



## Documentation de base

Date 03.10.2013

---

# Achats tests d'alcool: les résultats 2012 dans le détail

La vente d'alcool est soumise à des restrictions basées sur la protection de la jeunesse. La vente de bière et de vin aux moins de 16 ans et la vente de boissons spiritueuses aux moins de 18 ans sont interdites. Dans la pratique, ces interdictions sont encore fréquemment enfreintes ou contournées. Les achats tests constituent un instrument efficace pour mesurer les réalités du terrain, pour sensibiliser les acteurs concernés et pour 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. De nombreuses institutions publiques et privées sont actives dans la réalisation d'achats tests, des distributeurs d'alcool à l'inspection du travail en passant par les organisations de la prévention et les services de protection de la jeunesse. Des achats tests sont effectués dans tous les cantons suisses à l'exception du Jura.

Depuis l'an 2000, la Régie fédérale des alcools (RFA) publie une statistique nationale annuelle des achats tests d'alcool réalisés de manière décentralisée dans toute la Suisse. Depuis cette date, plus de 26'000 achats tests ont été effectués dans 25 cantons.

### Définition et procédure

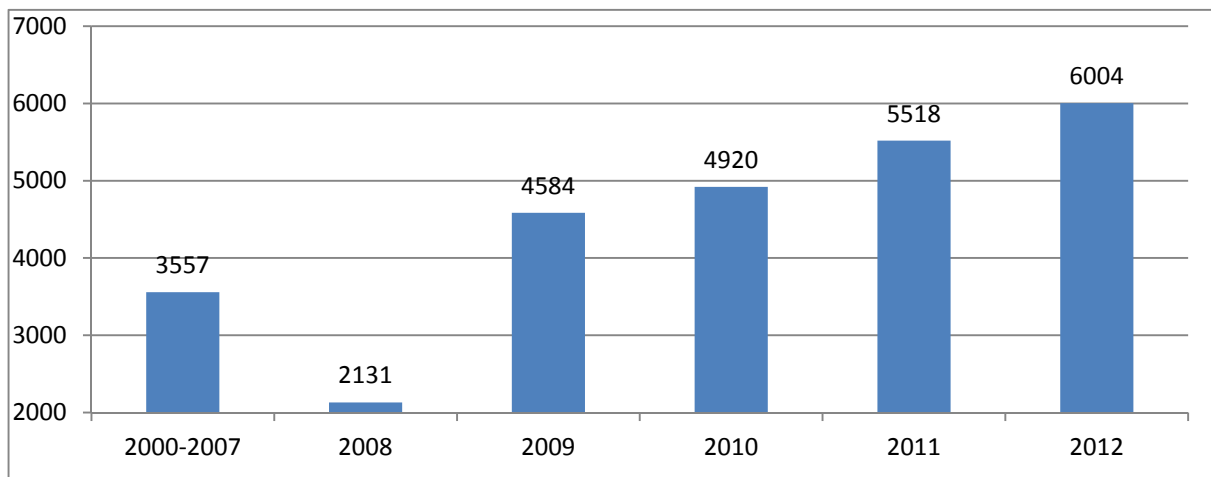
Les achats tests sont des achats de boissons alcooliques que des adolescents effectuent ou tentent d'effectuer sur mandat d'organismes privés ou d'autorités publiques alors que ces boissons ne devraient pas leur être remises en raison des limites d'âge prescrites dans la loi.

Lors d'un achat test, un ou plusieurs jeunes en dessous de l'âge limite fixé par la loi se rendent en compagnie d'un adulte sur un point de vente d'alcool. Les jeunes de moins de 16 ou de 18 ans recrutés ont pour instruction de ne pas paraître plus vieux que leur âge à cause de leur habillement ou d'un maquillage. 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 de 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

