



**Ligue valaisanne
contre les
toxicomanies**

Centres d'Aide et de Prévention



Concept

Achats tests d'alcool

(janvier 2009)

Groupe de pilotage cantonal « Achats tests d'alcool »

Jean-Daniel Barman, Directeur général, LVT

Philippe Bruchez, Commissaire de police, Police communale Monthey

Romuald Coutaz, Vice-président, GastroValais

Claude Guntern, Responsable de région Valais Central, CAP-LVT

Carlo Kuonen, Chef arrondissement I, Police Cantonale

Xavier Lavanchy, Juge des Mineurs

Daniel Mayor, Responsable de région Bas Valais, CAP-LVT

Jean-Bernard Moix, Directeur LVPP et CIPRET

Viviane Pellouchoud, Présidente APE Monthey, Membre de la FRAPEV

Jean-René Rosset, Police communale de Sion

Pascale Schalbetter, Collaboratrice scientifique, CAP-LVT

Vincent Salamin, Responsable de secteur, Régie Fédérale des Alcools, RFA

Fabienne Salzman, Responsable du projet Haut-Valais, CAP-LVT

Patrick Suard, Responsable du secteur prévention, CAP-LVT

Celestin Thetaz, Chimiste cantonal, Laboratoire Cantonal

Philippe Vouillamoz, Directeur CAP-LVT

Philippe Vuichard, Responsable prévention, Régie Fédérale des Alcools, RFA

Marco Wirthner, Inspecteur, Police Cantonale

Sommaire	page
Préambule	1
Etat des lieux	1
Que dit la recherche ?	1
Protéger la jeunesse une évidence	1-2
Objectifs principaux	2
Objectifs secondaires	2
Sensibilisation et partenariat	2
Etapes des achats tests	2
Echéancier pour le Valais Romand	3
Dispositions légales	3
En résumé	3
Annexes	4 – 12
Annexe I : Articulation des démarches	4 -5
Annexe II : Procédure des achats tests d'alcool	6 - 7
Annexe III : Qui sont les acheteurs testeurs ?	8
Annexe IV : Communiqué de presse, étude Ferarhis	9
Annexe V : Chiffres et données	10
Annexe VI : Intoxications aiguës chez les jeunes	11
Annexe VII : Expérience du CAP-Brig	12

Préambule

Dès le printemps 2008, le CAP-LVT de Brig en partenariat avec les polices cantonales et communales propose un programme pilote d'achats tests d'alcool pour le Haut Valais.

Le présent document s'appuie sur cette expérience concluante. Il a pour objectif de poser les bases du développement de cette action sur le Valais romand

Etat des lieux

Trop de jeunes peuvent encore acheter de l'alcool avant l'âge légal

En Suisse, la vente de bière et de vin est interdite aux mineurs de moins de 16 ans, et celle de spiritueux au moins de 18 ans (bases légales).

Or, malgré l'interdiction légale, les adolescents obtiennent dans plus de 30% des cas des boissons alcooliques dans les magasins, les supermarchés et les kiosques, tout comme dans les cafés et les restaurants (ISPA, rapport de recherche 2007).

L'étude Ferarihs de juin 2008 sur mandat de l'OFSP indique que 27,7% des achats-tests effectués par des mineurs se soldent encore par la vente des boissons demandées.

Une expérience régionale pilotée par la FVA sur la Riviera dans des cafés-restaurants de juin 2007 à juin 2008 démontre pour sa part que 94% des achats tests effectués révèlent une vente illicite.

L'enquête HSBC 2006, nous renseigne sur les pratiques des jeunes valaisans : Comment t'es-tu procuré les boissons alcooliques ? (questions posées aux jeunes de 14 et 15 ans) (n=295)

Lors de fêtes : 74,4% 2. Dans un bistrot, bar, restaurant : 44,9%

Ces constats constituent une réalité interpellante pour qui se soucie de la protection de la jeunesse

Que dit la recherche ?

Les achats tests sont un moyen efficace et éprouvé pour faire respecter les dispositions relatives à la protection de la jeunesse (OFSP, étude Ferarihs juin 2008)

Les recommandations des experts consécutives à cette étude proposent de systématiser les achats tests, de les réaliser dans tous les cantons et de les documenter (OFSP, étude Ferarihs)

Protéger la jeunesse une évidence

Les constats suivants sont autant d'éléments en faveur d'une action concertée.

