

Vente d'alcool aux moins de 18 ans

Vente d'alcool aux moins de 18 ans



Janvier 2006

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



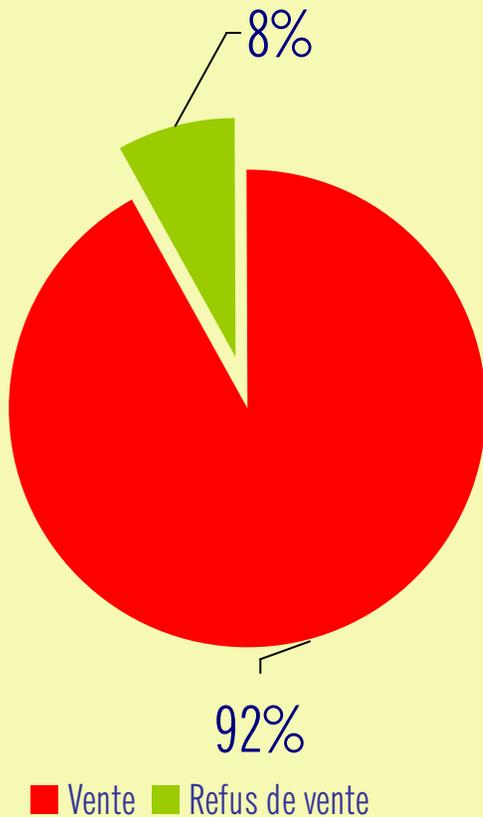
Objectifs

- L'objectif de cette étude est d'évaluer le respect de la législation en matière de vente d'alcool (bière et alcopops) aux moins de 18 ans et de mesurer la possibilité de vendre de la bière aux mineurs.
- Cette étude doit permettre aux décideurs politiques de disposer d'informations en matière de respect de la législation et de vente de boissons alcoolisées aux moins de 18 ans.
- Que dit la loi ?
 - La loi du 28/12/1983 (modifiée par la loi du 17/05/2004 entrée en vigueur le 1/01/2004) dans son article 13 prévoit l'interdiction de vendre et d'offrir, même à titre gratuit, à des mineurs (moins de 18 ans), des boissons spiritueuses à emporter.
 - Les limonades avec alcool (alcopops, pré-mix - limonades mélangées avec de l'alcool - contiennent souvent entre 5 et 7 % de vol) sont visées par cette interdiction.
 - Les bières (boissons fermentées) et le vin de moins de 22% vol. n'entrent pas dans le champ d'application de la loi de 1983, vu que ces boissons ne sont pas des boissons spiritueuses.

Méthodologie

- Mystery shopping réalisé par des jeunes acheteurs (de 12 à 14 ans) auprès des points de vente de bières et d'alcopops:
 - 153 points de vente ont été visités entre le 4 et le 14 janvier 2006 par de jeunes acheteurs sous la supervision d'un chercheur du CRIOC.
 - Echantillon aléatoire à degrés. Les communes ont été sélectionnées en fonction de la répartition des points de vente et de la population en veillant à une répartition équilibrée des différents types de points de vente.
 - Les résultats ont fait l'objet d'un traitement statistique adéquat
 - La marge d'erreur totale sur l'échantillon est de 7 %
- Les jeunes acheteurs proposaient deux scénarios :
 - Scénario 1 : Achat d'une bière et d'un alcopop
 - Scénario 2 : En cas de refus, tester l'argumentaire "C'est pour les parents"

