



ADDICTION | SUISSE

Lausanne, juin 2021

Rapport de recherche N°133

Achats-tests d'alcool en 2020

Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs

Luca Notari
Nora Balsiger
Sophie Masseroni
Hervé Kuendig

Ce projet de recherche a été financé par l'Administration fédérale des douanes

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE

Impressum

Compléments d'information:	Luca Notari, tél. ++41 (0)21 321 29 55, Inotari@addictionsuisse.ch
Réalisation:	Luca Notari, Nora Balsiger, Sophie Masseroni & Hervé Kuendig
Diffusion:	Addiction Suisse, 1003 Lausanne, tél. ++41 (0)21 321 29 46, fax ++41 (0)21 321 29 40
Graphisme/mise en page:	Addiction Suisse
Copyright:	© Addiction Suisse Lausanne 2021
ISBN:	978-2-88183-273-4
Citation recommandée:	Notari L., Balsiger N., Masseroni S., Kuendig H. (2021). Achats-tests d'alcool en 2020. Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs. Addiction Suisse, Lausanne, Suisse.

Table des matières

Table des matières	I
Liste des tableaux	III
Liste des graphiques.....	IV
Avant-propos.....	7
Remerciements.....	8
Résumé	9
1 Introduction.....	12
1.1 Objectifs	12
1.2 Contexte des achats-tests.....	12
2 Méthode.....	16
2.1 Méthode et recensement des achats-tests 2020	16
2.2 Provenance des données.....	16
2.3 Variables	18
2.4 Données manquantes.....	18
3 Les achats-tests 2020.....	20
3.1 Recensement et description des achats-tests 2020.....	20
3.2 Vente et mesures de contrôle (analyses bivariées)	29
3.2.1 Caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests.....	29
3.2.2 Caractéristiques des achats-tests.....	31
3.2.3 Facteurs contextuels.....	35
3.2.4 Facteurs régionaux	37
3.3 Analyses multivariées	38
3.3.1 Caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests.....	39
3.3.2 Caractéristiques des achats-tests.....	41
3.3.3 Facteurs territoriaux.....	43

3.4	Analyse de l'écart entre le taux de contrôle et le taux de vente	44
4	Comparaisons temporelles entre 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020	45
4.1	Indicateurs de vente d'alcool	46
4.2	Description des achats-tests depuis 2015	46
4.3	Analyse multivariée de l'évolution temporelle	48
5	Conclusion.....	53
6	Bibliographie	56
ANNEXE 1:	Variables	58
	Indicateurs de vente d'alcool	58
	Caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests.....	58
	Caractéristiques des achats-tests	59
	Facteurs contextuels.....	59
	Facteurs régionaux	60
ANNEXE 2:	Tableaux	62

Liste des tableaux

Tableau 2.1	Provenance des données et réalisation des achats-tests.....	17
Tableau 4.1	Indicateurs de vente d'alcool selon les années.....	46
Tableau 4.2	Variations de la vente d'alcool et du contrôle de l'âge en 2020 comparé à 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019- rapports de chances non-ajustés et ajustés	49
Tableau 4.3	Variations de la vente d'alcool et du contrôle de l'âge entre 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020, rapports de chances ajustés	50
Tableau 6.1	Taux de vente et type de contrôle en 2020.....	62
Tableau 6.2	Taux de vente et de contrôle par nombre d'acheteurs-tests, genre et âge, en 2020, 2019, 2018 et 2017	63
Tableau 6.3	Taux de vente et de contrôle par groupe d'acheteurs-tests et type de point de vente, en 2020, 2019, 2018 et 2017	64
Tableau 6.4	Taux de vente et de contrôle par type de boisson, jour de la semaine et moment de la journée, en 2020, 2019, 2018 et 2017	65
Tableau 6.5	Taux de vente et de contrôle par mois, en 2020, 2019, 2018 et 2017	66
Tableau 6.6	Taux de vente et de contrôle par sélection du point de vente et annonce des achats-tests, en en 2020, 2019, 2018 et 2017.....	67
Tableau 6.7	Taux de vente et de contrôle par achats-tests effectués l'année précédente et vague d'achats-tests, en 2020, 2019, 2018 et 2017	68
Tableau 6.8	Taux de vente et de contrôle par région linguistique et type de commune, en 2020, 2019, 2018 et 2017	69
Tableau 6.9	Taux de vente et de contrôle par grand région, en 2020, 2019, 2018 et 2017.....	70
Tableau 6.10	Taux de vente et de contrôle par canton, en 2020, 2019, 2018 et 2017	71

Liste des graphiques

Figure 2.1	Données manquantes (N=6'534)	19
Figure 3.1	Taux de vente d'alcool et contrôle de l'âge ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	20
Figure 3.2	Type de contrôle de l'âge ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	21
Figure 3.3	Caractéristiques sociodémographiques ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	22
Figure 3.4	Caractéristiques des achats-tests (Partie 1); recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	23
Figure 3.5	Caractéristiques des achats-tests (Partie 2); recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	24
Figure 3.6	Caractéristiques régionales (Partie 1) ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	25
Figure 3.7	Caractéristiques régionales (Partie 2) ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	26
Figure 3.8	Caractéristiques contextuelles ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)	27
Figure 3.9	Taux de vente d'alcool et de contrôle (%) selon le genre et le nombre d'acheteurs ...	29
Figure 3.10	Taux de vente d'alcool et de contrôle l'âge (%) selon l'âge et le nombre d'acheteurs	30
Figure 3.11	Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le type de point de vente	31
Figure 3.12	Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le type d'alcool et le moment de la journée	32
Figure 3.13	Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le jour de la semaine	33
Figure 3.14	Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le mois	34
Figure 3.15	Taux de vente d'alcool et de contrôle selon la méthode de sélection et l'annonce préalable des achats-tests	35
Figure 3.16	Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le fait d'avoir testé les points de vente l'année précédente et la vague d'achats-tests	36
Figure 3.17	Taux de vente d'alcool et de contrôle par type de commune	37
Figure 3.18	Vente d'alcool et contrôle selon le genre et le nombre d'acheteurs, taux ajustés et non ajustés	39

Figure 3.19	Vente d'alcool et contrôle selon l'âge et le nombre d'acheteurs, taux ajustés et non ajustés	40
Figure 3.20	Vente d'alcool et contrôle selon le type de point de vente, taux ajustés et non ajustés	41
Figure 3.21	Vente d'alcool et contrôle selon le jour de la semaine, taux ajustés et non ajustés	42
Figure 3.22	Vente d'alcool et contrôle selon la région linguistique et le type de commune, taux ajustés et non ajustés.....	43
Figure 4.1	Taux de contrôle de l'âge non ajusté et ajusté pour la période 2015-2020	51
Figure 4.2	Taux de vente non ajusté et ajusté pour la période 2015-2020.....	52

Avant-propos

Le présent rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs en 2020 s'inscrit dans la continuité des précédents rapports sur les achats-tests en 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019. Les objectifs du présent rapport restent les mêmes que pour les rapports nationaux précédents, à savoir d'une part, le recensement des achats-tests en vue de leur documentation et, d'autre part, la mise en évidence des facteurs – de risque ou de protection – qui peuvent expliquer les pratiques de vente illégale d'alcool. Ces objectifs seront traités séparément pour l'année 2020 et, dans un second temps, dans une perspective de comparaison temporelle sur la période 2015 à 2020.

A noter que les précédents rapports ont permis de montrer que ce sont davantage les interactions sociales et le contexte propre à chaque achats-test qui sont déterminants, ceci principalement au niveau de l'âge des acheteurs-tests et du type de point de vente. Ainsi, il est nécessaire de garder en tête que les variations observées, par exemple entre certains cantons, s'expliquent avant tout par le contexte des interactions entre acheteur et vendeur au moment de l'achat-test.

Les rapports sur les achats-tests recensés pour 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019 ont démontré une diminution progressive de vente d'alcool, notamment accélérée depuis 2017. En particulier, les chiffres ont mis en évidence que cette diminution était consistante et indépendante des variations de l'échantillon d'achats-tests analysés. Ainsi, le présent rapport aurait dû permettre d'ajouter un point de mesure supplémentaire à cette analyse temporelle en permettant de consolider les observations faites en 2019. Malheureusement, l'année 2020 ayant été une année exceptionnelle – en raison de la pandémie de Covid-19 et des mesures sanitaires qui en ont résulté (le semi-confinement, le port du masque, etc.) - les résultats obtenus pourront difficilement être considérés comme un point de mesure représentatif pouvant être considéré pour confirmer ou infirmer les progrès constatés précédemment.

Finalement, comme pour les précédents rapports, nous mettrons un accent particulier sur l'approche analytique. Ceci va nous permettre de considérer les résultats des achats-tests menés en 2020 en réduisant au maximum l'influence des facteurs associés ou confondants, soit des éléments méthodologiques ou contextuels ayant un effet potentiel important sur les résultats des achats-tests à travers le temps (p.ex. choix méthodologiques et empiriques des organisations qui ont mandaté ou effectué les différents achats-tests). Certaines variations peuvent en effet être le produit de choix méthodologiques spécifiques (p.ex. modèle d'échantillonnage, protocole d'achats-tests, type de magasin, âge des acheteurs-tests), tandis que, à l'inverse, des taux stables peuvent être le produit de ces mêmes choix et cacher dans la réalité des changements dans l'attitude à la vente et au contrôle.

Remerciements

Ce rapport a vu le jour grâce à l'engagement de nombreux acteurs impliqués dans la protection de la jeunesse. Nous leur adressons notre vive reconnaissance pour leur soutien et leur contribution.

Nos remerciements vont également à la Division alcool et tabac de l'Administration fédérale des douanes, mandante du projet, notamment Cecilia Ben Salah Paschoud pour les multiples et fructueux échanges en lien avec la cause des achats-tests. Nous remercions également toutes les organisations, publiques ou privées, et toutes les personnes qui ont mis à disposition les données et les renseignements à la base de ce rapport :

Akzent Prävention und Suchttherapie, Lucerne, Felix Wahrenberger

Communes de Hünenberg, Urs Felix

Coop, Siège principal, Bâle, Bianca Carlucci

Croix-Bleue romande, Chavannes-près-Renens, Astrid Engeström

Croix-Bleue Suisse, Berne, Simon Weiss

Denner AG, Zurich, Thomas Kaderli

Fachstelle für Gesundheitsförderung, Prävention und Suchtberatung, Schaffhausen, Sandra Walter

Gesundheitsamt Graubünden, Coire, Antonia Bundi

Gesundheitsdepartement des Kantons Basel-Stadt, Bâle, Antonio De Feo

Sicherheitsdirektion Baselland, Liestal, Raffael Kubalek

Stiftung Suchthilfe, St-Galle, Jonas Traber

Suchthilfe Ost, Olten, David Büchel

Valora AG, Zurich, Martin Zehnder

Ville de Thun, Stephan Anderegg

Nous exprimons enfin notre gratitude à toutes les personnes qui ne sont nommées ici, en particulier celles qui ont réalisé les achats-tests sur le terrain, et qui ont contribué, à un moment ou à un autre, à la réussite de ce projet.

Résumé

Objectifs du rapport

Le présent rapport se fixe **deux objectifs**. Le premier est de **décrire pour l'année 2020 la pratique des achats-tests** à l'échelle du pays, et d'en documenter la portée et les caractéristiques. Le deuxième est de **mettre en évidence les facteurs qui influencent la pratique de vente**, afin d'identifier les situations à risque en matière de vente illégale d'alcool.

Description des achats-tests

En 2020, **6'040 achats-tests** ont été recensés. Le nombre d'achats-tests d'alcool effectués par les institutions a été considérablement réduit, notamment dû aux difficultés engendrées par la pandémie de Covid-19. Cette perte d'achats-tests a été presque entièrement compensée par la participation de deux nouvelles organisations privées. Il est donc probable que, dans des conditions normales, nous aurions pu atteindre un nombre record d'achats-tests.

En 2020, **29.1%** des achats-tests recensés ont donné lieu à une **vente d'alcool**. Dans **74.9%** des cas, le personnel de vente ou de service a effectué une **vérification de l'âge par oral ou en demandant une pièce d'identité**. Les mesures de contrôle ont porté sur le seul contrôle oral dans 14.4% des cas, en un contrôle par une pièce d'identité dans 52.7% des cas et en un double contrôle dans 7.6% des cas.

Les chaînes de magasins ont été les plus testées (plus de quatre cas recensés sur dix), suivies par les restaurants et les cafés (presque un achat-tests sur cinq), les autres établissements (plus d'un cas sur cinq) et les stations-service (un peu plus d'un achat-tests sur six).

De grosses variations dans le nombre d'achats-tests recensés ont été observées entre les cantons : Zurich, Saint-Gall, Neuchâtel et Berne qui pris ensemble couvrent plus de la moitié des achats-tests.

Description des facteurs associés au contrôle de l'âge ou à la vente d'alcool

Lorsque les achats-tests ont été effectués par une seule personne, l'âge des garçons a été aussi souvent contrôlé que celle des filles (respectivement 77.9% et 76.3% de contrôles). Toutefois, la vente a été acceptée un peu plus souvent pour les filles (29.1%) que pour les garçons (27.5%). Des légères variations sont observées en termes de vente d'alcool pour les achats-tests faits en groupe (deux jeunes ou plus) selon la composition de ceux-ci – uniquement filles (36.3%), uniquement



garçons (34.3%) ou groupes mixtes (39.6%) – et les âges des groupes de garçons ont été plus souvent contrôlés (70.8%) que pour les groupes de filles (67.9%) et que pour les groupes mixtes (67.2%).

Les taux de vente évoluent de manière plus ou moins cohérente avec l'âge des acheteurs-tests. Pour les acheteurs seuls, les taux progressent de 27.6% pour les 14 ans à 40.9% pour les 17 ans. Pour les groupes, le taux de vente fluctue entre 14 ans et 17 ans (entre 25.9% et 41.0%).

La vente d'alcool a été moins fréquente dans les stations-service (15.0% de ventes), tandis que les bars ont été les types de points de vente qui ont donné lieu au taux de vente le plus élevé (43.4%). Les achats-tests effectués dans les restaurants ou cafés ont donné lieu à 33.5% de ventes, un peu plus que pour les chaînes de magasins (29.1%). Pour les événements le taux de vente atteignait 40.9%. Pour ce qui concerne le contrôle de l'âge, les taux suivent assez bien l'évolution des taux de vente : les acheteurs-tests ont été le plus souvent contrôlés dans les stations-service (81.7%) et le moins souvent dans les événements (62.9%).

L'âge de l'acheteur-test d'une boisson fermentée a été contrôlé plus souvent que pour des boissons distillées (74.6% contre 70.0%) et la vente a moins souvent été effectuée (respectivement 29.1% et 37.3%). Pour ce qui concerne le moment de la journée, les achats-tests effectués avant 19h ont fait un peu plus souvent l'objet d'un contrôle d'âge (73.3%) et ont moins souvent résulté en une vente d'alcool (26.9%) que les achats-tests effectués après 19h (70.3% de contrôle de l'âge et 35.4% de ventes).

Le taux de vente a progressé de manière régulière puis nette entre janvier (17.7%) et novembre (48.5%). L'augmentation observable au fil du temps correspond très probablement aux trois phases de l'introduction du port du masque : la période sans masques (de janvier à juin), la période où le port du masque a été progressivement introduit dans les premiers cantons (juillet-septembre), et la période où le port du masque est devenu obligatoire dans toute la Suisse (octobre-décembre)

Analyse multivariée des facteurs associés

Après avoir contrôlé les résultats descriptifs par la structure de l'échantillon, il demeure clair que :

- Les filles seules obtenant plus souvent de l'alcool que les garçons ;
- Les groupes de filles sont moins souvent contrôlés et obtiennent plus souvent de l'alcool ;

- La possibilité d'obtenir de l'alcool augmente peu avec l'âge lorsque l'acheteur est seul, mais augmente nettement lorsque les acheteurs sont plusieurs ;
- Les stations-service, les restaurants/café et les chaînes de magasins apparaissent plus restrictifs en matière de vente d'alcool. A l'opposé, les achats-tests menés dans les bars résultaient plus souvent en des ventes, tout comme ceux menés lors d'événements et de manifestations.
- Au niveau de la temporalité, les achats-tests menés le samedi et le mardi étaient ceux ayant les taux de vente les plus élevés.

Analyse multivariée de l'évolution des taux de contrôle et de vente entre 2015 et 2020

En tenant compte des déterminants identifiés comme pouvant influencer les taux de contrôle de l'âge et la vente d'alcool, une diminution statistiquement significative du taux de contrôle est enregistrée pour 2020 par rapport à 2019 et 2018. Similairement, une augmentation significative des taux de vente par rapport aux deux années précédentes a pu être documentée.

Les mesures prises pour contrer la pandémie de covid-19 peuvent probablement expliquer cette évolution. Les achats-tests réalisés sur les trois premiers mois de l'année (avant le semi-confinement) sont en ligne avec les résultats de 2019 et 2018. Ceux effectués après le semi-confinement donnent lieu à des taux de vente nettement plus élevés et à des taux de contrôle de l'âge nettement plus faibles.

Écart entre le taux de contrôle et le taux de vente

Sur l'ensemble des achats-tests pour lesquels nous disposons des données sur le contrôle de l'âge, 1.5% ont donné lieu à un refus de vente sans contrôle d'âge et 7.0% en une vente après avoir effectué un contrôle de l'âge (pour 67.9% des cas avec un refus suite au contrôle de l'âge et 23.6% des cas avec une vente sans contrôle de l'âge).

Des analyses complémentaires ont révélé qu'il est plus probable que le personnel de vente refuse l'achat sans contrôle de l'âge lorsque l'acheteur fait partie d'un groupe de filles et lorsque l'achat est effectué dans un restaurant/café.

Pour ce qui concerne les facteurs associés à la vente d'alcool malgré un contrôle de l'âge, le modèle n'a pas permis d'identifier des facteurs de risque particuliers.

1 Introduction

1.1 Objectifs

Les achats-tests d'alcool constituent une mesure importante de la politique de protection de la jeunesse. Ils permettent à la fois d'évaluer l'application des dispositions légales interdisant la vente d'alcool aux mineurs et de promouvoir des comportements répondant aux exigences de la protection de la jeunesse. De cette double finalité – évaluation et prévention – découlent deux objectifs pour le présent rapport sur les achats-tests d'alcool par des mineurs conduits en 2020 en Suisse. Ces objectifs, qui étaient déjà ceux des précédents rapports sur les achats-tests de 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019 (Heeb, 2016; 2017 ; 2018; Notari et al., 2020a; Notari et al., 2020b), sont les suivants :

- Décrire la pratique des achats-tests à l'échelle du pays afin d'en documenter la portée et les caractéristiques
- Mettre en évidence les facteurs qui rendent compte des pratiques de vente afin d'identifier les situations à risque en matière de vente illégale d'alcool

Tandis que le premier objectif vise le dénombrement des achats-tests et la catégorisation des pratiques pour fournir une image de la réalisation effective des achats-tests en 2020, le second s'attache à connaître les effets spécifiques des facteurs sur les pratiques de vente en tenant compte de la structure des données récoltées.

Le présent rapport a pour objet l'examen des achats-tests conduits en 2020 à l'échelle nationale. Il renseigne sur la vente illégale d'alcool aux mineurs en 2020, en tâchant à la fois de décrire les pratiques en matière d'achats-tests, et d'analyser les facteurs de risques des pratiques de vente. De manière générale, il reproduit pour l'année 2020 les mêmes analyses que celles conduites sur les données collectées pour 2019. Les chapitres « 3. Les achats-tests 2020 » et « 4. Comparaisons temporelles entre 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020 » présentent la description des données, l'analyse des taux de vente et des taux de contrôle selon différentes variables, et une modélisation statistique visant l'étude des facteurs de protection et des facteurs de risque de la vente et le contrôle de l'âge.

Pour rendre compte de la pratique des achats-tests et des pratiques de vente d'alcool aux mineurs, ce rapport se fonde sur les données que diverses organisations impliquées dans la réalisation d'achats-tests – communes, cantons, associations, entreprises ou organismes spécialisés dans la prévention et la protection de la jeunesse – ont mises à disposition. Bien que les données aient été remises par les organisations, le but du rapport n'est pas l'analyse des résultats en fonction de ces dernières.

1.2 Contexte des achats-tests

Les mesures de prévention structurelles sont une composante essentielle de la protection de la jeunesse en matière d'alcool. Elles se distinguent des mesures dites individuelles, dont l'objet est la personne et son comportement (information, sensibilisation, formation), et qui relèvent de facteurs portant sur le contexte individuel et l'environnement spécifique dans lequel les personnes vivent. L'action préventive des mesures de nature structurelle visera quant à elle les conditions environnementales communes à tout un chacun dans un cadre donné (p.ex. un pays), en considérant qu'elles sont susceptibles d'orienter les comportements. En agissant sur les conditions, l'adoption de comportements – souhaitables ou non du point de vue de la prévention – pourra être facilitée ou restreinte. L'aménagement des conditions concerne, par exemple, les aspects légaux (interdiction de vente d'alcool), d'accès (densité des points de vente,

horaires) ou économiques (fiscalisation). L'efficacité et l'efficience des mesures de prévention dans le champ de l'alcool ont été largement débattues au début des années 2000 (Babor et al., 2003).

En Suisse, les mesures structurelles d'ordre légal comprennent au plan fédéral des dispositions interdisant la vente – ou la remise dans un contexte commercial – d'alcool aux mineurs de moins de 16 ans respectivement de moins de 18 ans. D'une part, la vente d'alcool est interdite avant l'âge de 16 ans selon l'Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (art. 14, al. 1). D'autre part, l'alcool distillé est interdit de vente aux mineurs de moins de 18 ans conformément à la Loi fédérale sur l'alcool (art. 41, al. 1)¹. Ces dispositions peuvent être renforcées dans les législations cantonales² ou faire l'objet de pratiques de vente plus restrictives par les commerces³.

Dans le cas de la vente d'alcool aux mineurs, la réalisation des objectifs de protection de la jeunesse fondée sur des mesures de prévention structurelles suppose que les interdictions de vente soient appliquées. Ces interdictions ne sont cependant souvent pas respectées. En effet, les rapports précédents sur les achats-tests en Suisse ont mis en évidence que de l'alcool a été vendu à des mineurs dans un quart à un tiers des achats-tests recensés pour les années 2009 à 2019 (Duc et al., 2015; Heeb, 2016; Heeb, 2017 ; Heeb, 2018)⁴ (Notari et al., 2020a, 2020b). Similairement, des données de l'enquête sur la santé des écoliers⁵ de 2018 (enquête HBSC) montrent que, parmi les jeunes de 15 ans ayant consommé de l'alcool durant les 30 derniers jours, plus d'un élève sur cinq (22.0%) s'est déjà procuré une fois au moins de l'alcool dans un commerce ou un restaurant (Delgrande Jordan et al., 2019).

Par ailleurs, une enquête conduite dans des agglomérations de Suisse romande auprès de 233 mineurs âgés de 15 à 17 ans et consommant de l'alcool⁶ a permis de recenser les pratiques d'acquisition d'alcool et de les catégoriser qualitativement (Kuendig et al., 2014). Ces catégories font apparaître que près de deux tiers des mineurs interrogés ont été en mesure d'acheter illégalement de l'alcool (65,9%). Cette part est comparable à celle des mineurs qui ont eu recours à des achats effectués par une personne dont l'âge répond aux exigences légales ou qui ont reçu ou échangé de l'alcool (respectivement 77,1% et 69,5%). Près d'un quart des mineurs ont par ailleurs fait appel à d'autres mineurs en-dessous de l'âge légal pour acheter de l'alcool (22,9%)⁷. Cette pratique était significativement plus répandue parmi les plus jeunes.

¹ Pénalement, seule la remise d'alcool à des mineurs dans des quantités dommageables à la santé est répréhensible (Code pénal suisse, art. 136).

² Le canton du Tessin, par exemple, interdit toute vente d'alcool, qu'il soit fermenté ou distillé, avant l'âge de 18 ans (Legge sanitaria, art. 51 ; Legge sugli esercizi alberghieri e sulla ristorazione, art. 23).

³ Par exemple, Coop ne vend pas d'alcool, fermenté ou distillé, aux mineurs depuis 2008. Certains cantons interdisent la vente d'alcool indépendamment de l'âge dans les stations-services. Le Canton de Vaud interdit la vente d'alcool à l'emporter (vin exclus) après 21 heures (LADB, art. 5, al. 2), tandis que la ville de Lausanne interdit la vente à partir de 20 heures.

⁴ En dépit de différences conceptuelles et méthodologiques, les taux de vente observés en Suisse sont bas en comparaison internationale (Gosselt et al., 2007; Paschall et al., 2007; Rossow et al., 2008; Toomey et al., 2008; van Hoof & Gosselt, 2013 ; Willner et al., 2000).

⁵ Enquête HBSC (Health Behaviour in School-aged Children) portant sur 12'665 élèves scolarisés dans des établissements publics en Suisse. Les parts correspondantes sont de 26.7% pour les garçons et de 16.4% pour les filles. A titre de comparaison, 79.1% des garçons et 87.3% de filles qui ont bu de l'alcool au cours des 30 derniers jours indiquent avoir obtenu de l'alcool d'une personne proche (amis, parents, frères ou sœurs, connaissances). La part de jeunes qui ont dit avoir bu de l'alcool au cours des 30 derniers jours s'élevait à 43.6% pour les 15 ans.

⁶ Les critères d'inclusion portaient sur la consommation d'alcool durant le mois passé et lors de plus d'une occasion au cours de la vie.

