



# ADDICTION | VALAIS SUCHT | WALLIS

## Dossier de presse

### Alcool et protection de la jeunesse

## Rapport de la campagne cantonale d'achats tests 2014



Février 2015

Sion, le 27 janvier 2015

## Invitation pour les médias

### Conférence de presse

### Campagne valaisanne d'achats tests d'alcool

### Résultats 2014 et annonce campagne 2015

Madame, Monsieur,

De mars à novembre 2014, Addiction Valais, en collaboration avec la Police cantonale et les Polices municipales valaisannes, a réalisé pour la troisième année consécutive une campagne d'achats tests auprès des commerçants de 8 régions du canton (Haut-Lac, Vallée d'Illeiez, Bagnes, Coteaux du Soleil, Haut-Plateau, Val d'Hérens, östlich Raron et Goms). Après une phase de sensibilisation des commerces concernés, ce sont plus de 150 tests qui ont été menés avec la participation de jeunes acheteurs tests formés et accompagnés par un collaborateur d'Addiction Valais.

Dans l'optique de communiquer à l'ensemble de la population valaisanne les résultats de cette campagne, d'annoncer le programme de la campagne 2015 et de poursuivre ainsi la sensibilisation à la question de la protection des mineurs, nous avons le plaisir de vous convier à une conférence de presse qui aura lieu le

**Jeudi 5 février 2015 à 9h,**

**à la Tour Lombarde à Conthey.**

**Corinne Cipolla**, responsable prévention à Addiction Valais, **Christian Labalette**, adjoint du commandant à la Police Intercommunale de Crans-Montana, **Christophe Germanier**, président de la commune de Conthey (commune testée en 2013, 2014 et ayant mandaté Addiction Valais pour des achats tests en 2015), **Franck Truchot**, responsable des ventes région Valais et Chablais pour la COOP (établissements testés à plusieurs reprises).

Nous nous réjouissons d'avance de votre présence à cette occasion et vous adressons, Madame, Monsieur, nos salutations les meilleures.

#### **Renseignements**

Addiction Valais, Corinne Cipolla, 079 727 77 76, corinne.cipolla@addiction-valais.ch

Sion, le 5 février 2015

## Communiqué de presse

### Campagne valaisanne d'achats tests d'alcool - Résultats 2014 et annonce campagne 2015

De mars à novembre 2014, Addiction Valais, la Police cantonale et les Polices municipales valaisannes ont réalisé, pour la troisième année consécutive, une campagne d'achats tests d'alcool auprès des commerçants de huit régions du canton. Après une large sensibilisation des commerces concernés, ce sont près de 150 tests qui ont été menés.

Les résultats de la campagne 2014 témoignent d'une nette amélioration entre les différentes phases de tests. En effet, 64% des établissements ont vendu de l'alcool aux jeunes acheteurs lors de la première phase, alors qu'à l'issue de la campagne seuls 14% des commerces testés ont fait l'objet d'une annonce aux autorités compétentes par la police pour avoir vendu lors de deux achats tests de l'alcool aux mineurs.

Les résultats confirment la nécessité et la pertinence de cette campagne qui sera reconduite en 2015 dans six régions du canton, auxquelles s'ajouteront les communes de Conthey et Sion. Ces deux communes sont en effet les premières à mandater Addiction Valais pour effectuer des achats tests à leurs frais sur leur territoire.

### Des pratiques inquiétantes

Les consommations précoces d'alcool ou encore les épisodes répétés d'ivresse<sup>1</sup> chez les mineurs sont encore trop souvent banalisés par la société. Pourtant, ils constituent un sujet de préoccupation majeur pour leur santé. Les enfants et adolescents sont particulièrement fragiles et vulnérables face à l'alcool. En plus des risques liés à la santé, des accidents et des problèmes de violence, il existe une corrélation évidente entre précocité des consommations et consommations problématiques à l'âge adulte. Des actions et un effort commun doivent donc être entrepris pour enrayer ces phénomènes et retarder l'âge d'entrée en consommation des jeunes.

### Un instrument de sensibilisation efficace

La vente d'alcool est soumise à des restrictions basées sur la protection de la jeunesse. La vente de vin, de bière et de cidre aux moins de 16 ans et celle de boissons spiritueuses aux moins de 18 ans est interdite<sup>2</sup>. Or, beaucoup de commerces sont encore en infraction<sup>3</sup>.

