

Interdiction de service et de vente d'alcool aux mineurs dans le canton de Vaud: résultats de la campagne d'achats-tests 2013

(Loi sur les auberges et les débits de boissons du 26 mars 2002)

M. Astudillo et H. Kuendig, septembre 2013

Contexte de l'étude: dans le canton de Vaud, l'Article 50 de la *Loi sur les auberges et les débits de boissons* (LADB du 26 mars 2002) interdit le service et la vente d'alcool aux personnes de moins de 16 ans et de boissons distillées ou considérées comme telles (spiritueux, liqueurs, etc.) aux personnes de moins de 18 ans. Alors qu'il n'existait jusqu'alors aucun état des lieux de la manière dont cette législation était appliquée dans les différents points de vente d'alcool du canton, les incidents et observations suggérant que la vente d'alcool à des mineurs était répandue ne manquaient pas.

Sur la base de ce constat et de réflexions approfondies sur le principe de conduire des achats-tests d'alcool dans une perspective de monitoring sur l'ensemble du territoire vaudois¹, une première campagne d'achats-tests a été menée durant l'été 2011. Lors de cette première évaluation, près des deux tiers des tests menés dans les établissements de vente à l'emporter se sont soldés par une vente, ce chiffre dépassant même les 90% dans les cafés, bars et restaurants du canton. Une seconde vague de tests a donc été conduite durant l'été 2013 afin de documenter d'éventuels changements dans les pratiques des commerçants du canton.

Conclusions de l'étude: les résultats de cette deuxième vague d'achats-tests d'alcool dans le canton de Vaud soulignent qu'avec 79.1% de ventes (soit 277 ventes sur 350 tentatives d'achat), les bases légales interdisant la vente et le service d'alcool fermenté aux personnes de moins de 16 et d'alcool distillés aux moins de 18 ans ne sont que rarement respectées. Avec un taux de vente de 66.0%, les débits de boissons « à l'emporter » (magasins, kiosques et autres petits commerces) font quelque peu mieux que les cafés, restaurants et bars où 84.4% des tests ont révélé une infraction à la LADB. Une amélioration par rapport aux résultats enregistrés en 2011 - année où l'acceptation de vente dépassait le 90% - était toutefois observée pour les cafés, restaurants et bars. Au total, tant les résultats des tests menés en 2013 que la comparaison avec la situation de 2011 soulignent ainsi qu'un travail de renforcement de l'application de cette loi est toujours nécessaire, ce aussi bien dans le cadre de la vente à l'emporter que dans les cafés, bars et restaurants du canton. Les résultats enregistrés en 2013 mettent également en valeur différents éléments soulignant le potentiel d'amélioration du constat global décevant fait deux ans après la mise en sur pied des premiers achats-tests d'alcool menés par la Fondation Vaudoise contre l'Alcoolisme dans le canton (p.ex. importance du travail de formation du personnel et des demandes systématiques de justificatifs d'âge en cas de doute possible sur l'âge).

¹ Réflexions conduites dans le cadre d'un groupe de projet « achats-tests » créé lors de la mise en œuvre du Plan opérationnel du 2e axe du PAct-Alcool 2008-2012, et soutenue par le Service de la santé publique du canton de Vaud.

La méthodologie de l'étude en bref

Mandatée par le Service de la santé publique du canton de Vaud, cette vague d'achats-tests a été menée sous le suivi scientifique d'Addiction Suisse par la Fondation Vaudoise contre l'Alcoolisme (FVA), en collaboration avec la Croix-Bleue Romande.

