



Documentazione

16 agosto 2018

Test d'acquisto di alcol: risultati dettagliati del 2017

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 (nel Canton Ticino, la vendita di tutte le bevande alcoliche è vietata ai minori di 18 anni). 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 instaurare un dialogo con il personale di vendita e migliorare la loro formazione. I test sono eseguiti da molte istituzioni private e pubbliche, da distributori nonché da enti di prevenzione e di tutela dei giovani.

Dal 2000, l'Amministrazione federale delle dogane (AFD; ex Regia federale degli alcool) fornisce ogni anno una statistica nazionale dei test d'acquisto effettuati in modo decentralizzato. Da allora in Svizzera sono stati eseguiti 60 000 test.

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 nascondere 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. In seguito il mandante del test d'acquisto informa (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.

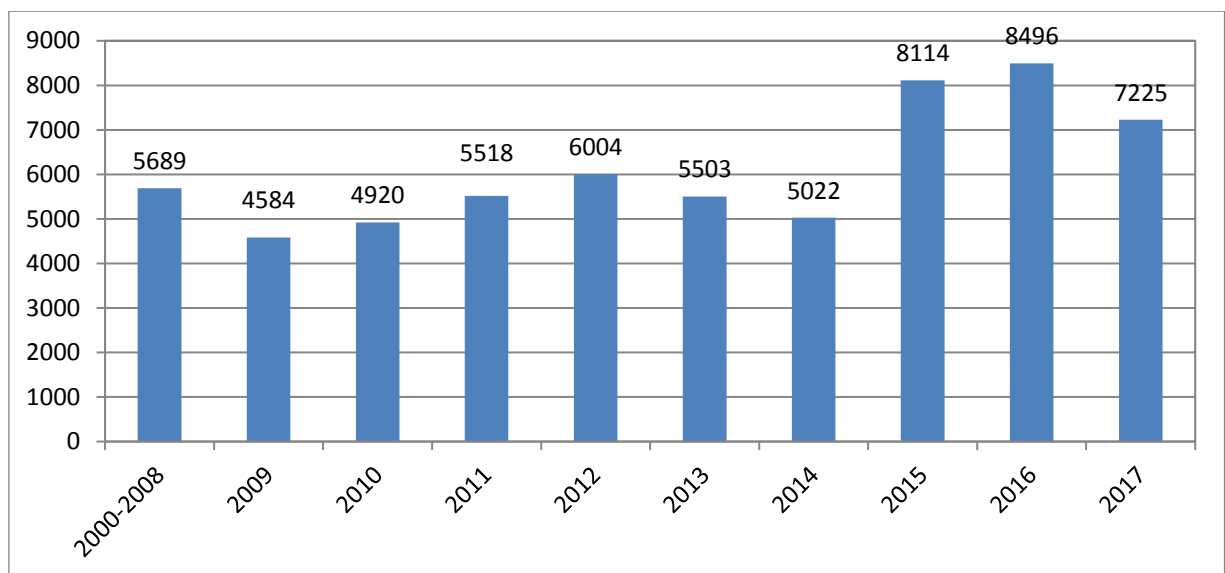
Documentazione

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 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