Dans l'optique d'améliorer cette situation et de préserver la santé des jeunes, Addiction Valais, la Police cantonale et les Polices municipales valaisannes ont élaboré un concept de prévention<sup>4</sup>. Ce dernier comprend une phase de sensibilisation ainsi que la pratique d'achats tests d'alcool effectués par des mineurs sous la supervision de professionnels. Après plusieurs actions menées de manière locale

<sup>1</sup> [www.addiction-info.ch](http://www.addiction-info.ch), Faits et chiffres, alcool, jeunes

<sup>2</sup> Loi fédérale sur l'alcool, art 41, Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels, art 11, Code pénal, art 136,

<sup>3</sup> Résultats des achats tests d'alcool en Suisse en 2012 : La moyenne globale des ventes illicites d'alcool aux mineurs est de 31,1% (en 2000 lors des 1<sup>er</sup> achats tests d'alcool, elle était de 83,5%). Tirés de : *Achats tests d'alcool : les résultats 2012 dans le détail*, Régie fédérale des alcools, octobre 2013,

<http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/32307.pdf>

<sup>4</sup> Consultez le concept sur [www.addiction-valais.ch](http://www.addiction-valais.ch)

depuis 2008, cette campagne de sensibilisation pertinente et efficace<sup>5</sup> se déroule depuis 2012 sur le plan cantonal. En 2014, ce sont 8 régions du canton qui ont ainsi été testées : Haut-Lac, Vallée d'Illiez, Val de Bagnes, Coteaux du Soleil, Haut-Plateau, Val d'Hérens, Östlich Raron et Goms.

### **Collaborer pour mieux prévenir**

Les objectifs de cette action sont de sensibiliser les commerçants aux problèmes liés à la consommation d'alcool chez les jeunes ainsi que d'observer l'application des lois relatives à la protection des mineurs. Afin de réaliser ces objectifs dans un esprit de collaboration, les commerçants sont préalablement informés de la mise en œuvre de ce projet dans leur région via un courrier et une visite effectuée par la police. En effet, le but n'est pas de les piéger mais bien de conforter les commerces qui respectent la loi dans leurs bonnes pratiques et de sensibiliser les commerces contrevenants.

Cette action préventive a également pour but de renforcer le partenariat autour de la protection de la jeunesse. Les achats tests d'alcool dans le canton du Valais sont en effet le fruit d'une collaboration entre les différents partenaires concernés par la question de la vente d'alcool aux mineurs, à savoir : Addiction Valais, la Régie Fédérale des Alcools, GastroValais, la Police cantonale valaisanne, les Polices municipales valaisannes, la Fédération des Communes Valaisannes, le CIPRET-Valais, le Service cantonal de la consommation et affaires vétérinaires (Laboratoire cantonal), le Tribunal des mineurs et l'Association des parents d'élèves FRAPEV.

### **Une amélioration des pratiques de vente**

Outre une diminution du taux de vente aux mineurs entre les différentes phases de tests, les résultats 2014 mettent en évidence le fait que les établissements ont, entre les différentes phases de tests, systématisé la pratique qui consiste à demander la carte d'identité à leurs jeunes clients. En effet, lors de la troisième phase, 74% ont demandé la carte d'identité alors que seuls 39% l'ont fait lors de la première phase (73% à la deuxième phase). Ceci étant le meilleur moyen de respecter la loi et d'ainsi protéger les mineurs, il s'agit là d'un véritable effet positif de la campagne.

Ces résultats tendent à démontrer que les achats tests ont une influence sur les pratiques de vente et donc, à terme, sur la protection de la jeunesse.

### **Poursuite de la campagne en 2015**

Au vu de la nécessité et de la pertinence d'une telle mesure, une campagne 2015 est d'ores et déjà prévue. Les restaurants, bars, shops et commerces de détails des régions suivantes seront testés: Haut-Lac, Vallée d'Illiez, Val d'Hérens, Val d'Anniviers, Haut-Plateau et Östlich Raron.

Les sollicitations des communes de Sion et Conthey, qui seront intégrées à la campagne 2015, témoignent en outre d'un intérêt réjouissant des collectivités à s'impliquer dans le domaine de la protection de la jeunesse.