La fragilité et la vulnérabilité des enfants et adolescents face à l'alcool

L'accessibilité trop grande à l'alcool pour les mineurs

Les bases légales de la protection de la jeunesse

La précocité des consommations d'alcool chez les jeunes et les problématiques associées consécutives.

Les alcoolisations massives, les alcoolisations en groupe et les risques consécutifs (intoxications aiguës, incivilités, violences...)

L'actualité avec ces botelons, bitures express... et leur écho médiatique et social font de cette période un moment propice pour une meilleure responsabilisation sociale et application des lois de protection de la jeunesse

Objectifs principaux

Sensibiliser les lieux de vente et débits de boissons au respect et à l'application des dispositions légales en matière de protection de la jeunesse

Vérifier le respect et l'application des dispositions légales en matière de protection de la jeunesse sur la vente d'alcool

Objectifs secondaires

Former le personnel de vente

Favoriser une meilleure responsabilisation des représentants légaux

Favoriser un changement de comportement social chez les adultes et les jeunes (demander et présenter systématiquement un document d'identité entre 16 et 18 ans lors d'achats d'alcool)

Sensibilisation et partenariat

Cette démarche prévoit de collaborer avec les commerçants et le réseau existant afin d'améliorer la situation

En effet, une adhésion sociale large à ce projet de protection de la jeunesse est une garantie de succès et de durabilité.

Etapes des achats tests

1. Définir la collaboration avec les partenaires locaux (communes, polices communales)
2. Information publique et information de proximité
3. Achats tests d'alcool
4. Evaluation et information publique

C'est la cohérence de cet ensemble qui contribue à en augmenter l'efficacité.

Echéancier pour le Valais Romand

Constitution du groupe de pilotage et 1ère séance	:	30 janvier au 30 avril 2009
Constitution du groupe opérationnel et 1ère séance	:	30 avril au 30 juin 2009
Phase pilote région Monthey	:	30 juin au 15 novembre 2009
Activation du projet Valais Romand	:	dès le 15 novembre 2009