⁷ Deux autres pratiques d'acquisition étaient encore distinguées, à savoir la sollicitation de l'aide d'une personne majeure au moment de l'achat (14,3%) et l'usage de ruses ou le vol à domicile (3,6%).

En outre, une étude consacrée à l'estimation du montant correspondant, à l'échelle de la Suisse en 2007, aux dépenses pour l'alcool consommé par les mineurs âgés de 11 à 17 ans (qu'ils aient acheté eux-mêmes ou non l'alcool en question) suggère qu'une part élevée des dépenses en alcool est imputable aux mineurs dont l'âge se situe en dessous des limites d'âge légales pour la vente d'alcool⁸ (Labhart et al., 2010). Selon ces estimations, environ deux tiers des dépenses totales avaient trait à la consommation de boissons alcooliques fermentées par des mineurs de moins de 16 ans ou de boissons distillées par des mineurs de moins de 18 ans. A noter que selon cette étude, à l'âge de 16 et 17 ans, les dépenses sont sensiblement plus élevées pour l'alcool distillé que pour l'alcool fermenté chez les filles, tandis que celles pour l'alcool fermenté étaient plus élevées chez les garçons.

Une enquête menée entre 2018 et 2019 s'est quant à elle intéressée à l'expérience du personnel de vente et de service concernant la mise en application de l'âge légal minimum pour la remise d'alcool (Stucki & Mathieu, 2019). Le but était d'établir le respect des dispositions légales et les facteurs facilitateurs et les obstacles au respect des dispositions⁹. Le personnel de vente et de service interrogé a indiqué plusieurs difficultés et notamment celles liées à la pression découlant du temps nécessaire au contrôle, aux limites liées à la formation, aux manquements « techniques » pour faciliter le contrôle de l'âge, ou plus simplement à la peur des effets négatifs sur la vente en cas de contrôles systématiques. Sur la base de ces résultats, plusieurs recommandations ont été faites par les auteurs, parmi lesquelles nous trouvons l'élargissement et la régularité des achats-tests.

Dès lors, le respect des dispositions légales interdisant la vente d'alcool aux mineurs constitue un enjeu central du renforcement de la protection de la jeunesse. Il a fait, à ce titre, l'objet de l'attention du Programme National Alcool 2008 – 2012 (Office fédéral de la santé publique (OFSP), 2008). Grâce aux efforts de prévention de la Régie fédérale des alcools, ce programme a contribué, entre autres, à la réalisation d'achats-tests systématiques, à la mise en place de formations pour le personnel de vente et à la préparation d'un guide national pour les achats-tests (OFSP, 2013b). Par le biais de démarches ciblées, des achats-tests ont par ailleurs pu être conduits dans des contextes sensibles comme les stades sportifs, les festivals ou les grandes villes la nuit. Ces efforts, en particulier la réalisation d'achats-tests, se sont poursuivis dans le cadre du Programme National Alcool 2013 – 2016 (OFSP, 2013a). Depuis, la Stratégie nationale Addictions 2017 – 2024 s'est substituée au Programme National Alcool ; elle comprend elle aussi la pratique d'achats-tests (OFSP, 2015; 2016).

De par le fait qu'ils s'inscrivaient dans le cadre du Programme National Alcool, aujourd'hui la Stratégie nationale Addictions¹⁰, il convient de considérer les achats-tests comme une mesure contribuant à la protection de la jeunesse en relation avec d'autres mesures – formation du personnel de vente, sensibilisation ou adaptation du cadre légal. Bien que les achats-tests puissent s'accompagner d'un effet

⁸ Les résultats ont été obtenus en combinant la consommation d'alcool des mineurs selon trois enquêtes – ESPAD (European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs), HBSC (Health Behaviour in School-aged Children) et ESS (Enquête suisse sur la santé) – et une « estimation conservatrice des prix moyens » (p. 12) des boissons alcooliques. Si l'alcool n'a pas nécessairement été acquis par les mineurs eux-mêmes, les auteurs relèvent que « le rapport n'avait pas pour but de déterminer comment les mineurs parviennent à contourner les barrières légales, mais les résultats confirment que les jeunes le font, et à grande échelle » (p. 36).

⁹ Les auteurs de cet étude mandaté par l'Administration fédérale des douanes ont interviewé 30 employés du secteur de la vente et de service dans les trois principales régions linguistiques de la Suisse.

¹⁰ Le Programme National Alcool se définissait selon l'orientation suivante : définition de la politique en matière d'alcool selon les faits, réduction de la consommation problématique et des conséquences négatives de la consommation, application prioritaire des dispositions de protection de la jeunesse et de prévention existantes, cohérence et subsidiarité des politiques fédérale, cantonales et communales, mise en œuvre prioritairement par les cantons, renforcement de la prévention structurelle (Office fédéral de la santé publique (OFSP), 2008, p. 9). La Stratégie nationale Addictions, quant à elle, se fixe les quatre objectifs suivants : « prévenir l'émergence d'addictions [,] fournir aux personnes présentant une addiction l'aide et les traitements dont elles ont besoin [,] réduire les dommages sanitaires et sociaux [,] diminuer les conséquences négatives pour la société » (Office fédéral de la santé publique (OFSP), 2015, p. 4).

préventif auprès du personnel de vente, ils ne constituent pas nécessairement une mesure destinée à agir directement sur les pratiques de vente. En effet, leur rôle essentiel est d'établir, dans un premier temps, le taux de vente illégale d'alcool et ses déterminants dans la perspective d'une prévention fondée sur les faits (OFSP, 2013b, p.3). Grâce aux connaissances gagnées, des mesures de prévention ciblées pourront être mises en place, portant par exemple sur la sensibilisation, la formation ou, éventuellement, le renforcement des achats-tests dans des situations ou contextes dits à risque.

Plusieurs attributs ou fonctions peuvent ainsi être prêtés aux achats-tests dans le cadre de la protection de la jeunesse (Régie fédérale des alcools (RFA) et Office fédéral de la santé publique (OFSP), 2010). En premier lieu, ils permettent d'évaluer le respect des dispositions légales interdisant la vente d'alcool aux mineurs et l'efficacité des mesures de prévention structurelles visant la protection de la jeunesse. Ils peuvent cependant aussi jouer un rôle préventif direct en réduisant l'accès à l'alcool pour les mineurs, en allant du simple rappel des dispositions de la protection de la jeunesse aux points de vente (action sur les pratiques et stratégies de vente) à la contribution à l'acceptation des mesures de contrôle de l'âge (soutien au personnel de vente), en passant par la sensibilisation de l'ensemble des acteurs – mineurs, parents, vendeurs, public – à la problématique de la vente illégale d'alcool.

Les données utilisées dans ce rapport proviennent de sources multiples. En effet, en s'inscrivant dans des dispositifs de protection de la jeunesse propres aux commanditaires – communes, cantons, Confédération ou entreprises –, elles sont le reflet de pratiques liées aux différentes fonctions des achats-tests. Elles portent plus particulièrement sur des achats-tests qui ont été conduits dans le cadre de démarches tantôt préventives, tantôt évaluatives. Si le premier objectif – la description de la pratique des achats-tests à des fins de recensement – porte directement sur les données recueillies, le second objectif – la mise en évidence des facteurs expliquant les pratiques de vente pour saisir les situations à risque – demande de tenir compte de la nature des données, propre aux conditions et aux objectifs particuliers de réalisation des achats-tests. En effet, dès lors que ces conditions détermineront les pratiques de vente visées, les différences entre les sources de données impliquent un questionnement de la comparabilité des achats-tests recensés. En effet, le choix des types de points de vente testés, du type d'alcool, du jour de la semaine ou encore du moment de la journée par exemple peut varier selon les sources de données. De même, la comparaison peut être entravée par la finalité assignée aux achats-tests – préventive, avec plusieurs tests successifs d'un même point de vente, ou évaluative, avec un achat-test unique –, l'annonce préalable ou non des achats-tests aux points de vente ou encore la sélection de points de vente ayant déjà été testés ou non l'année précédente. Pour ces raisons, une méthode d'analyse multivariée sera utilisée dans le but de répondre au deuxième objectif du présent rapport et afin d'éviter des biais dus aux conditions et aux objectifs singuliers des achats-tests.

2 Méthode

2.1 Méthode et recensement des achats-tests 2020

Une définition courante des achats-tests, que l'Administration fédérale des douanes (précédemment Régie fédérale des alcools) a régulièrement utilisé et sur laquelle se fonde le présent rapport, est la suivante : « Les achats-tests sont des achats de boissons alcooliques que des adolescents effectuent ou tentent d'effectuer sur mandat d'organismes privés ou d'autorités publiques alors que ces boissons ne devraient pas leur être remises en raison des limites d'âge prescrites dans la loi » RFA, 2012, p.1; RFA, 2017, p. 1). Les conditions dans lesquelles ces tentatives d'achat d'alcool sont réalisées font l'objet d'une documentation qui décrit la pratique des achats-tests en émettant des recommandations RFA et OFSP, 2010; Scheuber et al., 2009)¹¹. En général, les achats-tests doivent tous suivre un certain nombre de conditions de base, notamment :

- L'engagement des mineurs s'effectue sur une base volontaire avec l'accord du représentant légal
- Les acheteurs-tests bénéficient au préalable d'une formation spécifique et sont accompagnés sur le terrain par une personne adulte responsable¹²
- L'âge des acheteurs-tests doit pouvoir être estimé adéquatement, c'est-à-dire que les acheteurs ne paraissent ni plus jeunes ni plus âgés qu'ils ne le sont réellement
- Les acheteurs-tests sont inconnus du personnel de vente et sont tenus de répondre avec véracité à ce dernier ou de lui présenter une pièce d'identité lorsqu'il s'enquiert de leur âge

En accord avec la définition des achats-tests retenue, les résultats présentés portent exclusivement sur des achats-tests impliquant des mineurs et ayant fait l'objet d'une tentative d'achat par ces derniers. Ainsi, d'autres démarches visant à connaître le respect des dispositions légales en matière de vente d'alcool, comme des achats-tests impliquant des adultes ou l'observation non participante de la vente d'alcool à des mineurs, ne sont pas l'objet de ce rapport.

2.2 Provenance des données

Les données traitées dans ce rapport concernent 6'040 achats-tests réalisés en Suisse en 2020. Elles ont été remises par 18 organisations – communes, services cantonaux, entreprises, associations ou organismes spécialisés – ayant effectué, financé ou commandé ces achats-tests¹³.

¹¹ Certains aspects de la documentation portant sur les suites à donner aux achats-tests qui ont conduit à une vente sont susceptibles de s'écarter de la pratique actuelle, les preuves obtenues à l'aide d'un achat-test ayant été considérées, dans certaines conditions à tout le moins, comme non utilisables dans le cadre d'une procédure pénale (voir en particulier l'arrêt du Tribunal fédéral 6B_337/2011).

¹² La personne accompagnante se rend avec les acheteurs-tests au point de vente, sans qu'un lien puisse être établi entre eux par le personnel de vente. Les acheteurs-tests sont en effet appelés à « se comporter comme s'ils ne connaissaient pas l'accompagnateur » (Régie fédérale des alcools (RFA) et Office fédéral de la santé publique (OFSP), 2010, p. 10). Cette caractéristique établit une distinction avec des achats-tests où la personne accompagnante n'est pas présente, les acheteurs pouvant avoir comme consigne de se procurer de l'alcool dans un point de vente de leur choix dans un périmètre donné (van Hoof & Gosselt, 2013).

¹³ Les rapports précédents portaient sur 8'114 achats-tests en 2015, 8'496 achats-tests en 2016, 7'225 achats-tests en 2017, 7'926 en 2018 et 6'534 en 2019. Les données provenaient respectivement de 20 organisations en 2015, de 19 organisations en 2016 et 2017 et 21 organisations en 2018 et 2019.

Une recherche minutieuse des organisations disposant de données a été conduite. Elle s'est appuyée sur une liste d'organisations susceptibles de posséder des données mises à disposition par la Régie fédérale des alcools lors de la réalisation du rapport sur les achats-tests de 2015. Cette liste a été régulièrement mise à jour en fonction des résultats de la recherche de données portant sur les années 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020.

La collecte des données relatives aux achats-tests effectués en 2020 s'est déroulée selon la même stratégie de collecte utilisée dans les années précédentes. Cette stratégie nous permet désormais de conclure, comme pour les années précédentes, que le recensement est exhaustif et que toutes les institutions et organisations ayant mené des achats-tests en Suisse devraient avoir été répertoriées. Pour plus d'informations sur la procédure de collecte nous invitons le lecteur à se référer au rapport sur les achats-tests 2017 (Heeb, 2018).

La pandémie de covid-19 et les restrictions sanitaires qui en découlent (p.ex. respect des mesures sanitaires, semi-confinement et fermetures diverses) ont entraîné une réduction du nombre d'achats-tests effectués au cours de l'année. Un certain nombre d'institutions publiques et privées n'ont pas effectué des achats-tests après le semi-confinement, ou ont réduit le nombre d'achats-tests effectués par rapport à ceux initialement prévus. Nous avons estimé cette diminution d'achats-tests effectués à environ un tiers par rapport à 2019.

Cette perte d'achats-tests a été presque entièrement compensée par deux organisations privées qui ont accepté pour la première fois de fournir des données sur leurs achats-tests effectués pour le contrôle interne. Une troisième organisation n'a pas souhaité fournir de données pour 2020, mais a annoncé la volonté de participer pour l'année prochaine. L'augmentation progressive au fil du temps de la proportion de données provenant du secteur privé est visible sur certains résultats (p.ex. la proportion d'achats-tests systématiques). En outre, les données des organisations privées ne sont pas collectées selon les critères standardisés utilisés pour les autres achats-tests en Suisse, ce qui a un impact sur le nombre de données manquantes sur certaines variables considérées. Ces deux aspects montrent encore une fois l'importance de l'analyse multifactorielle des taux de vente et de contrôle de l'âge.

Les 18 organisations qui ont remis des données ne se confondent pas avec celles qui ont réalisé les achats-tests sur le terrain. Selon les indications disponibles, ces dernières sont vraisemblablement au nombre de 15¹⁴. Le **Tableau 2.1** ci-dessous détaille la provenance et la réalisation des achats-tests de 2020 mises à disposition par les organisations.

Tableau 2.1 Provenance des données et réalisation des achats-tests

	Provenance	
	Effectifs	Part (%)
Croix-Bleue	2257	37.3
Entreprise	3621	59.9
Service cantonal (y.c. police pour la réalisation)	162	26.8

¹⁴ En 2015, 2016, 2017 et 2018, respectivement 25, 22, 21 et 20 organisations avaient été identifiées.



2.3 Variables

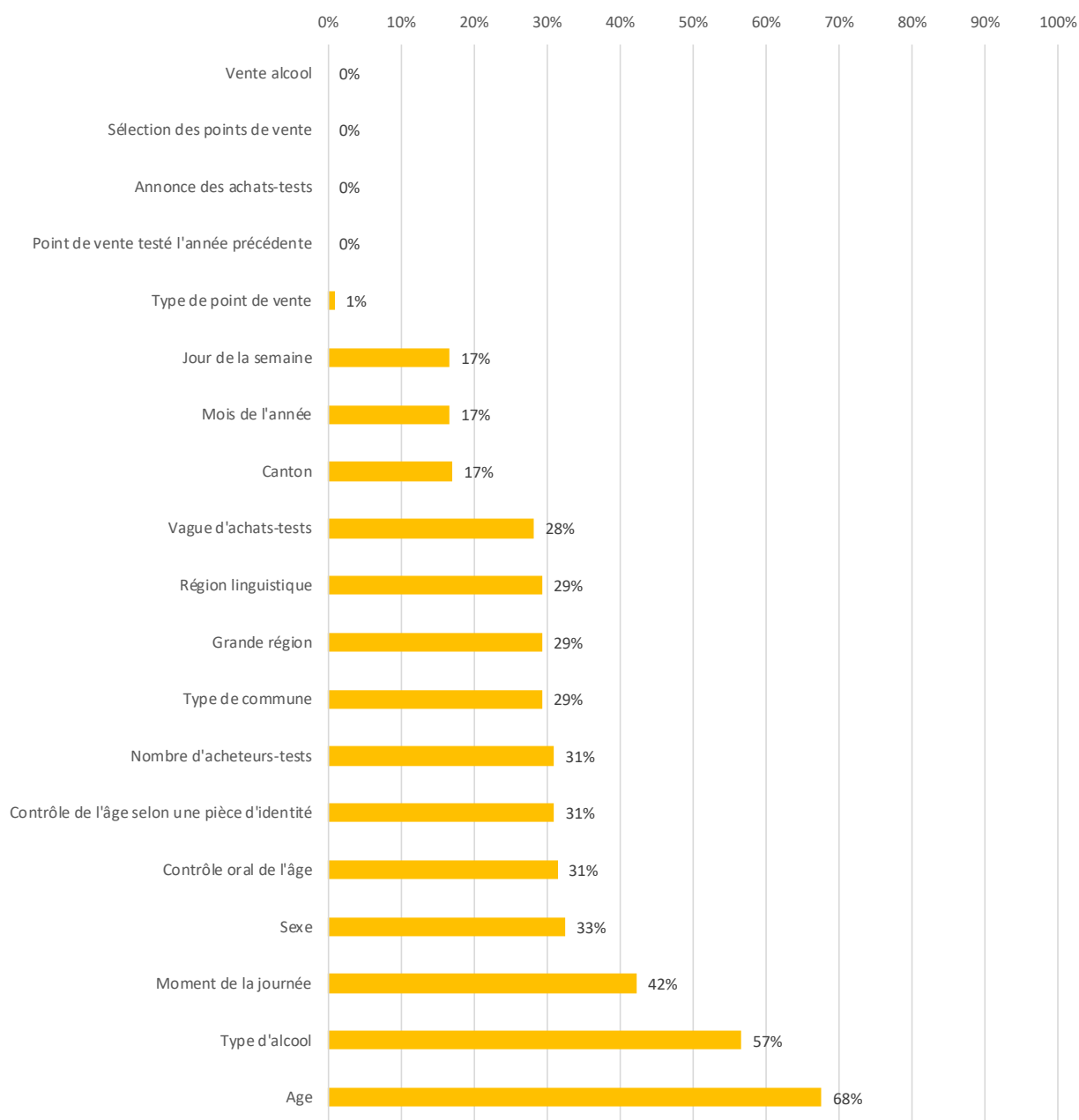
Comme décrit ci-dessus, ce rapport vise la continuité avec les rapports précédents, et recourt donc aux mêmes variables que les rapports sur les achats-tests menés en 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019 (Heeb, 2016; 2017 ; 2018; Notari et al., 2020a, 2020b). Ces variables peuvent être catégorisées en cinq groupes : les indicateurs de vente d'alcool, les caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests et des acheteuses-tests, les caractéristiques de l'achat-test, les facteurs régionaux et les facteurs contextuels. La liste complète des variables se trouve en annexe (ANNEXE 1: Variables).

2.4 Données manquantes

La disponibilité des données pour les variables qui seront analysées dans ce rapport figure dans la **Figure 2.1**. Les données sont complètement, ou presque, disponibles pour la grande partie des dix-neuf variables. Pour deux variables, les données manquantes concernent un peu plus d'un achat-test sur cinq – à savoir le contrôle de l'âge (avec pièce d'identité ou par oral) – pour le genre, le moment de la journée et l'âge les cas manquants concernent à peu-prêt un tiers des achats-tests, tandis que pour le type d'alcool les cas manquants concernent plus de deux achats-test sur cinq.

Par rapport à 2019, une légère augmentation de cas manquants pour un certain nombre de variables est observée. Toutefois, comme expliqué ci-dessus, la hausse de la part de données manquantes est due à un changement structurel de notre échantillon. Le nombre très élevé de données provenant d'organisations privées qui effectuent des achats-tests pour des contrôles internes, et qui ne récoltent donc pas toutes les données qui sont normalement collectées lors des achats-tests, influence très fortement la proportion de données manquantes.

Figure 2.1 Données manquantes (N=6'534)



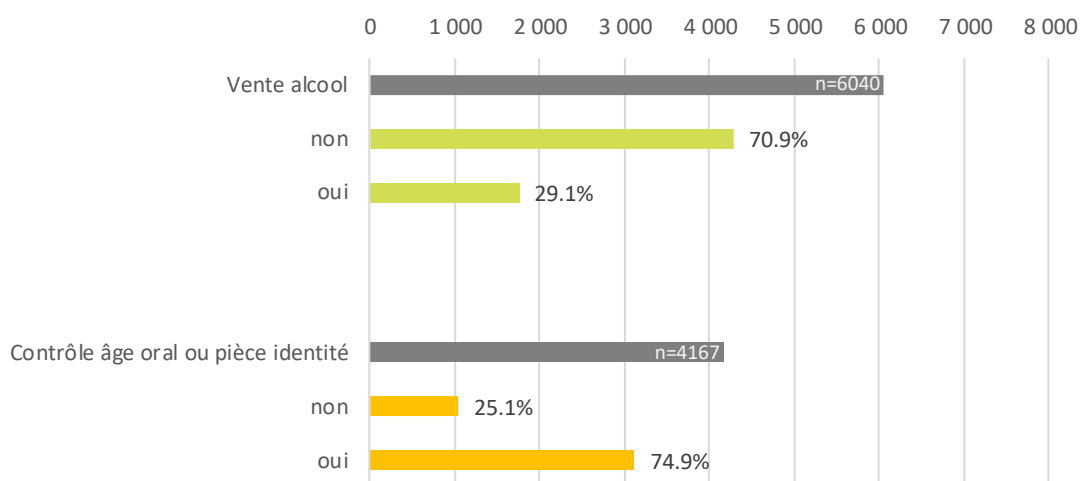
3 Les achats-tests 2020

Ce chapitre est consacré à l'analyse des achats-tests recensés pour l'année 2020. La première partie sera dédiée à une brève description des achats-tests qui ont été effectués (les tableaux détaillés se trouvent en annexe), puis à la description des différentes variables ou caractéristiques des achats-tests recensés. Finalement, il vise à documenter les facteurs de risque ou de protection pour l'année 2020, sur la base des résultats des analyses multivariées décrites ci-dessus.

3.1 Recensement et description des achats-tests 2020

En 2020, 29.1% des 6'040 achats-tests recensés ont donné lieu à une vente d'alcool (**Figure 3.1**). Dans 74.9% des cas, le personnel de vente ou de service a effectué une vérification de l'âge par oral ou en demandant une pièce d'identité. Cette dernière modalité de vérification - demandant une pièce d'identité - a été enregistrée dans le 60.5% des achats-tests recensés, contre 22.0% pour le contrôle par oral de l'âge de l'acheteur (une double demande étant possible).

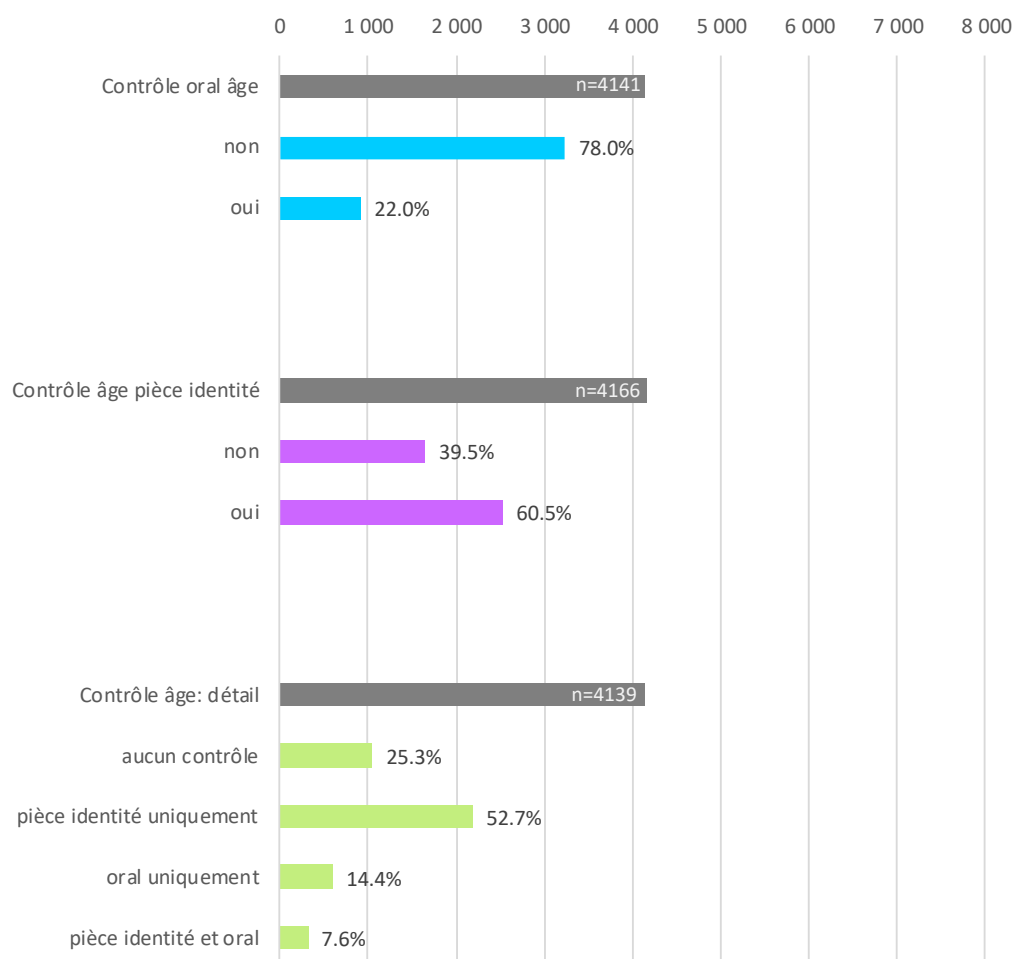
Figure 3.1 Taux de vente d'alcool et contrôle de l'âge ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)



Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.

