

Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere
Drogenprobleme
Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres
toxicomanies
Istituto svizzero di prevenzione dell'alcolismo e altre
tossicomanie

sfa / ispa 

Lausanne
Janvier 2010

Un projet de recherche financé par le Centre
d'information pour la prévention du tabagisme
dans le canton de Fribourg, dans le cadre du
Kantonales Programm Tabak 2009–2013 Freiburg
- Programme soutenu par le Fonds de prévention
du tabagisme et d'autres sources financières
propres au canton

Rapport final

Rapport de recherche N° 50

Evaluation de l'application
de la loi interdisant la vente
de tabac aux jeunes de moins
de 16 ans dans le canton
de Fribourg

Etude « client mystère » 2009

Hervé Kuendig
Raphaël Thélin
Mariana Astudillo

CHAPITRE 4:

L'ESSENTIEL EN XIII POINTS

- I. Dans plus de huit achats-tests sur dix, des jeunes de moins de 16 ans se sont vu remettre du tabac.
- II. Une demande de pièce d'identité a été formulée dans moins d'un tiers des tests menés.
- III. Un refus de vente n'a été enregistré que dans trois achats-tests sur cinq ayant fait l'objet d'une demande de pièce d'identité.
- IV. L'acceptation ou le refus de vendre du tabac n'était pas statistiquement associé à l'âge des clients mystères (14 ou 15 ans) mais les filles essayaient moins de refus que les garçons.
- V. La demande d'une pièce d'identité montrait des variations similaires à celles observées pour les acceptations ou refus de vente.
- VI. Le taux d'acceptation de vente de tabac ne variait pas selon le type de point de vente (magasins d'alimentation, kiosques, stations-service et « autres ») mais variait selon le type d enseigne (la demande d'une pièce d'identité révélait des tendances similaires).
- VII. Les épiceries indépendantes montraient un taux d'acceptation de vente particulièrement haut, alors que les enseignes de groupes de grande distribution alimentaire et les stations-service avaient quant à elles les taux d'acceptation les moins élevés.
- VIII. Ni la région géographique, ni le degré d'urbanisation n'étaient associés au refus ou à l'acceptation de vente de cigarettes aux acheteurs-tests.
- IX. La présence d'affichage relatif à l'interdiction de vente de produits du tabac aux mineurs de moins de 16 ans dans le canton de Fribourg a été observée dans près d'un tiers des points de vente visités.
- X. L'acceptation de vente était en outre associée à l'absence de tels affichages dans les points de vente.
- XI. Plus d'un tiers des points de vente affichaient également des promotions publicitaires pour des cigarettes ou autres produits du tabac.
- XII. Le personnel de vente masculin était significativement plus enclin à vendre des cigarettes aux clients mystères que le personnel féminin.
- XIII. Ni le fait qu'un point de vente propose des boissons alcooliques, ni le moment du test, ni la présence d'autres clients dans la file d'attente ne se sont révélés statistiquement associés à l'acceptation ou au refus de vendre du tabac.

CHAPITRE 5:

SYNTHESE ET REMARQUES CONCLUSIVES

Ce dernier chapitre revient sur les principaux résultats liés à l'évaluation du degré d'application factuelle des mesures légales relatives à la vente de tabac aux mineurs dans le canton de Fribourg. En bref, quelques mois après son entrée en vigueur, le degré d'application de l'article de loi interdisant la vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans est insuffisant.

5.1 Synthèse

Des bases légales relativement peu respectées, des outils d'aide à leur application probablement sous-estimés et des taux d'acceptation variant selon le type d'enseigne.

5.1.1 Une base légale non respectée

Quelque 10 mois après l'entrée en application, au 1^{er} janvier 2009, des bases légales interdisant la vente de produits du tabac aux mineurs de moins de 16 ans dans le canton de Fribourg, 81.4% des achats-tests de cigarettes menés par des clients mystères âgés de 14 et 15 ans se sont soldés par une acceptation de vente.

Ainsi le constat est simple: ces mesures légales ne sont largement pas respectées dans le canton de Fribourg. Un travail de renforcement de l'application des bases légales en question est nécessaire. Ce constat met en outre en évidence la nécessité d'investir des moyens réels si l'on désire s'engager pour une prévention efficace dans la lutte contre le tabagisme juvénile.