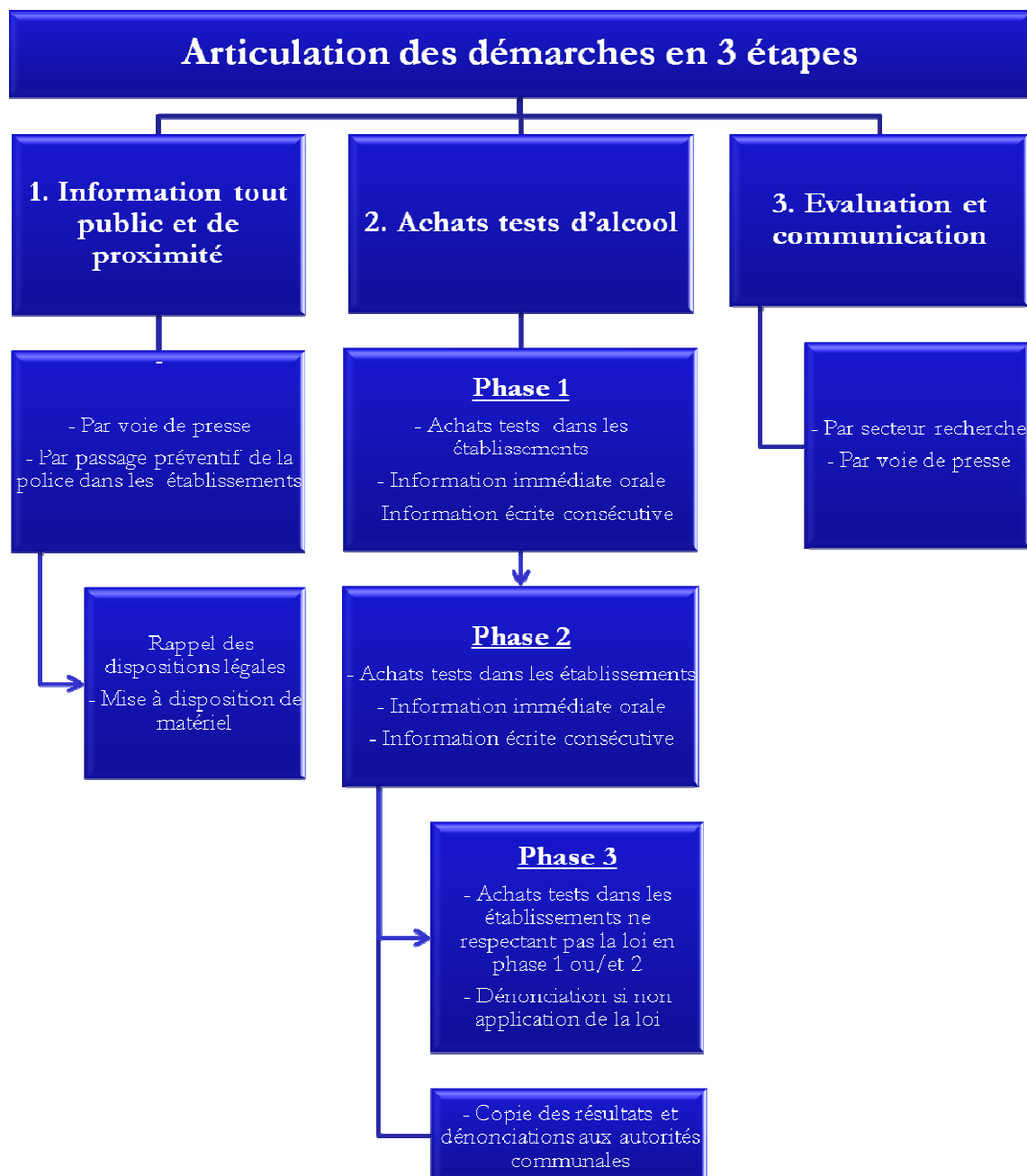
Dispositions légales

Loi fédérale sur l'alcool art.41 et 42
Ordonnance sur les denrées alimentaires
Code pénal suisse
Loi sur la protection de la jeunesse
Ces dispositions sont complétées par les législations cantonales

En résumé

1. L'adolescence est une période de développement, d'expérimentation et de prise de risques qu'il convient d'accompagner avec intérêt en offrant des conditions favorables et un climat social soutenant
2. Les achats tests d'alcool permettent d'agir sur l'application des lois existantes et de favoriser la responsabilisation des partenaires afin de réduire l'accessibilité de l'alcool pour les jeunes

Articulation des démarches



Critères de réussite et de dénonciation :

<u>Variante 1:</u>	1. AT √	2. AT √	=	2X Achat test réussi -> fin
<u>Variante 2:</u>	1. AT x	2. AT x	=	2X Vente illégale -> dénonciation
<u>Variante 3:</u>	1. AT √	2. AT x	3. AT √	= 2X Achat test réussi -> fin
<u>Variante 4:</u>	1. AT x	2. AT √	3. ATx	= 2X Vente illégale -> dénonciation

Etape 1 – Information tout public et de proximité

- ➔ Par voie de presse
- ➔ Par passage préventif de la police dans les établissements
 1. Rappel des dispositions légales relatives à la protection de la jeunesse
 2. Mise à disposition du matériel au besoin (affiches, flyer...)

Etape 2 - Achats tests d'alcool

- ➔ Achats tests *phase 1* dans les établissements cibles
- ➔ Information immédiate et consécutive orale à l'employé et au gérant (documentée et signée)
- ➔ Information écrite consécutive au gérant (résultat, information et matériel informatif, proposition de formation, nouvel achat test à venir et conséquences encourues)

- ➔ Achats tests *phase 2* dans les établissements cibles (2 à 6 semaines après la phase 1)
- ➔ Information immédiate et consécutive orale à l'employé et au gérant (documentée et signée)
- ➔ Information écrite consécutive au gérant (résultat, information et matériel informatif, proposition de formation, nouvel achat test à venir et conséquences encourues)
- ➔ Dénonciation si 2^e achats tests contraire à la loi