Un échantillon de 350 commerces vaudois servant de l'alcool - cafés, restaurants, buvettes, etc. - ou vendant de l'alcool à l'emporter - magasins d'alimentation, kiosques, etc. - ont été sélectionnés aléatoirement² sur la base d'une liste exhaustive d'établissements détenteurs de licences en lien à la Loi sur les auberges et les débits de boissons (liste fournie par la Police cantonale du commerce). Les achats-tests, supervisés par des accompagnateurs adultes formés à cet effet, ont été effectués par des duos de jeunes « client-e-s mystères » âgés entre 14 et 17 ans. Sur les 350 établissements sélectionnés, 145 n'ont pas pu être visités (pour des raisons variées, telles que p.ex. fermeture saisonnière, rénovations, heures d'ouverture irrégulières) et ont été remplacés par des établissements similaires se trouvant dans leurs environs proches. Les données analysées dans le cadre de la présente *Feuille-info* sont ainsi relatives à 350 achats-tests conduits durant le mois de juillet 2013 (100 tests ont été menés dans des points de vente offrant de l'alcool « à l'emporter » et 250 dans des cafés, bars et restaurants). Pour donner une image plus précise des 250 points de vente à consommation « sur place » testés, 196 étaient des cafés-restaurants (ou autres buvettes), 35 des établissements hôteliers, 16 des cafés-bars et 3 des salons de jeu. Parmi les 100 points de vente « à l'emporter » testés, 84 étaient des magasins d'alimentation, 11 des kiosques, et 5 d'autres points de vente à l'emporter (p. ex. boulangeries).

Il est également important de préciser que la taille relativement restreinte de notre échantillon implique que seules les proportions globales, calculées sur la base de l'ensemble de l'échantillon, peuvent être considérées comme représentatives en respectant les standards statistiques d'usage. Le lecteur est ainsi appelé à garder cette réserve en tête au moment d'interpréter les résultats plus détaillés.

Finalement, outre les tests effectués dans les commerces à l'emporter et les cafés, restaurants et bars du canton, 57 achats-tests ont été effectués lors de manifestations festives, culturelles ou sportives pour lesquelles des autorisations temporaires sont délivrées. De par les difficultés dans ce contexte à visiter un échantillon de points de vente pouvant être considéré comme statistiquement représentatif, une perspective plus pragmatique a été appliquée. Ainsi, un certain nombre de manifestations annoncées ont été « visitées » lors de samedis prédéterminés (période mai-juin 2013). Bien que relativement faible, le nombre de tests effectués lors de manifestations nous permet de dégager une tendance concernant l'accessibilité des mineurs à l'alcool dans le cadre de telles manifestations. Les résultats de ces achats-tests sont présentés de manière spécifique, et à titre informatif, dans l'encadré se trouvant en page 8 de la présente *Feuille-info*.

Les détails des analyses et résultats de comparaisons entre différentes conditions ou profils de client-e-s mystère-s, ainsi qu'entre les deux vagues d'achats-tests, ne sont pas présentés dans la présente *Feuille-info*. Ainsi, les effets ou associations significatifs d'un point de vue statistique, ou l'absence d'association, sont simplement reportés de manière textuelle. Les détails des résultats concernant ces mesures d'associations sont disponibles sur demande directe auprès des auteurs.

² Randomisation stratifiée sur la répartition entre points de vente à l'emporter et à consommation sur place.

