

PRÉVENTION La sensibilisation à la vente d'alcool aux mineurs fait ses preuves, mais l'effort doit continuer.

Un commerce sur trois pris en faute

FRANCE MASSY

«Trop de jeunes peuvent encore acheter de l'alcool avant l'âge légal», déclare Patrick Suard, responsable prévention à Addiction Valais.

Et oui, plus d'un tiers des commerces vend de l'alcool aux mineurs ou, selon que l'on voit le verre à moitié vide ou à moitié plein, deux tiers des commerces refusent de vendre de l'alcool aux mineurs. On préférera la deuxième interprétation car les chiffres antérieurs prouvent que la situation évolue favorablement. Fin 2008, le pourcentage

les polices municipales Valaisannes - sont donc efficaces.

Informer plutôt que punir

La campagne 2012 touchait huit villes valaisannes (Monthey, Martigny, Sion, Sierre, Rarogne, Viège, Naters et Brigue). «Nous cherchons à responsabiliser les commerçants et non pas à les prendre en faute. Notre campagne se veut préventive. Nous voulons les aider à refuser de l'alcool aux jeunes», explique Patrick Suard.

Les milieux concernés (cafés-restaurants, centres commer-



La législation interdit la vente de bière, de vin et de cidre aux mineurs de moins de 16 ans et d'alcools forts et d'alcopops aux moins de 18 ans.

LDD

sionnels. Lors du premier test, sur 128 établissements, 37% des commerçants ont vendu de l'alcool à des mineurs.

A l'issue de la campagne d'information, 13% ont récidivé. Les commerces en infraction après la deuxième série d'achats-tests ont été dénoncés aux autorités compétentes. Ils recevront une amende de 200 francs pour une première fois, de 400 francs en cas de nouvelle récidive. «Selon la gravité du cas, l'établissement peut aussi être interdit de vente d'alcool pendant un certain temps. Voire même être purement et simplement fermé», a rappelé Romuald Coutaz, vice-président de GastroValais.

L'association faîtière des restaurateurs et cafetiers est partenaire d'Addiction-Valais depuis 2008. Pour son vice-président, «il est important de ne pas nier notre responsabilité, tout comme il ne faut pas oublier que nous ne sommes pas les principaux vendeurs d'alcool aux jeunes.» Et de rappeler que les grandes surfaces et autres shops vendent des bouteilles de vodka à moins de 15 francs.

Apprendre à dire non

Pas toujours facile de refuser de vendre de l'alcool. Addiction-Valais conseille de demander systématiquement la carte

d'identité au jeune acheteur. «Dans 88% des cas, il s'agit d'un mineur», déclare Patrick Suard. Pour que ce type de requête devienne un réflexe et pour aider les commerçants à dire non, Addiction Valais met à disposition des cours de formation. «Nous rappelons les bases légales et nous mettons en situation l'employé afin de voir de quelles ressources il dispose face à une bande voulant à tout prix acheter de l'alcool.»

Des outils à disposition

La prévention est également (surtout!) l'affaire des parents. Addiction Valais tient aussi des outils à leur disposition (www.addiction-valais.ch). Car les chiffres sont inquiétants: 13% des écolières et 27% des écoliers de 15 ans avouent consommer de l'alcool une fois par semaine. En Suisse, 1700 ados ont été hospitalisés cette année suite à une biture-express. «Il ne faut surtout pas que la société banalise la consommation d'alcool par les jeunes. N'oublions pas qu'en 2008, c'est le Parlement des jeunes qui a lancé un SOS et demandé la mise en place d'achats tests d'alcool par les jeunes.»

La première campagne a débuté en 2008. A ce jour, 1000 achats test ont été réalisés dans le canton. Ils se poursuivront en 2013. ●



«Responsabiliser les commerçants et les aider à refuser de l'alcool aux jeunes, c'est notre but.»

PATRICK SUARD RESPONSABLE PRÉVENTION ADDICTION VALAIS

de commerçants vendant de l'alcool à des mineurs se montait à 63%.

Les campagnes de sensibilisation - dont la dernière comprenant des achats-tests d'alcool menée de mars à octobre 2012 par Addiction Valais en partenariat avec la police cantonale et

ciaux, magasins de stations-service, bars) ont eu droit à une large communication - communiqués de presse, envoi de lettre informative et même visite de la police à 950 points de vente -, avant que soient effectués plus de 300 tests d'achat par des mineurs sous le contrôle de profes-