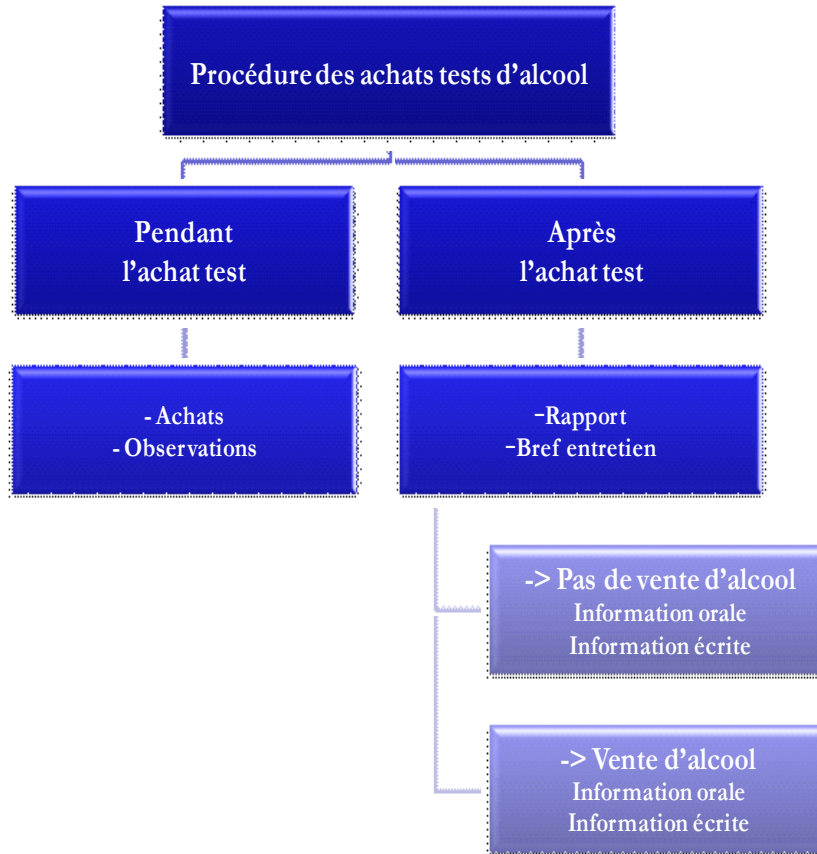
- ➔ Achats tests *phase 3* uniquement dans les établissements cibles n'ayant pas appliqué la loi en phase 1 ou 2
- ➔ Information immédiate et consécutive orale à l'employé et au gérant (documentée et signée)
- ➔ Information écrite consécutive au gérant (résultat, information et matériel informatif, proposition de formation, nouvel achat test à venir et conséquences encourues)
- ➔ Dénonciation si 2^e achats tests contraire à la loi

- ➔ Selon convention envoi copie des résultats aux autorités communales pour suites utiles

Etape 3 – Evaluation et communication

- ➔ Par voie de presse et autres médias
- ➔ Sur la base des statistiques, résultats, témoignages, table ronde, groupe de travail interprofession

Procédure des achats tests



Pendant l'achat test

- Les jeunes formés achètent de l'alcool.
- Une demande de pièce d'identité ou d'âge doit être effectuée par le vendeur avant l'achat
- Si le vendeur demande l'âge ou la carte d'identité au jeune testeur, ce dernier doit se conformer à la demande
- Lors de la procédure d'achat par un jeune, les autres jeunes enregistrent le nom du vendeur ou ses caractéristiques.
- Le jeune exige/prend le ticket de caisse et le conserve (option 1)
- Le jeune prétexte ne pas avoir d'argent au moment de payer (option 2 achat avorté)
- La personne accompagnante se tient hors du magasin. Elle observe si possible la vente.

Après l'achat test

- L'alcool acheté est remis à la personne accompagnante.
- La personne accompagnante note le nom du magasin, du vendeur, la date et le prix de l'achat (type de boissons, quantité...).
- Immédiatement après la vente, la personne accompagnante informe le vendeur (et si possible le responsable) du magasin sous la forme d'un entretien (brève information sur le projet, résultat, courrier ultérieur, nouvel achat test à venir...)

→ Pas de vente d'alcool

Le vendeur et le commerce de détail/café sont remerciés pour leur vigilance et leur contribution à la protection de la jeunesse en ayant respecté les lois en ce qui concerne la vente d'alcool aux jeunes.