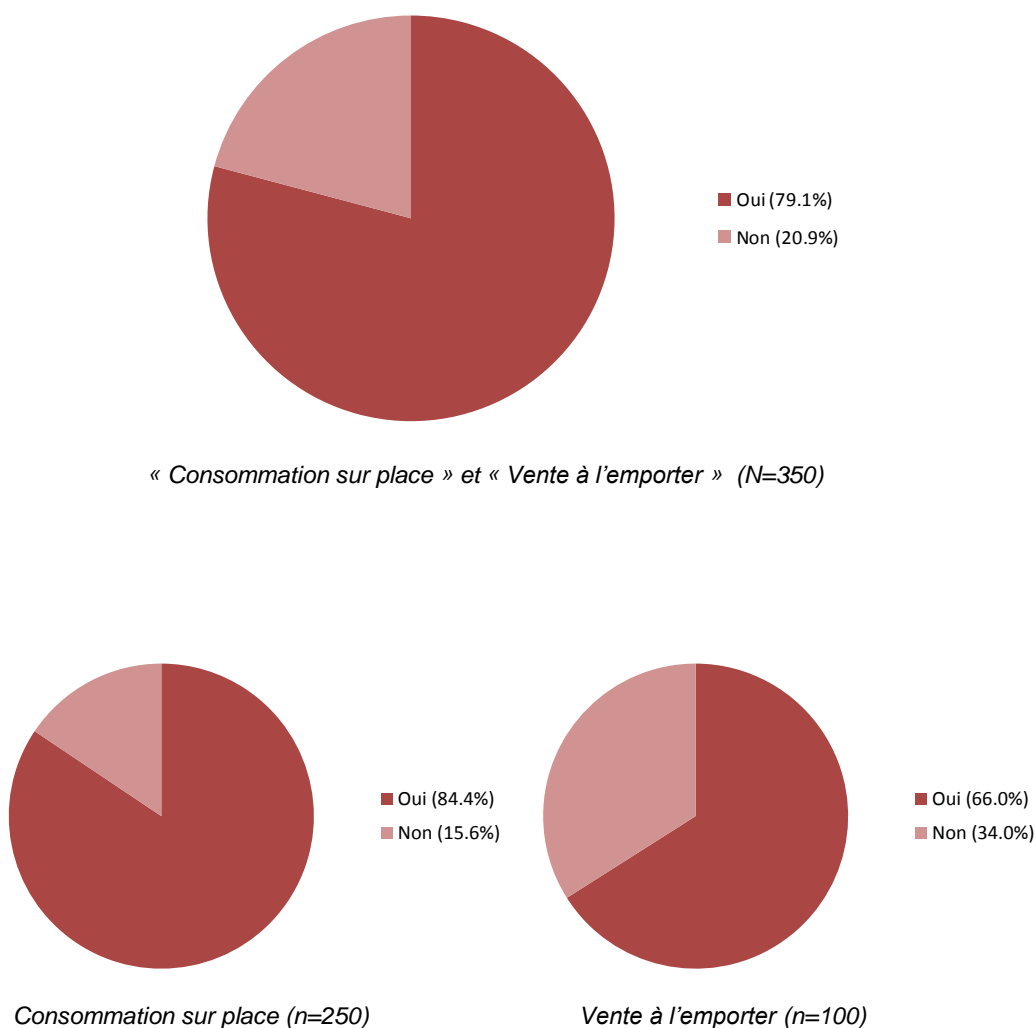
Les résultats 2013 en bref

Application de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs

Au total, 277 – soit 79.1% – des 350 achats-tests effectués dans l'ensemble du canton de Vaud se sont soldés par une vente et ont ainsi révélé le non-respect des clauses d'âge de la LADB (voir *Figure 1* ci-dessous). Plus précisément, le taux de remise d'alcool atteignait 84.4% dans les cafés, bars et restaurants et 66.0% dans la vente à l'emporter.

Bien que significative d'un point de vue statistique, la baisse du taux d'acceptation de vente global enregistrée entre 2011 et 2013 - passage de 85.5% à 79.1% - peut être considérée comme relativement décevante d'un point de vue de santé publique (ou même d'un point de vue légal). Avec une diminution de la proportion de vente de 93.9% en 2011 à 84.4% en 2013, une diminution significative était également enregistrée dans les cafés, bars et restaurants ("consommation sur place"). Cependant, une très légère augmentation de la part d'acceptation de vente d'alcool était observée dans les points de vente « à l'emporter » (66.0% d'acceptation de vente en 2013, contre 65.0% en 2011).

Figure 1. Acceptation (oui) ou refus (non) de vente d'alcool lors des achats-tests 2013 ; résultats globaux (N=350) et par type de point de vente, soit vente « à l'emporter » (n=100) et vente pour « consommation sur place » (n=250).