Les mesures de contrôle ont porté sur le seul contrôle oral dans 14.4% des cas, le seul contrôle par une pièce d'identité dans 52.7% des cas et le double contrôle dans 7.6% des cas (**Figure 3.2**).

Figure 3.2 Type de contrôle de l'âge ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)



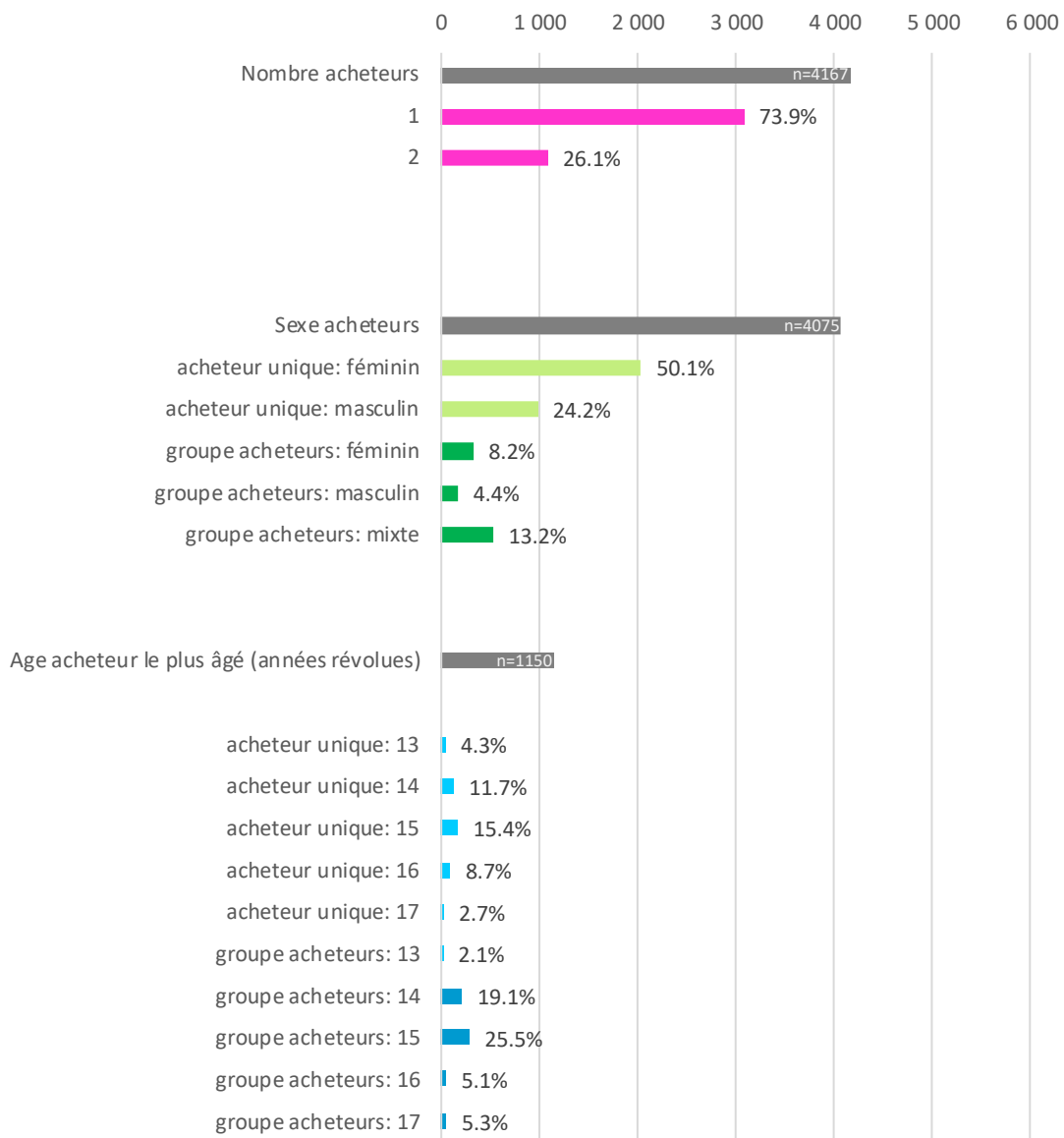
Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.

La **Figure 3.3** présente quant à elle les profils sociodémographiques des personnes impliquées dans les achats-tests menés en 2020.

En général, presque trois quarts des achats-tests ont été effectués par une personne seule. Dans le cas d'acheteurs-tests seuls, les filles ont été plus nombreuses. Lors d'achats-tests par plusieurs personnes, les couples mixtes (un garçon et une fille) sont plus fréquents.

La répartition par âge montre une surreprésentation des jeunes de 15 ans – avec un achat-tests sur trois - lors d'achats-tests en solitaire. Au total, plus de quatre achats sur cinq ont été effectués par des jeunes âgés de 14 à 16 ans. Lors d'achats-tests effectués à plusieurs, ce sont aussi les 15 ans qui peuvent être décrits comme étant « surreprésentés » puisqu'impliqués dans plus de deux achats-tests sur cinq. Au total, des 14 à 16 ans ont été impliqués dans six achats-tests sur dix recensés en 2020.

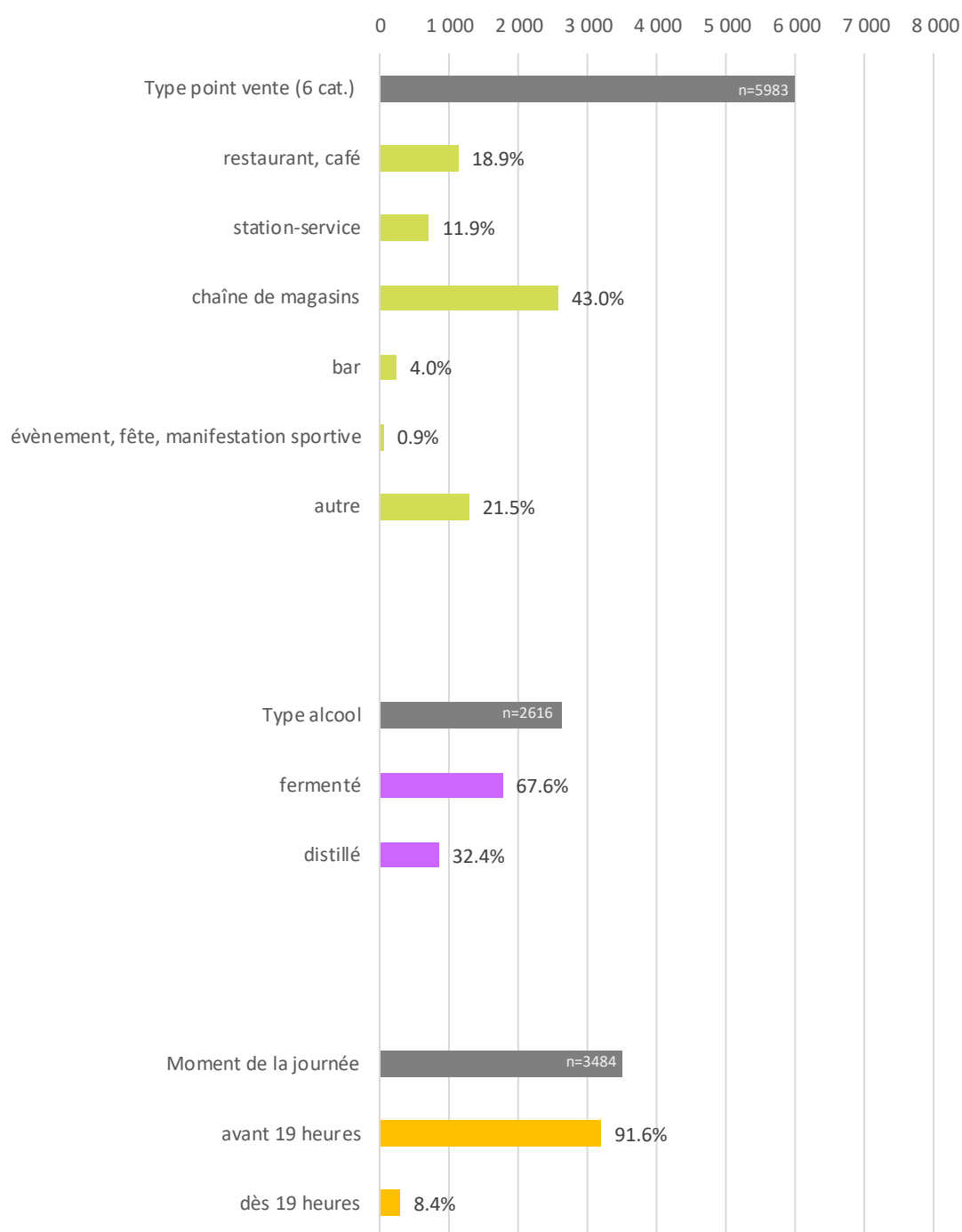
Figure 3.3 Caractéristiques sociodémographiques ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)



Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.

Cumulés, dans deux tiers des cas les achats-tests effectués en 2020 ont été menés dans des chaînes de magasins (43.0%) ou dans des restaurants/café (18.9%) (**Figure 3.4**). Les achats-tests ont porté un peu plus souvent sur des boissons fermentées (67.6%) que sur des boissons distillées (32.4%). Dans plus de neuf cas sur dix – 91.6% - l'achat-test a été effectué avant 19h.

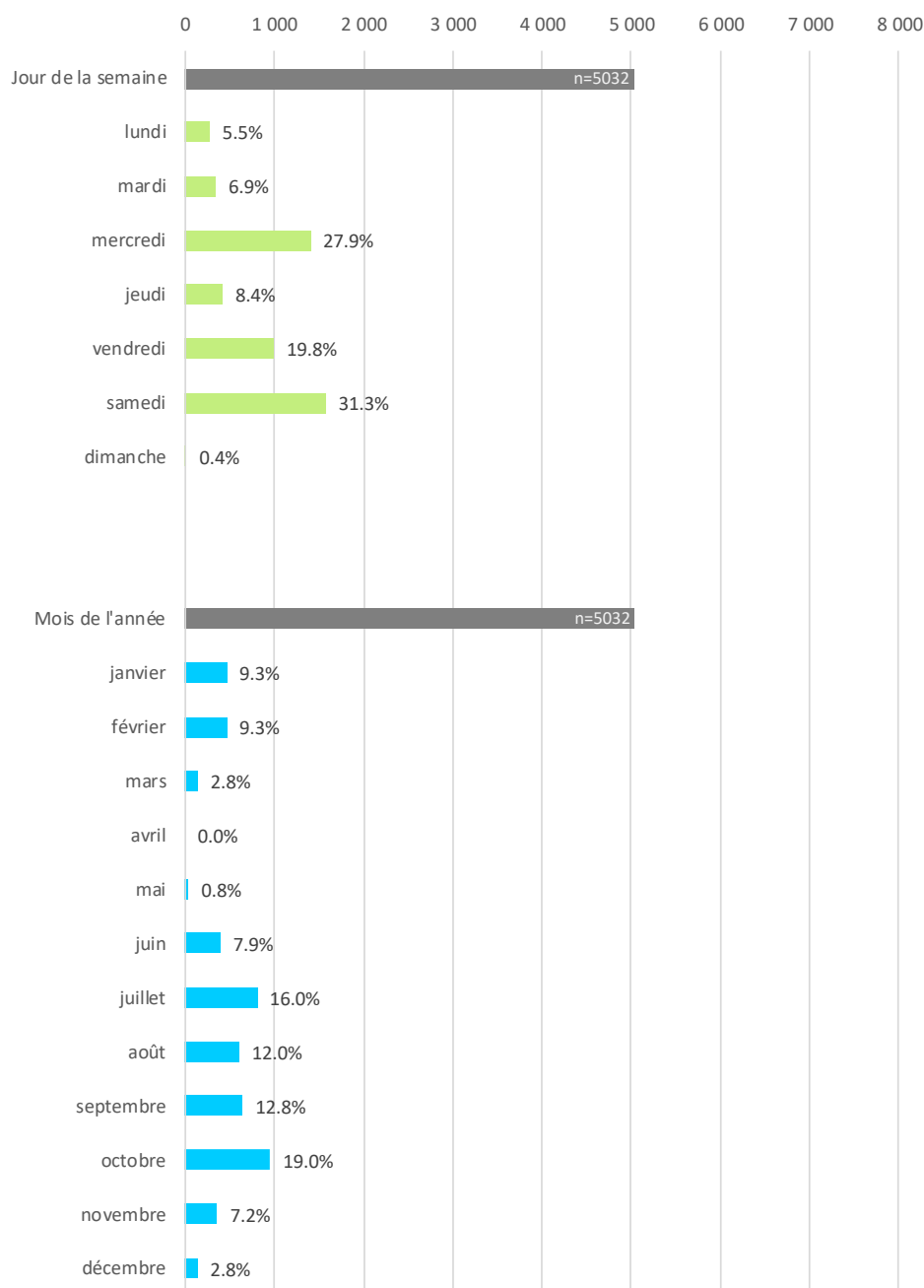
Figure 3.4 Caractéristiques des achats-tests (Partie 1); recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)



Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.

Les achats-tests ont été effectués plus souvent les mercredis (27.9%) et les samedis (31.3%). Habituellement, les variations saisonnières sont observables, mais comme pour 2020 les changements progressent en parallèle aux mesures prises pour lutter contre la pandémie de covid-19 et l'évolution épidémiologique, il est difficile de distinguer les facteurs à l'origine de ces variations. Pendant la période de semi-confinement, aucun achat-test n'a été effectué, tandis qu'une réduction des achats-tests est visible après octobre, période qui coïncide avec le pic de la deuxième vague de covid-19. (Figure 3.5).

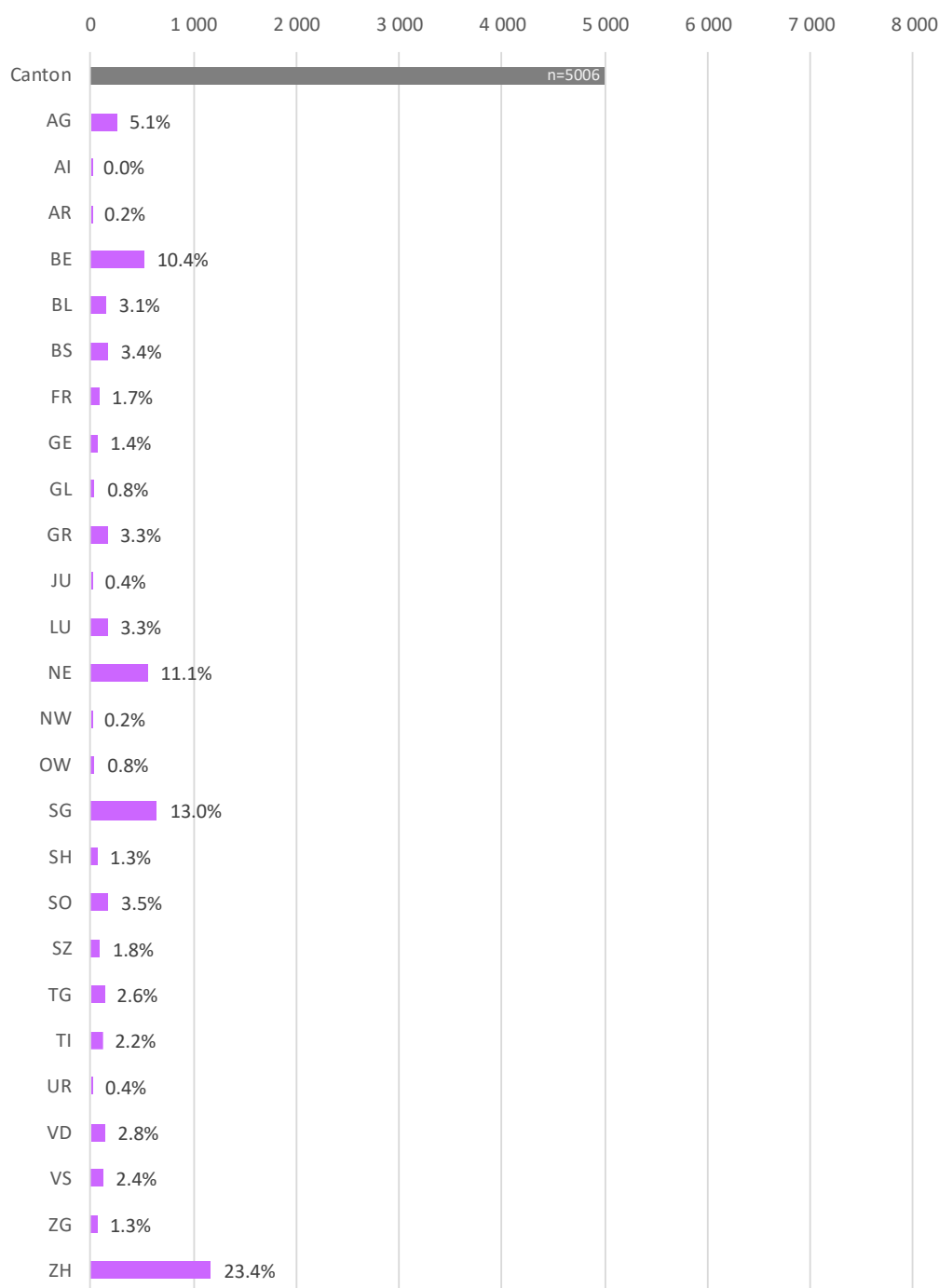
Figure 3.5 Caractéristiques des achats-tests (Partie 2); recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)



Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.

Concernant les variables en lien à la distribution géographique des achats-tests (**Figure 3.6**), au niveau des cantons, le canton de Zurich représente presque un achat-test sur quatre, suivi par Saint-Gall (environ un sur huit), par Neuchâtel (un achat test sur neuf) et par Berne (un achat test sur dix). Ensemble ces quatre cantons couvrent plus de la moitié des achats-tests recensés pour 2020.

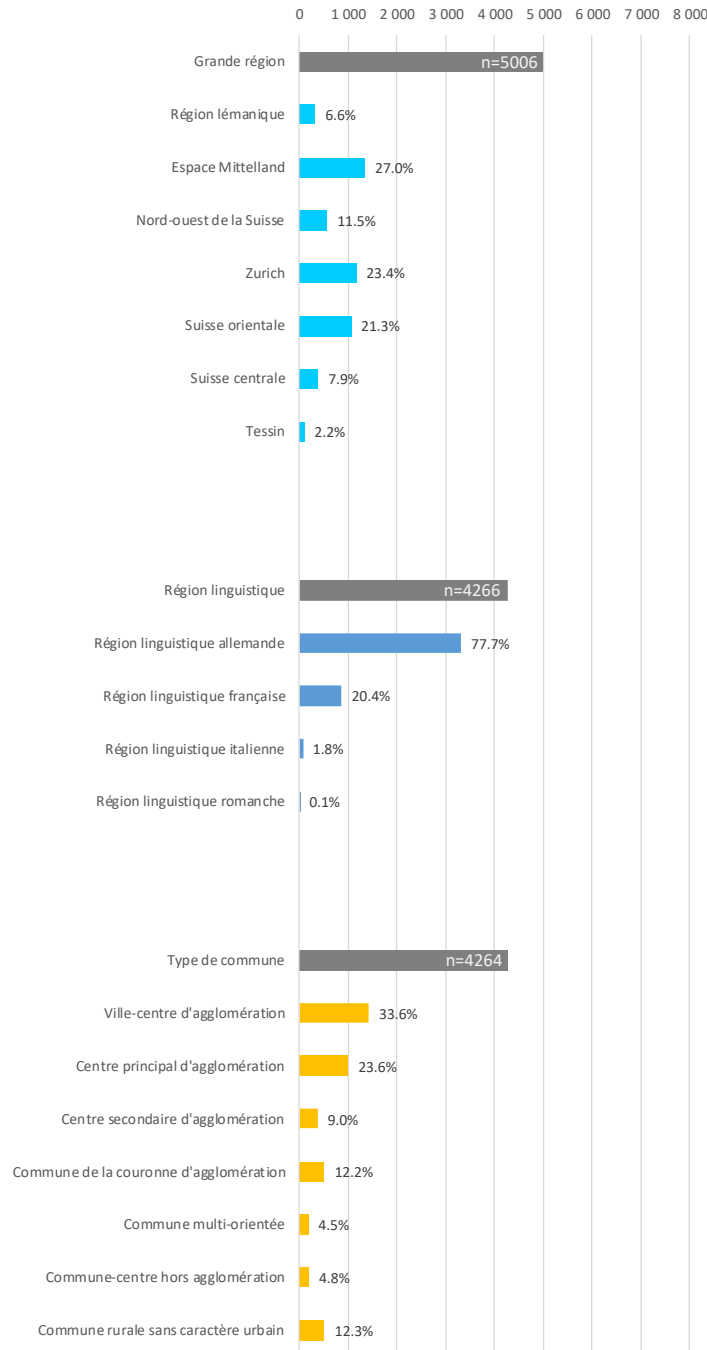
Figure 3.6 *Caractéristiques régionales (Partie 1) ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)*



Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.

Au total, la région alémanique représente plus de trois achats-tests sur quatre (**Figure 3.7**). Les villes-centre d'agglomérations ont été les plus testées, avec plus d'un achat-test sur trois, alors que presque un achat-test sur trois a été effectué dans les autres centres d'agglomérations (principaux ou secondaires).

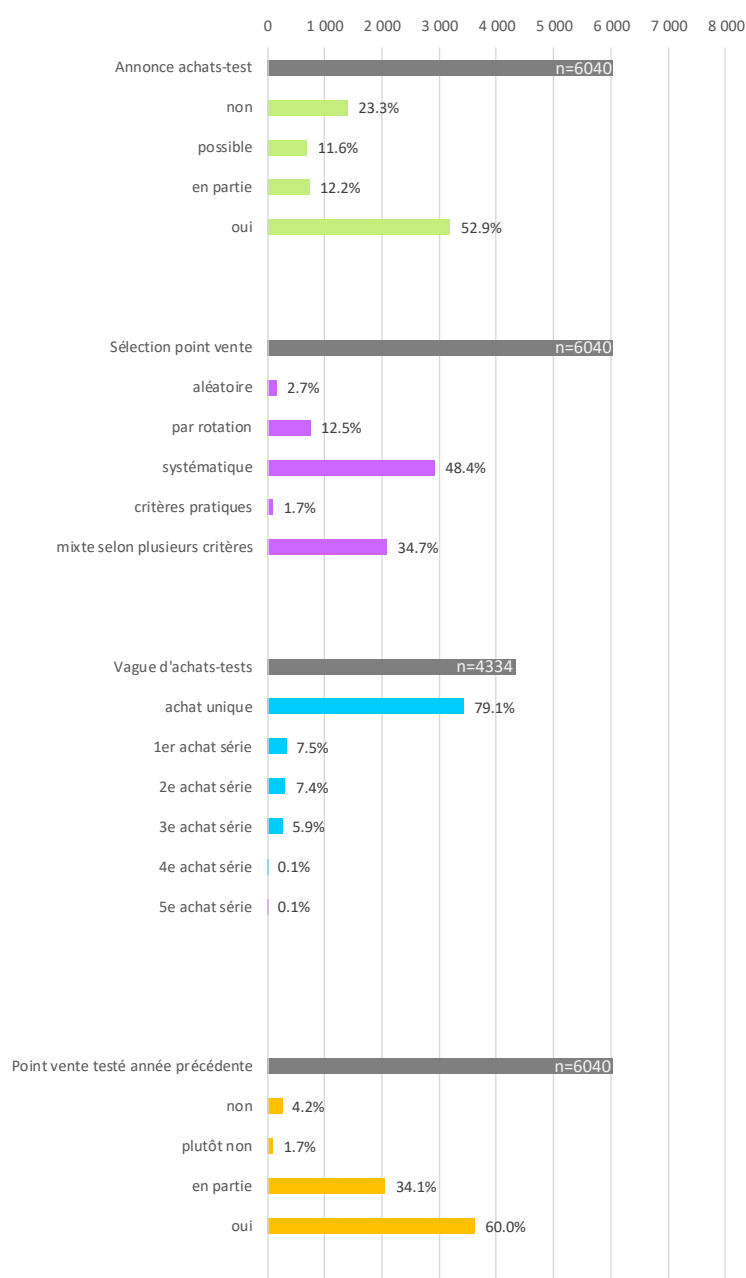
Figure 3.7 Caractéristiques régionales (Partie 2) ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)



Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.

Concernant la sélection des points de vente, en 2020 plus de la moitié des achats-tests ont été annoncés avant d'être effectués. Concernant la sélection des points de vente, presque la moitié des achats-tests (48.4%) ont été systématiques, plus d'un tiers des achat-test ont été déterminés sur la base de plusieurs critères (**Figure 3.8**) et seulement environ un sur trente (2.7%) de manière aléatoire. Les trois quarts des achats-tests étaient des achats-unique. La majorité des achats-tests – plus que neuf sur dix - ont visé des points de vente qui ont du moins potentiellement déjà été confrontés à des tests par le passé.

Figure 3.8 *Caractéristiques contextuelles ; recensement des données valides et distribution en % pour les modalités concernées (N=6'040)*



Note : L'échelle indique le nombre d'achats-tests ; la première catégorie de chaque variable (en gris) indique le nombre de données disponibles ; les différentes catégories des variables (% , en couleur) se réfèrent au % par rapport à l'ensemble des données disponibles pour la variable.