Une information écrite (résultat du test, encouragement...) sera envoyée consécutivement au gérant

→ Vente d'alcool

Achats tests *phase 1* dans les établissements cibles

Information immédiate et consécutive orale (documentée et signée)

Le comportement correct ou incorrect est relevé, les explications sur les achats tests sont données

Information écrite consécutive au gérant (résultat, information et matériel informatif, proposition de formation, nouvel achat test et conséquences encourues)

Achats tests *phase 2* dans les établissements cibles

Information immédiate et consécutive orale (documentée et signée)

Information écrite consécutive au gérant avec copie aux autorités communales (selon convention) pour suites utiles

Dénonciation à l'autorité communale au 2^e achat test non conforme à la loi

Achats tests *phase 3* uniquement dans les établissements cibles n'ayant pas appliqué la loi en phase 1 ou 2

Dénonciation à l'autorité communale au 2^e achat test non conforme à la loi

Selon la loi fédérale sur le droit pénal administratif, les propriétaires (restaurateurs, patrons des commerces) sont responsables de leur personnel de vente. Ils peuvent en être déchargés dans la mesure où ils sont à même d'apporter la preuve que leur personnel a été suffisamment formé et surveillé.

L'alcool acheté est remis avec la quittance par la personne accompagnante au vendeur qui rembourse le montant de l'achat.

Qui sont les acheteurs testeurs ?

Les personnes effectuant les tests sont des jeunes volontaires entre 14 et 17 ans ayant obtenu l'autorisation de leurs parents.

Les parents des jeunes reçoivent, par écrit, des informations sur le concept et la manière d'effectuer les achats. Ils se déclarent d'accord à l'aide d'une autorisation spécifique.

Les jeunes ne sont pas domiciliés dans la région où s'effectuent les achats-test.

Avant d'effectuer les achats-tests, les jeunes suivent une information et une brève formation

Les jeunes sont liés par le secret professionnel en ce qui concerne les noms et résultats des endroits testés.

Les jeunes sont rétribués par demi-journée de travail.

Lors des achats tests, les jeunes sont accompagnés par un/e intervenant /e des CAP LVT.

Communiqué de presse

Les achats-tests : un moyen efficace pour faire respecter les dispositions relatives à la protection de la jeunesse

Fribourg, le 26 juin 2008 - Les contrôles d'identité auprès des jeunes qui veulent acheter de l'alcool ont augmenté entre 2000 et 2007. Dans la même période, le nombre d'achats-tests où de l'alcool a effectivement été remis a baissé. Pourtant, 25% des achats-tests effectués par des mineurs se soldent encore par la vente des boissons demandées. C'est la conclusion d'une étude réalisée sur mandat de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) par l'institut de recherche FERARIHS.

En Suisse, la vente de bière et de vin est interdite aux mineurs de moins de 16 ans, et celle de spiritueux au moins de 18 ans. Depuis quelques années, différentes institutions mènent avec des jeunes des achats-tests en Suisse. L'institut de recherche FERARIHS (formation, évaluation, recherche, apprentissage) a collecté des informations sur ces achats en effectuant un sondage dans différents cantons et en analysant des articles de presse. En tout, 3557 achats-tests ont pu être étudiés en détail.

La vente d'alcool aux mineurs a reculé

En 2000, 83,5% des jeunes testeurs se procuraient de l'alcool sans difficulté. L'année passée, ils n'étaient plus que 27,7%. Cette évolution permet de conclure que les achats-tests contribuent à faire respecter les dispositions relatives à la jeunesse. Cependant, trop de jeunes peuvent encore acheter de l'alcool avant l'âge légal.

Les recommandations des experts : systématiser les achats-tests

Les experts interrogés s'accordent pour reconnaître que les achats-tests constituent un instrument efficace pour appliquer les dispositions sur la protection de la jeunesse. Pour continuer à sensibiliser le personnel de vente ainsi que la population et rendre plus difficile la vente d'alcool aux mineurs, ils proposent d'autres mesures : les achats-tests doivent être réalisés dans tous les cantons et être documentés de manière uniforme. De plus, les spécialistes suggèrent d'élaborer des directives nationales en matière d'achats-tests et former des acheteurs fictifs ainsi que des accompagnateurs.