Profil des client-e-s mystères et acceptation ou refus de vente

De manière globale, le sexe des client-e-s mystères influençait significativement l'issue des achats-tests: les filles rencontrant d'une manière générale moins de refus que les garçons (9.9% vs. 30.2%). En particulier, les filles étaient significativement moins nombreuses que les garçons à s'être vues refuser la vente d'alcool tant dans les bars, cafés et restaurants (4.9% contre 25.8%) alors que dans la vente à l'emporter cette différence ne se révélait pas statistiquement significative (25.6% de refus pour les filles contre 39.3% pour les garçons). Avec 17.3% de refus chez les 14-15 ans, contre 27.2% chez les 16-17 ans, le refus ou l'acceptation de la vente étaient également statistiquement associés à l'âge des client-e-s mystères dans la consommation sur place. Toutefois, cette différence entre groupes d'âge est également influencée par le fait que les moins de 16 ans tentaient généralement d'acheter des boissons fermentées, alors que les boissons distillées ou apparentées étaient la seule option d'achat pour les acheteurs-tests de 16 et 17 ans.

Dans la consommation sur place, la proportion d'acceptation de vente a diminué de façon significative entre 2011 et 2013 pour les garçons (passage de 89.5% en 2011 à 74.2% en 2013) ainsi que pour les jeunes de 16 ans et plus (de 94.7% en 2011 à 78.1% en 2013), mais pas pour les filles et les moins de 16 ans.

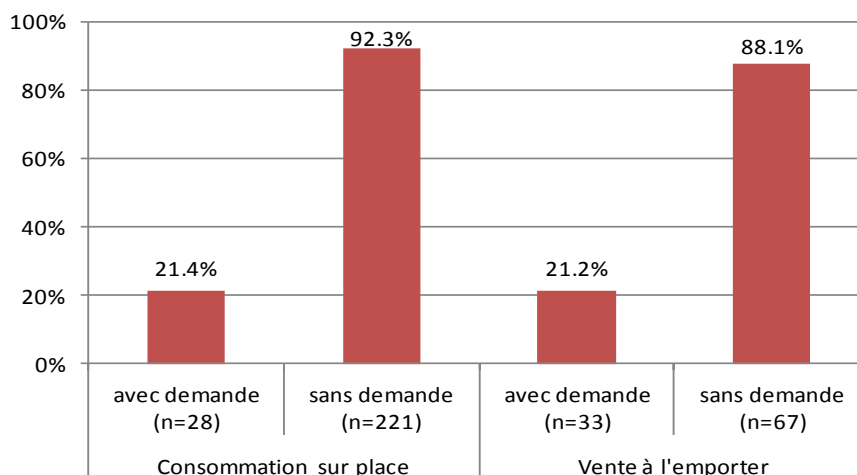
Dans le cas de la vente à l'emporter, aucun des changements enregistrés entre 2011 et 2013 ne peut être considéré comme significatif d'un point de vue statistique.

Demande de pièce d'identité et résultat de l'achat-test

Au total, une demande de pièce d'identité n'a été formulée que dans 61 tests, soit 17.5% des cas. Toutefois, cette dernière s'est vue formulée plus souvent par le personnel des établissements de vente à l'emporter (33.0%) que par celui des établissements avec consommation sur place (11.2%).

Dans les deux types de vente, on observe des différences statistiquement significatives entre demande et absence de demande de la carte d'identité et résultats des tests; les résultats étant quasiment identiques avec 22 refus de vente sur 28 achats-tests avec demande de pièce d'identité dans les bars, restaurants ou autres lieux de consommation sur place (78.6% de refus; *Figure 2*) et 26 refus sur 33 demandes de pièce d'identité dans les points de vente à l'emporter (78.8% de refus).