Pour conclure ce chapitre, il est important que le lecteur soit conscient que non seulement certaines modalités de variables sont plus fréquentes que d'autres, et peuvent donc avoir un effet plus marqué sur le résultat des achats-test, mais aussi que plusieurs configurations non aléatoires peuvent être observées. Ce constat était déjà présent pour les précédentes années de collectes de données et a pour corollaire, le besoin fondamental de l'utilisation d'analyses multivariées pour estimer les effets qui empêchent ou facilitent la vente illégale de boissons alcooliques aux mineurs. Des conclusions tirées uniquement des résultats bruts risqueraient en effet d'être influencées par des biais liés à la structure des achats-tests.

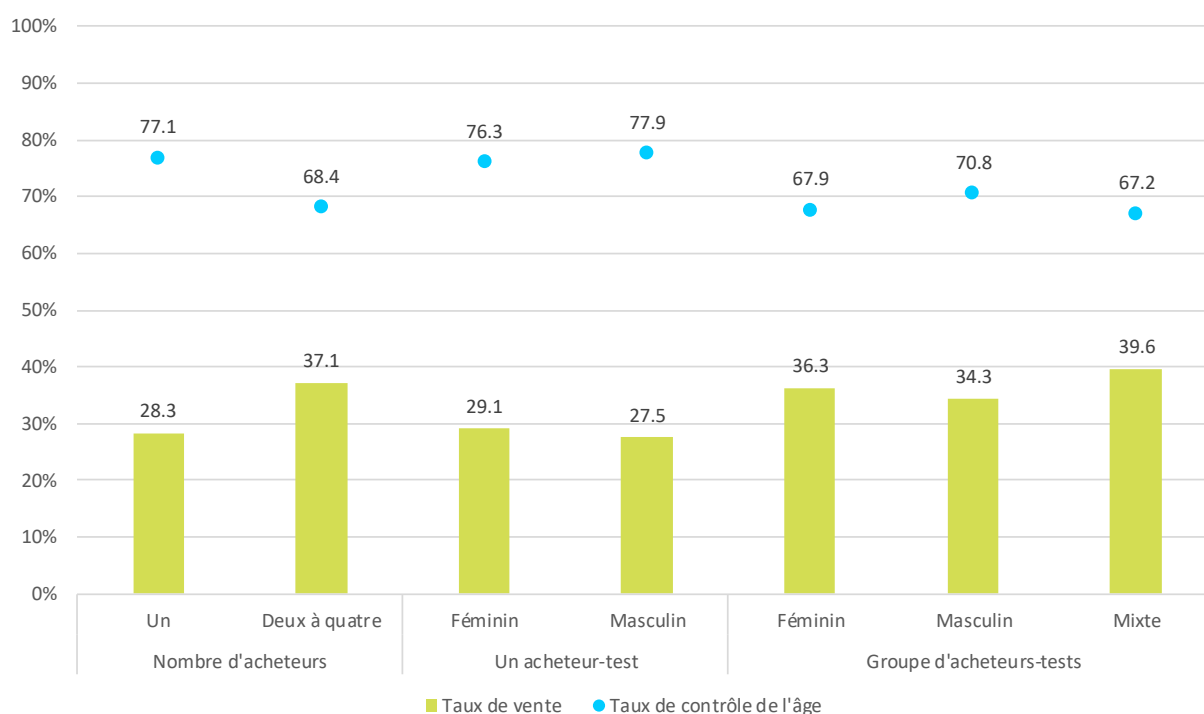
3.2 Vente et mesures de contrôle (analyses bivariées)

Dans cette section, nous décrirons les achats-tests effectués en 2020 selon les taux de vente et de contrôle de l'âge qui sont associés aux différentes caractéristiques. Les tables présentant les résultats détaillés se trouvent en annexe (ANNEXE 2: Tableaux).

3.2.1 Caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests

Le taux de vente d'alcool a été plus élevé lorsque les acheteurs-tests étaient en groupe (37.1% contre 28.3% pour un seul acheteur). Inversement le taux d'application des mesures de contrôle montre quant à lui un écart (68.4% contre 77.1% ; **Figure 3.9**).

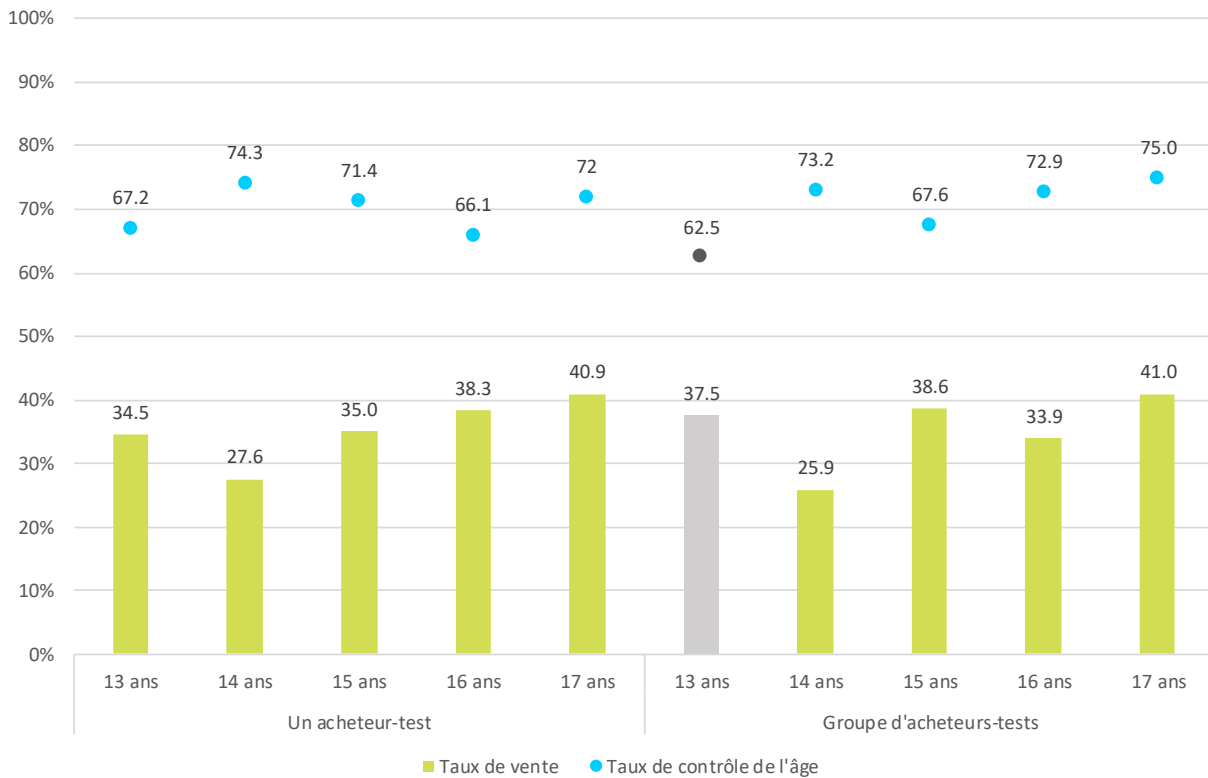
Figure 3.9 Taux de vente d'alcool et de contrôle (%) selon le genre et le nombre d'acheteurs



En ce qui concerne les acheteurs seuls, l'âge des garçons a été aussi souvent contrôlé que celui des filles (respectivement 77.9% et 76.3% de contrôles). Toutefois, la vente a été acceptée un peu plus souvent pour les filles (29.1%) que pour les garçons (27.5%). Des légères variations sont observées en terme de vente d'alcool pour les achats-tests faits en groupe selon la composition de ceux-ci – uniquement filles (36.3%), uniquement garçons (34.3%) ou groupes mixtes (39.6%) – et les âges des groupes de garçons ont été plus souvent contrôlés (70.8%) que pour les groupes de filles (67.9%) et que pour les groupes mixtes (67.2%).

Les taux de vente évoluent globalement de manière plus ou moins cohérente avec l'âge des acheteurs tests (hausse de ventes avec la hausse de l'âge ; **Figure 3.10**). Toutefois, les jeunes de 13 ans semblent représenter une exception, mais il faut constater que leur nombre est relativement restreint. Pour les acheteurs seuls, les taux progressent de 27.6% pour les 14 ans à 40.9% pour les 17 ans. Pour les groupes, le taux de vente fluctue entre 14 ans et 17 ans (entre 25.9% et 41.0%). Pour le taux de contrôle de l'âge, nous observons des fluctuations en fonction de l'âge, mais pas de tendance claire.

Figure 3.10 Taux de vente d'alcool et de contrôle l'âge (%) selon l'âge et le nombre d'acheteurs



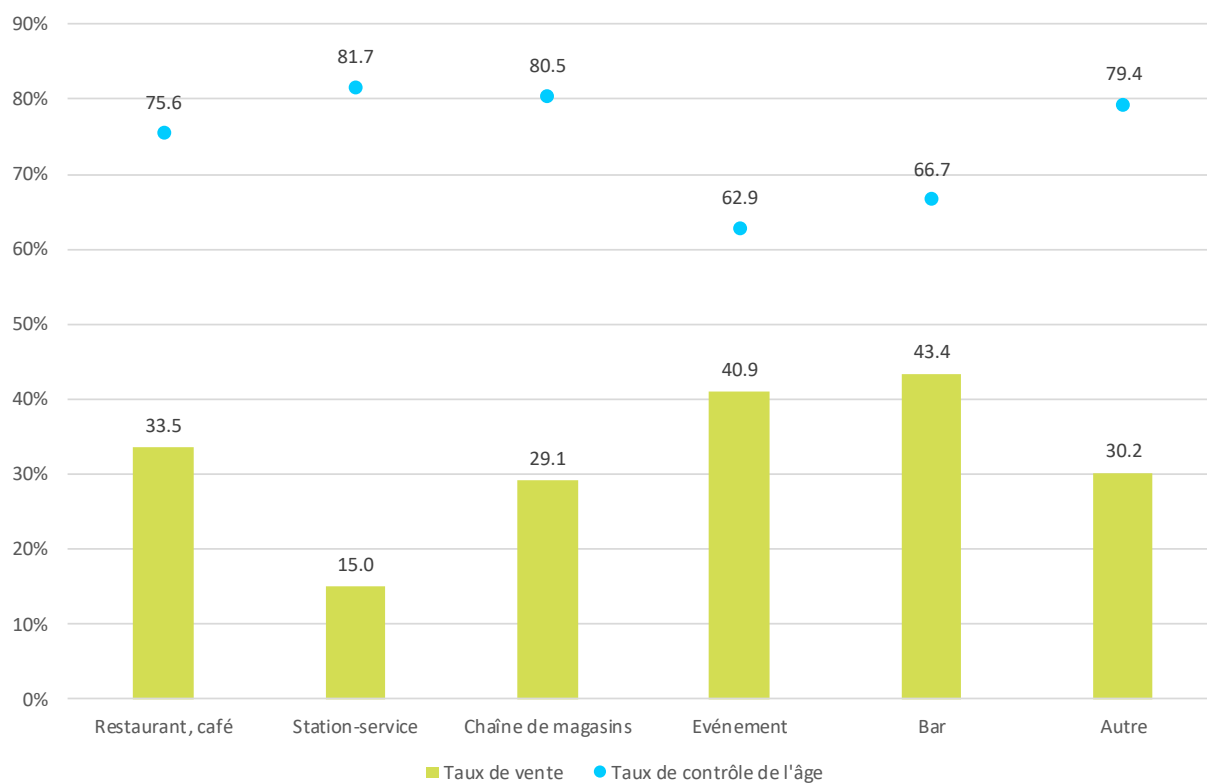
Note : le gris indique des résultats reposant sur des effectifs réduits (<30 cas).

3.2.2 Caractéristiques des achats-tests

Comme le montre clairement la **Figure 3.11**, la vente d'alcool a été moins fréquente dans les stations-service (15.0% de ventes), tandis que les bars ont été les types de points de vente qui ont donné lieu au taux de vente le plus élevé (43.4%). Les achats-tests effectués dans les restaurants ou cafés ont donné lieu à 33.5% de ventes, un peu plus que pour les chaînes de magasins (29.1%). Pour les événements le taux de vente atteignait 40.9%.

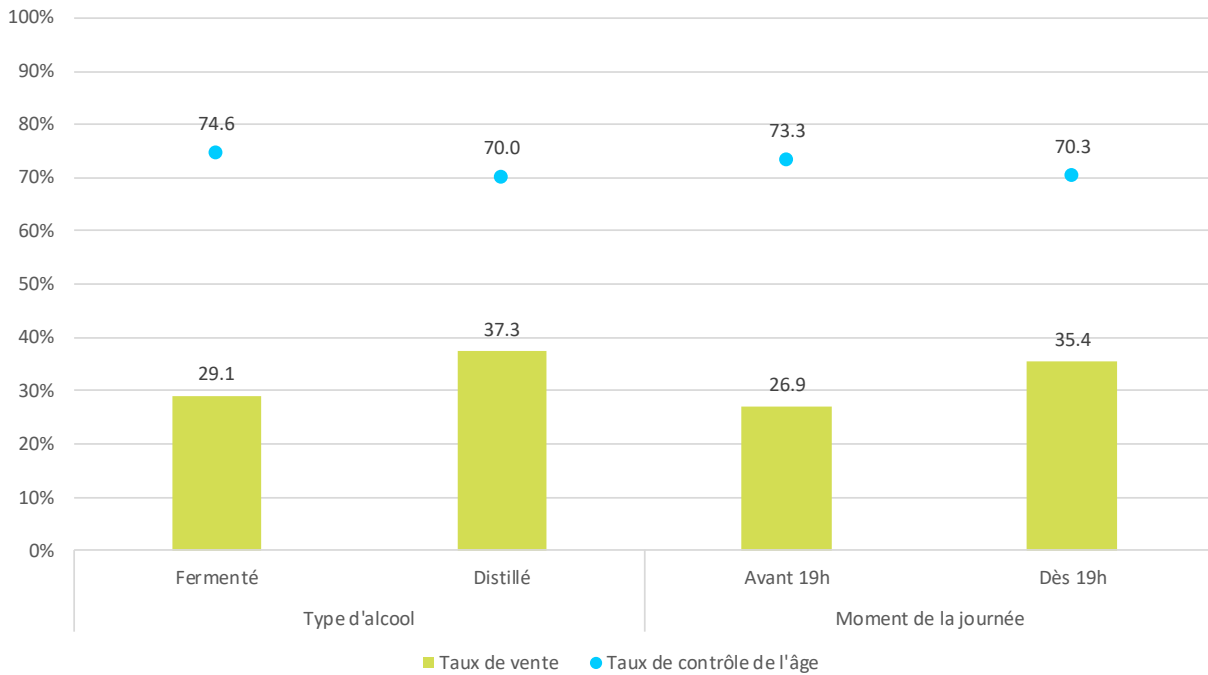
Pour ce qui concerne le contrôle de l'âge, les taux suivent très bien l'évolution des taux de vente : les acheteurs-tests ont été le plus souvent contrôlés dans les stations-service (81.7%) et le moins souvent dans les événements (62.9%). Il faut toutefois souligner qu'en raison des mesures prises pour maîtriser la pandémie de Covid-19, un nombre assez faible d'achats-tests a été réalisé dans le cadre des événements (n=53). Pour avoir plus de détails, le **Tableau 6.4** en annexe présente les taux de vente et de contrôle selon une catégorisation en 11 catégories de points de vente.

Figure 3.11 Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le type de point de vente



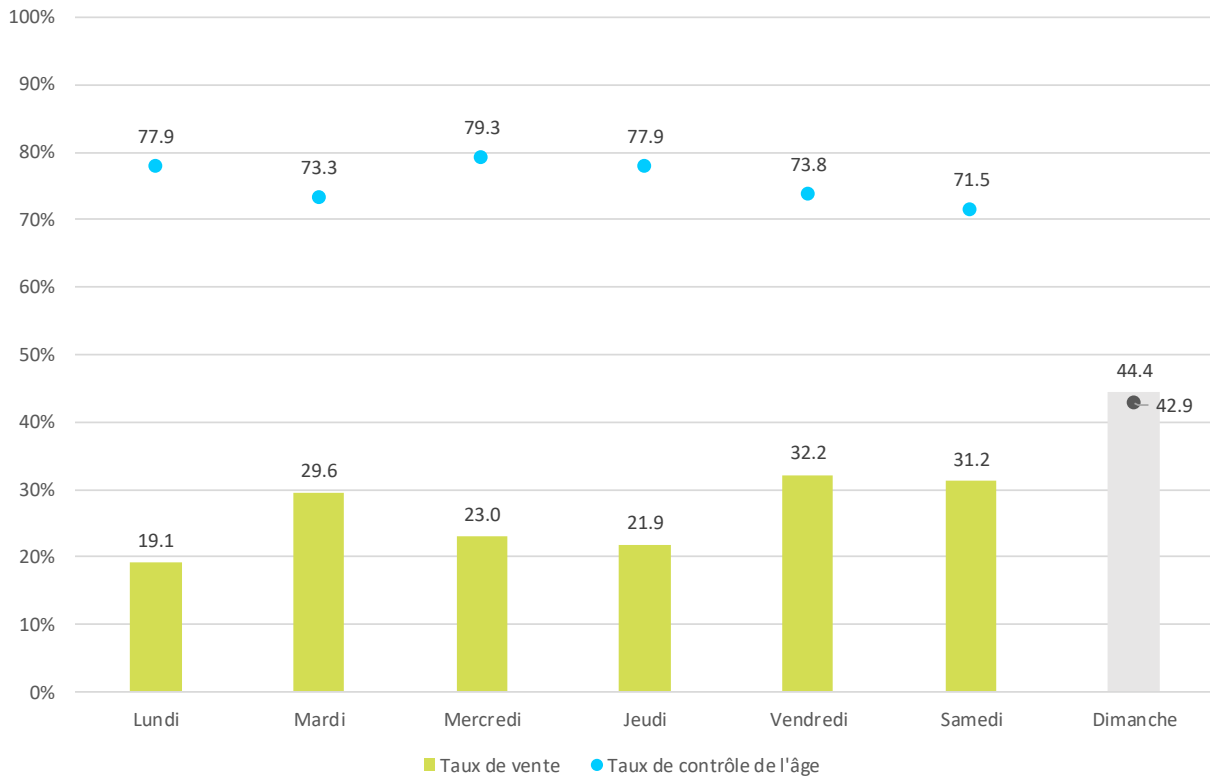
La vente et le contrôle de l'âge apparaissent liés au type d'alcool acheté et à l'heure de l'achat-test (**Figure 3.12**). L'âge des acheteurs-tests d'une boisson fermentée a été contrôlé plus souvent que pour des boissons distillées (74.6% contre 70.0%) et la vente a moins souvent été effectuée (respectivement 29.1% et 37.3%). Pour ce qui concerne le moment de la journée, les achats-tests effectués avant 19h ont fait un peu plus souvent l'objet d'un contrôle d'âge (73.3%) et ont moins souvent résulté en une vente d'alcool (26.9%) que les achats-tests effectués après 19h (70.3% de contrôle de l'âge et 35.4% de ventes).

Figure 3.12 Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le type d'alcool et le moment de la journée



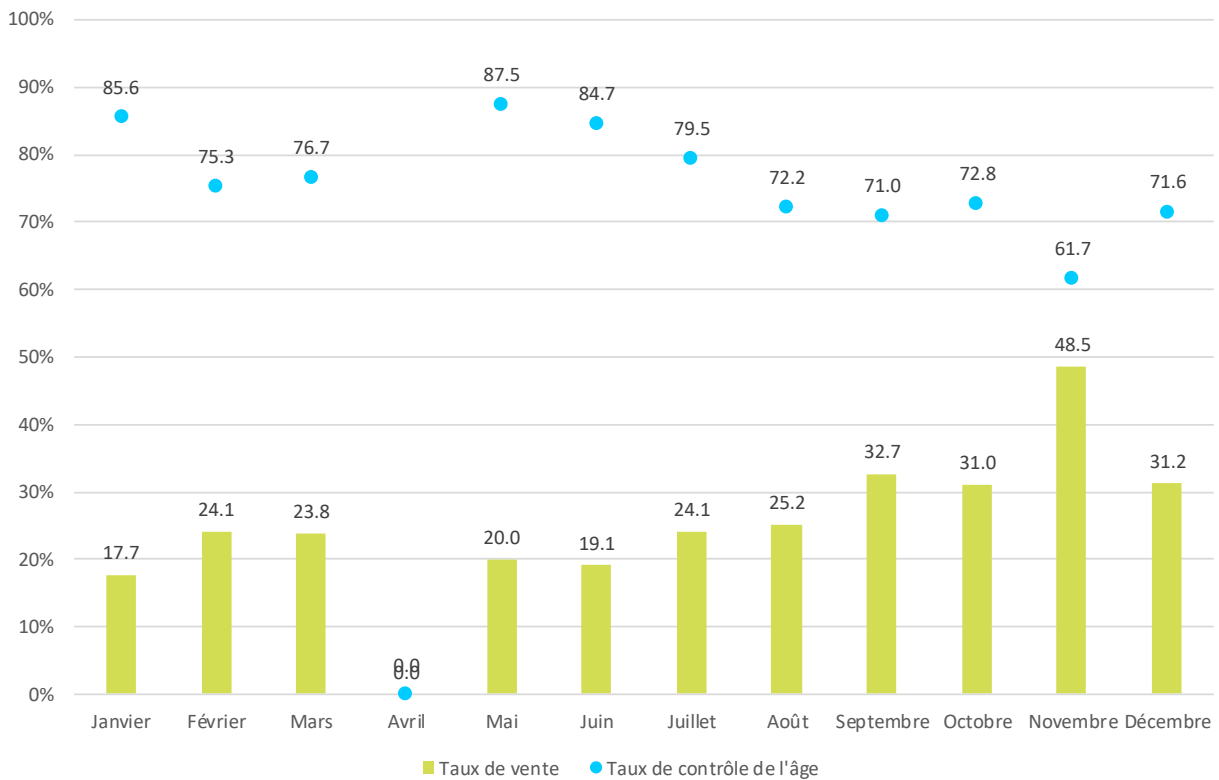
La vente d'alcool et le contrôle varient aussi selon le jour de la semaine (**Figure 3.13**). Le lundi est le jour avec le taux de vente le plus bas (19.1%) et le deuxième taux de contrôle plus élevé (77.9%). Au contraire, le samedi est le jour où les contrôles étaient les moins fréquents (71.5%) et le vendredi le jour où le taux de vente était le plus élevé (32.2%). Les taux respectifs pour les autres jours de la semaine varient entre ces deux extrêmes.

Figure 3.13 Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le jour de la semaine



La vente d'alcool a toujours par le passé varié au cours de l'année, mais en 2020 cette variation est très significative (**Figure 3.14**). Le taux de vente progresse de manière régulière puis nettement entre janvier (17.7%) et novembre (48.5%). L'augmentation observable au fil du temps correspond très probablement aux trois phases de l'introduction du port du masque : la période sans masques (de janvier à juin), la période où le port du masque a été progressivement introduit dans les premiers cantons (juillet-septembre), et la période où le port du masque est devenu obligatoire dans toute la Suisse (octobre-décembre). En ce qui concerne les contrôles de l'âge des acheteurs-tests, ils ont été moins fréquents en novembre (61.7%) et plus fréquents en mai (87.5%) et janvier (85.6%).

Figure 3.14 Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le mois

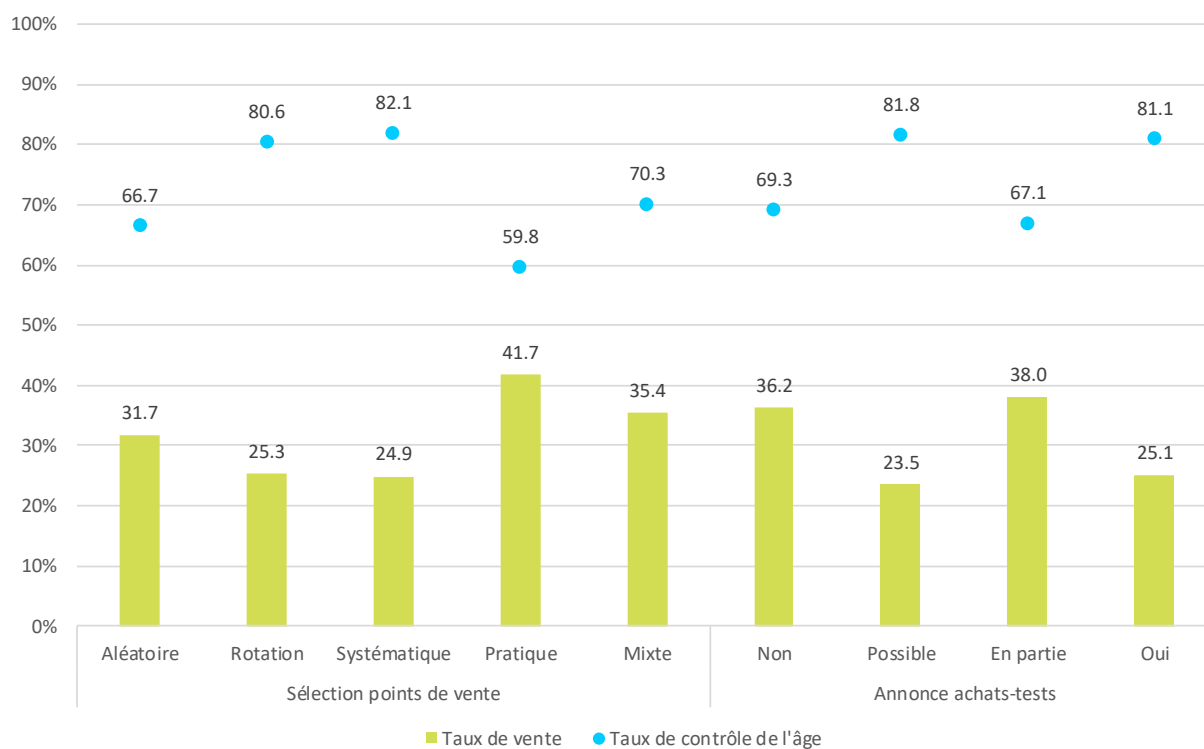


3.2.3 Facteurs contextuels

L'effet de la méthode utilisée pour la sélection des points de vente est très contrasté pour ce qui concerne les résultats des achats-tests : la sélection sur la base de critères « pratiques » de points de vente est associée à un taux de vente de 41.7%, la méthode mixte à 35.4%, le choix aléatoire est associé à un taux de vente de 31.7%, la sélection à rotation 25.3% et, en dernier, la sélection systématique à 24.9%. Les taux de vente se reflètent généralement dans les taux de contrôle de l'âge, qui se situent entre 59.8% pour le choix pratique et 82.1% pour les achats-tests systématiques (**Figure 3.15**).