5.1.2 La demande de pièce d'identité et l'utilisation de supports visuels relatifs à l'interdiction comme outil de prévention

Certains résultats enregistrés permettent également de mettre en lumière des éléments potentiellement intéressants afin d'aller vers une meilleure application des bases légales concernées. Par exemple, alors que la demande de pièce d'identité est considéré comme étant un élément intéressant afin de justifier un remise de produits du tabac à un mineur (Kuendig *et al.*, 2008) et qu'une telle demande s'est trouvée être associée au refus de vendre dans la présente étude (voir point 3.1.3), elle n'a été exprimée que dans moins de trois achats-tests sur dix (3.1.2). Ainsi, la demande systématique de pièce d'identité pourrait être encouragée auprès du personnel de vente. Un tel travail permettrait également, et par définition, de soutenir les vendeurs dans la tâche ardue qui est la leur (pour rappel, les entretiens menés dans le cadre de la phase d'enquête « qualitative » de l'étude menée dans le canton de Vaud en 2007 mettait en évidence la position souvent difficile dans laquelle le personnel de vente se trouvait au moment de devoir justifier un refus de vente, voir Kuendig *et al.*, 2008). Il est néanmoins important de garder en tête que plus de 40% des tests ayant résulté en une demande de pièce d'identité se

sont finalement soldés par une vente. Ce fait souligne qu'une part considérable du personnel de vente se satisfait de l'acceptation de présenter une pièce d'identité comme preuve de bonne foi ou n'ait pas la possibilité, probablement par le stress résultant des conditions de travail dans lesquelles il évolue, de déterminer avec précision l'âge d'un client sur la base de la date de naissance se trouvant sur la pièce d'identité. Un travail relatif non seulement à l'importance de contrôler l'âge des clients mais également de gérer de manière méticuleuse une telle demande (par exemple avec un calcul de l'âge exact) pourrait ainsi être suggéré.

Un autre élément intéressant dans la perspective d'une meilleure application de l'interdiction de vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans est que l'acceptation ou le refus de remise de cigarettes était associé à la présence ou à l'absence d'affichage relatif aux bases légales en question (plus d'acceptation dans les points de vente sans affichage, voir point 3.5.1). Toutefois, la présence d'un tel affichage n'était observée que dans approximativement un tiers des points de vente visités, suggérant ici encore un élément sur lequel un travail de prévention pourrait être envisagé.

5.1.3 Des résultats différenciés selon le sexe des clients mystères et du personnel de vente mais également selon le type d'enseigne visitée

Au titre des éléments statistiquement associés à l'acceptation ou au refus de vente de tabac, le sexe du client mystère (les filles avaient moins de refus de vente que les garçons), le sexe du personnel de vente (le personnel de vente masculin était plus enclin à accepter la vente que le personnel féminin), et le type d'enseigne sont à mentionner et à discuter.

L'association entre le sexe de l'acheteur-test et le résultat du test fait sans conteste écho à des processus de développement ou de maturité différenciés entre garçons et filles à l'âge de 14-15 ans, rendant probablement l'estimation de l'âge d'une adolescente encore plus ardue que lorsqu'il s'agit de déterminer l'âge d'un adolescent (Bedin, 2009).

Par contraste, il est difficile de trouver une interprétation au fait que le personnel de vente masculin a tendance à accepter plus facilement une vente que le personnel féminin. Serait-il simplement moins respectueux de l'interdiction de vente de tabac aux mineurs ?

Finalement, au titre d'associations clés dans le cadre de d'interventions auprès des points de vente, il est intéressant de souligner qu'alors que le taux d'acceptation de vente ne variait pas significativement entre magasins d'alimentation, kiosques, stations-service et « autres », il variait selon le type d'enseigne. Les épicerie indépendantes montraient, avec 98.4% de tests positifs (soit un seul refus sur les 63 tests menés), un taux d'acceptation de vente particulièrement élevé. En contraste, avec des taux d'acceptation de vente avoisinant les 70%, les enseignes des deux groupes de grande distribution alimentaire

et les stations-service peuvent être vues comme les « moins mauvais » élèves, le taux de refus de vente restant peu satisfaisant. L'éloquence de ces résultats souligne en outre qu'il est probablement possible d'aller vers une meilleure application des bases légales concernées sur la base du constat qu'à notre connaissance, nombre d'enseignes considérées dans ces trois catégories de points de vente sensibilise généralement leur personnel aux bases légales en vigueur. La sensibilisation de l'ensemble des personnes impliquées dans la vente au détail dans le canton de Fribourg, et non seulement des personnes appartenant à des groupes de distribution appliquant par eux-mêmes une telle sensibilisation, serait nécessaire.