La vente de bière

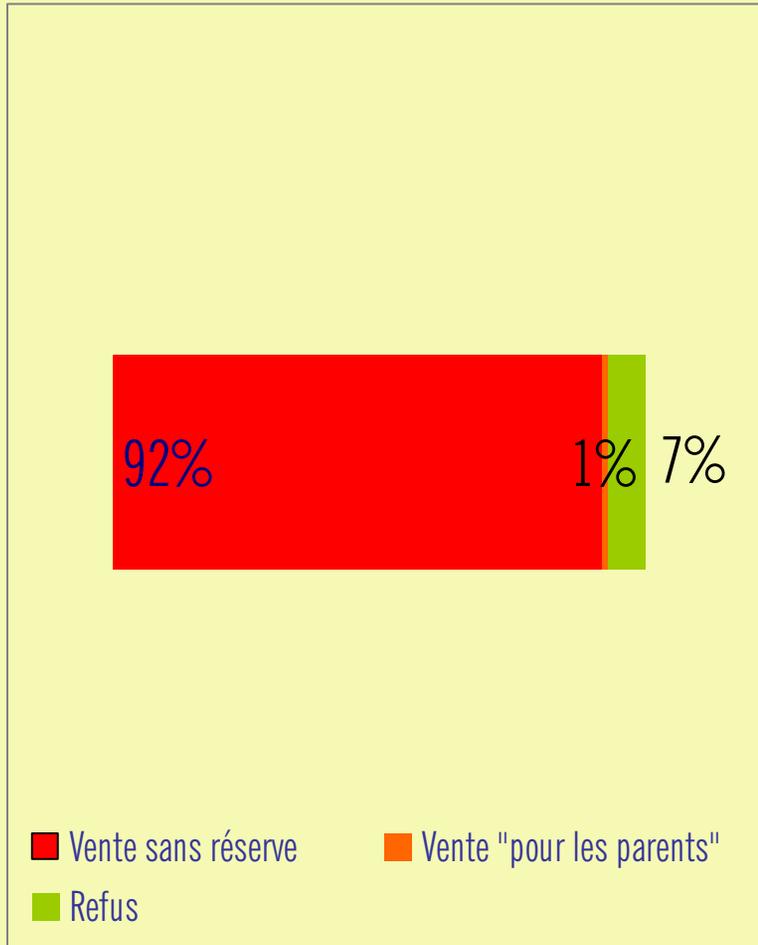


- Achat d'une bière
- Vente spontanée

- 92% des points de vente visités acceptent sans réserve de répondre à la demande du jeune acheteur et de vendre de la bière.
- Or cette interdiction n'est pas légale mais sans doute confondue avec l'interdiction de vente d'alcool pour 8 points de vente sur 100.