## Documentation de base

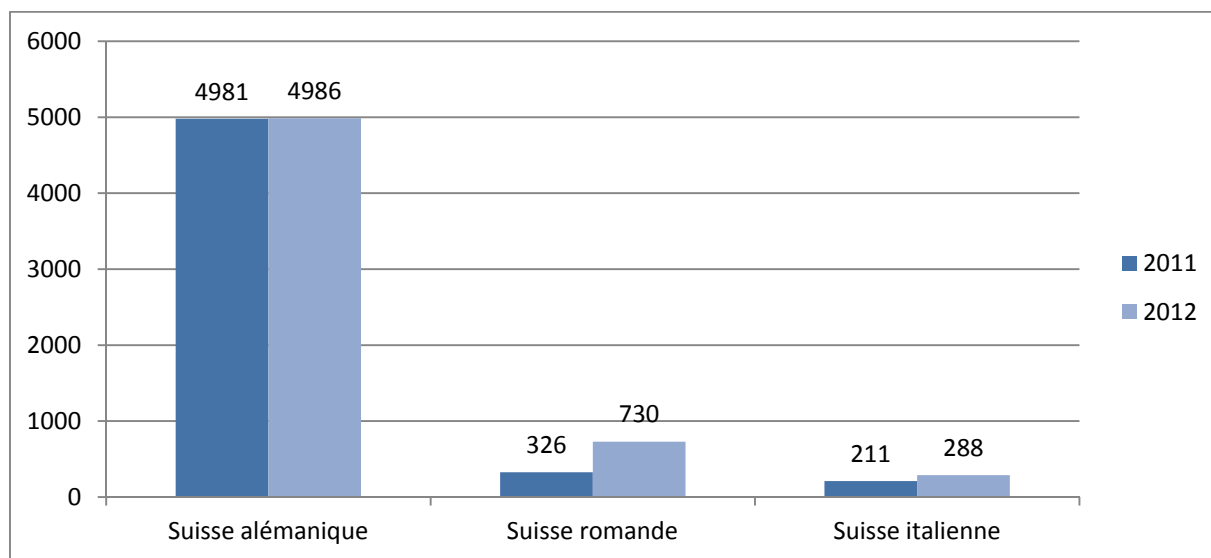
l'achat test informe alors le point de vente du résultat du test, appelant à sensibiliser le personnel sur la thématique de la protection de la jeunesse et à rappeler à celui-ci les prescriptions légales.

En l'absence d'une base légale adéquate, 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 (p.ex. retrait de la patente) sont toutefois possibles. Le projet de révision totale de la Loi sur l'alcool, actuellement en discussion au Parlement, prévoit la création de la base légale requise.



**Graphique 1 : Nombre d'achats tests d'alcool recensés depuis 2000**

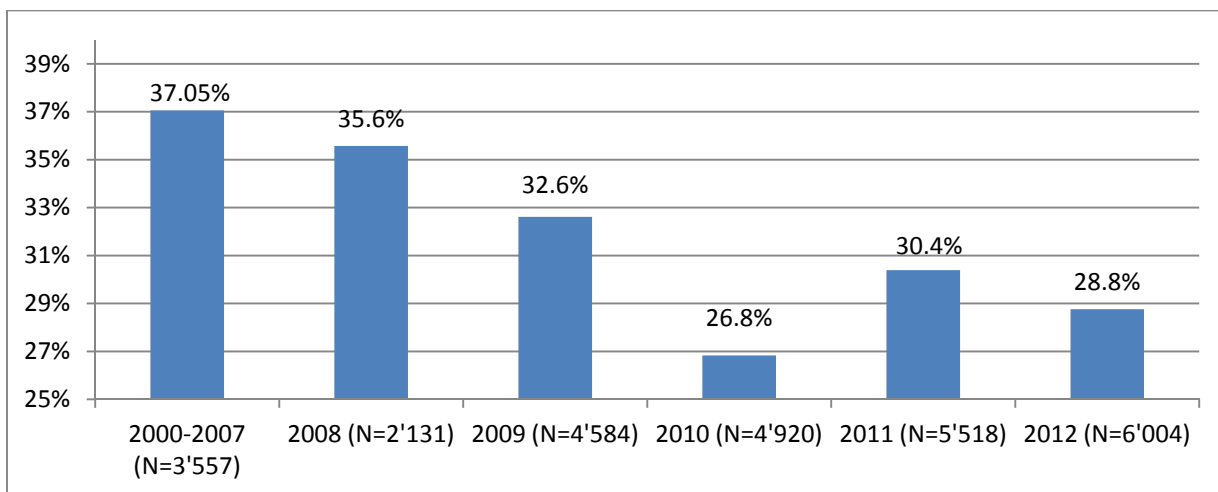
La barre des 6'000 achats tests d'alcool a pour la première fois été franchie en 2012. La progression entre 2011 (5'518 achats tests réalisés) et 2012 est équivalente à env. 9%. Depuis le début du monitoring national, 26'714 achats tests d'alcool ont été effectués en Suisse.