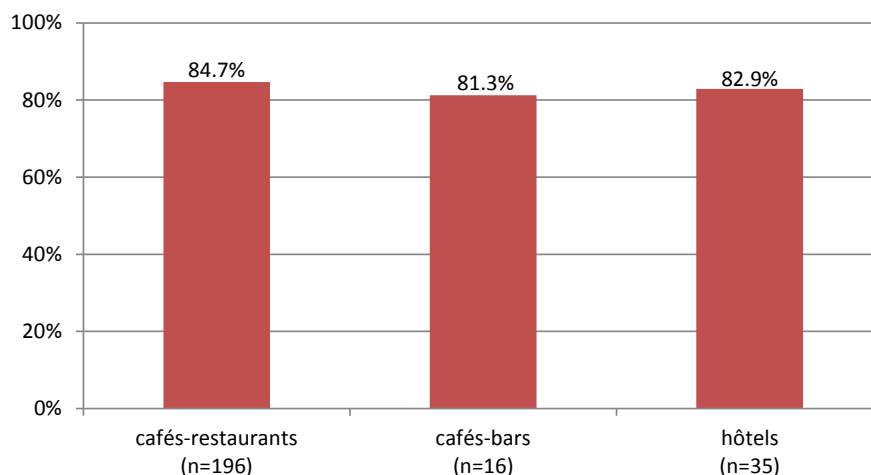
Figure 2. Acceptation de vente avec ou sans demande de pièce d'identité, par type de point de vente.



Acceptation de remise d'alcool selon la catégorie de points de vente

Dans la « restauration », le taux d'acceptation de vente d'alcool aux mineurs ne variait que très marginalement entre les différents types de débits de boissons considérés (Figure 3): plus de 8 achats-tests sur 10 ont abouti à la remise d'alcool aux jeunes client-e-s mystères pour les trois grandes catégories de points de vente (cafés-restaurants = 84.7% ; cafés-bars = 81.3% ; hôtels = 82.9%).³ Il est également intéressant de noter que les achats-tests ont été davantage refusés lorsqu'il y avait plus de clients dans les établissements au moment des visites que lors de faible affluence (90.0% de ventes lorsqu'il n'y avait pas de clients contre 66.7% lorsqu'il y en avait plus de 50).

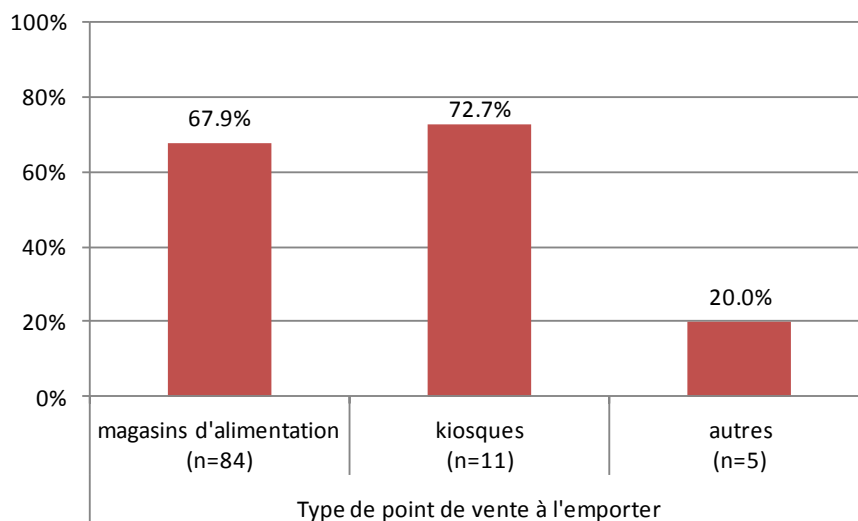
Figure 3. Acceptation de vente par catégorie de point de vente avec consommation « sur place ».



Bien que des différences apparaissent en termes de taux de remise d'alcool entre « magasins d'alimentation » (57 ventes sur 84 tentatives; 67.9%), « kiosques » (8 sur 11; 72.7%) et « autres points de vente à l'emporter » (1 sur 5; 20.0%), les différences observées entre catégories d'établissements ne se révèlent pas statistiquement significatives de par le fait qu'un nombre trop restreint d'achats-tests ont été menés dans les établissements de vente « à l'emporter » (n=100 ; Figure 4).