Base : Commerces vendant de la bière

La vente de bière

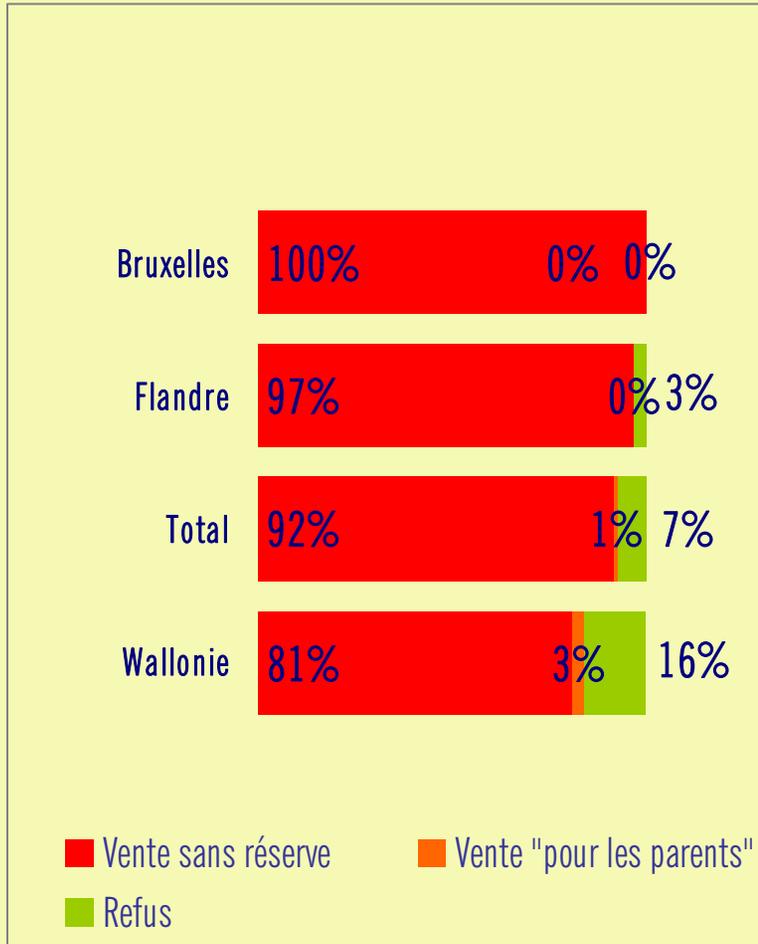


- Achat d'une bière
- Vente spontanée

- En cas de refus, l'argument «Pour les parents » est accepté par 1 point de vente sur 100. De ce fait, le nombre de commerces qui acceptent de vendre augmente légèrement et passe à 93%.

Base : Commerces vendant de la bière

La vente de bière



- Achat d'une bière
- Différences par type de points de vente

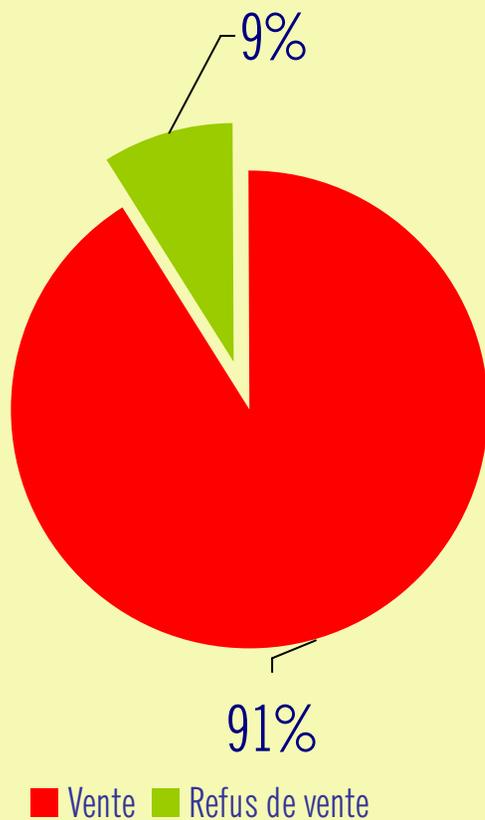
- La vente de bière aux moins de 18 ans est plus fréquente à Bruxelles et en Flandre (plus de 9 fois sur 10, un jeune peut se procurer de la bière) qu'en Wallonie (8 fois sur 10).
- En Wallonie, les vendeurs acceptent un peu plus souvent de vendre de la bière à un jeune quand celui-ci déclare que c'est pour ses parents.

Base : Commerces vendant de la bière

Le refus de vendre de la bière

- Le seul argument (erroné) entendu concerne le respect de la législation qui interdirait de vendre de la bière aux moins de 18 ans.

La vente d'alcopops

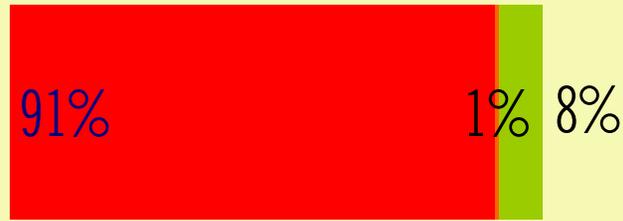


- Achat d'un alcopops
- Vente spontanée

- 91% des points de vente visités acceptent sans réserve de répondre à la demande du jeune acheteur et de vendre un alcopops
- Moins d'un point de vente sur dix respecte la législation.