---

Addiction Valais

Polices Municipales Valaisannes

Police Cantonale

#### **Renseignements et informations supplémentaires :**

Corinne Cipolla, responsable prévention à Addiction Valais, 079 727 77 76, [corinne.cipolla@addiction-valais.ch](mailto:corinne.cipolla@addiction-valais.ch)

#### **Plus d'informations sur le concept des achats tests d'alcool en Valais :**

[http://www.addiction-valais.ch/?page=achats\\_tests](http://www.addiction-valais.ch/?page=achats_tests)

#### **Renseignements sur les achats tests d'alcool en Suisse :**

[www.ferarihs.ch](http://www.ferarihs.ch) et <http://www.eav.admin.ch/themen/00593/index.html?lang=fr>

---

<sup>5</sup> Les achats-test constituent une mesure appropriée et efficace pour sensibiliser les commerçants et réduire la vente d'alcool aux jeunes. Etude de l'institut de sondage FERARIHS, 2008.

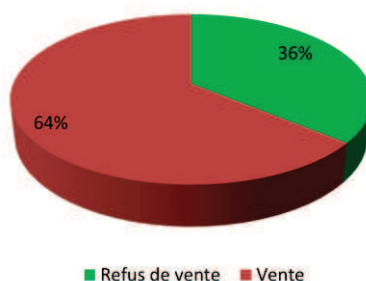
## 1. Résumé des résultats

De mars à novembre 2014, Addiction Valais, la Police cantonale et les Polices municipales valaisannes ont réalisé, pour la troisième année consécutive, une campagne cantonale d'achats tests d'alcool auprès des commerçants de huit régions du canton : Haut-Lac, Vallée d'Illiez, Bagnes, Coteaux du Soleil, Val d'Hérens, Haut-Plateau, Östlich Raron et Goms. Après une large sensibilisation des commerces concernés, ce sont 150 tests qui ont été menés par des jeunes formés et accompagnés par un collaborateur d'Addiction Valais.

Comme le veut le concept de cette campagne cantonale, cette action s'est déroulée en deux phases : une phase de sensibilisation puis une phase d'achats tests. La sensibilisation des commerces concernés s'est faite par l'intermédiaire d'un communiqué de presse, d'une lettre informative et d'une visite de la police. L'objectif était de les informer sur le déroulement et le but de cette campagne afin d'être véritablement dans une démarche de prévention.

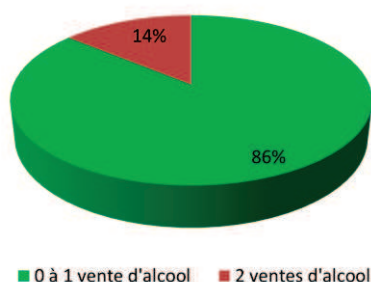
Lors du premier achat test d'alcool, 64% des commerçants ont vendu de l'alcool aux mineurs.

Statistiques de la 1ère phase



A l'issue de la campagne, 14% des commerces testés, des récidivistes, ont fait l'objet d'une annonce aux autorités compétentes par la police, pour avoir vendu lors de deux achats tests de l'alcool aux mineurs.

Etablissements récidivistes



La situation s'est donc améliorée entre les différentes phases de tests.

Ceci confirme la nécessité et la pertinence de telles mesures. Une nouvelle campagne sera d'ailleurs conduite en 2015 dans les 6 régions suivantes : Haut-Lac, Vallée d'Illiez, Val d'Hérens, Val d'Anniviers, Haut-Plateau et Östlich Raron.

Pour la première fois, des communes non prévues dans la planification, Conthey et Sion, nous ont mandatés pour effectuer sur leur territoire des achats tests dont les frais seront à leur charge. Cela démontre un intérêt réjouissant des collectivités à s'impliquer dans le domaine de la protection de la jeunesse.

## **2. Présentation du projet**

### **2.1. Vision et objectifs de la campagne**

La loi interdit la vente de vins, bières ou cidres aux jeunes de moins de 16 ans et la vente d'alcools forts et spiritueux aux moins de 18 ans. Les prescriptions légales en la matière ne sont pas toujours respectées alors même que l'on sait aujourd'hui qu'il s'agit d'une population particulièrement vulnérable face à l'alcool.

Dans l'optique d'améliorer cette situation, Addiction Valais, la Police cantonale et les Polices municipales effectuent, depuis 2008, des campagnes de sensibilisation au moyen d'achats tests dans différents commerces de détail et restaurants du Valais. On sait en effet que « les achats tests sont un moyen efficace et éprouvé pour faire respecter les dispositions relatives à la protection de la jeunesse »<sup>6</sup>.