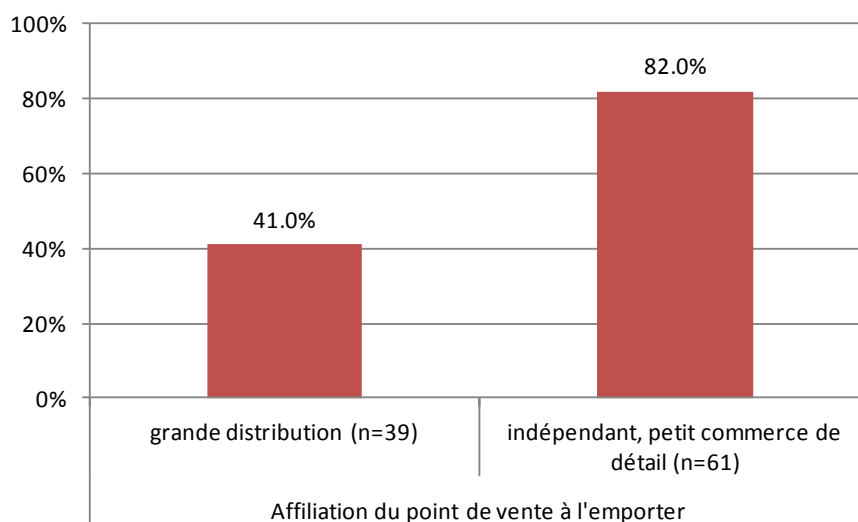
³ Le faible nombre de cas dans certaines catégories ne permet toutefois pas de comparaison statistique entre ces conditions.

Figure 4. Acceptation de vente par catégorie de point de vente à l'emporter.



En considérant la subdivision entre points de vente appartenant à la « grande distribution » et points de vente « indépendants, petits commerces de détail », une association statistiquement significative entre acceptation/refus de vente et catégorie de points de vente existait: le taux de remise d'alcool dans les magasins indépendants était significativement plus élevé (82.0%) que dans les établissements de la « grande distribution » (41.0%, Figure 5).

Figure 5. Acceptation de vente dans les points de vente à l'emporter affiliés à des enseignes de grande distribution et dans les enseignes indépendantes et les petits commerces de détail.



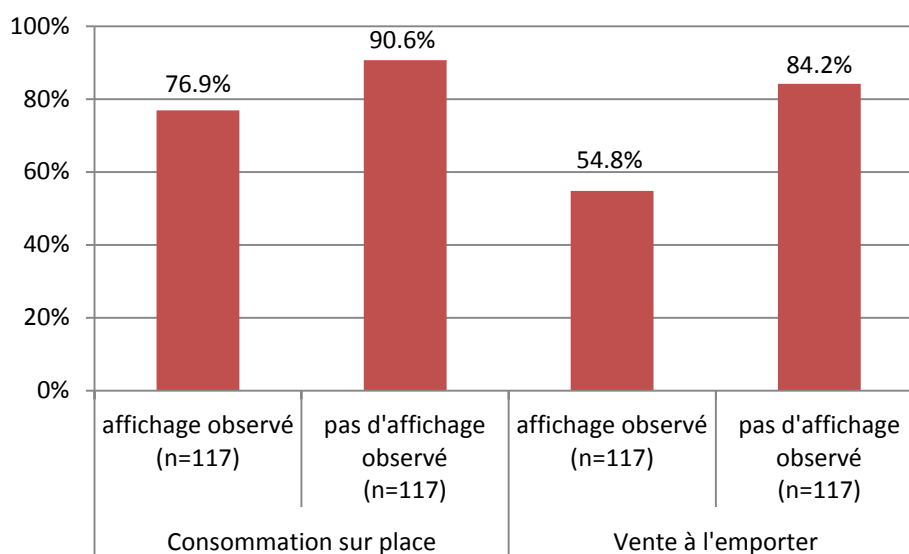
Degré de respect de la loi selon le type d'alcool demandé