Base : Commerces vendant des alcopops

La vente d'alcopops



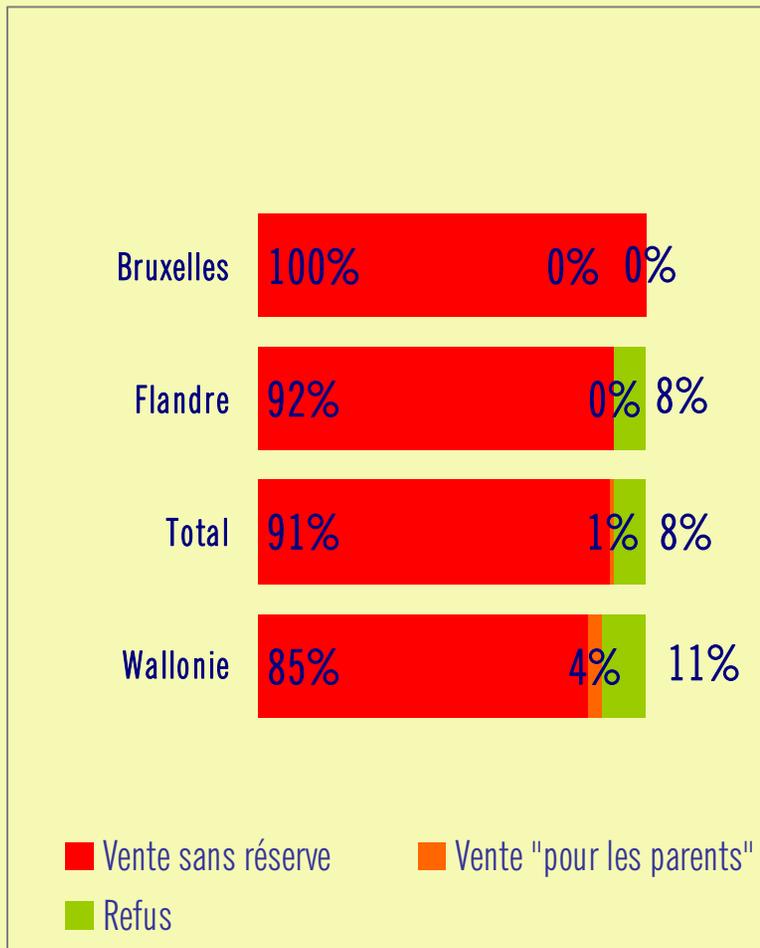
■ Vente sans réserve ■ Vente "pour les parents"
■ Refus

- Achat d'un alcopops
- Vente spontanée

- En cas de refus, l'argument «Pour les parents » est accepté par 1 point de vente sur 100. De ce fait, le nombre de points de vente qui acceptent de vendre, augmente légèrement (dans la même proportion que la vente de bière) et passe à 92%.

Base : Commerces vendant des alcopops

La vente d'alcopops



- Achat d'un alcopops
- Différences par type de points de vente

- La vente d'alcopops aux moins de 18 ans est plus fréquente à Bruxelles et en Flandre (plus de 9 fois sur 10 un jeune peut se procurer des alcopops) qu'en Wallonie (8 fois sur 10).
- En Wallonie, les vendeurs acceptent un peu plus volontiers de vendre un alcopops à un jeune quand celui-ci déclare que c'est pour ses parents.

Base : Commerces vendant des alcopops

La vente d'alcopops

- L'enquête a montré que quand un point de vente refuse de vendre de la bière, il refuse aussi de vendre un alcopops et réciproquement. Ce qui démontre à loisir la méconnaissance de la législation et une absence de respect de celle-ci.
- Ainsi, dans un hypermarché, le caissier, étudiant, appelle la caisse centrale qui signale que c'est interdit et refuse en bloc, bière, alcopops et tabac. Au même moment, à une caisse voisine, la caissière autorise l'achat de bière et d'alcopops.