**Graphique 2 : Part des achats tests d'alcool effectués par région (en %)**

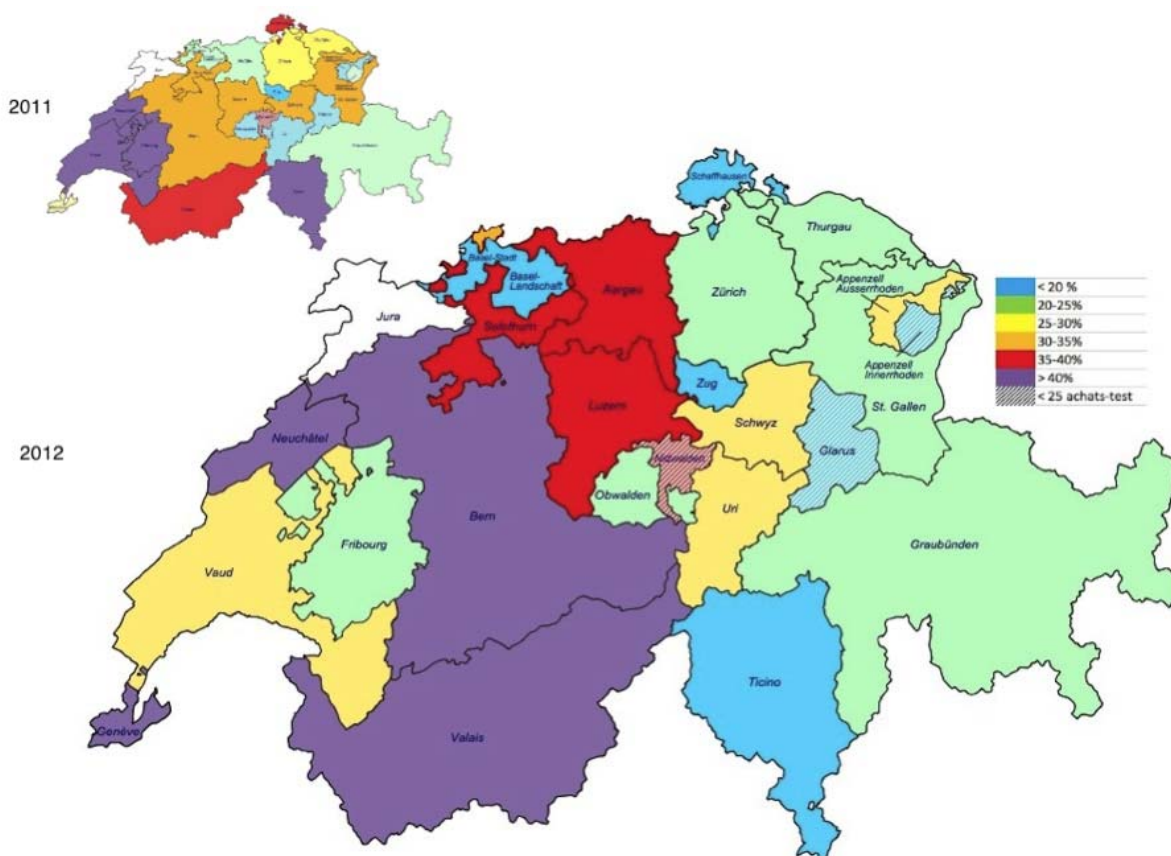
Entre 2011 et 2012, le nombre d'achats tests réalisés en Suisse alémanique, région pionnière en matière d'achats tests d'alcool en Suisse, est demeuré quasiment identique. En pourcentage, la part de la Suisse alémanique diminue toutefois de 90% à 83% en raison de l'augmentation relevée en Suisse romande (5,9% en 2011, 12,2 % en 2012) et au Tessin (3,8% en 2011, 4,8% en 2012).

## Documentation de base



**Graphique 3 : moyenne nationale des ventes d'alcool aux mineurs (en %)**

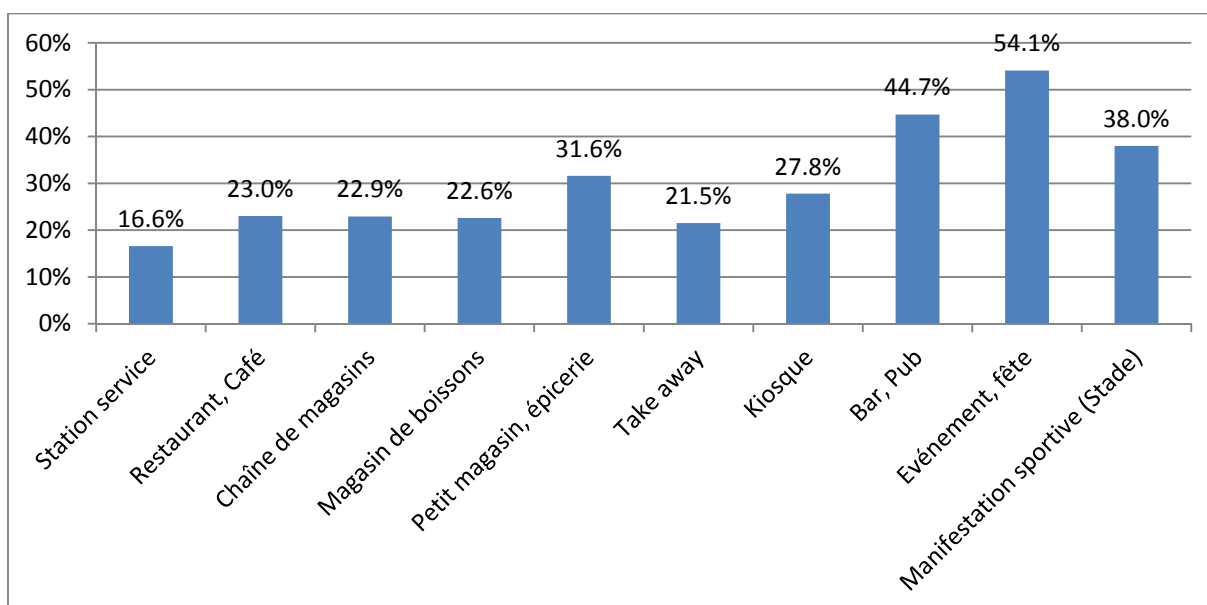
La moyenne suisse de la vente d'alcool aux mineurs a baissé de 5% entre 2011 (30,4%) et 2012 (28,8%). Le taux de vente recensé en 2012 se situe en dessous de la moyenne de tous les achats tests depuis le début des années 2000 (31,1 %).