En distinguant entre types d'alcool (fermenté ou distillé) demandés lors des tentatives d'achat, il est intéressant de souligner que dans les bars, cafés et restaurants, seule une différence marginale était enregistrée entre alcools fermentés et distillés (89.4% d'acceptation pour la bière, le vin, ou d'autres alcools fermentés, contre 81.4% pour les boissons distillées ou assimilées). Une différence plus marquée était observée dans la vente à l'emporter avec un refus de vente d'alcool plus fréquent pour les alcools distillés que pour les alcools fermentés: 51.1% contre 20.0%. Cette divergence de taux de refus entre alcool fermenté et distillé dans la vente à l'emporter est significative d'un point de vue statistique. Pour rappel, alors que des alcools fermentés étaient demandés dans la grande majorité des achats-tests fait par les client-e-s mystères de moins de 16 ans (et en aucun cas demandé par les plus de 16 ans), les tentatives d'achats d'alcools distillés concernaient en grande majorité les client-e-s mystères de 16 ou 17 ans (seulement approximativement un tiers des tentatives d'achats d'alcools distillés était l'œuvre de client-e-s mystères de moins de 16 ans).

Affichage des dispositions légales

Dans un peu plus de la moitié des établissements visités (51.9%), un affichage relatif à l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs a pu être identifié. Cette proportion variait légèrement entre « vente à l'emporter » (62.0%) et établissements avec consommation « sur place » (47.8%). L'observation ou l'absence d'observation d'affichage lié aux clauses relatives à l'âge pour la remise d'alcool étaient en outre associées significativement à l'acceptation ou au refus de la vente dans les cafés, bars et restaurants visités puisqu'en présence d'affichage la vente était acceptée dans 76.9% des cas, contre dans 90.6% des cas en l'absence d'affichage (Figure 6). Un lien significatif entre présence d'affichage et résultat des achats-tests existait également pour les établissements de vente à l'emporter: 54.8% de vente dans les points de vente avec affichage des dispositions légales contre 84.2% dans les points de vente sans affichage.

Figure 6. Acceptation de vente dans les établissements avec ou sans observation d'affichage des dispositions légales.



Résultats des achats-tests menés lors de manifestations en 2013

Les résultats liés aux achats-tests effectués lors de manifestations «temporaires» sont présentés à titre informatif, la manière de sélectionner les points de vente testés ne pouvant assurer la représentativité des résultats pour l'ensemble des débits de boissons soumis à autorisation temporaire dans le canton.

Au total, sur les 57 tentatives d'achats-tests, 53 se sont soldées par une remise d'alcool (93.0%). Parmi les quatre achats-tests pour lesquels un refus de vente a été enregistré, deux ont fait l'objet d'une demande formelle de présentation d'une pièce d'identité, les deux autres d'une simple demande «informelle» de l'âge des jeunes. Deux des quatre refus concernaient des garçons et trois des jeunes de plus de 16 ans (demande d'une boisson distillée; le quatrième refus enregistré lors d'une manifestation concernait un «moins de 16 ans» ayant tenté d'acheter une boisson fermentée).

Pour préciser, sur les 57 tentatives d'achat réalisées dans des points de vente soumis à autorisation temporaire, 24 achats-tests ont été menés dans le cadre de manifestations dites «festives», 20 lors de manifestations qualifiées de «culturelles» et 13 lors de manifestations «sportives». Dans la plupart de cas il s'agissait de manifestations d'envergure locale (15 tests lors de manifestations villageoises, 32 lors de manifestations régionales et 10 lors de manifestations d'ordre cantonal ou national). Finalement, ces achats-tests ont été faits par des filles et des garçons entre 14 et 17 ans et dans 29 cas la demande d'alcool concernait une boisson de type fermenté (27 tests avec demande de boissons de type distillé).