Etude : <http://www.ferarihs.ch>

Renseignements : FERARIHS, Dr Margret Rihs-Middel, info@ferarihs.ch, 026 402 28 28

Chiffres et données

Accessibilité

L'alcool est un bien de consommation accessible partout et presque à tout moment en Suisse. La plupart du temps, les jeunes de 15 ans ont accès à l'alcool lors des fêtes et par l'intermédiaire d'amis et de connaissances. Chez un tiers des adolescents, les parents ont également remis de l'alcool aux adolescents. **En Suisse, malgré l'interdiction légale, les adolescents obtiennent dans plus de 30% des cas des boissons alcooliques dans les magasins, les supermarchés et les kiosques, tout comme dans les cafés et les restaurants.** A la maison, environ un adolescent sur dix a accès à de l'alcool sans que les parents en aient connaissance. Dans des rares cas, l'alcool est aussi volé.

Source: Schmid, H., Delgrande Jordan, M., Kuntsche, E. N., Kuendig, H. & Annaheim, B. (2007). *Der Konsum psychoaktiver Substanzen von Schülerinnen und Schülern in der Schweiz* (rapport de recherche). Lausanne: Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies.

Des fugues dans l'ivresse

La part des jeunes de 15 ans qui déclarent avoir été ivres au moins deux fois dans leur vie, est en constante augmentation depuis le commencement de l'enquête. Après le pic de 2002, cette part est toujours nettement plus élevée en 2006 que lors des années précédentes, se situant à 28.1% pour les écoliers et à 19.0% pour les écolières de 15 ans. Cette augmentation concerne aussi bien les filles que les garçons. Les conséquences immédiates sur la santé de jeunes lors des ivresses ponctuelles comme les accidents, les situations de violence et de délinquance etc., peuvent s'avérer dramatiques.

Source: Schmid, H., Delgrande Jordan, M., Kuntsche, E. N., Kuendig, H. & Annaheim, B. (2007). *Der Konsum psychoaktiver Substanzen von Schülerinnen und Schülern in der Schweiz* (rapport de recherche). Lausanne: Institut suisse de prévention de l'alcoolisme

Alcopops

D'après la loi, les alcopops ne doivent pas être vendus aux moins de 18 ans. Or les résultats de l'enquête sur la santé des écoliers en 2002 (l'année record au niveau des importations) montrent qu'environ 20% des 15 et 16 ans consommaient des alcopops au moins une fois par semaine. Cela signifie qu'au moins un quart de ces boissons sucrées vendues avaient été consommés par des moins de 18 ans. Cependant, les derniers résultats de l'enquête sur la santé des écoliers, menée tous les 4 ans, montrent pour l'année 2006 clairement les conséquences de l'introduction de l'impôt spécial sur les alcopops en 2004: la part des jeunes qui disait consommer au moins une fois par semaine des alcopops s'est réduit chez les garçons de 17.3% en 2002 à 9.7% en 2006, celle des filles descendait de 17.0% en 2002 à 9.8% en 2006. Il faut dire que d'après les résultats de cette enquête, la consommation hebdomadaire d'alcool des jeunes de 15 et 16 ans était en recul général entre les années 2002 et 2006, mais c'est avant tout chez les alcopops que l'écart est vraiment significatif.

Source: Schmid, H., Delgrande Jordan, M., Kuntsche, E. N., Kuendig, H. & Annaheim, B. (2007). *Der Konsum psychoaktiver Substanzen von Schülerinnen und Schülern in der Schweiz* (rapport de recherche). Lausanne: Institut suisse de prévention de l'alcoolisme