**Graphique 4 : taux de vente d'alcool aux mineurs par canton (en %)**

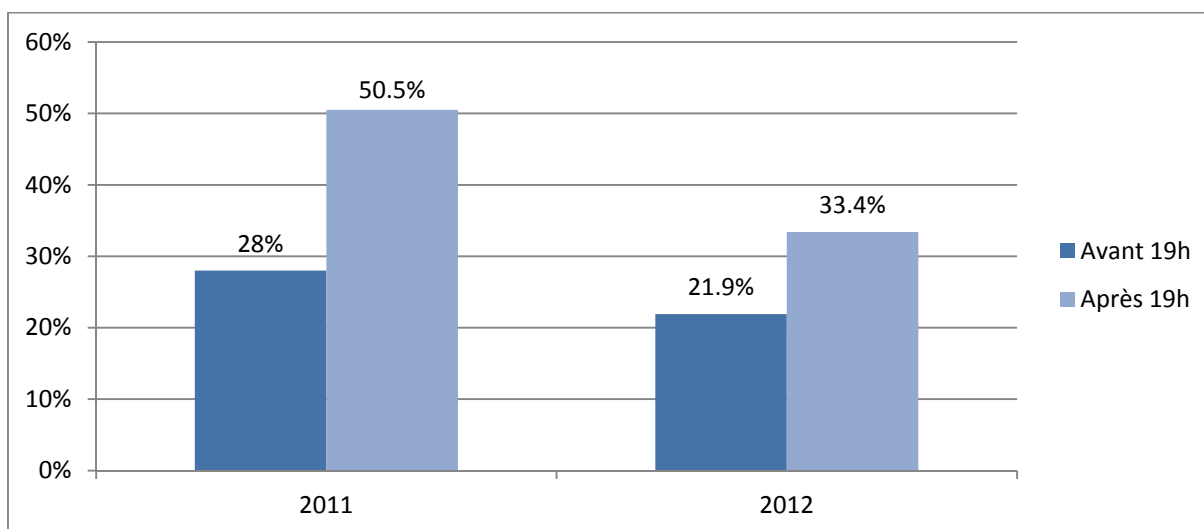
Le taux de vente de la plupart des cantons a changé entre 2011 et 2012: 10 cantons ont vu leur taux de vente augmenter, et il a diminué pour 10 cantons. Seize cantons affichent désormais un taux de vente inférieur à 30 %.

## Documentation de base



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

Les taux de vente mesurés en 2012 dans les événements/fêtes (54,1%), les bars (44,7%) et les manifestations sportives (38%) sont les plus élevés (50,3%, 42,8% et 30,6% en 2011). A l'autre bout du spectre, les stations-service affichent le taux de vente le plus faible (16,6% en 2012, 26,6% en 2011). On assiste également à une diminution importante du taux de vente dans les take away (21,5% en 2012, 37,4% en 2011), dans les kiosques (27,8% en 2012, 37,9% en 2011) ainsi que dans les restaurants/café et chaînes de magasins (23% et 22,9% en 2012, 26,7% et 25,7% en 2011).



**Graphique 6 : taux de vente d'alcool aux mineurs par période de la journée (en %)**

Sans surprise, c'est après 19 heures que de l'alcool est remis plus facilement aux mineurs, avec 33,4% de taux de vente contre 21,9% durant la journée. Par rapport à 2011, une amélioration notable doit toutefois être relevée (50,5% en soirée et 28% en journée).

### **Renseignements:**

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