Pour ce qui concerne l'annonce préalable des achats-tests aux points de vente, il n'y a pas de claires relations entre l'annonce – ou pas – et les taux de vente et de contrôle.

Figure 3.15 Taux de vente d'alcool et de contrôle selon la méthode de sélection et l'annonce préalable des achats-tests

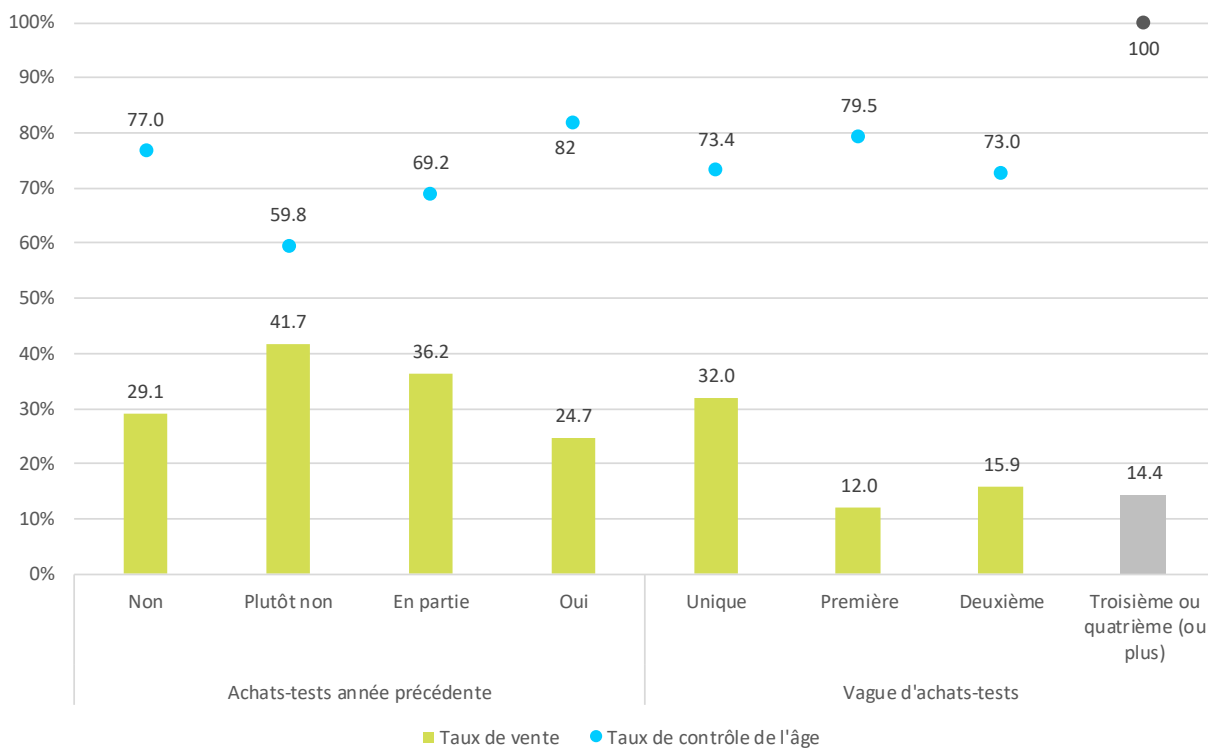


La conduite d'achats-tests dans des points de vente qui ont vraisemblablement été testés l'année précédente est associée à des taux de vente plus faibles, soit 24.7% de ventes (**Figure 3.16**). Les taux de vente étaient dans l'ensemble supérieurs pour les achats-tests conduits dans le cadre d'achats-tests ne reprenant que partiellement (36.2%) ou ne reprenant pas (29.1%) ou vraisemblablement pas (41.7%) les établissements testés d'une année à l'autre.

Les contrôles de l'âge étaient eux les moins fréquents lorsque les achats-tests n'avaient probablement pas été effectués l'année précédente (59.8%).

Concernant la vague d'achats-tests, il y a une nette différence entre les achats-unique (32.0% de taux de vente et 73.4% de taux de contrôle) et les achats-tests répétés. Dans ce dernier cas lors de la première vague d'achats-tests le taux de vente a été plus bas (12.0%) et le taux de contrôle a été plus élevé (79.5%) que lors de la deuxième vague d'achats-tests (15.9% de taux de vente et 73.0% de taux de contrôle). Dans le cadre des achats-tests recensés en Suisse, les achats-tests en série sont souvent effectués systématiquement chaque année et le deuxième test effectué uniquement lorsque le premier a échoué.

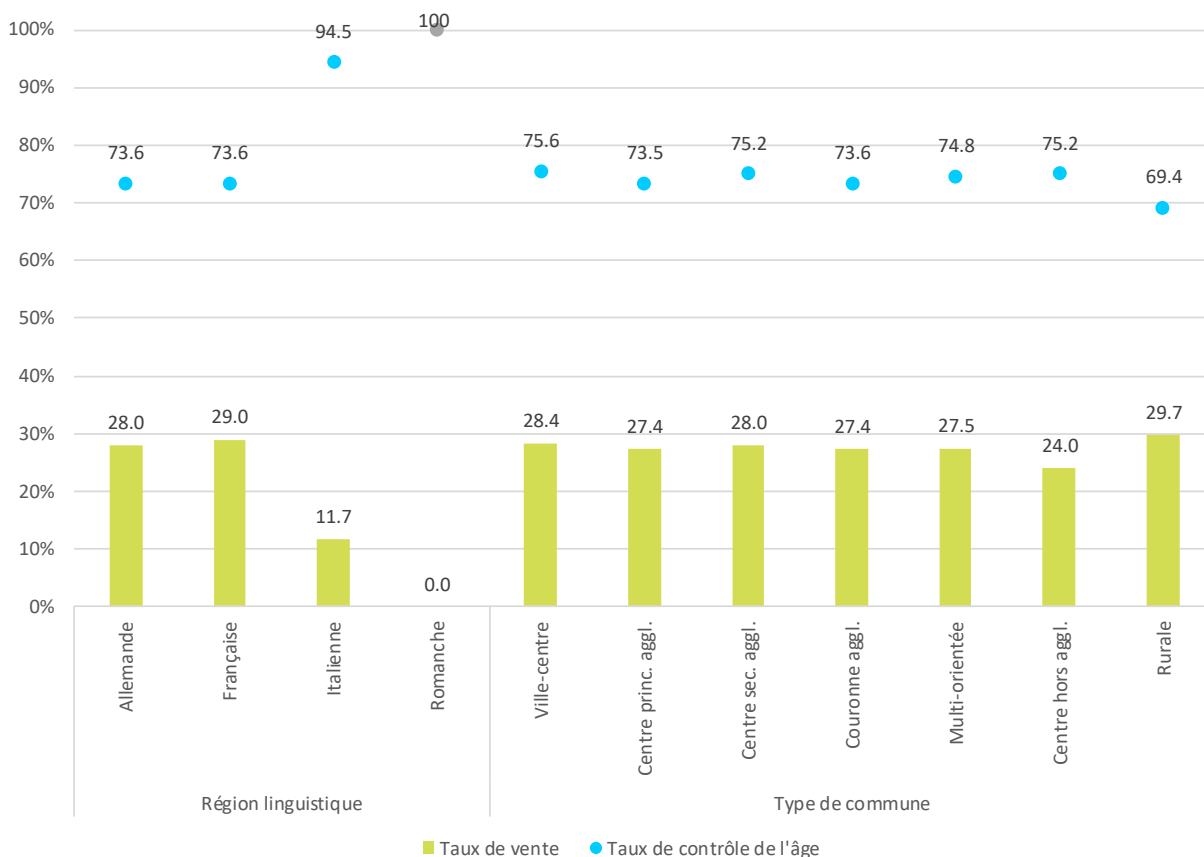
Figure 3.16 Taux de vente d'alcool et de contrôle selon le fait d'avoir testé les points de vente l'année précédente et la vague d'achats-tests



3.2.4 Facteurs régionaux

En ce qui concerne le type de commune (voir **Annexe 1** pour l'explication), les taux de vente varient très peu (entre 29.7% et 24.0% ; **Figure 3.17**). Le taux de contrôle aussi ne varie que légèrement, à l'exception des communes rurales qui affichent un taux de contrôle sensiblement plus faible (69.4%). En ce qui concerne les régions linguistiques, les régions germanophone et francophone montrent des taux très similaires pour la vente (respectivement 28.0% et 29.0%) et pour le contrôle (73.6% les deux).

Figure 3.17 Taux de vente d'alcool et de contrôle par type de commune



3.3 Analyses multivariées

Afin de connaître l'effet des différents déterminants du taux de vente illégale d'alcool aux mineurs et du taux de contrôle de l'âge lorsqu'ils sont considérés simultanément, un modèle de régression logistique a été défini. Comme pour les années précédentes, ce modèle ne tient pas compte de tous les déterminants disponibles, en raison de la structure des données. Le modèle qui s'adapte le mieux aux données de 2020¹⁵ comprend les mêmes variables que celles retenues pour le modèle utilisé pour les données 2019 (Notari et al., 2020b), à savoir acheteur-test seul/groupe d'acheteurs-tests selon le genre, l'âge de l'acheteur-test le plus âgé, le type de commerce (en 6 catégories), le jour de la semaine, la région linguistique et le type de commune. Comme pour 2019, nous avons dû écarter quatre variables qui étaient présentes dans le modèle de 2015 et de 2016. L'absence des données d'une des institutions qui avaient fourni un grand nombre de données en 2015 et 2016 rend en effet inexploitable certaines variables contextuelles, notamment une part relativement élevée de données manquantes, résultant en des artifices statistiques dans les analyses. A ce titre nous invitons le lecteur à consulter le rapport des achats-tests effectués en 2017 (Heeb, 2018) pour avoir plus d'informations sur les problèmes rencontrés lors de la définition du modèle d'analyses multivariées. Au final, les variables qui sont exclues de la modélisation faite sur la base des données recensées pour 2020 sont donc : le type de boisson, le fait d'avoir effectué les achats test avant ou à partir de 19h, le mode de sélection des points de vente, l'annonce ou non des achats-tests, le fait que les points de vente aient été testés ou non l'année précédente, le fait que les achats-tests s'intègrent ou non dans le contexte de vagues de l'achat-test (répétition), le canton, le mois de l'année, le nombre d'acheteurs-tests et la grande région.

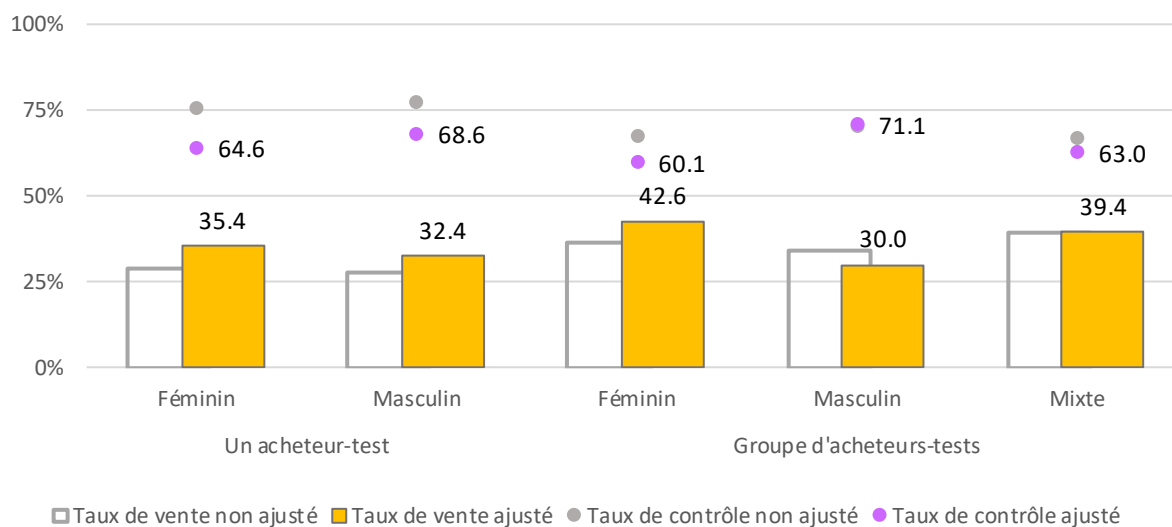
¹⁵ Certaines variables sont lacunaires ou redondantes avec d'autres variables incluses dans le modèle. Voir le rapport 2017 pour des explications plus détaillées sur cette problématique (voir chapitre 5.1, Heeb, 2018).

3.3.1 Caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests

Avec l'introduction des variables de contrôle dans le modèle, l'influence des caractéristiques sociodémographiques ne change que de manière très faible (**Figure 3.18** et **Figure 3.19**). Au niveau du genre, la légère différence qui était observable lors des achats-tests effectués par une unique personne s'accroît légèrement : les filles seules obtenant plus souvent de l'alcool que les garçons. Lors d'un achat-test effectué par un groupe de jeunes, les taux ajustés et ceux non ajustés restent pratiquement identiques pour les groupes mixtes, mais le taux de vente s'accroît pour les groupes de filles et diminue pour les groupes de garçons.

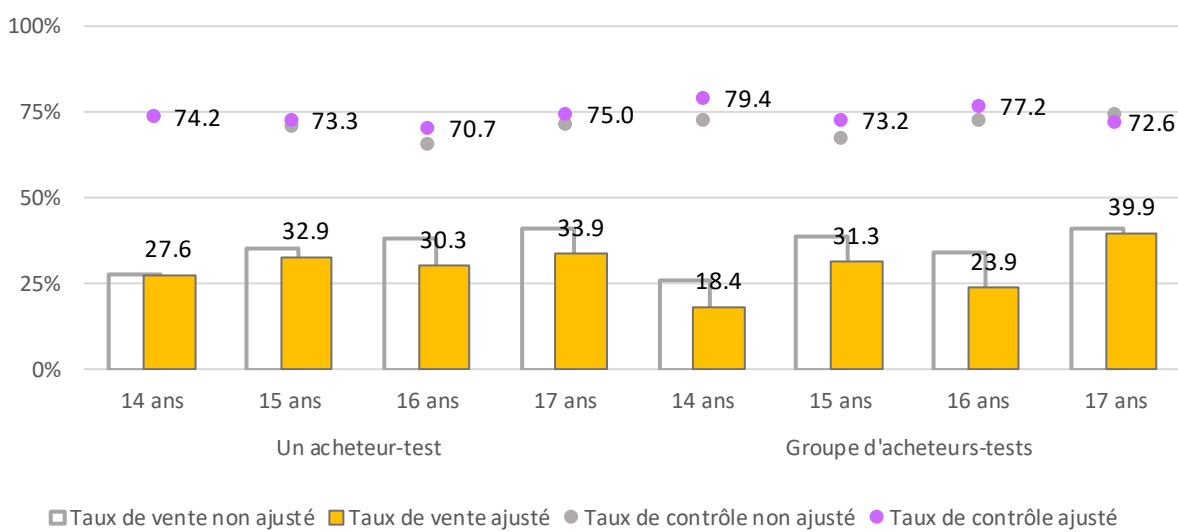
Concernant le taux de contrôle de l'âge, celui-ci reste très similaire entre les acheteurs et les acheteuses seules, tandis que lorsqu'il s'agit d'achats-tests menés en groupe, les groupes de filles sont moins souvent questionnés sur leur âge.

Figure 3.18 Vente d'alcool et contrôle selon le genre et le nombre d'acheteurs, taux ajustés et non ajustés



En ce qui concerne les acheteurs seuls, les variations se réduisent ultérieurement par rapport à celles décrites ci-dessus dans le cadre des analyses descriptives : entre les groupes ayant comme acheteur-test plus âgé un jeune de 14 ans et ceux ayant un jeune de 17 ans les différences sont très faibles après ajustement. Pour les acheteurs en groupe, le taux de vente augmente progressivement avec l'âge du membre le plus âgé, et est le plus élevé lorsqu'il a 17 ans (nette amplification de la différence observée sans ajustement). Les variations entre les taux de contrôle de l'âge sont encore plus similaires après l'ajustement des données, et les variations restent dans l'ensemble les mêmes que celles décrites dans le chapitre précédent.

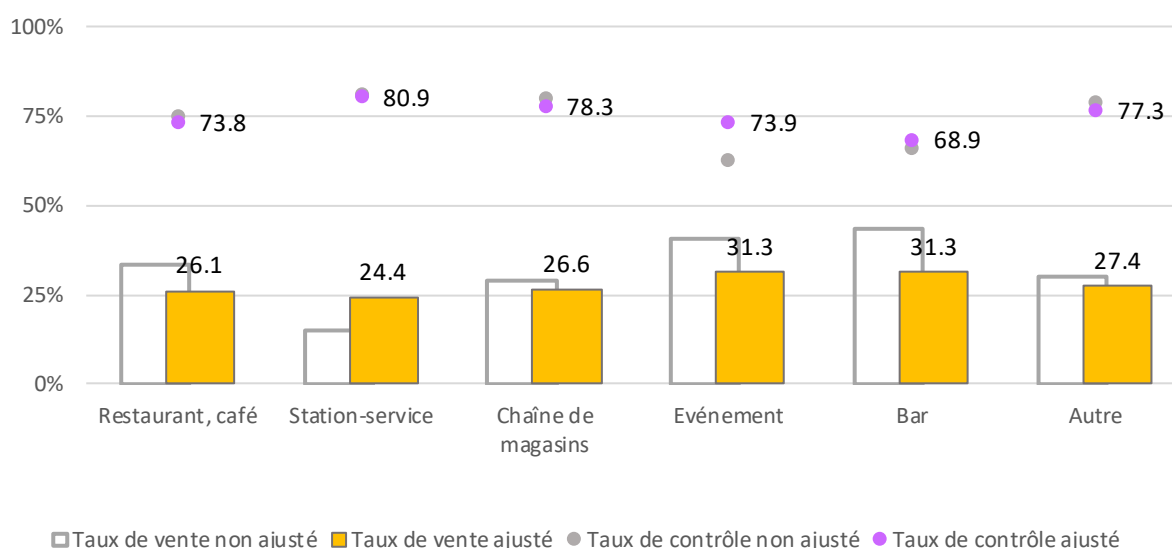
Figure 3.19 Vente d'alcool et contrôle selon l'âge et le nombre d'acheteurs, taux ajustés et non ajustés



3.3.2 Caractéristiques des achats-tests

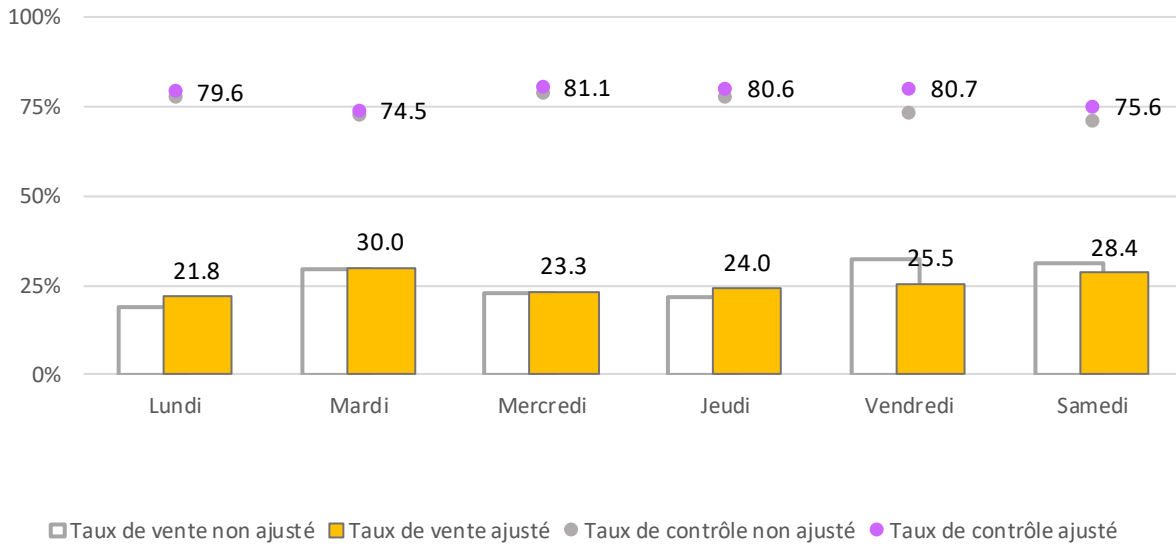
En ce qui concerne les types de commerces (**Figure 3.20**), les différences observées dans le cadre des analyses descriptives non-ajustées, sont atténuées lorsqu'on contrôle les effets des autres variables du modèle décrit ci-dessus. Le taux de vente des restaurants et cafés, des stations-service, des chaînes de magasins, et des autres commerces atteint un niveau assez comparable. Les taux de vente des événements et celui des bars restent toujours les plus élevés, mais leur niveau s'atténue légèrement comparé aux autres après ajustement. Les taux de contrôle de l'âge quant à eux ne varient pas de manière très conséquente après ajustement, et leur distribution reste dans l'ensemble inchangée par rapport aux analyses descriptives sans ajustement. La seule exception est représentée par le taux de contrôle dans des événements, qui était nettement plus bas que d'autres lieux de vente, mais après ajustement est assez comparable.

Figure 3.20 Vente d'alcool et contrôle selon le type de point de vente, taux ajustés et non ajustés



Les variations relatives aux jours de la semaine restent plus ou moins les mêmes après ajustement pour les effets des autres variables du modèle (**Figure 3.21**). Le mardi et le samedi restent les deux jours lors desquels le taux de vente est le plus élevé, suivi par le vendredi, le lundi, le mercredi et le jeudi restent à des niveaux plus bas par rapport aux autres jours ouvrables. Les différences de taux de contrôle de l'âge ne présentent pas de variations significatives avec l'ajustement opéré.

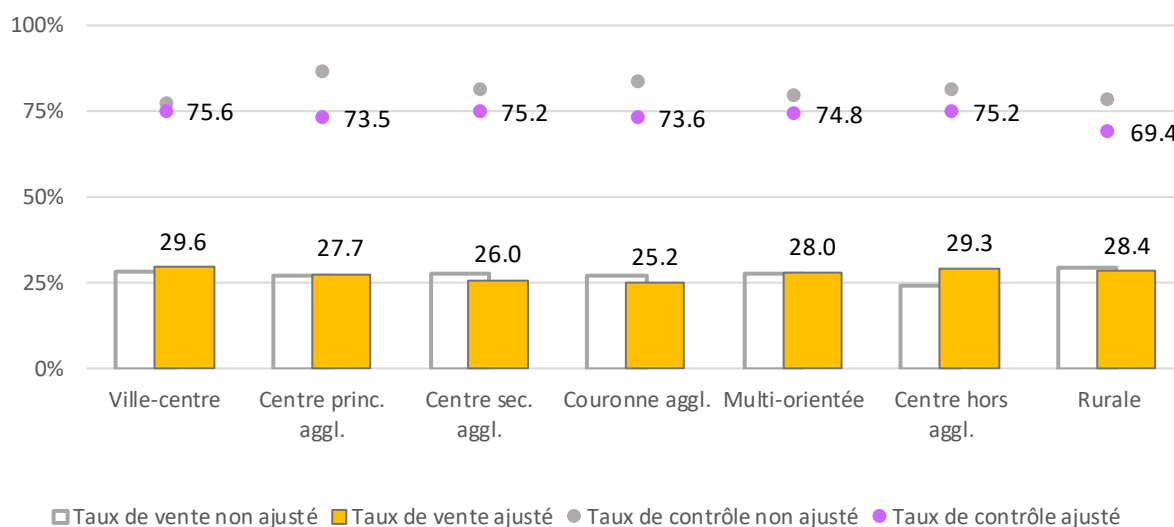
Figure 3.21 Vente d'alcool et contrôle selon le jour de la semaine, taux ajustés et non ajustés



3.3.3 Facteurs territoriaux

Après ajustement, il n'y a pas beaucoup plus de différences en ce qui concerne le type de commune (**Figure 3.22**). En ce qui concerne le type d'agglomération, l'ajustement a augmenté légèrement le taux de vente dans les centres-villes et les centres hors agglomérations, mais généralement les différences observées après ajustement restent les mêmes que sans modélisation.