Intoxications alcooliques aiguës chez les jeunes et les jeunes adultes

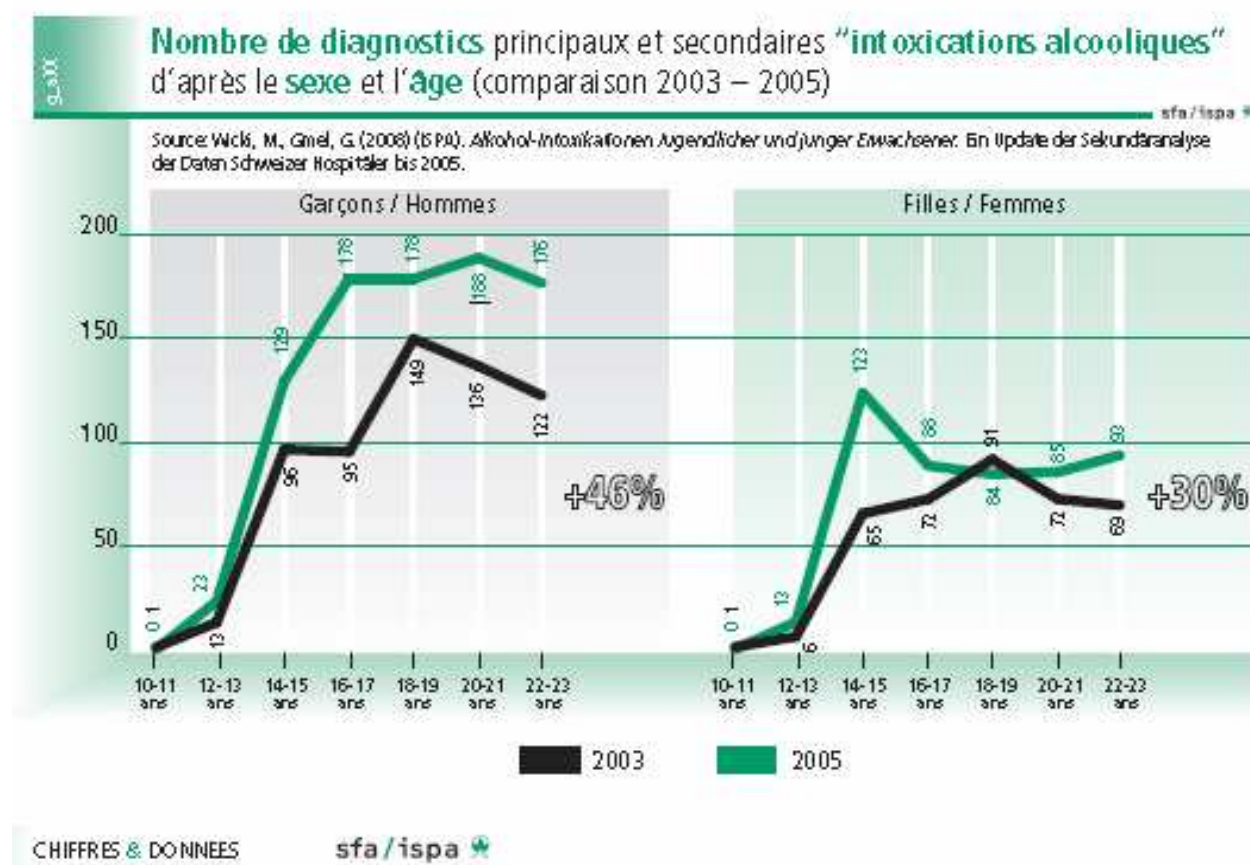
En 2005, chaque jour, près de quatre adolescent-e-s ou jeunes adultes ont été hospitalisé-e-s en Suisse pour cause d'intoxication alcoolique (selon la CIM-10, codes F10.1, F10.2 et T51.0).

Ces intoxications ont été environ 1.7 fois plus fréquentes chez les garçons que chez les filles pour la tranche d'âge de 10 à 23 ans. La fréquence du diagnostic augmente brusquement à partir de l'âge de 14 ans et s'amplifie jusqu'à l'âge de 21 et 22 ans chez les garçons et les jeunes hommes. Chez les filles et les jeunes femmes, elle reste en revanche relativement constante.

Entre 2003 et 2005, le nombre de jeunes en traitement pour cause d'intoxication alcoolique aiguë était en hausse. La progression était particulièrement sensible chez les jeunes filles de 14 à 15 ans et chez les jeunes garçons de 16 à 17 ans.

Les chiffres ne montrent pas la problématique dans toute son envergure, car l'étude de l'ISPA se base uniquement sur les cas des jeunes hospitalisés. Ne sont pas pris en compte les jeunes ivres ramenés à la maison par la police ni les traitements dans des cabinets médicaux ou encore aux urgences.

Source: Wicki, M., Gmel, G. (2008) (ISPA). *Alkohol-Intoxikationen Jugendlicher und junger Erwachsener*. Ein Update der Sekundäranalyse der Daten Schweizer Hospitäler bis 2005.