**L'objectif principal de la campagne valaisanne est ainsi de sensibiliser les commerçants à la question de la protection de la jeunesse et de connaître la situation actuelle en matière de vente d'alcool aux mineurs.**

Le but n'est pas de piéger les commerçants, chacun étant d'ailleurs informé de la possibilité qu'il soit testé, mais de conforter les commerces qui respectent la loi dans leurs bonnes pratiques et de sensibiliser les commerces contrevenants pour qu'ils adoptent les comportements adéquats.

### **2.2. Historique des campagnes de sensibilisation en Valais**

Addiction Valais et ses partenaires ont entamé des campagnes de sensibilisation à la vente d'alcool aux mineurs il y a six ans dans le Haut-Valais. Afin d'asseoir cette pratique et de l'élargir à l'ensemble du canton, un groupe de pilotage a été constitué. Ceci a mené à une première action dans plusieurs communes du Valais romand de 2009 à 2010. En parallèle, des actions ont également eu lieu dans de nombreuses communes du Haut-Valais de 2008 à 2011. Des tests se sont ensuite déroulés à Sion en 2011 et un monitoring a été effectué la même année dans six villes valaisannes. Au terme de cette phase de mise en route, une première campagne cantonale de sensibilisation comprenant plus de 300 tests a été effectuée en 2012 dans huit villes du canton. Cette campagne a depuis lors été reconduite chaque année.

**Au total, depuis 2008, près de 1'600 tests ont été réalisés en Valais.**

En 2014, le comité de pilotage a décidé d'élaborer une planification afin de s'assurer que toutes les régions du Valais soient testées d'ici 2017.

### **2.3. Partenaires du groupe de pilotage cantonal**

Les achats tests d'alcool dans le canton du Valais sont le fruit d'une collaboration entre les différents partenaires concernés par la question de la vente d'alcool aux mineurs. Ces acteurs sont réunis sous la forme d'un groupe de pilotage cantonal qui définit les lignes directrices des différentes campagnes annuelles.

Les partenaires 2014 sont :

- Addiction Valais
- La Régie Fédérale des Alcools
- GastroValais
- La Police cantonale valaisanne
- Les Polices municipales valaisannes
- La Fédération des Communes Valaisannes
- Le CIPRET-Valais
- Le Service cantonal de la consommation et affaires vétérinaires (Laboratoire cantonal)
- Le Tribunal des mineurs
- L'Association des parents d'élèves FRAPEV

---

<sup>6</sup> Conclusions de l'étude Ferarihs de juin 2008, mandatée par l'OFSP.

### 3. Campagne 2014

#### 3.1 Déroulement

La campagne 2014 s'est déroulée en deux phases :

1. sensibilisation des commerces concernés
2. achats tests sur le terrain

La phase de sensibilisation a été effectuée de mars à juin 2014. Un communiqué de presse indiquant les communes cibles a été diffusé. Une lettre d'information d'Addiction Valais a ensuite été envoyée à tous les commerces des communes concernées. Puis, les polices municipales (ou la police cantonale dans le Haut-Valais) sont passées dans tous les commerces pour les sensibiliser à la question de la vente d'alcool aux mineurs et les informer sur la campagne d'achats tests.

**L'objectif n'étant pas de piéger les commerçants mais bien de les sensibiliser, cette phase est essentielle au bon déroulement de la campagne.**

Les achats tests ont ensuite été effectués du juin à novembre 2014 sous la responsabilité d'un collaborateur d'Addiction Valais. Ils se sont déroulés en trois temps :

1. 64 établissements ont été testés une première fois entre juin et juillet. Suite à ces premiers tests, un courrier leur indiquant le résultat du test leur a été envoyé.
2. Les mêmes établissements ont à nouveau été testés entre juillet et octobre et ont à nouveau reçu un courrier les informant du résultat du test.

A ce stade, les établissements ayant refusé lors des deux tests la vente d'alcool aux jeunes acheteurs ont réussi la campagne d'achats tests. En revanche, ceux ayant vendu à deux reprises l'alcool ont échoué et ont été annoncés aux autorités compétentes par la police.