Figure 3.22 Vente d'alcool et contrôle selon la région linguistique et le type de commune, taux ajustés et non ajustés



3.4 Analyse de l'écart entre le taux de contrôle et le taux de vente

Dans le cadre des analyses que nous avons présentées ci-dessus, un écart entre taux de vente et taux de contrôle peut être observé dans certains cas. Dans une situation "neutre", si le contrôle est effectué une vente ne devrait pas avoir lieu. A l'opposé, quand l'acheteur n'est pas contrôlé une vente pourrait être attendue. Il existe cependant des situations « positives », où le contrôle de l'âge n'est pas effectué et le vendeur refuse tout de même la vente au mineur. A l'opposée, il existe des situations « négatives », où le vendeur, malgré le contrôle de l'âge, procède à la vente de la boisson alcoolisée même si cela était illicite.

L'objectif de ce chapitre est d'analyser dans une perspective large dans quelles conditions le vendeur évalue le plus souvent correctement l'illégalité de l'achat sans vérification de l'âge et dans quelles conditions, malgré la vérification, une vente illicite a lieu.

Sur l'ensemble des achats-tests pour lesquels nous disposons des données sur le contrôle de l'âge, 1.5% ont donné lieu à un refus de vente sans contrôle de l'âge et 7.0% à une vente après avoir contrôlé l'âge. Dans 67.9% des cas, il y a eu un refus suite au contrôle de l'âge et dans 23.6% des cas une vente sans contrôle de l'âge. Par rapport à 2019, les cas « négatifs » ont légèrement augmenté, tandis que les cas « positifs » ont légèrement baissé.

Pour pouvoir mieux comprendre les facteurs qui peuvent expliquer les cas positifs et négatifs, nous avons fait recours à des modèles d'analyses multivariées¹⁶. Le premier modèle, qui visait à expliquer les facteurs qui poussent le personnel de vente à refuser l'achat d'une boisson alcoolique sans demande ou contrôle de l'âge, identifie le genre des acheteurs et le type de point de vente comme facteurs associés statistiquement. Dans les détails, il est plus probable que le personnel de vente refuse l'achat sans demander l'âge lorsque l'acheteur fait partie d'un groupe de filles et lorsque l'achat est effectué dans un restaurant/café. A l'opposé, il est moins probable que l'achat soit refusé sans un contrôle de l'âge dans les chaînes de magasins.

Pour ce qui concerne les facteurs associés à la vente d'alcool malgré un contrôle de l'âge, le modèle n'a pas permis d'identifier des facteurs de risque particuliers.

Ainsi, les résultats des modélisations montrent d'une part que les facteurs sociodémographiques des acheteurs peuvent faciliter la décision de refuser la vente sans même un contrôle de l'âge. Les résultats montrent aussi que lors des achats-tests de 2020, le personnel de vente des restaurants et des cafés semble avoir plus facilement identifié les jeunes mineurs sans faire de demande l'âge.

¹⁶ Le modèle de régression logistique a dû être simplifié par rapport au modèle général qui a été utilisé dans les autres chapitres, ce en raison de la taille plus restreinte des données analysées. Les variables prises en compte sont : acheteur unique ou en groupe (dichotomique), âge de l'acheteur (dichotomique : 15 ou moins / 16 ou plus), genre (garçon/fille/mixte), type de point de vente, type de boisson achetée.

4 Comparaisons temporelles entre 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020

Ce chapitre propose une comparaison temporelle des caractéristiques des achats-tests effectués en 2020, ainsi qu'une comparaison détaillée des taux de vente et de contrôle. Dans un premier temps, les données 2020 seront brièvement comparées à celles de 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019 pour lesquelles le protocole de recensement était similaire. Dans un deuxième temps, les taux de l'ensemble des achats-tests 2020 seront comparés aux taux des années précédentes, soit depuis 2009, sur la base des données publiées en 2015 par Duc et collègues (Duc et al., 2015). Par la suite, les taux de vente et de contrôle seront comparés avec ceux des années 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019, en considérant les caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests, les caractéristiques des achats-tests, les facteurs contextuels et les facteurs régionaux.

Comme décrit brièvement ci-dessus (voir chapitre 2.2), plusieurs changements importants ont eu lieu au cours de la période 2015-2020 en ce qui concerne les institutions qui ont fourni leurs données pour le suivi annuel des achats-tests. En 2017, une institution privée a décidé de ne plus fournir ses données. En 2019, une institution a changé de partenaires pour l'exécution des achats-tests en reportant à 2020 une partie importante des achats-tests à effectuer. En 2020, deux nouvelles organisations ont accepté de fournir leurs données.

Ces changements ont clairement montré les effets que de telles modifications peuvent avoir sur le suivi des ventes d'alcool aux jeunes et sur les contrôles d'âge effectués. Ces effets sont encore plus évidents lorsque la participation ou le retrait concerne des institutions dont les achats-tests présentent des caractéristiques plus prononcées que la moyenne (par exemple, un type de lieu de vente en particulier) ou une méthodologie différente pour effectuer les achats-tests (par exemple, dans le cadre d'un contrôle de qualité). L'évolution des caractéristiques des achats-tests (chapitre 4.2) montre clairement l'effet que la perte d'une importante série d'achats-tests peut avoir au niveau des répartitions des caractéristiques des achats-tests.

Tout d'abord, cela montre l'importance de l'évaluation et de la modélisation des résultats lorsqu'il s'agit de comparer des caractéristiques, mais surtout lorsqu'il s'agit de faire des comparaisons temporelles. En ce qui concerne l'évaluation des changements au cours de la période 2015-2020, nous avons effectué des modélisations supplémentaires. Ces modélisations ont montré des résultats conformes à ceux que nous avons observés avec les modèles utilisés classiquement dans le suivi des achats-tests. Cela nous permet de conclure que les résultats présentés ci-dessous sont observables indépendamment des effets dus aux changements décrits ici.

Deuxièmement, les observations faites mettent à nouveau en lumière l'importance d'utiliser autant que possible une méthodologie commune dans les achats-tests. Nous nous permettons donc de rappeler une nouvelle fois l'existence du manuel « Achats tests d'alcool : Un guide pratique » (Régie fédérale des alcools, 2010).

4.1 Indicateurs de vente d'alcool

Après avoir atteint le niveau le plus bas en 2019, le taux de vente de 2020 est remonté à un niveau comparable à celui de 2017 et 2018 (29.1%). (**Tableau 4.1**). Le taux de contrôle (74.9%) suit la même logique.

Tableau 4.1 Indicateurs de vente d'alcool selon les années

Année	Achats-tests	Vente	Contrôle oral ou pièce	Taux (%)				
				Contrôle oral	Contrôle pièce	Uniquement oral	Uniquement pièce	Oral et pièce
2009	4584	32.6	70.0	25.3	54.8	15.3	44.8	10.0
2010	4920	26.8	77.4	23.1	61.5	16.0	54.4	7.1
2011	5518	30.4	73.4	23.2	58.6	14.9	50.3	8.3
2012	6004	28.8	74.2	29.2	55.4	18.8	45.0	10.4
2013	5503	25.8	81.5	25.5	63.5	17.9	55.9	7.6
2014	4995	33.7	70.4	24.9	54.1	16.3	45.5	8.6
2015	8114	29.0	74.2	23.8	59.6	14.9	50.8	8.6
2016	8496	32.0	70.7	21.6	57.3	13.4	49.1	8.2
2017	7225	28.7	74.3	23.3	61.3	13.0	51.0	10.3
2018	7926	28.3	74.9	26.8	59.2	15.8	48.3	10.8
2019	6534	20.3	81.7	27.7	63.7	18.0	54.0	9.7
2020	6040	29.1	74.9	22.0	60.5	14.4	52.7	7.6

Données de 2009 à 2014 selon Duc et al. (Duc et al., 2015, pp. 13 et 15); données 2015 à 2017 selon Heeb (2018, p. 62).

Le taux de contrôle oral de l'âge (22.0%) est le deuxième plus bas de la période 2009-2020. Le contrôle par pièce d'identité (60.5%) se situe quant à lui à un niveau moyen dans la période 2009-2020. A noter que le contrôle uniquement par pièce d'identité est aussi diminué par rapport à 2019, mais est resté à un niveau relativement élevé par rapport au passé (52.7%).

4.2 Description des achats-tests depuis 2015

En général, entre 2015 et 2020¹⁷, les achats-tests ont été effectués principalement par un seul acheteur (2015 : 69.7% ; 2016 : 66.2% ; 2017 : 58.5% ; 2018 : 63.9% ; 2019 : 77.4% ; 2020 : 73.9%). La présence de trois ou quatre acheteurs est très rare sur cette période, et nous pouvons constater que depuis deux ans les groupes de trois ou quatre jeunes ne sont plus utilisés dans les achats-tests (2015 : 0.5% ; 2016 : 0.1% ; 2017 : 0.8% ; 2018 : 1.1% ; 2019 0.0% ; 2020 : 0.0%). La part d'acheteuses seules a baissé progressivement entre 2015 et 2018, passant de 42.9% des achats-tests en 2015 à 24.2% en 2018, mais a ensuite rebondi en 2019 retournant à un niveau très élevé (46.1%) et à 50.1% en 2020. Quant aux acheteurs-seuls, de sexe masculin, ils ont atteint leur part la plus élevée en 2019 (42.2%) pour ensuite redescendre à 24.2% en 2020. Enfin, pour ce qui concerne les groupes (uniquement de filles, uniquement de garçons, mixtes), leur proportion est remontée légèrement après avoir atteint le niveau le plus bas en 2019 (**Tableau 6.2**).

¹⁷ Les données pour les années 2017, 2018, 2019 et 2020 se trouvent dans l'Annexe 2. Les données pour 2015 et 2016 sont consultables dans le rapport 2018 (Notari et al., 2020).

La répartition par âge est fortement influencée par le nombre abondant de données manquantes qui a évolué dans le temps. Le résultat relatif aux données à disposition montre que pour les acheteurs seuls et pour les groupes la répartition entre âges est restée relativement similaire (**Tableau 6.2** et **Tableau 6.3**).

Concernant les types de points de vente, la part de cafés/restaurants a progressé au fil des années (de 15.2% en 2015 à 22.0% en 2019) pour redescendre à 18.9% en 2020. Celle des stations-service a diminué progressivement (32.6% en 2015 à 11.1% en 2020). La part des événements a aussi progressé passant de 7.5% en 2015 à 15.2% en 2018, et en redescendant légèrement en 2019 (12.3%) et en touchant 0.9% en 2020. Le rôle de la pandémie de covid-19 est très clair dans ce changement. En revanche, la part de bars a fluctué au cours des cinq dernières années, et a touché en 2019 et 2020 les niveaux les plus bas. La partie représentée par les chaînes de magasins a quant à elle atteint son maximum de la période (43.0%) (**Tableau 6.3**).

Concernant la répartition entre les achats de boissons fermentées ou distillées, les données de 2020 montrent une réduction de la part d'achats-tests portant sur les boissons distillées. Concernant la temporalité des achats-tests, la répartition entre les jours de la semaine est restée relativement stable entre 2015 et 2020. En revanche, la partie des achats-tests effectuée avant 19h a baissé entre 2015 et 2018 pour augmenter à nouveau en 2019 et atteindre son niveau le plus élevé en 2020 (**Tableau 6.4**).

Concernant les facteurs contextuels, des fluctuations et des tendances sont observables. Les changements sont surtout liés aux variations dans la participation au monitoring des achats-tests (**Tableau 6.6** et **Tableau 6.7**).

Enfin, pour ce qui concerne les facteurs régionaux, la répartition par régions linguistiques a vu une légère diminution de la part d'achats-tests effectués en Suisse alémanique (passage de 86.9% en 2019 à 77.7% en 2020). La part d'achats-tests par typologie de commune a varié entre 2015 et 2020. En 2020 elle est toutefois très similaire à celle de 2018 et 2019 (**Tableau 6.8**).



4.3 Analyse multivariée de l'évolution temporelle

En 2019 le taux de vente a été le plus bas de la période 2015-2020, mais comme nous l'avons montré auparavant (chapitre 4.2) des différences parfois importantes existent entre les années quant à la structure des données récoltées. Ces différences peuvent être liées aux institutions ayant effectué des achats-tests et aux différences liées aux modalités de ces tests (p.ex. horaires, âge des acheteurs). Ces facteurs peuvent influencer les taux de vente et de contrôle qui ont été observées sur les données recensées. Ce dernier chapitre a donc pour but de répondre à la question de savoir si l'augmentation observée en 2020 dans le taux de vente et dans les taux de contrôle d'âge, demeurent observables après le contrôle des effets des autres facteurs identifiés comme pouvant influencer la vente de boissons alcooliques aux jeunes et le contrôle de leur âge.

Aussi, afin de déterminer si les pratiques de vente ont changé en 2020 par rapport aux quatre années précédentes, l'effet dû au temps a été ajouté au modèle qui a été utilisé dans le chapitre précédant (voir chapitre 3.3). Il s'agit par-là de déterminer si le temps a un effet indépendant dans l'explication des pratiques de vente ou si, au contraire, celles-ci s'expliquent uniquement par les autres déterminants de la vente d'alcool et de contrôle de l'âge (p.ex. caractéristiques des acheteurs-tests, caractéristiques des achats-tests et facteurs régionaux). Dans ce cas nous pourrions en conclure que les changements dans la composition des échantillons annuels rendent dans une certaine mesure compte des variations des pratiques de vente dans le temps.

Par rapport aux rapports précédents, ce chapitre se termine par une analyse de l'évolution des achats-tests dans le temps, qui tente d'estimer l'effet de la pandémie de Covid-19 sur tout changement dans la vente de boissons alcooliques et dans les contrôles d'âge.

Le **Tableau 4.2** présente à la fois les effets estimés du temps sans prendre en compte les caractéristiques des achats-tests (i.e. modélisés sans ajustement), en prenant en compte les effets d'un des facteurs (ajustement selon un groupe de facteurs, i.e. soit les caractéristiques sociodémographiques des acheteurs, soit les caractéristiques des achats-tests, soit les facteurs régionaux), en prenant en compte l'ensemble des variables pouvant influencer la vente et le contrôle lors des achats-tests en combinant respectivement deux des trois groupes de facteurs et, finalement, sur la base du modèle complet (ajustement avec les trois groupes de variables).

Tableau 4.2 Variations de la vente d'alcool et du contrôle de l'âge en 2020 comparé à 2015, 2016, 2017, 2018 et 2019- rapports de chances non-ajustés et ajustés

	Rapport de chances ¹				
	Vente d'alcool				
	2020 vs 2015	2020 vs 2016	2020 vs 2017	2020 vs 2018	2020 vs 2019
T	1.01	0.87*	1.02	1.04	1.61*
T ajusté selon S, A et R	1.00*	0.94*	1.06*	1.18	1.60
	Contrôle de l'âge ²				
	2020 vs 2015	2020 vs 2016	2020 vs 2017	2020 vs 2018	2020 vs 2019
T	1.04	1.23*	1.03	1.00	0.67*
T ajusté selon S, A et R	0.97	1.02	0.83*	0.72*	0.61*

Légende : T temps (2020 comparé aux autres années),

¹ Le rapport de chances correspond à la cote de l'année 2020 par rapport à la cote des années 2015, 2016, 2017, 2018 ou 2019 (catégorie de référence).

² Contrôle oral de l'âge ou selon une pièce d'identité.

* La cote de la catégorie est statistiquement différente de la cote de la catégorie de référence (rapports de chances ajustés ; seuil de significativité de 5%).

Sans tenir compte des déterminants qui peuvent influencer les taux de vente et de contrôle de l'âge, il apparaît que 2020 se trouve dans une situation intermédiaire. Plus précisément, 2020 présente un taux de vente global plus élevé que 2019, similaire à 2015, 2017 et 2018, et plus bas que celui de 2016. Le même constat, mais inversé, est valable pour le taux de contrôle de l'âge. Lorsqu'on tient compte de tous les déterminants qui peuvent influencer la vente d'alcool aux mineurs et les caractéristiques des achats-tests, le taux de vente de 2020 est au final également similaire à celui de 2015, 2016 et 2017 et plus élevé de celui de 2018 et 2019. Concernant le taux de contrôle de l'âge, il est similaire à 2015 et 2017, mais plus bas que celui observé en 2017, 2018 et 2019.

Le **Tableau 4.3** permet quant à lui d'examiner l'évolution des taux sur l'ensemble de la période 2015-2020, et non plus en comparant directement les résultats entre 2020 et les années précédentes. L'objectif est ici de déterminer l'évolution des taux de vente et de contrôle par rapport à la moyenne des années. Les résultats du modèle complet concernant le taux de vente montrent qu'en 2015 et 2016 le taux était statistiquement plus élevé que la moyenne, en 2017 le taux n'était pas statistiquement différent, en 2018 et 2019 il était significativement plus bas et en 2020 il était à nouveau statistiquement plus élevé que la moyenne. Pour ce qui concerne le taux de contrôle de l'âge, la modélisation a permis de déterminer qu'en 2015 et 2016 le taux était significativement plus bas que la moyenne, en 2017 il n'était pas différent, en 2018 et 2019 il était significativement plus élevé et en 2020 il était à nouveau significativement plus bas.

Tableau 4.3 Variations de la vente d'alcool et du contrôle de l'âge entre 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020, rapports de chances ajustés

		Rapport de chances ¹					
		Vente d'alcool					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
T		1.07*	1.23*	1.05	1.03	0.67*	1.07*
T ajusté selon S, A et R		1.11*	1.19*	1.05	0.95*	0.69*	1.11*
		Contrôle de l'âge ²					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
T		0.95*	0.79*	0.95*	0.98	1.46*	0.98
T ajusté selon S, A et R		0.87*	0.83*	1.02	1.18*	1.39*	0.84*

Légende : T temps (2020 comparé aux autres années),

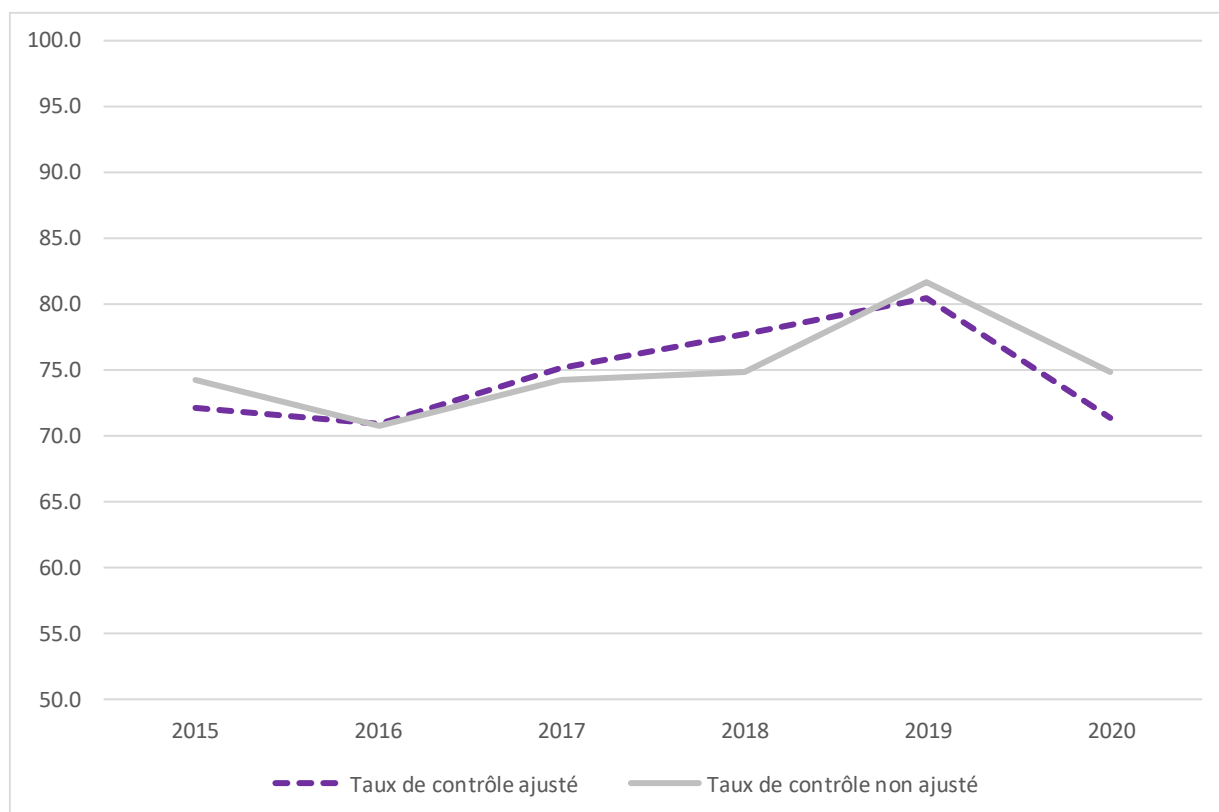
¹ Le rapport de chances correspond à la cote de l'année 2020 par rapport à la cote des années 2015, 2016, 2017, 2018 ou 2019 (catégorie de référence).

² Contrôle oral de l'âge ou selon une pièce d'identité.

* La cote de la catégorie est statistiquement différente de la cote de la catégorie de référence (rapports de chances ajustés ; seuil de significativité de 5%).

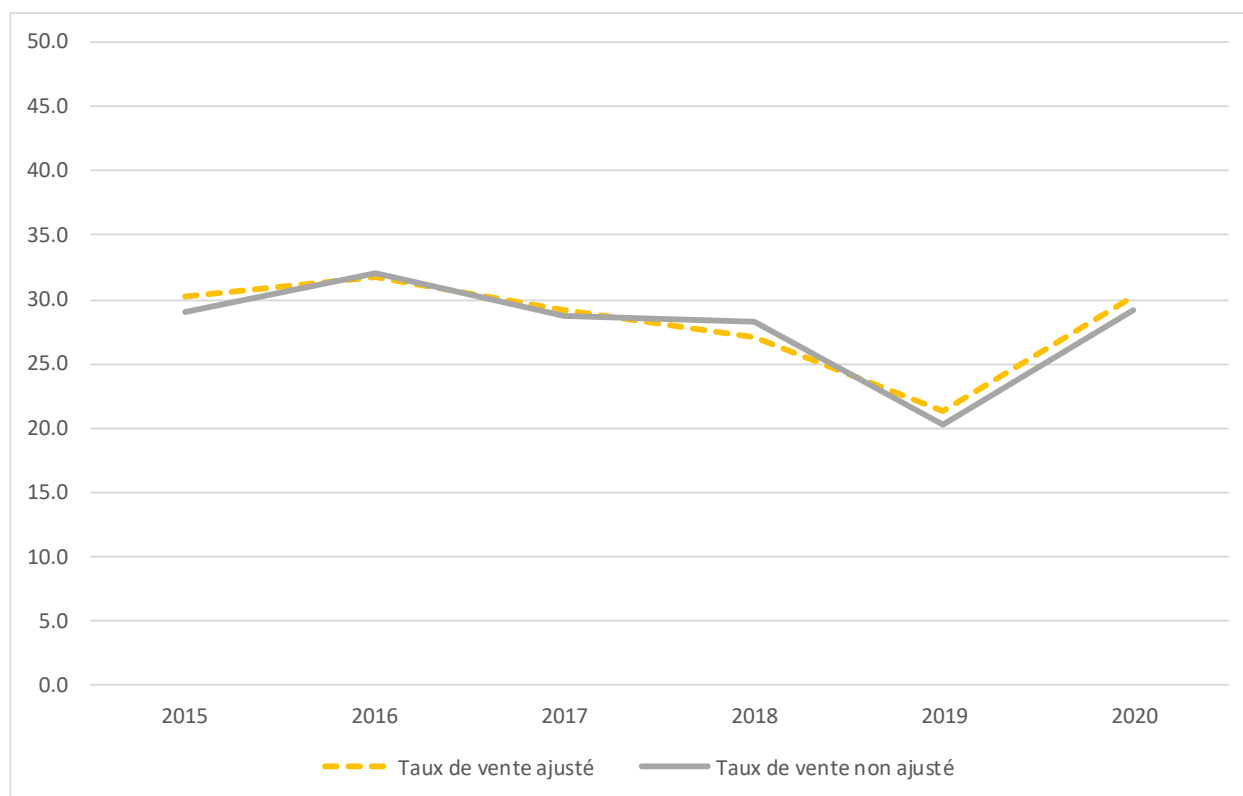
Les **Figure 4.1** et **Figure 4.2** présentent graphiquement, pour la période 2015-2020, les taux de contrôle de l'âge et de vente non ajustés (bruts) et après ajustement par les facteurs sociodémographiques, les caractéristiques des achats-tests et les facteurs régionaux. La représentation graphique des taux de contrôle et de vente après ajustement montre assez clairement qu'en prenant en compte les différents facteurs des achats-tests l'évolution entre 2019 et 2020 reste significativement négative, avec une nette augmentation des taux de vente et une diminution des taux de contrôle. Dans les deux cas, les taux sont revenus à des niveaux comparables à ceux observés en 2015 et 2016.

Figure 4.1 Taux de contrôle de l'âge non ajusté et ajusté pour la période 2015-2020



Note : le taux de contrôle ajusté a été calculé sur la base de la régression logistique présentée dans le Tableau 6.3.

Figure 4.2 Taux de vente non ajusté et ajusté pour la période 2015-2020



Note : le taux de vente ajusté a été calculé sur la base de la régression logistique présentée dans le Tableau 6.3

Estimation de l'impact de la pandémie de covid-19

Dans le rapport sur les achats-tests 2019 (Notari et al., 2020b), nous avons annoncé que la possibilité de confirmer la tendance positive clairement observée en 2019 pouvait dépendre de la pandémie de covid-19. Malheureusement, cette situation a perduré tout au long de l'année 2020 et s'est accompagnée de mesures sanitaires qui ont pu impacter l'attention du personnel de vente sur la vente d'alcool aux jeunes et sur leur capacité à estimer l'âge des jeunes portant un masque.