Testkäufe

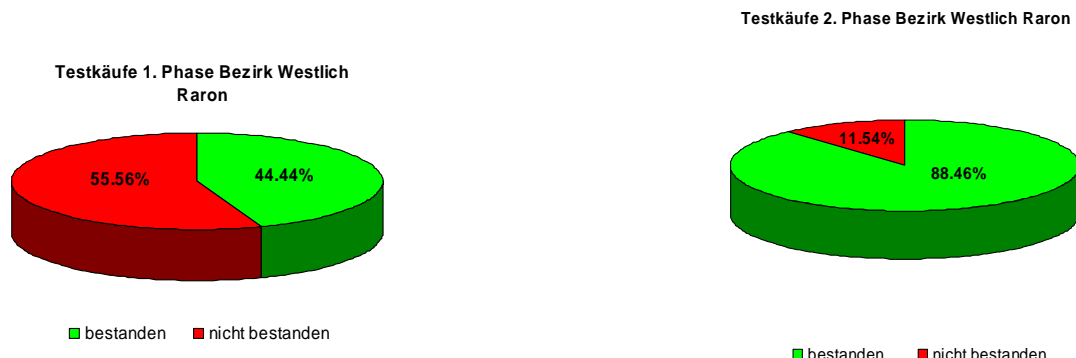


Im Frühling 2008 plante die Alkohol-, Drogenberatungs- und Präventionsstelle LVT die Massnahmen für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen neben bestehenden Projekten wie u.a. Fiesta und Poinzz zu erweitern. Es wurde entschieden, ein Konzept für Alkohol-Testkäufe zu erstellen. In einer gemeinsame Sitzung zwischen Vertretern der Kantons-, Gemeinde-, und Kriminalpolizei sowie einer Vertreterin der Alkohol-, Drogenberatungs- und Präventionsstelle LVT wurde entschieden, in verschiedenen Bereichen gemeinsam in der Prävention tätig zu sein (siehe Konzept vom 20.05.08). Somit wurde ein Konzept erstellt, um die Testkäufe im Oberwallis durchzuführen.

Die ersten Testkäufe fanden im Vorfeld des Open-Air Gampel 2008 statt. Laufend überprüfen wir unser Vorgehen, evaluieren wichtige Punkte wie z.B. Vorgehen bei Anzeigen usw. Wir stehen auch mit anderen Kantonen in Kontakt, die bereits Erfahrungen mit Testkäufen gemacht haben.

Mit der Jugendarbeitsstelle westlich Raron konnte ein wichtiger Partner in einem Bezirk gefunden werden. Für uns ist es unabdingbar, einen Partner vor Ort zu gewinnen und gemeinsam die Testkäufe durchzuführen.

Im Bezirk westlich Raron **wurden 10 Gemeinden getestet**. Da die Testkäufe in mehreren Phasen stattfinden, hier verschiedene Grafiken. In der Phase 1 wurden **45 Betriebe** (Restaurant, Detailhandel und Tankstellen getestet).



In der zweiten Phase (mind. 1 Monat nach dem ersten Testkauf) **wurden 26 Betriebe** getestet. Das Resultat zeigt eindeutig, dass die erste Phase Wirkung hatte.

14 Betriebe der 45 haben in der 1. und 2. Phase die Jugendschutzbestimmungen eingehalten und die Testkäufe bestanden. Im Rhythmus von 2 Jahren finden wieder Testkäufe statt.

3 Betriebe haben mind. 2x Alkohol verkauft und wurden somit bei der zuständigen Behörde angezeigt.

Im Vorfeld des Open-Air Gampel wurden **4 Betriebe in 1 Gemeinde getestet**. 25% haben den Test bestanden, 75 % verkauften jedoch Alkohol an Minderjährige. Die weiteren Testkäufe haben dann alle bestanden, und es kam zu keiner Anzeige.

Im März 2009 findet vom Bundesamt für Gesundheit ein Workshop statt. Teilnehmen werden Personen aus verschiedenen Kantonen, die Testkäufe durchführen. Ziel ist es, ein Handbuch zu erstellen und die Testkäufe national zu vereinheitlichen und/oder zu vereinfachen. Im Wallis wird eine Arbeitsgruppe gegründet, da das Projekt ein kantonales Projekt werden soll.