5.2 Peut-on comparer avec la situation vaudoise en 2007 ?

Une situation comparable à celle enregistrée pour les 14-15 ans dans le canton de Vaud en 2007.

Il est finalement possible de mener une comparaison succincte avec la situation reportée pour le canton de Vaud en 2007 (Kuendig *et al.*, 2008). Pour rappel, cette évaluation avait été menée un peu plus d'une année et demie après la mise en vigueur d'une loi similaire à celle évaluée dans la présente étude. En considérant uniquement les données publiées en lien avec le groupe d'âge de 14-15 ans (la législation vaudoise se référant à un âge légal de 18 ans, des jeunes de 14 à 17 ans avaient alors été engagés dans les achats-tests), il est intéressant de voir des chiffres très comparables à la situation fribourgeoise quelque dix mois après l'entrée en vigueur de l'Article 31 de la Loi sur l'exercice du commerce dans le canton de Fribourg.

En comparaison avec les 81.4% d'acceptation de vente de cigarettes enregistrés dans la présente étude, les jeunes de 14-15 ans engagés dans l'étude vaudoise en 2007 avaient un taux d'acceptation de vente de 81.3%. En stratifiant le taux d'acceptation par sexe (et en considérant une fois encore uniquement les 14-15 ans), 90.7% des achats-tests menés par des jeunes vaudoises, et respectivement 70.3% de ceux menés par des jeunes Vaudois, se révélaient alors positifs. Pour rappel, les taux d'acceptation enregistrés par les jeunes Fribourgeoises et Fribourgeois étaient respectivement de 87.4% et 77.5%. Considérant des données comparables mais des contextes légaux relativement différents, il peut être dit que la situation observée dans le canton de Fribourg une dizaine de mois après l'entrée en vigueur des bases légales concernées n'est, du moins en apparence, ni pire ni meilleure que la situation vaudoise telle qu'observée lors de la première évaluation menée dans ce canton en 2007.

5.3 Remarques conclusives

Les dispositions légales relatives à l'interdiction de vente de tabac aux mineurs de moins de 16 ans dans le canton de Fribourg, entrées en application au 1er janvier 2009, ont été largement transgressées dans le cadre de nos achats-tests. Ainsi, nous ne pouvons que regretter le degré élevé de non respect de l'Article 31 de la Loi sur l'exercice du commerce dans le canton de Fribourg.

Les résultats de la présente enquête soulignent premièrement la nécessité d'un travail de renforcement de l'application de telles bases légales. La tenue de tests par les instances exécutives peut être vue comme une option à privilégier (Stead & Lancaster, 2005). Toutefois, un travail de formation et d'aide au personnel de vente pourrait être un complément pertinent (DiFranza, 2005). Si des priorités devaient être déterminées dans cette perspective, il apparaît, à la lecture des résultats du présent rapport, que des interventions plus spécifiquement ciblées sur certains types de points de vente pourraient être privilégiées.

En conclusion, alors même que le non-respect de l'Article 31 de la Loi sur l'exercice du commerce est regrettable, le fait qu'un jeune de 14 ou 15 ans puisse acheter des cigarettes dans plus de quatre points de vente sur cinq est bien plus préoccupant et significatif en termes de santé publique. En plus, considérant que moins de deux points de vente sur dix refusent la remise de cigarettes à un jeune de cet âge, la probabilité pour un jeune d'essayer deux refus successifs devrait être de .04, correspondant ainsi à 4% de double refus (ce chiffre est calculé en considérant un taux de refus de 20%, soit une probabilité de 0.2, à chaque tentative).

Le respect de l'Article 31 de la Loi sur l'exercice du commerce étant une condition *sine qua non* à une diminution factuelle du degré d'accessibilité des jeunes aux produits du tabac, un travail de fond quant à sa mise en application semble indispensable.