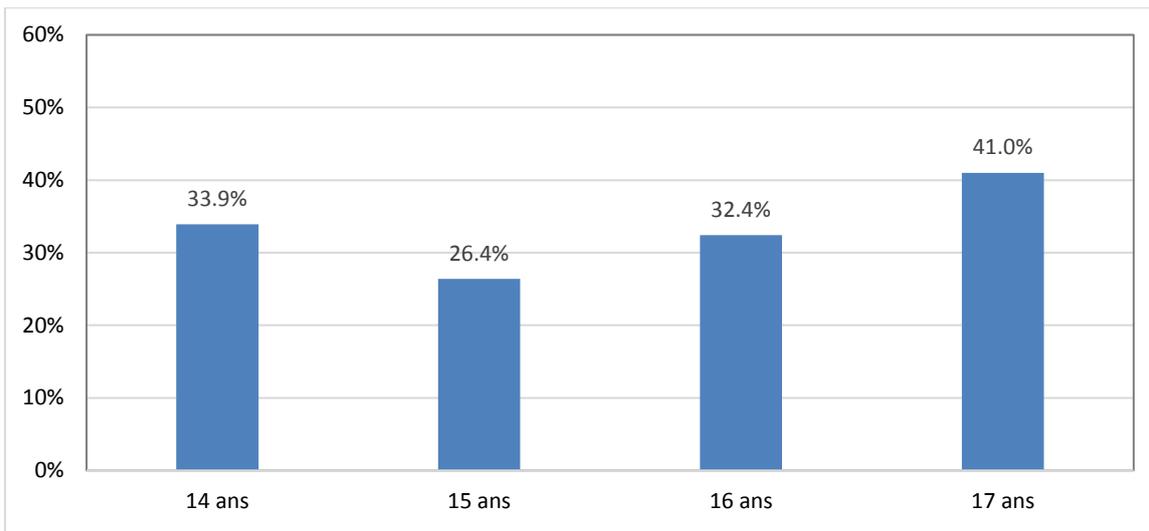
Graphique 2: moyenne nationale des ventes d'alcool aux mineurs (en %)

En moyenne, le taux de vente d'alcool à des mineurs a diminué de 3 points de pourcentage entre 2016 (32 %) et 2017 (28,7 %). Cette variation s'explique par des différences dans les caractéristiques des achats tests par rapport à 2016.

Graphique 3: taux de vente illégale par point de vente (en %)

En 2017, les manifestations et les fêtes (44,8 %) affichent les taux de vente illégale d'alcool les plus élevés, ce qui confirme la tendance observée en 2016 (44%). Dans le même ordre d'idées, plus d'un tiers des achats tests ont donné lieu à une vente illégale dans le commerce de détail (39%), les bars (38,1%) et les kiosques (37,8%). À l'opposé, les stations-service présentent de nouveau le taux de vente le plus faible (13,7% en 2017 contre 18 % en 2016 et 18,8% en 2015). De manière générale, le taux de vente illégale a légèrement reculé, en particulier dans les cafés et les restaurants (31,2 % contre 36 % en 2016) ainsi que dans les bars, qui connaissent la plus forte baisse (38,1% contre 54% en 2016).

Graphique 4 : taux de vente illégale par catégorie d'âge (en %)



La vente d'alcool varie en fonction de l'âge des acheteurs. Un âge plus élevé va généralement de pair avec une augmentation du taux de vente, en particulier lorsque les achats sont effectués par des groupes. Ainsi, les jeunes de 17 ans en groupe ont obtenu de l'alcool dans 2 cas sur 5 (41 %).