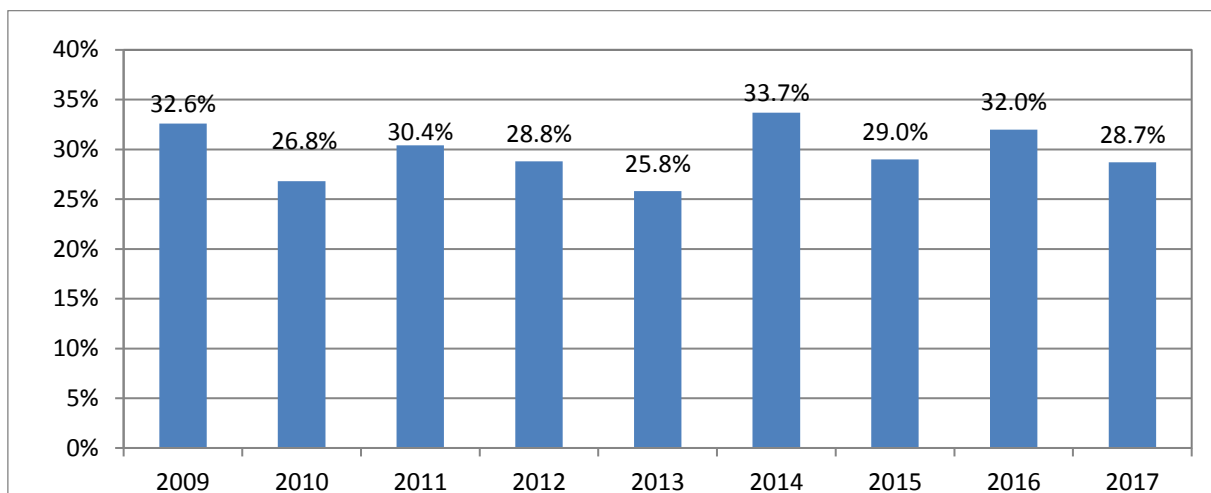
La valutazione dei risultati dei test d'acquisto di alcolici serve a due scopi: in primo luogo per descrivere i test eseguiti in Svizzera (grafici 1–3), in secondo luogo per identificare i fattori di rischio tenendo conto di diverse variabili (grafico 4). I risultati del 2017 confermano quelli del 2015 e del 2016: 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 alta, più è elevata la probabilità di acquisti illegali di alcolici.

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



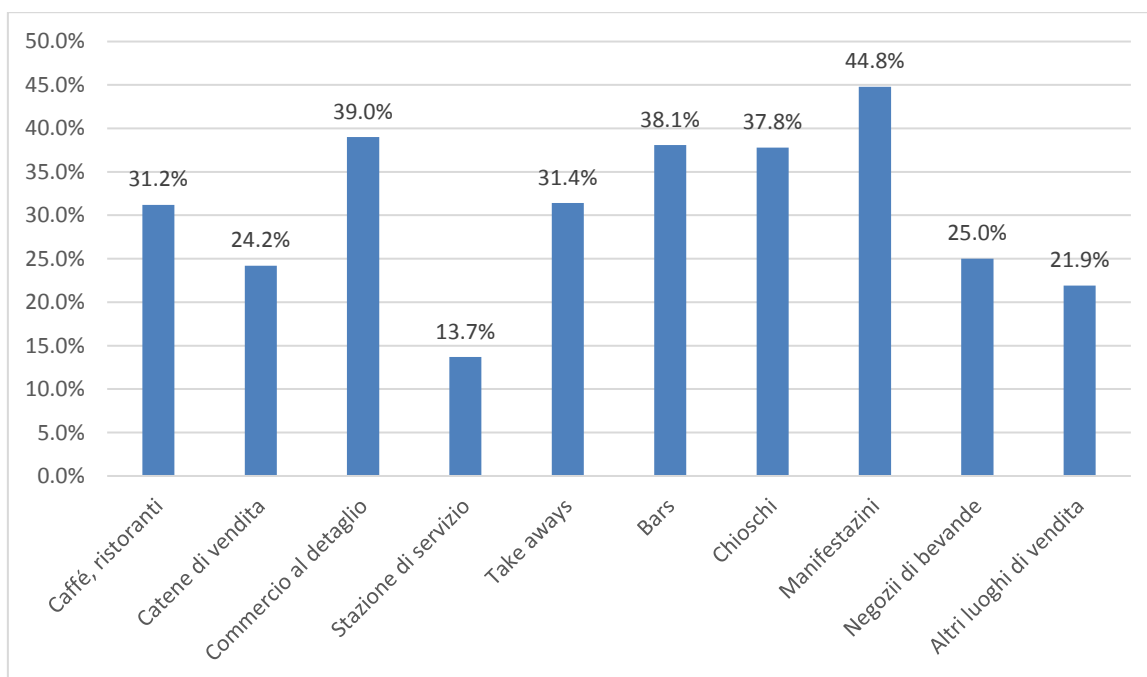
Nel 2017 sono stati eseguiti 7225 test d'acquisto, ovvero 1271 in meno rispetto al 2016. In confronto agli anni precedenti (fino al 2014) si constata comunque un forte aumento, che è tuttavia di natura metodica (considerazione di nuovi dati) e non rispecchia un aumento di queste dimensioni del numero di test d'acquisto. Il calo rispetto al 2016 è da ricondurre a un nuovo metodo testato da un'importante organizzazione che, di conseguenza, non ha fornito alcun dato.