Des comportements inattendus

- Certains points de vente adoptent des comportements inattendus :
 - La vente malgré un sérieux doute
 - Le gérant demande au jeune enquêteur à qui l'achat est destiné. Celui-ci répond « pour son père ». Le gérant sourit et regarde l'enquêteur d'un air dubitatif, manifeste son doute et remet tabac, alco pops et bière au client (Epicerie, Waterloo).
 - Un système d'interdiction sélectif
 - Le magasin comporte des caisses classiques et teste le système de « scan automatique ». Au moment de l'achat de cigarettes, l'appareil se bloque et la responsable demande à l'enquêteur quel est son âge. L'achat de cigarettes est interdit aux moins de 16 ans. Pas de contrôle pour la bière ou les alco pops (Hypermarché, Evere).
 - La possibilité de se procurer des alco pops malgré une interdiction
 - Sur la porte d'entrée, un autocollant annonce que la vente d'alcool est interdite aux moins de 18 ans. A la caisse, les enquêteurs paient sans difficulté leurs achats d'alco pops.

Des comportements inattendus

- Certains points de vente adoptent des comportements inattendus :
 - La présence d'alcopops, de limonades et jus de fruits dans le même rayon
 - Dans un supermarché, limonades, jus de fruits et alcopops se retrouvent au sein du même rayon, et ce contrairement au code de bonnes conduites signé par les distributeurs.

Conclusions

- Manifestement la législation en matière de vente de bière et d'alcool est d'une part, méconnue, et d'autre part, n'est pas respectée.
 - Méconnue : Cette législation d'origine fiscale crée sans doute une confusion dans le chef des vendeurs qui interdisent la vente de bière. En outre, autoriser la vente conduit à vendre des bières à teneur en alcool plus élevée que certains alcopops !
 - Non respectée : Aujourd'hui, l'enquête démontre à loisir que n'importe quel jeune de 12 ans peut se procurer des boissons alcoolisées. D'autant que les vendeurs qui acceptent de vendre, sont parfois (voire souvent) conscients des conséquences de l'alcool sur les jeunes.
- A cette déresponsabilisation s'ajoute aussi l'absence de prise de conscience, du cynisme ou de la connivence avec le jeune.
- Que penser des points de vente qui affichent un autocollant d'interdiction qu'ils ne respectent pas ? Sans doute, ces vendeurs argumenteront-ils qu'ils ne peuvent pas vérifier chaque carte d'identité d'un mineur ! A cela, il convient de répondre que la loi doit être respectée par tous et que, s'ils ne savent pas la (faire) respecter, ils doivent s'abstenir de l'enfreindre et de vendre ces produits.

Recommandations

- Bien sûr consommer de l'alcool ne conduit pas nécessairement à sombrer dans l'alcoolisme. Toutefois, les études récentes montrent que le jeune n'est pas conscient des dangers liés à l'alcool et que l'alcool est une drogue (sociale?). Ces constats des pouvoirs publics et des acteurs de la santé ne sont malheureusement que trop peu partagés par les vendeurs.
- Ignorer ou refuser d'appliquer la législation n'est guère de nature à rassurer parents et éducateurs et revient parfois à faire preuve d'hypocrisie et de pur cynisme. C'est pourquoi, il est nécessaire non seulement d'encourager les comportements positifs des vendeurs responsables et les appels au civisme mais aussi de renforcer les amendes en cas de non-respect de la législation.
- Sur le plan réglementaire, force est de constater, une fois de plus, que l'autorégulation ne fonctionne pas ! C'est pourquoi, il est nécessaire d'harmoniser la réglementation en matière de vente de boissons alcoolisées et d'interdire tout type de vente (en débit et en magasins) de tout type de boissons alcoolisées (en ce compris les bières et les vins) de manière identique.
- ~~Parler de responsabilité sociétale des entreprises exige aussi que des actions concrètes et transparentes soient prises sur le terrain !~~

Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Fondation d'utilité publique
Boulevard Paepsem - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2006
Réf. Catalogue — 334-06

D 2006-2492-1
©CRIOC

Prix : 16 €

Reproduction autorisée à des fins non commerciales moyennant mention des sources