Conclusions

Avec près de huit commerces sur dix acceptant le service ou la vente d'alcool à nos client-e-s mystères mineurs (de moins de 16/18 ans) les résultats de cette étude soulignent qu'en 2013, la loi interdisant la vente d'alcool en dessous d'un certain âge n'était toujours que très rarement respectée dans le canton de Vaud. Aussi, bien que significative d'un point de vue statistique, la baisse du taux global d'acceptation de vente observée entre 2011 et 2013 – 6.4 points de pourcent, tous types de commerces confondus – paraît au final peu satisfaisante, le niveau d'acceptation demeurant élevé alors que la marge d'amélioration était grande.

Avec un taux de refus de 34.0%, les résultats des achats-tests menés dans la vente «à l'emporter» sont légèrement plus encourageants. Toutefois, quand bien même les cafés, restaurants et bars du canton ont à l'heure actuelle un taux d'acceptation de vente plus élevé (84.4%, contre 66.0% dans la vente «à l'emporter»), c'est bien à l'évolution «positive» de la situation enregistrée spécifiquement dans ces points de vente (-9.5 points de pourcent; diminution significative) que tient l'amélioration globale enregistrée depuis 2011.

Face à un bilan global peu satisfaisant, quelques résultats permettent d'en savoir plus sur les facteurs associés au refus ou à l'acceptation de remise d'alcool lors de ces achats-tests. Premièrement, concernant le profil des acheteurs, alors que le taux de refus de vente pour les filles (9.9%) est plus bas que pour les garçons (30.2%) les résultats des achats-tests ne semblent pas avoir été influencés par l'âge des jeunes (moins de 16 ans ou plus de 16 ans). Ce constat est probablement associé au fait que les acheteurs-tests de plus de 16 ans tentaient uniquement d'acheter des alcools distillés, alors que les moins de 16 ans demandaient en majorité des boissons fermentées.

Certaines caractéristiques liées aux points de vente paraissent également jouer un rôle dans l'issue des achats-tests. On observe par exemple que les points de vente «à l'emporter» indépendants avaient un taux de remise d'alcool sensiblement plus élevé que les enseignes affiliées à la grande distribution. Cette observation suggère l'effet positif des procédés de contrôle de l'âge et/ou de la formation du personnel de vente dans la grande distribution.

Une différence relativement importante était également observée entre points de vente «à l'emporter» et «cafés, restaurants et bars» concernant la demande de justificatifs d'âge. Avec une demande de pièce d'identité formulée dans près d'un tiers des tests en magasins ou en kiosques, contre seulement 11.2% des tests menés dans les cafés et restaurants, la vente à l'emporter fait à nouveau meilleure figure alors que les taux de refus après demande de justificatif d'âge avoisinaient dans les deux cas les 80%⁴. Ainsi, outre la nécessité de mettre l'accent sur l'importance d'une demande systématique de justificatif d'âge en cas de doute sur le fait que le ou la client-e ait atteint l'âge légal en question, il apparaît clairement qu'une telle demande est un élément clé dans la perspective d'une systématisation des refus de vente d'alcool aux mineurs.

Finalement, alors qu'un affichage relatif à l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs de moins de 16/18 ans n'a été identifié que dans deux tiers des points de vente visités, une association entre acceptation/refus de vente et présence/absence de tels affichages était enregistrée dans la vente à l'emporter (plus d'acceptation dans les points de vente sans affichage). Outre le fait qu'ils soulignent l'importance potentielle d'un tel affichage par exemple pour justifier un refus de vente, ces résultats suggèrent qu'un effort pour améliorer la visibilité de tels affichages dans l'ensemble des points de vente du canton est nécessaire et pourrait s'avérer positif.

⁴ Bien que relativement satisfaisant, ce chiffre ne l'est pas totalement puisqu'un contrôle inflexible de l'âge lors de la présentation d'une pièce d'identité devrait permettre un refus étayé dans 100% des cas.