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



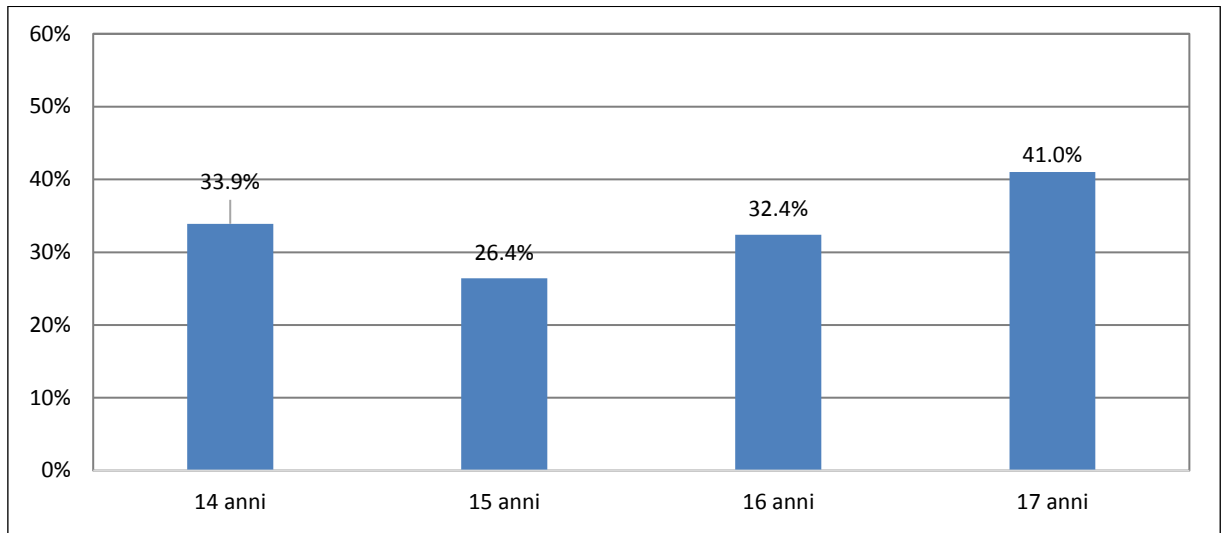
La media nazionale delle vendite di alcolici a minorenni è diminuita del 3 per cento dal 2016 (32 %) al 2017 (28,7 %). Tale calo è riconducibile in particolare ai cambiamenti dei tipi di test d'acquisto.

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



La quota maggiore di vendita ai minori è stata registrata presso eventi o feste con il 44,8 per cento; percentuale simile a quella del 2016 (44 %). Oltre un terzo di vendite illegali è stato registrato anche presso commercianti al dettaglio (39 %), bar (38,1 %) e chioschi (37,8 %). La percentuale più bassa è stata nuovamente constatata presso i negozi delle stazioni di servizio con il 13,7 per cento (2016: 18 % e 2015: 18,8 %). In generale si constata un leggero calo della quota della vendita di alcolici a minori in particolare in caffè e ristoranti (31,2 % rispetto al 36 % registrato nel 2016). Il calo più significativo riguarda i bar (38,1 % rispetto al 54 % nel 2016).

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



Gli acquirenti test 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 diciassettenni riescono a comprare alcolici in circa due casi su cinque (41 %).