

04.11.2025 - 09:00 Uhr

Protection de la jeunesse et vente d'alcool : une nouvelle étude identifie les mesures qui font la différence



Lausanne (ots) -

En Suisse, un quart des achats tests d'alcool dans les magasins, la restauration et les événements aboutissent encore à une vente illégale à un jeune. Le taux de conformité varie toutefois sensiblement entre les types de points de vente testés. Une nouvelle [étude d'Addiction Suisse](#) met en évidence les méthodes mises en place par des enseignes qui obtiennent les meilleurs résultats: formations régulières, achats tests internes, procédures systématiques, aides techniques et âge minimum fixé en interne à 18 ans pour tous les produits alcooliques. Les associations professionnelles et les cantons ont également des atouts en main avec l'harmonisation des pratiques d'une part et des achats tests réguliers d'autre part.

En 2024, lors des plus de 10 500 achats tests d'alcool mandatés ou réalisés par la Confédération, des cantons, des communes, des institutions et des entreprises privées, dont des enseignes de la grande distribution, des boissons alcooliques ont été vendus illégalement à des jeunes dans 25.2% des cas. Des différences considérables apparaissent entre les types de points de vente.

Des procédures systématiques et dispositifs techniques

Les meilleurs résultats sont obtenus depuis quelques années par des stations-service et des chaînes de magasins. La nouvelle étude d'Addiction Suisse réalisée sur mandat de l'Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières s'est intéressée aux facteurs qui leur permettent de se démarquer:

1. **Les formations** sur la protection de la jeunesse ne sont pas seulement effectuées à l'embauche, mais aussi à **intervalles réguliers** pour que les consignes restent bien ancrées et que les personnes nouvellement engagées soient elles aussi dûment préparées.
2. Les enseignes qui obtiennent les meilleurs résultats procèdent régulièrement à des **achats tests internes** afin de sensibiliser le personnel et de mettre en évidence les lacunes. En cas de ventes illégales répétées, des sanctions peuvent être prononcées par l'entreprise.
3. Les **procédures systématiques** constituent une autre caractéristique. Les politiques internes sont bien structurées : managers et responsables régionaux assurent la transmission effective des consignes, l'intégration et la formation systématique du personnel ainsi que l'ajustement régulier des pratiques à partir des retours d'expérience après les achats tests.
4. Autre élément important, en particulier dans les situations d'affluence, l'adoption de **dispositifs techniques**. Cela va des scanners de pièces d'identité (comme [l'application ID Scan](#)) et du blocage automatique lors du

passage en caisse (avec invitation à vérifier l'âge) aux outils biométriques qui permettent d'estimer l'âge de façon fiable et qui indiquent au personnel de procéder à un contrôle d'identité.

5. Enfin, un **seuil d'âge unique** pour toutes les boissons alcooliques facilite le contrôle au personnel. La plupart des enseignes qui ont participé à l'étude vendent de l'alcool uniquement aux personnes âgées de **18 ans** au minimum, l'harmonisation de la limite d'âge rendant caduque la distinction complexe entre les différents produits. Par ailleurs, les directives internes exigent souvent un contrôle d'identité pour toutes les personnes qui paraissent avoir moins de 25 ans, comme c'est déjà le cas dans de nombreuses entreprises en [Angleterre](#) avec le "challenge 25".

Ces mesures sont des réponses efficaces aux difficultés auxquelles le personnel de vente est confronté en matière de protection de la jeunesse dans le cadre de son travail quotidien, difficultés déjà décrites par Addiction Suisse dans une [étude précédente](#).

Le rôle central des associations sectorielles et des cantons

Le taux de ventes non conformes ne diminuera que si le mandat légal est pris au sérieux par l'entreprise et si le personnel est soutenu. Mais bon nombre de petits points de vente et d'établissements de restauration ne disposent pas des ressources nécessaires pour mettre en place toutes ces mesures. Dans ce cas, les associations professionnelles peuvent jouer un rôle déterminant pour la protection de la jeunesse. Les associations peuvent soutenir ses membres en organisant des achats-tests internes, en élaborant des standards collectifs, en coordonnant et en harmonisant les pratiques, en proposant des formations (ou en faisant connaître celle de la plateforme age-check.ch) et en procédant à des commandes groupées de dispositifs techniques pour bénéficier d'un prix préférentiel.

Certaines personnes interrogées ont par ailleurs estimé qu'une sensibilisation de la clientèle quant à la légitimité des contrôles d'âge constituerait un précieux soutien pour les équipes de vente en facilitant leur travail. Une communication collective sur la présentation automatique d'une pièce d'identité dès lors qu'une personne paraît avoir moins de 25 ans serait utile.

Les cantons ont eux aussi un rôle important à jouer : ils devraient réaliser régulièrement des achats tests sur l'ensemble de leur territoire pour maintenir la vigilance des points de vente et faire respecter la loi.

Rapport d'étude à télécharger: [Respect de l'interdiction de vente d'alcool aux mineur·e·s dans la grande distribution en Suisse. Enquête qualitative sur les mesures mises en place et les enseignements tirés.](#)

Les achats tests en bref

La vente et la remise d'alcool sont interdites aux moins de 16 ans en Suisse pour les boissons fermentées (p. ex. bière, vin) et aux moins de 18 ans pour les boissons distillées (p. ex. spiritueux, liqueurs). Le Tessin a fixé la limite d'âge à 18 ans pour toutes les boissons alcooliques. Dans le cadre des achats tests, des jeunes qui n'ont pas encore atteint l'âge minimal fixé par la loi tentent d'acheter des boissons alcooliques. Si le personnel de vente ou de service leur demande leur âge, les jeunes personnes qui effectuent l'achat sont tenues de dire la vérité et, sur demande, de présenter une pièce d'identité. Si elles n'obtiennent pas la boisson souhaitée, elles ne doivent pas insister. Si la vente est réalisée, elles doivent remettre les boissons à l'adulte qui les accompagne discrètement. Les responsables du point de vente sont informé·e·s du résultat de l'achat test et invité·e·s, le cas échéant, à désormais appliquer l'interdiction de vendre de l'alcool aux jeunes.

Contact:

Addiction Suisse
Markus Meury, porte-parole
mmeury@addictionsuisse.ch
021 321 29 63

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000980/100936350> abgerufen werden.