3. Enfin, les établissements ayant à une reprise accepté et à une autre refusé la vente ont été testés une troisième fois entre octobre et novembre. Le résultat de cet ultime test a été décisif quant à leur réussite ou échec à la campagne d'achats tests.

#### 3.2. Nature et choix des établissements testés

8 établissements ont été testés dans chacune des huit régions suivantes: Haut-Lac, Vallée d'Illiez, Bagnes, Coteaux du Soleil, Val d'Hérens, Haut-plateau, Östlich Raron et Goms

Quatre types de débits de boissons ont été choisis comme cible : les shops de stations-services, les magasins, les restaurants et les bars. Dans la mesure du possible, ce sont 2 établissements par catégorie qui ont été testés. Comme, dans certaines communes, toutes les catégories de commerce n'existent pas, cette proportion n'a pas toujours pu être respectée. Au final, ce sont 7 shops, 22 magasins, 24 restaurants et 11 bars qui ont été testés.

Tous les établissements testés ont été ciblés par les différentes polices. Cette option stratégique a voulu tenir compte des réalités observées sur le terrain par les partenaires.

56 établissements sur 64 ont ainsi pu être testés selon la procédure. Les 8 établissements restants n'ont pas pu être testés à chaque phase en raison d'un changement de propriétaire ou de leur fermeture durant une des phases de test.

#### 4. Analyse des résultats et perspectives

Les résultats de la campagne 2014 témoignent, comme en 2013, d'une nette amélioration entre la première phase de tests et les deux suivantes. En effet, 64% des établissements ont vendu de l'alcool aux jeunes acheteurs lors de la première phase (51% en 2013), alors qu'ils ne sont plus que 17% lors de la deuxième phase (idem en 2013) puis 4% lors de la troisième phase (contre 18% en 2013).

**Ceci démontre l'efficacité de cette pratique de sensibilisation en plusieurs phases.**

	Nombre de tests	% de réussite	% d'échec
1 <sup>ère</sup> phase	64	36%	64%
2 <sup>ème</sup> phase	59	83%	17%
3 <sup>ème</sup> phase	27	96%	4%
<b>Total</b>	150	65%	35%

Au final, 14% des commerces testés ont fait l'objet d'une annonce aux autorités compétentes contre 17% en 2013. De plus, tout comme en 2013, les résultats 2014 mettent en évidence le fait que les établissements ont, entre les différentes phases de tests, systématisé la pratique qui consiste à demander la carte d'identité à leurs jeunes clients. En effet, lors de la troisième phase, 74% ont demandé la carte d'identité alors que seuls 39% l'ont fait lors de la première phase (73% à la deuxième phase). Ceci étant le meilleur moyen de respecter la loi et d'ainsi protéger les mineurs, il s'agit là d'un véritable effet positif de la campagne.

Toutefois, une comparaison plus fine entre 2013 et 2014 ne peut pas véritablement être établie dans la mesure où ce ne sont pas exactement les mêmes régions, ni les mêmes commerces, qui ont été testés. En effet, l'objectif de cette campagne est avant tout de sensibiliser les commerçants et cela à l'échelle de tout le canton. C'est donc une option prise par le comité de pilotage de ne pas retourner systématiquement dans les mêmes régions, et cela même si cela rend impossible une comparaison sur le long terme, mais de s'assurer que, d'ici 2017, toutes les régions du canton aient été sensibilisées.

Les résultats 2014 démontrent néanmoins une nouvelle fois l'utilité des achats tests et la nécessité de renouveler ce type de campagne régulièrement. Dans cette optique, une campagne 2015 est d'ores et déjà prévue, elle concernera les 6 régions suivantes : Haut-Lac, Vallée d'Illiez, Val d'Hérens, Val d'Anniviers, Haut-Plateau et Östlich Raron.

La possibilité de mandater Addiction Valais pour des achats tests est en outre donnée aux communes ayant déjà été testées à plusieurs reprises et qui ne feraient plus partie de cette planification. A ce propos, 2 communes, Sion et Conthey, ont d'ores et déjà sollicité Addiction Valais et seront testés en 2015 en compagnie des 6 autres régions mentionnées ci-dessus.