Nous avons donc essayé d'évaluer l'impact de la pandémie sur les taux de vente et les taux de contrôle d'âge. Pour ce faire, nous avons analysés de manière séparée la période précédant le semi-confinement de celle qui le suivait. Les mêmes modèles que ceux utilisés dans le chapitre précédant ont été utilisés.

Les résultats montrent que le taux de vente au cours des deux mois et demi précédant le semi-confinement n'était pas significativement différent du taux de 2019, mais significativement inférieur au taux observé en 2015, 2016, 2017, 2018 et à la période post-semi-confinement. Au contraire, le taux de vente observé dans la deuxième partie de 2020 a été similaire à celui de 2015 et 2016, mais significativement plus élevé que celui observé en 2017, 2018, 2019 ainsi que celui observé au cours des mois précédant le semi-confinement.

Pour le taux de contrôle de l'âge, le taux de la période précédant le semi-confinement n'est pas significativement différent de 2019, 2018 et 2017, mais significativement plus élevé de 2015, 2016 et la deuxième partie de 2020. À l'inverse, le taux de contrôle de la période suivant le semi-confinement n'est pas significativement différent de 2015 et 2016, mais significativement plus bas de 2017, 2018, 2019 et de la première partie de 2020.

5 Conclusion

Ce rapport, qui portait sur les données des achats-tests effectués en Suisse en 2020, avait les mêmes objectifs et finalités que les rapports précédents, à savoir la description des achats-tests effectués sur l'année et l'analyse des facteurs influençant le contrôle de l'âge des acheteurs et le refus de vente de boissons alcooliques aux jeunes. L'approche analytique introduite dans l'analyse des achats-tests dès le rapport sur les données 2015 avait permis de mettre en évidence l'importance des caractéristiques des acheteurs et des achats-tests (p.ex. type de point de vente) comme facteurs de risque pouvant faciliter la vente d'alcool et/ou l'absence de contrôle de l'âge. En comparaison avec les rapports précédents, nous avons effectué les mêmes analyses, mais nous avons aussi essayé d'étudier l'effet de la situation et des restrictions liées à la pandémie – tels que le stress du personnel de vente et le port de masques - sur le taux de vente d'alcool et le taux de contrôle de l'âge.

Les achats-tests 2020

Au total, 6'040 achats-tests ont été recensés pour l'année 2020. Ce nombre d'achats-tests est plus bas par rapport aux années précédentes (6'534 en 2019, 7'926 en 2018 et 7'225 en 2017). La pandémie de covid-19 a fortement réduit le nombre d'achats-tests effectués par les institutions publiques ou privées. Toutefois, cette baisse a été presque entièrement compensée par la participation de deux organisations privées, qui ont fourni pour la première fois des données sur leurs propres achats-tests. Dans des conditions normales, le nombre d'achats-tests recensés aurait donc pu atteindre les niveaux de 2017 et 2018.

Au niveau des résultats de base, les achats-tests menés en 2020 ont donné lieu à un contrôle de l'âge dans trois cas sur quatre (74.9%) et à une vente d'alcool dans presque trois cas sur dix (29.1%). Le contrôle de l'âge a été fait le plus souvent sous la forme d'une demande de présentation d'une pièce d'identité, plutôt que via la demande directe de l'âge.

Aussi, les résultats des analyses présentées dans les chapitres précédents confirment les constats des dernières années, à savoir l'importance de considérer l'achat-test comme le résultat d'une interaction entre un acheteur et un vendeur, dans un contexte donné. Les caractéristiques des acheteurs-tests - âge, genre et nombre d'acheteurs - et les caractéristiques de l'achat-test lui-même - avant tout le type d'établissement - sont donc des facteurs qui influencent le contrôle de l'âge et la vente des boissons aux jeunes. Le contexte géographique est quant à lui marginal et une grande partie des différences qui semblent exister entre les régions disparaissent lorsqu'on tient compte des caractéristiques des achats-tests effectués (caractéristiques des acheteurs et des achats). Cependant, la situation en 2020 nous a fait prendre conscience que de nombreux effets ne peuvent être que partiellement pris en compte.

Évolution des taux de contrôle et de vente

Sur la période 2015-2018 les taux bruts de contrôle de l'âge ont plus ou moins stagné – passant de 74.2% en 2015, à 70.7% en 2016, 74.3% en 2017 et 74.9% en 2018 – avant d'augmenter très fortement en 2019 (81.7%) et redescendre à 74.9% en 2020. Quant au taux de vente, entre 2015 et 2018 une légère baisse a été enregistrée – passant de 29.0% en 2015, à 32.0% en 2016, 28.7% en 2017 et 28.3% en 2018 – baisse qui s'est ensuite fortement accentuée en 2019 (20.3%). Toutefois, en 2020 le taux de vente a augmenté fortement arrivant à 29.1%.

Les taux bruts de vente et de contrôle ont fluctué au cours des années, et après une période - 2015-2018 - au cours de laquelle le taux de vente semblait diminuer, 2019 avait finalement confirmé cette hypothèse. Malheureusement, l'année 2020 a montré une tendance totalement opposée, avec une forte augmentation

du taux de vente (qui a atteint les niveaux de 2015, 2016 et 2017) et une nette réduction du taux de contrôle de l'âge (qui est redevenu comparable à celui de 2015 et 2016).

Une analyse des différences pré et post semi-confinement a montré que les résultats des deux premiers mois et demi de l'année étaient tout à fait en ligne avec ceux de 2019, alors que dans la période post-semi-confinement, le taux de vente était plus élevé que 2019 et le taux de contrôle nettement inférieur à 2019. Ces données nous permettent donc de conclure que les résultats très positifs de 2019 auraient probablement été confirmés en 2020 en absence d'une crise sanitaire. De plus, ils permettent de démontrer que la pandémie de covid-19 et les mesures sanitaires mises en place ont eu un effet négatif sur le contrôle de l'âge et sur le taux de vente de boissons alcooliques aux jeunes.

Refus sans contrôle d'âge versus vente après contrôle

Aussi pour 2020, nous avons observé parmi les achats-tests conduits – en particulier dans les café-restaurants – des cas où la vente est refusée aux mineurs par le personnel de vente sans même une demande d'âge. D'autre part, un certain nombre d'achats-tests pour lesquels un contrôle de l'âge avait été fait par le personnel de vente a résulté en une vente d'alcool aux jeunes. Bien qu'il ne s'agisse pas là d'une majorité de cas – 1.5% pour les refus sans contrôle d'âge et 7.0% pour la vente malgré un contrôle – il est important de se rendre compte que certaines caractéristiques sociodémographiques, le type d'établissement où l'achat est effectué et le type de boisson achetée peuvent influencer négativement ou positivement la capacité du personnel à détecter ou non les jeunes n'ayant pas droit à un tel achat. Comme nous l'avons déjà souligné dans le précédent rapport sur les données récoltées en 2019 (Notari et al., 2020b), ces résultats s'inscrivent très clairement dans la ligne des résultats d'une étude qualitative menée auprès du personnel de vente qui soulignait à quel point celui-ci est parfois démuni et considère comme étant très difficile d'identifier les acheteurs trop jeunes lorsqu'ils sont face à eux (Stucki & Mathieu, 2019). Le contexte, le temps à disposition ou la pression sociale sont entre autres décrits par les personnes interrogées comme des facteurs qui rendent difficile la tâche du contrôle de l'âge.

Il est donc important de rappeler qu'au cours de 2020 l'application gratuite pour smartphones « Jalk ID-Scan » a été mise à point par la Croix-Bleue en collaboration avec l'Administration fédérale des douanes. Cette application, qui est gratuite et ne récolte pas de données personnelles des utilisateurs, permet de scanner la pièce d'identité en indiquant immédiatement quels types de boissons alcoolisées peuvent être vendues au client (aucune pour les moins de 16 ans ; boissons fermentées pour les < 18 et aucune limite pour les majeurs). Nous soulignons aussi que dans le contexte actuel – avec le port du masque obligatoire – il est d'autant plus difficile de déterminer l'âge du client simplement par son apparence et il serait donc d'autant plus important d'utiliser de tels instruments de manière systématique.

Une plus grande participation des grandes enseignes de la vente

Malgré tout ce que nous avons pu conclure sur les données 2020, un point positif doit être souligné pour cette année : la participation au monitoring des achats-tests de deux organisations privées qui n'avaient pas participé auparavant. En général, certaines organisations privées effectuent un nombre importants d'achats-tests d'alcool pour des raisons de contrôle interne. Il est donc très important d'avoir accès à ces données, car elles nous donnent une idée plus précise du nombre d'achats-tests effectués en Suisse et permettent de consolider les résultats annuels. Nous considérons également que la participation d'entreprises privées au contrôle des achats-tests est un signe clair que l'attitude générale à l'égard de la vente d'alcool aux jeunes a évolué de manière positive. Nous espérons que cette participation pourra être consolidée au fil du temps.

Limitations

La méthode analytique appliquée dans le présent rapport a permis d'analyser les données en tenant compte de la structure des achats-tests, et ainsi permettre d'identifier un certain nombre de facteurs pouvant influencer le contrôle de l'âge et la vente de boissons alcooliques aux mineurs. Il convient toutefois de mentionner que cette méthode ne permet pas de compenser l'absence d'échantillonnage aléatoire et ne peut garantir l'absence de biais systématiques. Il apparaît donc d'autant plus important de disposer de toujours plus de données, qui dans l'idéal devraient couvrir le plus grand nombre de combinaisons possibles. Ainsi, dans la mesure du possible, les institutions actives dans le domaine des achats-tests devraient davantage ancrer leurs pratiques dans une perspective dite « représentative », avec des achats-tests variés, tant au niveau des caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests, que du choix des établissements, des jours et horaires, et des types de boissons achetées.

6 Bibliographie

- Babor, T. F., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., Grube, J. W., Gruenewald, P. J., Hill, L., Holder, H. D., Homel, R., Österberg, E., Rehm, J., Room, R. & Rossow, I. (2003). *Alcohol: No Ordinary Commodity. Research and Public Policy*. Oxford: Oxford Medical Publication, Oxford University Press.
- Beratungsstelle für Suchtfragen (2009). Konzept « Alkoholkäufe in Appenzell Ausserrhoden ». Bühler: Beratungsstelle für Suchtfragen.
- Delgrande Jordan, M., Schneider, E., Eichenberger, Y. & Kretschmann, A. (2019). La consommation de substances psychoactives des 11 à 15 ans en Suisse - Situation en 2018 et évolutions depuis 1986 - Résultats de l'étude Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) (rapport de recherche No 62). Lausanne: Addiction Suisse.
- Duc, C., Bachmann, M. & Rihs-Middel, M. (2015). Analyse des achats tests d'alcool réalisés en Suisse en 2014. S. l.: Ferarihs.
- Goebel, V. & Kohler, F. (2014). L'espace à caractère urbain 2012. Neuchâtel: Office fédéral de la statistique.
- Gosselt, J. F., van Hoof, J. J., de Jong, M. D. & Prinsen, S. (2007). Mystery shopping and alcohol sales: do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers? *Journal of adolescent health* 41, 302-8.
- Heeb, J.-L. (2016). Achats-tests d'alcool en 2015. Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs. Berne: Régie fédérale des alcools.
- Heeb, J.-L. (2017). Achats tests d'alcool en 2016. Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs. Berne: Régie fédérale des alcools (RFA).
- Heeb, J.-L. (2018). Achats tests d'alcool en 2017. Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs. Berne: Département fédéral des finances.
- Kuendig, H., Georges, A. & Labhart, F. (2014). Investigating underage youth access to alcohol in Switzerland: inventory of modes of access and association with youth characteristics. *Alcohol and Alcoholism* 49, 586-92.
- Labhart, F., Notari, L. & Delgrande Jordan, M. (2010). Estimation de la dépense de mineurs en boissons alcoolique en 2007 / Estimated expenses for alcoholic beverages by minors in 2007. Lausanne: Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA) / Swiss Institute for the Prevention of Alcohol and Drug Problems (SIPA).
- Notari L., Heeb J.-L., Masseroni S., Kuendig H. (2020). Achats-tests d'alcool en 2018. Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs. Addiction Suisse, Lausanne, Suisse.
- Notari L., Heeb J.-L., Masseroni S., Kuendig H. (2020). Achats-tests d'alcool en 2019. Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs. Addiction Suisse, Lausanne, Suisse.
- Office fédéral de la santé publique (OFSP) (2008). Programme National Alcool 2008 - 2012. S. l.: Office fédéral de la santé publique.
- Office fédéral de la santé publique (OFSP) (2013a). Programme National Alcool 2013 - 2016. S. l.: Office fédéral de la santé publique.
- Office fédéral de la santé publique (OFSP) (2013b). Programme National Alcool - Rapport 2008 – 2012. S. l.: Office fédéral de la santé publique.

- Office fédéral de la santé publique (OFSP) (2015). Stratégie nationale Addictions 2017 – 2024. S. I.: Office fédéral de la santé publique.
- Office fédéral de la santé publique (OFSP) (2016). Plan de mesures de la Stratégie nationale Addictions 2017 – 2024. S. I.: Office fédéral de la santé publique.
- Paschall, M. J., Grube, J. W., Black, C., Flewelling, R. L., Ringwalt, C. L. & Biglan, A. (2007). Alcohol outlet characteristics and alcohol sales to youth: Results of alcohol purchase surveys in 45 Oregon communities. *Prevention Science* 8, 153-9.
- Régie fédérale des alcools (RFA) (2012). Achats tests d'alcool : les résultats 2011 dans le détail [communiqué de presse, documentation de base]. Berne: Régie fédérale des alcools.
- Régie fédérale des alcools (RFA) (2017). Achats tests d'alcool : les résultats 2016 en détail [communiqué de presse, documentation de base]. Berne: Régie fédérale des alcools.
- Régie fédérale des alcools (RFA) et Office fédéral de la santé publique (OFSP) (2010). Achats tests d'alcool. Un guide pratique. Berne: Régie fédérale des alcools.
- Rossow, I., Karlsson, T. & Raitasalo, K. (2008). Old enough for a beer? Compliance with minimum legal age for alcohol purchases in monopoly and other off-premise outlets in Finland and Norway. *Addiction* 103, 1468-73.
- Scheuber, N., Stucki, S., Hardegger, S. & Rihs-Middel, M. (2009). Achats-tests d'alcool. Un manuel pratique pour les cantons et les ONG. Villars-sur-Glâne: Ferrarihs.
- Schuler, M., Compagnon, A. & Jemelin, C. (1999). Les grandes régions de la Suisse. La Suisse dans le système des régions NUTS. Neuchâtel: Office fédéral de la statistique et Office fédéral de l'aménagement du territoire.
- Stucki, S. & Mathieu, T. (2019). Umsetzung des Abgabeverbots von Alkohol an Minderjährige: Eher eine gesellschaftliche Herausforderung als ein reales Problem für das Verkaufs- und Servicepersonal. Lausanne: Sucht Schweiz.
- Toomey, T. L., Komro, K. A., Oakes, J. M. & Lenk, K. M. (2008). Propensity for illegal alcohol sales to underage youth in Chicago. *Journal of Community Health* 33, 134-8.
- van Hoof, J. J. & Gosselt, J. F. (2013). Underage alcohol sales--it only takes a minute: a new approach to underage alcohol availability. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs* 74, 423-7.
- Willner, P., Hart, K. E., Binmore, J., Cavendish, M. & Dunphy, E. (2000). Alcohol sales to underage adolescents: an unobtrusive observational field study and evaluation of a police intervention. *Addiction* 95, 1373 - 1388.

ANNEXE 1: Variables

Indicateurs de vente d'alcool

- Vente d'alcool (oui, non)
- Contrôle oral de l'âge (oui, non)
- Contrôle de l'âge selon une pièce d'identité (oui, non)

Note : Lors des analyses, le contrôle oral de l'âge et la vérification selon une pièce d'identité ont souvent été considérés simultanément. Le contrôle de l'âge est alors défini comme la réalisation d'au moins une des deux mesures de contrôle.

Caractéristiques sociodémographiques des acheteurs-tests

- Genre (féminin, masculin)
- Age (en années)
- Nombre d'acheteurs-tests (un, deux, trois ou quatre acheteurs-tests)

Note : Généralement, ces variables ont été formées à partir des données transmises, notamment du code incluant le genre et l'année de naissance¹⁸. Lorsque la date de naissance de l'acheteur-test était disponible, l'âge a été calculé par comparaison avec la date de l'achat-test. L'âge, en années, et le genre étaient parfois présents dans les données et ont été repris lorsque les codes manquaient. Le nombre d'acheteurs-tests a été le plus souvent déterminé en fonction des données se rapportant à des personnes distinctes, notamment les codes incluant le genre et l'année de naissance¹⁹.

En présence de plusieurs acheteurs-tests le rôle des différents membres du groupe n'est pas toujours clair. Plusieurs cas de figure peuvent en effet se présenter : acquisition d'une seule boisson impliquant un seul des acheteurs, acquisition d'une seule boisson impliquant plusieurs acheteurs ou acquisition de plusieurs boissons par le groupe. Lorsque, au contraire, chacun des acheteurs a cherché à obtenir une boisson, chaque tentative a été enregistrée en tant qu'achat-test séparé²⁰.

Toujours en présence de plusieurs acheteurs-tests et en raison des indications incomplètes sur leur rôle, le genre et l'âge des personnes effectivement engagées dans la tentative d'achat n'étaient identifiables

¹⁸ Le plus souvent, ce code se présente sous la forme XYJJ.MM.AAAA où XY sont les initiales de l'acheteur-test, JJ, MM et AAAA respectivement le quantième, le mois et l'année de sa naissance et son genre.

¹⁹ Cependant, le nombre d'acheteurs-test n'a pas toujours pu être exactement déterminé. Ce dernier manquait dans certaines données remises. Une reconstitution à partir d'indications telles l'âge ou le genre n'était pas toujours envisageable, car ces données étaient parfois disponibles pour un seul acheteur, alors que plusieurs acheteurs avaient participé à l'achat-test. Les renseignements complémentaires recueillis auprès des organisations chargées des achats-tests n'ont pas toujours permis de préciser la situation. En effet, certaines d'entre elles ont remis des données portant sur un seul acheteur-test, alors qu'une partie des achats-tests a pu impliquer deux acheteurs-tests. L'identification des achats-tests à deux ne leur était cependant pas possible. Pour de tels achats-tests, un acheteur-test unique a été retenu, ce qui peut engendrer une sous-estimation des achats-tests à plusieurs.

²⁰ Cette dernière situation correspond à l'opérationnalisation déjà utilisée en 2014 (Duc et al., 2015, p.9).

qu'en partie²¹. Aussi, le genre a été déterminé selon la composition du groupe d'acheteurs-tests (tous de sexe masculin, tous de sexe féminin ou groupe mixte) ; l'âge retenu est celui de l'acheteur le plus âgé²².

Les groupes comptant plusieurs acheteurs ont généralement été réunis lors des analyses, les achats-tests comptant trois ou quatre personnes étant rares.

Caractéristiques des achats-tests

- Type de point de vente (classification en 11 ou 6 catégories)
- Type d'alcool de la boisson demandée (fermenté, distillé)
- Jour de la semaine (lundi à dimanche)
- Moment de la journée (avant 19 heures, dès 19 heures)
- Mois de l'année (janvier à décembre)

Note : Les types de points de vente ont été codés, dans la mesure du possible, selon une classification en 11 catégories (restaurant, café (1), station-service (2), chaîne de magasins (3), événement, fête (4), petit magasin (5), bar, pub (6), kiosque (7), take-away (8), manifestation sportive (9), magasin de boissons (10) et point de vente, commerce de détail (11, Duc et al., 2015, p. 26)). Dès lors, en tenant compte des effectifs disponibles, une classification plus succincte en six catégories sera le plus souvent utilisée. Elle réunit les types de point de vente sous-dotés à des catégories apparentées (Restaurant et café (1), Station-service (2), Chaîne de magasins (3), Evènement et manifestation (4, 9), Bar (6), Autres (5, 7, 8, 10, 11))

Le type d'alcool de la boisson en question, le jour de la semaine, le moment de la journée et le mois de l'année ont été déterminés à partir des données recueillies et d'après la date et l'heure de l'achat-test ; si le type d'alcool n'était pas indiqué, la description de la boisson était utilisée.

Facteurs contextuels

- Sélection des points de vente (aléatoire, par rotation, systématique, selon des critères pratiques, mixte selon plusieurs critères)
- Annonce des achats-tests (oui, en partie, possible, non)
- Point de vente testé l'année précédente (oui²³, plutôt oui, en partie, plutôt non, non)

²¹ Outre la distinction entre acheteur et témoin, la question de l'identification des acheteurs se pose aussi pour la présence de plusieurs acheteurs acquérant à la fois de l'alcool fermenté et de l'alcool distillé. Dans ce cas, faute de distinction des acheteurs-tests, les caractéristiques sociodémographiques des différents acheteurs ne peuvent être mises en rapport avec le type d'alcool.

²² En 2014, l'âge moyen des acheteurs avait été utilisé en présence d'âges différents dans un même groupe (Duc et al., 2015, p. 47). La détermination de l'âge dans le présent rapport évite un calcul de moyenne dans le but de tenir compte des conditions de l'appréciation de l'âge par le vendeur. Par analogie avec la présence d'un adulte, le vendeur peut évaluer la situation par rapport à l'acheteur le plus âgé – ou paraissant tel.

²³ Cette catégorie n'était pas présente en 2015 faute de données correspondantes.

- Vague de l'achat-test (achat-test unique, achat-test d'une première vague jusqu'à achat-test d'une sixième vague)²⁴

Note : Les facteurs contextuels ne sont le plus souvent pas disponibles par achat-test, sauf en ce qui concerne la vague de l'achat-test. Ces indications ne figurent en général pas dans les données recueillies²⁵. Elles ont été obtenues séparément, par écrit ou oralement, auprès des organisations effectuant des achats-tests pour l'ensemble des achats-tests en question.

A l'opposé des autres variables, qui permettent de singulariser les achats-tests (données individuelles), ces indications décrivent un groupe d'achats-tests dans son intégralité, de manière indifférenciée (données agrégées).

Dès lors, l'annonce des achats-tests, la présence d'achats-tests l'année précédente et la répétition des achats-tests durant l'année se rapportent en général à l'appréciation de l'ensemble des achats-tests d'une organisation. Concernant la vague de l'achat-test, les troisièmes, quatrièmes, cinquièmes et sixièmes vagues ont été regroupées lors des analyses pour des questions d'effectifs.

Facteurs régionaux

- Région linguistique (allemande, française, italienne, romanche)
- Type de commune (classification en 7 catégories)
- Grande région de Suisse (classification en 7 catégories)
- Canton (26 cantons ou demi-cantons)

Note : Fondée sur la typologie de l'Espace à caractère urbain 2012 de l'Office fédéral de la statistique, la classification des communes distingue les types suivants : ville-centre d'agglomération, centre principal d'agglomération, centre secondaire d'agglomération, commune de la couronne d'agglomération, commune multi-orientée, commune-centre hors agglomération et commune rurale sans caractère urbain (Goebel & Kohler, 2014)²⁶. Les grandes régions de Suisse, également établies par l'Office fédéral de la statistique,

²⁴ Les achats-tests uniques se rapportent aux points de vente qui ont fait l'objet d'un seul achat-test durant l'année. Pour les points de vente testés plusieurs fois de suite la même année, la vague indique la position chronologique de l'achat-test. Les achats-tests répétés comptaient au plus cinq vagues en 2015, six vagues en 2016, quatre vagues en 2017 et six vagues en 2018.

²⁵ A part la vague de l'achat-test, seule l'indication de l'annonce était disponible individuellement pour quelques achats-tests.

²⁶ La classification se fonde sur des indicateurs de densité, combinés à des seuils absolus (habitants, emplois et nuitées hôtelières ; détermination de zones urbaines), et fonctionnels (flux pendulaires ; détermination d'espaces dépendants des zones urbaines Goebel & Kohler, 2014). Les agglomérations sont des groupes de communes de plus de 20'000 habitants, constituées généralement d'une zone centrale, caractérisée par une forte densité, et d'une couronne, dans lesquelles sont distinguées :

- une commune ville-centre, à la densité la plus élevée de la zone centrale
 - des communes-centres, situées dans la zone centrale et partagées en centres principaux et en centres secondaires, ces derniers comptant une forte part de pendulaires vers un centre principal
 - des communes de la couronne, situées en dehors de la zone centrale et avec un fort flux pendulaire vers cette dernière
- En dehors des agglomérations se trouvent :
- des communes multi-orientées, comportant un fort flux pendulaire vers les zones centrales d'au moins deux agglomérations distinctes
 - des communes-centres, à la densité comparable à celles des centres d'agglomération
 - des communes rurales, sans fort flux pendulaire vers une zone centrale

comptent la région lémanique (GE, VD et VS), l'Espace Mittelland (BE, FR, JU, NE et SO), la région du Nord-Ouest (AG, BL et BS), Zurich (ZH), la Suisse orientale (AI, AR, GL, GR, SG, SH et TG), la Suisse centrale (LU, NI, OW, SZ, UR et ZG) et le Tessin (TI) (Schuler et al., 1999).

Les variables régionales, à l'exception du canton, ont généralement été constituées à partir du code postal ou du nom de la commune du lieu de l'achat-test.

ANNEXE 2: Tableaux

Tableau 6.1 Taux de vente et type de contrôle en 2020

	2020 (N=6040)					
	n	Taux de vente			Type de contrôle	
		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Contrôle oral	Contrôle pièce
Vente alcool						
Oui	1757	29.1	9.3	5.8	10.3	
Non	4283	70.9	90.7	94.2	89.7	
Total	6040	100.0	74.9	22.0	60.5	
<i>Effectif (n)</i>		<i>6040</i>	<i>3120</i>	<i>913</i>	<i>2522</i>	
Contrôle de l'âge						
Oui	3120	25.1	9.3			
Non	1047	74.9	93.9			
Total	4167	100.0	30.6			
<i>Effectif (n)</i>		<i>4167</i>	<i>3120</i>			
Type de contrôle effectué						
Contrôle oral	913		5.8			
Contrôle pièce identité	2522		10.3			
Détail contrôle effectué						
Aucun	1047		93.9			
Uniquement oral	596		5.2			
Uniquement pièce	2181		10.9			
Les deux	315		7.0			

Tableau 6.2 Taux de vente et de contrôle par nombre d'acheteurs-tests, genre et âge, en 2020, 2019, 2018 et 2017

	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Type de contrôle		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
					Contrôle oral	Contrôle pièce									
Nombre d'acheteurs-tests															
Un	3080	73.9	28.3	77.1	20.5	65.3	77.4	20.4	80.9	63.9	28.8	72.2	58.5	27.0	74.0
Deux	1087	26.1	37.1	68.4	26.4	47.1	22.6	20.2	83.6	35.0	27.5	78.4	40.7	30.7	74.8
Trois ou quatre	0	0.0	-	-	-	-	0.0	-	-	1.1	20.5	88.6	0.8	43.9	63.3
Total	4167	100	30.6	74.9	22.0	60.5	100.0	20.3	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.6	74.3
<i>Effectif (n)</i>		4167	4167	4164	4138	4163	6534	6534	5214	7926	7926	6689	7222	7222	5895
Genre															
Un acheteur-test															
Féminin	2040	50.1	29.1	76.3	18.3	66.0	46.1	24.2	80.5	23.2	28.4	76.4	26.9	31.1	76.8
Masculin	985	24.2	27.5	77.9	23.6	64.6	42.2	22.2	81.5	35.0	36.2	69.1	24.1	33.5	71.0
Groupe d'acheteurs-tests															
Féminin	336	5.6	36.3	67.9	36.6	39.0	4.8	20.9	81.2	14.0	32.3	73.2	13.6	33.9	70.4
Masculin	178	2.9	34.3	70.8	19.7	52.8	2.8	21.6	84.8	13.1	17.5	87.0	17.9	23.7	80.2
Mixte	536	8.9	39.6	67.2	22.6	48.3	4.2	20.0	74.5	14.7	30.9	77.5	17.5	33.4	72.5
Total	4075	100	30.9	74.6	21.7	60.5	100.0	22.9	80.9	100.0	30.6	74.9	100.0	31.1	74.4
<i>Effectifs (n)</i>		4075	4075	4074	4073	4073	4516	4516	4444	6529	6529	6517	5921	5921	5827
Age															
Un acheteur-test															
13 ans ou moins ²	58	3.0	34.5	67.2	39.7	31.0	4.4	10.6	85.4	1.3	7.7	90.0	0.7	6.1	100.0
14 ans	323	16.5	27.6	74.3	37.9	44.0	20.3	21.7	76.6	15.6	19.0	76.9	7.6	12.8	64.6
15 ans	323	16.5	35.0	71.4	28.3	52.8	29.9	16.5	79.4	13.7	21.5	75.7	13.6	20.1	56.3
16 ans	399	20.4	38.3	66.1	27.6	46.6	17.8	22.1	79.3	8.2	28.4	70.9	5.9	18.2	47.8
17 ans	193	9.9	40.9	72.0	28.5	57.0	8.8	21.9	80.5	4.6	32.5	80.1	3.0	25.8	60.0

Tableau 6.3 Taux de vente et de contrôle par groupe d'acheteurs-tests et type de point de vente, en 2020, 2019, 2018 et 2017

	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Type de contrôle		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
					Contrôle oral	Contrôle pièce									
Groupe d'acheteurs-tests															
13 ans ou moins ³	24	1.2	37.5	62.5	41.7	25.0	0.6	7.7	96.2	0.4	31.8	68.2	0.4	52.9	60.0
14 ans	220	11.3	25.9	73.2	44.1	38.6	3.0	28.5	78.0	11.8	25.7	78.6	9.4	33.9	75.8
15 ans	293	15.0	38.6	67.6	32.0	41.3	7.8	26.1	82.6	23.1	26.7	80.2	35.8	26.4	78.3
16 ans	59	3.0	33.9	72.9	25.4	59.3	5.6	26.4	81.3	17.2	27.0	79.5	17.5	32.4	70.6
17 ans	61	3.1	41.0	75.0	26.9	65.0	1.7	31.0	77.1	4.1	37.3	69.1	6.0	41.0	61.4
Total	1953	100	34.7	70.4	32.5	46.7	100	20.6	79.7	100.0	25.3	78.0	100.0	41.0	61.4
<i>Effectifs (n)</i>	<i>1953</i>	<i>1953</i>	<i>1953</i>	<i>1950</i>	<i>1924</i>	<i>1949</i>	<i>4069</i>	<i>4069</i>	<i>2945</i>	<i>4969</i>	<i>4969</i>	<i>3882</i>	<i>4280</i>	<i>4280</i>	<i>3188</i>
Type de point de vente (11 cat.)															
Café, restaurant	1130	18.9	33.5	69.5	30.8	45.8	22.0	19.1	82.4	21.8	24.9	77.8	19.9	31.2	73.5
Station-service	709	11.9	15.0	77.7	16.5	65.3	16.8	10.8	95.1	14.4	16.1	90.3	17.8	13.7	85.2
Chaîne de magasins	2570	43.0	29.1	80.5	10.6	77.0	34.5	19.8	85.1	28.5	23.2	82.9	32.6	24.2	83.3
Evènement, fête	48	.8	41.7	66.7	25.0	50.0	12.0	32.5	70.9	14.8	41.3	63.3	14.8	44.8	58.9
Petit magasin	198	3.3	39.9	67.0	37.2	43.7	4.3	23.4	79.8	3.2	25.9	79.5	3.2	39.0	68.2
Bar	237	4.0	40.9	62.9	37.6	32.6	3.8	30.6	73.6	10.5	46.5	59.0	5.6	38.1	64.2
Kiosque	838	14.0	24.8	80.9	20.5	69.6	2.9	16.2	88.0	3.1	32.8	77.3	3.3	37.8	72.2
Take-away	102	1.7	29.4	73.5	44.0	41.2	3.2	23.7	75.9	2.2	27.8	76.6	1.9	31.4	68.2
Manifestation sportive	5	.1	60.0	40.0	20.0	20.0	0.3	13.6	90.9	0.4	12.1	97.0			
Magasin de boisson	2	.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.2	26.7	76.9	0.3	25.0	88.9
Point de vente, commerce de détail	144	2.4	48.6	64.6	7.6	59.0	0.0	0.0	100.0	0.9	26.1	84.4	0.4	21.9	93.6
Total	5983	100	29.1	74.9	22.0	60.6	100	20.3	81.7	100.0	28.1	75.0	100	28.6	74.3
<i>Effectifs (n)</i>	<i>5983</i>	<i>5983</i>	<i>5983</i>	<i>4143</i>	<i>4121</i>	<i>4142</i>	<i>6400</i>	<i>6400</i>	<i>5174</i>	<i>7883</i>	<i>7883</i>	<i>6646</i>	<i>7212</i>	<i>7212</i>	<i>5888</i>

Tableau 6.4 Taux de vente et de contrôle par type de boisson, jour de la semaine et moment de la journée, en 2020, 2019, 2018 et 2017

	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Type de contrôle		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
					Contrôle oral	Contrôle pièce									
Type de boisson															
Fermentée	1768	67.6	29.1	74.6	29.7	53.3	61.1	23.8	80.4	53.6	27.3	78.6	52.2	34.4	72.7
Distillée	848	32.4	37.3	70.0	26.0	54.2	38.9	24.8	79.7	46.4	39.9	65.2	47.8	39.0	65.4
Total	2616	100.0	31.8	73.1	28.5	53.6	100.0	24.2	80.1	100.0	33.2	72.3	100.0	36.6	69.2
<i>Effectifs (n)</i>		2616	2616	2580	2554	2579	3677	3677	3503	5141	5141	5062	4311	4311	4105
Jour de la semaine															
Lundi	277	5.5	19.1	77.9	17.4	66.9	3.7	20.0	85.6	5.5	27.5	71.4	5.5	28.1	77.8
Mardi	345	6.9	29.6	73.3	15.9	64.8	5.3	23.3	75.4	7.2	26.1	79.0	6.4	21.3	82.8
Mercredi	1402	27.9	23.0	79.3	22.0	66.3	27.0	16.1	84.2	20.0	21.0	81.7	22.3	21.5	82.2
Jeudi	421	8.4	21.9	77.9	21.0	60.3	10.9	19.1	83.0	8.5	24.9	75.5	11.4	35.1	70.0
Vendredi	994	19.8	32.2	73.8	23.3	58.8	19.1	18.4	83.1	28.1	30.4	74.1	25.1	28.7	74.4
Samedi	1575	31.3	31.2	71.5	23.4	55.5	33.3	24.4	79.4	29.3	32.7	71.0	27.4	31.1	68.4
Dimanche	18	.4	44.4	42.9	0.0	42.9	0.7	27.7	71.0	1.4	31.2	75.3	1.9	38.4	42.3
Total	5032	100.0	27.6	74.9	22.0	60.5	100.0	20.2	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.2	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		5032	5032	4167	4141	4166	6418	6418	5202	7926	7926	6689	7175	7175	5896
Moment de la journée															
Avant 19 heures	3190	91.6	26.9	73.3	28.1	54.1	82.6	18.6	81.7	69.5	26.0	76.7	73.3	26.3	72.9
Dès 19 heures	294	4.9	35.4	70.3	25.5	54.6	17.4	29.0	73.2	30.5	37.9	64.6	26.7	42.1	62.4
Total	3484	100.0	27.6	73.0	27.9	54.1	100.0	20.4	79.8	100.0	29.6	72.3	100.0	30.5	69.3
<i>Effectifs (n)</i>		3484	3484	2653	2627	2652	4475	4475	3262	6217	6217	5011	5331	5331	4060

Tableau 6.5 Taux de vente et de contrôle par mois, en 2020, 2019, 2018 et 2017

Mois	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Type de contrôle					Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Contrôle oral	Contrôle pièce									
Janvier	468	9.3	17.7	85.6	19.0	79.0	5.6	17.5	83.6	2.4	25.9	80.3	2.4	20.1	80.4
Février	468	9.3	24.1	75.3	21.0	63.8	4.7	23.0	78.2	3.6	22.1	87.5	6.0	27.3	70.2
Mars	143	2.8	23.8	76.7	23.3	68.0	5.0	20.6	81.3	3.4	19.4	81.6	6.3	24.6	81.7
Avril	0						9.0	17.6	86.2	7.4	23.3	83.6	7.0	19.6	82.4
Mai	40	0.8	20.0	87.5	35.0	70.0	7.8	22.4	82.4	8.2	27.0	77.0	6.9	22.8	74.1
Juin	398	7.9	19.1	84.7	16.8	76.6	7.9	17.4	86.1	11.3	27.0	71.0	10.6	36.8	66.6
Juillet	806	16.0	24.1	79.5	18.2	67.9	7.0	28.8	74.6	9.8	35.4	64.3	9.3	33.4	71.3
Août	606	12.0	25.2	72.2	19.1	61.9	13.7	21.2	82.6	11.9	33.8	70.6	14.1	36.6	66.3
Septembre	645	12.8	32.7	71.0	24.8	53.2	11.6	16.4	86.0	11.5	27.9	78.1	10.1	25.9	74.8
Octobre	954	19.0	31.0	72.8	28.1	50.6	13.4	20.3	76.2	12.3	24.3	76.2	11.6	22.2	82.8
Novembre	363	7.2	48.5	61.7	16.0	49.9	10.1	19.2	81.9	14.2	29.1	74.7	9.8	25.4	81.6
Décembre	141	2.8	31.2	71.6	24.1	53.9	4.3	23.0	77.0	4.1	34.3	72.0	5.9	28.8	75.2
Total	5032	100.0	27.6	74.9	22.0	60.5	100.0	20.2	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.2	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		5032	5032	4167	4141	4166	6418	6418	5202	7926	7926	6689	7175	7175	5896

Tableau 6.6 Taux de vente et de contrôle par sélection du point de vente et annonce des achats-tests, en en 2020, 2019, 2018 et 2017

	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Type de contrôle					Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Contrôle oral	Contrôle pièce									
Sélection points de vente															
Aléatoire	164	2.7	31.7	66.7	28.0	43.2	3.1	27.6	77.7	6.2	27.8	75.4	7.8	44.6	61.5
Par rotation	756	12.5	25.3	80.6	20.6	71.8	22.7	21.8	84.1	20.5	23.0	83.0	24.3	20.3	86.0
Systématique	2923	48.4	24.9	82.1	9.6	80.1	18.3	10.8	86.0	14.1	15.6	77.3	15.4	13.2	64.7
Selon des critères pratiques	103	1.7	41.7	59.8	18.4	50.5	18.1	23.8	81.3	34.5	36.5	66.8	30.2	42.3	62.1
Selon différents critères (mixte)	2094	34.7	35.4	70.3	28.8	47.9	37.8	21.8	80.5	24.6	28.4	78.8	22.3	24.3	81.2
Total	6040	100.0	29.1	74.9	22.0	60.5	100.0	20.3	81.7	100.0	28.3	74.9	100	28.7	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		6534	6534	5214	5211	5213	6534	6534	5214	7926	7926	6689	7225	7225	5897
Annonce achats-tests															
Non	1408	23.3	36.2	69.3	30.7	45.2	80.7	19.1	82.6	71.2	26.5	76.6	75.6	24.2	79.9
Possible	698	11.6	23.5	81.8	18.2	73.5	8.1	26.9	76.4	12.4	37.9	63.8	13.5	49.3	53.8
En partie	736	12.2	38.0	67.1	25.9	49.8	3.9	32.4	71.9	9.5	32.9	74.5	6.9	43.4	56.1
Oui	3198	52.9	25.1	81.1	13.4	75.2	7.3	20.6	84.0	6.9	23.0	81.7	4.0	18.2	88.7
Total	6040	100.0	29.1	74.9	22.0	60.5	100.0	20.3	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.7	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		6040	6040	4167	4141	4166	6534	6534	5214	7926	7926	6689	7225	7225	5897

Tableau 6.7 Taux de vente et de contrôle par achats-tests effectués l'année précédente et vague d'achats-tests, en 2020, 2019, 2018 et 2017

	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Type de contrôle					Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Contrôle oral	Contrôle pièce									
Achats-tests année précédente															
Non	254	4.2	29.1	77.0	36.5	55.9	2.6	24.4	78.4	9.0	27.3	77.8	5.8	36.4	68.4
Plutôt non	103	1.7	41.7	59.8	18.4	50.5	11.4	22.3	84.0	15.2	38.1	68.0	13.8	45.3	61.1
En partie	2062	34.1	36.2	69.2	28.5	46.8	69.0	22.3	81.4	61.2	29.1	76.0	64.2	28.6	77.2
Plutôt oui	0	-	-	-	-	-	17.0	10.4	-	13.6	14.9	0.0	14.5	11.8	0.0
Oui	3621	60.0	24.7	82.0	12.9	77.5	0.0	-	-	1.1	18.0	92.1	1.8	13.4	91.3
Total	6040	100.0	29.1	74.9	22.0	60.5	100.0	20.3	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.7	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		6040	6040	4167	4141	4166	6534	6534	5214	7926	7926	6689	7225	7225	5897
Vague d'achats-tests															
Achat-test unique	3427	79.1	32.0	73.4	23.2	57.6	73.1	19.9	82.9	73.6	29.8	74.9	76.5	30.6	75.2
1 ^{ère}	324	7.5	12.0	79.5	10.3	76.9	11.6	24.1	74.4	10.0	32.9	68.1	9.4	32.6	57.1
2 ^{ème}	320	7.4	15.9	73.0	5.4	70.3	10.6	21.7	78.6	9.0	18.9	82.5	7.5	15.3	81.1
3 ^{ème} ou 4 ^{ème}	263	6.1	14.4	100.0	0.0	100.0	4.7	14.1	72.1	7.5	18.1	78.1	6.7	8.3	100.0
Total	4334	100.0	28.2	73.5	22.8	57.9	100.0	20.3	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.2	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		4334	4334	3469	3443	3468	6534	6534	5214	7926	7926	6689	7177	7177	5897

Tableau 6.8 Taux de vente et de contrôle par région linguistique et type de commune, en 2020, 2019, 2018 et 2017

	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Type de contrôle					Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Contrôle oral	Contrôle pièce									
Région linguistique															
Allemande	3314	77.7	28.0%	73.6%	19.9%	60.5%	86.9	20.9	81.6	83.5	28.3	75.5	81.3	27.2	76.3
Française	871	20.4	29.0%	73.6%	34.2%	48.2%	11.6	16.8	81.8	13.6	28.6	71.5	16.1	35.8	66.4
Italienne	77	1.8	11.7%	94.5%	10.9%	92.7%	1.4	16.1	84.6	2.5	22.1	77.2	2.2	33.5	65.2
Romanche ²	4	.1	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.1	28.6	71.4	0.4	54.5	57.6	0.4	38.5	53.9
Total	4266	100.0	27.9%	73.9%	22.9%	58.4%	100.0	20.4	81.7	28.3	74.9	100.0	28.8	74.3	
<i>Effectifs (n)</i>		4266	4266	3410	3384	3409	6506	6506	5209	7914	7914	6689	7182	7182	5897
Type de commune															
Ville-centre d'agglomération	1433	33.6	28.4	75.6	27.4	56.8	31.5	23.8	77.8	39.3	32.7	70.7	38.3	36.2	65.8
Centre principal d'agglomération	1005	23.6	27.4	73.5	21.2	60.1	23.4	15.5	87.3	21.3	23.6	80.3	23.1	21.2	83.7
Centre secondaire d'agglomération	382	9.0	28.0	75.2	24.5	58.2	11.9	17.9	81.7	10.7	27.2	76.7	10.9	26.3	81.9
Commune de la couronne d'agglomération	522	12.2	27.4	73.6	20.7	59.0	11.3	20.2	84.3	8.5	21.7	80.9	7.3	19.0	86.8
Commune multi-orientée	193	4.5	27.5	74.8	27.2	57.6	4.6	20.9	80.1	3.9	23.9	77.7	4.8	21.9	74.1
Commune-centre hors agglomération	204	4.8	24.0	75.2	13.3	65.3	5.4	19.2	81.6	6.2	30.9	72.4	5.9	35.9	65.1
Commune rurale sans caractère urbain	525	12.3	29.7	69.4	17.4	57.0	11.9	23.9	79.2	10.0	27.5	74.4	9.7	26.9	75.6
Total	4264	100.0	27.9	73.9	22.9	58.4	100.0	20.4	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.8	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		4264	4264	3408	3386	3407	6450	6450	5153	7914	7914	6689	7182	7182	5897

Tableau 6.9 Taux de vente et de contrôle par grand région, en 2020, 2019, 2018 et 2017

	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Type de contrôle					Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Contrôle oral	Contrôle pièce									
Grande région															
Lémanique	332	6.6	16.6	86.9	16.7	82.9	6.6	19.3	83.6	7.9	29.4	70.2	9.6	35.2	68.2
Mittelland	1353	27.0	31.6	71.8	27.3	51.3	21.6	17.6	83.9	24.8	30.0	73.8	23.9	28.8	73.5
Nord-Ouest	578	11.5	23.5	75.6	20.8	65.3	13.9	20.7	79.2	11.2	26.3	74.4	13.5	31.7	65.6
Zurich	1172	23.4	27.1	75.2	21.5	60.7	25.9	21.6	80.8	23.5	26.1	78.2	26.0	23.6	80.9
Suisse orientale	1065	21.3	31.1	71.7	17.4	58.8	21.7	21.3	83.1	21.3	29.9	73.8	18.7	31.2	74.0
Suisse centrale	394	7.9	25.1	79.0	24.1	68.0	9.0	22.4	77.5	9.0	28.5	75.6	6.1	25.3	75.7
Tessin	112	2.2	8.9	97.8	20.0	90.0	1.4	16.7	83.9	2.4	21.2	78.3	2.2	34.0	63.9
Total	5006	100.0	27.5	75.0	22.0	60.7	100.0	20.4	81.7	100.0	28.3	74.9	100.0	28.8	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		<i>5006</i>	<i>5006</i>	<i>4147</i>	<i>4121</i>	<i>4146</i>	<i>6506</i>	<i>6506</i>	<i>5209</i>	<i>7914</i>	<i>7914</i>	<i>6689</i>	<i>7182</i>	<i>7182</i>	<i>5897</i>

Tableau 6.10 Taux de vente et de contrôle par canton, en 2020, 2019, 2018 et 2017

Canton	2020 (N=6040)						2019 (N=6534)			2018 (N=7926)			2017 (N=7225)		
	n	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Type de contrôle		Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)	Part (%)	Taux de vente (%)	Taux de contrôle (%)
					Contrôle oral	Contrôle pièce									
AG	255	5.1	20.8	77.1	23.4	72.6	6.5	20.2	77.4	6.0	27.6	74.2	5.4	23.3	65.4
AI	2	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.2	37.5	56.3	0.1	18.2	90.9	0.1	20.0	80.0
AR ³	11	0.2	27.3	62.5	50.0	37.5	0.2	28.6	80.0	0.1	36.4	57.1	0.1		
BE	522	10.4	32.6	70.3	10.8	63.3	11.9	17.7	86.5	12.5	33.7	71.8	10.8	29.0	73.1
BL	153	3.1	22.2	74.4	14.0	66.3	3.5	17.5	90.6	2.9	18.6	78.0	4.1	30.3	88.3
BS	170	3.4	28.8	74.3	21.6	56.1	3.8	24.4	77.5	2.3	32.8	73.5	4.0	44.4	60.6
FR	84	1.7	16.7	81.5	20.4	77.8	1.3	12.8	89.1	1.3	17.6	83.6	2.2	25.6	75.8
GE	69	1.4	13.0	93.7	25.4	90.5	1.1	15.5	84.1	1.4	32.1	72.3	1.6	39.3	70.2
GL ⁴	40	0.8	47.5	67.5	20.0	57.5	0.0	50.0	100.0	0.1	9.1	100.0	0.1	30.0	
GR	164	3.3	29.9	68.8	16.5	58.3	3.4	29.0	76.8	3.2	29.1	73.8	3.4	41.8	58.9
JU ²	18	0.4	27.8	66.7	0.0	66.7	0.4	19.2	83.3	0.3	11.5	94.4	0.4	11.5	95.5
LU	166	3.3	23.5	77.2	29.9	66.9	3.6	21.9	75.8	3.7	36.6	68.3	1.7	16.7	90.1
NE	555	11.1	36.8	68.5	42.0	34.1	4.1	15.7	77.9	5.3	31.1	70.3	5.2	40.7	60.6
NW	10	0.2	10.0	90.0	0.0	90.0	1.2	32.5	75.3	0.8	9.8	88.5	1.0	32.4	63.4
OW ²	42	0.8	28.6	78.6	38.1	47.6	0.8	15.1	83.0	0.9	30.6	79.2	0.4	7.1	96.4
SG	650	13.0	34.5	69.5	13.3	59.2	12.3	17.1	87.8	14.1	31.0	73.8	9.3	27.8	79.0
SH ⁵	66	1.3	12.1	86.4	40.7	49.2	0.7	25.0	72.2	0.6	26.1	73.7	0.4	23.3	81.8
SO	174	3.5	19.5	85.1	21.3	72.3	3.9	20.7	82.4	5.4	24.5	79.3	5.4	19.3	85.2
SZ ⁵	92	1.8	35.9	72.7	20.8	66.2		17.9	78.9	0.5	18.4	83.3	0.6	28.3	57.7
TG	132	2.6	21.2	82.0	24.7	65.2	0.6	24.8	74.0	3.0	27.5	72.8	5.2	31.8	73.9
TI	112	2.2	8.9	97.8	20.0	90.0	4.7	16.7	83.9	2.4	21.2	78.3	2.2	34.0	63.9
UR ⁶	20	0.4	10.0	100.0	18.2	90.9	1.4	15.9	84.2	0.9	5.9	98.3	0.8	37.9	
VD	141	2.8	14.2	88.3	18.9	82.0	100.0	15.9	88.1	3.5	36.9	60.5	4.1	42.4	59.0
VS	122	2.4	21.3	78.9	5.6	77.5	1.4	24.2	78.0	3.0	19.2	82.7	3.9	26.1	78.4
ZG	64	1.3	18.8	86.5	9.6	80.8	2.7	27.7	73.1	2.2	31.3	69.8	1.6	27.0	71.7
ZH	1172	23.4	27.1	75.2	21.5	60.7	2.8	21.6	80.8	23.5	26.1	78.2	26.0	23.6	80.9
Total	5006	100.0	27.5	75.0	22.0	60.7	100.0	20.4	81.7		28.3	74.9	100.0	28.8	74.3
<i>Effectifs (n)</i>		<i>5006</i>	<i>5006</i>	<i>4147</i>	<i>4121</i>	<i>4146</i>	<i>6534</i>	<i>6506</i>	<i>5209</i>	<i>7914</i>	<i>7914</i>	<i>6689</i>	<i>7182</i>	<i>7182</i>	<i>5897</i>