---

#### Renseignements et informations supplémentaires :

Corinne Cipolla, responsable prévention à Addiction Valais, 079 727 77 76, [corinne.cipolla@addiction-valais.ch](mailto:corinne.cipolla@addiction-valais.ch)

#### Plus d'informations sur le concept des achats tests d'alcool en Valais :

[http://www.addiction-valais.ch/?page=achats\\_tests](http://www.addiction-valais.ch/?page=achats_tests)

#### Renseignements sur les achats tests d'alcool en Suisse :

[www.ferarihs.ch](http://www.ferarihs.ch) et <http://www.eav.admin.ch/themen/00593/index.html?lang=fr>



## COMMUNIQUE DE PRESSE

---

### **Coop s'implique chaque jour dans la lutte contre la consommation d'alcool chez les jeunes**

**Coop Suisse romande est un acteur majeur de la grande distribution. A ce titre, il est de sa responsabilité de mettre en place dans ses points de vente une politique claire et active pour lutter contre la vente d'alcool aux mineurs. Voilà donc plusieurs années que de nombreux outils ont été élaborés pour les collaborateurs des magasins confrontés à cette problématique.**

La vente d'alcool est soumise en Suisse à des restrictions basées sur la protection de la jeunesse. Les exigences légales sont strictes: 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. Or, afin de mettre tout le monde sur un pied d'égalité et renforcer plus encore la protection des plus jeunes contre les effets néfastes des boissons alcoolisées, Coop a décidé il y a plusieurs années d'appliquer une tolérance zéro pour les personnes de moins de 18 ans, quel que soit le produit concerné.

#### Des formations ciblées pour le personnel en caisse

Afin de sensibiliser le personnel en caisse régulièrement confronté à cette réalité du terrain, une formation sur deux jours est dispensée. L'aspect technique est travaillé et des thèmes tels que la législation et les outils de prévention internes sont abordés. Explication du blocage de la caisse dès lors qu'un produit concerné est scanné, demande de la carte d'identité, jeux de rôles pour apprendre à réagir face aux insistances et intimidations de certains groupes de jeunes: tous les cas de figure sont traités. Car c'est en effet en caisse que, dans la majorité des cas, les soucis peuvent se poser. Un soutien important est mis en place pour les collaborateurs malheureusement susceptibles de subir de l'agressivité de la part de jeunes mécontents.

#### Des outils internes aux points de vente

Outre une signalétique très présente en magasin pour rappeler à la clientèle les engagements de Coop en la matière (aucune vente d'alcool aux moins de 18 ans), chaque point de vente dispose de supports, d'affichettes et d'un kit informatif grâce auxquels le gérant sensibilise régulièrement le personnel. Un DVD interne a même été enregistré et dans lequel plusieurs scènes explicatives concrètes sont abordées.

#### Passabene et Self Checkout

Les achats d'alcool avec le système Passabene sont eux aussi dotés d'un contrôle rigoureux. Idem pour le Self Checkout: un message avec l'obligation d'appeler un collaborateur s'affiche sur l'écran pour valider l'achat d'alcool et ainsi vérifier l'âge de l'acquéreur.



## Des contrôles réguliers et une collaboration avec les associations

Des contrôles réguliers sont effectués par des cabinets externes - de type clients mystères -, et des contrôles anonymes effectués par des apprentis Coop sont également mis sur pied toute l'année par le département de la sécurité interne du grand distributeur.

En outre, une étroite collaboration est entretenue avec des organismes, des associations et d'autres professionnels, à l'instar de la Fédération vaudoise contre l'alcoolisme (FVA) – qui a suivi l'une des formations dispensées au personnel en caisse – ou encore Addiction Suisse qui, accompagné d'un psychologue neutre, participe à l'animation de ces cours pour les collaborateurs. Car l'objectif de Coop Suisse romande est clair: bloquer à 100% cette vente d'alcool aux plus jeunes sans aucune exception, dans tous les points de vente, heure de grande affluence ou pas.

## Les résultats des contrôles en Valais

Ces trois dernières années, plusieurs dizaines de contrôles ont été effectués dans les magasins Coop du canton du Valais que ce soit par des personnes externes que par le département interne de sécurité. Tous les types de formats ont été visités à diverses reprises. Les résultats donnés ci-dessous concernent tant les hypermarchés, que les formats de vente moyens et petits, ainsi que les restaurants Coop. Avec un taux de réussite de plus de 90%, les résultats sont plus que satisfaisants.

Renens, le 5 février 2015

---

**Personne à contacter** : Monsieur Franck Truchot, Chef de vente et membre de la Direction Coop Suisse romande. Tél. 078 606 80 53