

Rapport

Fribourg, le 30 septembre 2012

Interdiction de vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans dans le canton de Fribourg

Evaluation de l'application et recommandations

Résumé commenté du rapport de recherche d'*Addiction Suisse*



Table des matières

Contexte	3
Méthodologie de l'évaluation	5
Résultats des achats-tests 2011	6
Tendances sur la période 2009 à 2011	9
Actions de sensibilisation réalisées par le CIPRET Fribourg	11
Constats et recommandations	13
Conclusions	16
Références	17



Contexte

Dans le cadre du programme cantonal Tabac 2009-2013, soutenu par la Direction de la santé publique et des affaires sociales du canton de Fribourg, le Fond de prévention du tabagisme et d'autres sources financières propres au canton, le CIPRET Fribourg a accompagné l'introduction de la réglementation de la vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans.

Une telle mesure vise à diminuer le degré d'accessibilité aux produits du tabac et ainsi à prévenir la consommation tabagique chez les jeunes. Elle fait en ce sens écho à une prise de conscience généralisée face à la problématique du tabagisme, et du tabagisme juvénile en particulier, dans nos sociétés. Des mesures similaires ont été mises en place tant en Suisse, qu'en Europe, et sur les autres continents du globe.

Suivant également d'autres cantons suisses, les autorités fribourgeoises ont ancré dans la Loi sur l'exercice du commerce du 25 septembre 1997 une interdiction de vente de tabac et de produits du tabac à des personnes de moins de 16 ans (Article 31). La mise en application de cette nouvelle mesure légale est devenue effective au 1er janvier 2009¹.

¹ Au 1er janvier 2012, 17 cantons avaient légiféré en la matière, ce que ce soit en considérant une interdiction de vente aux mineurs de moins de 16 ans (11 cantons) ou de moins de 18 ans (6 cantons, Office fédéral de la santé publique (OFSP), 2012).



Pour accompagner cette mesure de prévention structurelle qui a pour but de protéger la jeunesse en restreignant l'accès au tabac par les jeunes, le CIPRET Fribourg a mené un vaste campagne de sensibilisation auprès des points de vente du canton de Fribourg, des Préfets, des autorités communales et de la population, en collaboration avec les services de l'Etat concernés (Service de la santé publique, Police du commerce) et une délégation des représentants des commerces vendant du tabac.

L'évaluation du degré d'application de la loi a été vérifiée par deux vagues d'achats-tests réalisés en collaboration avec *Addiction Suisse* en automne 2009 et 2011.

Le présent rapport a pour objectif de présenter les résultats de l'enquête réalisée en automne 2011 ainsi que des comparaisons avec les résultats de 2009. Le rapport explique également la campagne de sensibilisation menée par le CIPRET, à mettre en regard avec l'évolution de l'application de la loi entre 2009 et 2011. Au préalable, la méthodologie des achats-tests est expliquée dans le but d'une meilleure compréhension du cadre dans lequel les résultats ont été obtenus. Enfin, le rapport se termine sur des conclusions et recommandations utiles à mettre en œuvre pour tendre vers un renforcement de l'application de cette loi.

Les résultats, conclusions et recommandations discutés dans ce document sont issus du rapport d'évaluation réalisé par *Addiction Suisse*².

² Kündig et Astudillo, 2012.



Méthodologie de l'évaluation

L'évaluation du degré d'application de l'interdiction de vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans, a été confiée à *Addiction Suisse*, spécialiste reconnu dans le domaine de la recherche en rapport avec l'usage de substances psychoactives et les comportements assimilables à une addiction. L'enquête réalisée est basée sur la technique du « client-mystère », régulièrement employée lors d'études relatives à la vente de tabac ou d'alcool aux mineurs. Elle consiste à faire passer un observateur pour un client ordinaire. Ainsi, cette méthodologie est considérée comme extrêmement fiable tant que le personnel de vente ne réalise pas qu'il est sujet à observation et se comporte donc de manière naturelle.

Durant la période des vacances d'automne 2011, 10 jeunes clients-mystères, âgés de 14 ou 15 ans, encadrés par quatre accompagnants adultes, ont sillonné les routes du canton de Fribourg. Ils ont visité 330 points de vente répartis dans 98 communes, à partir de points de départ respectant la distribution de la population entre districts et communes du canton de Fribourg.

Leur rôle : se comporter comme un client ordinaire et demander un paquet de cigarettes. Si le personnel de vente le leur demandait, les jeunes avaient reçu pour consigne de présenter leur pièce d'identité. La vente était considérée comme positive lorsque le paquet de cigarette était mis à disposition par le vendeur et que l'acheteur était invité à payer le prix correspondant à son achat. Prétextant un manque d'argent, le jeune avait alors pour consigne de s'excuser et partir sans acheter les cigarettes. La vente n'ayant pas été conclue, le personnel de vente n'a pas été amené à enfreindre la loi.



Résultats des achats-tests 2011

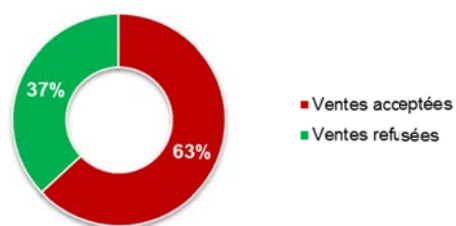
Ce chapitre présente les résultats des 330 achats-tests réalisés dans le canton de Fribourg, à l'automne 2011 au travers de quatre éléments-clés: Tout d'abord, les résultats bruts des achats-tests effectués, c'est-à-dire le taux d'acceptation, respectivement le taux de refus observé. Ensuite, quelques constatations observées dans l'analyse des résultats sont commentées, à savoir la fréquence des demandes de présentation d'une pièce d'identité et leur influence sur le résultat de l'achat-test et une comparaison de l'application de la loi par types de points de vente. Ce chapitre se termine par l'observation de l'interdépendance de la vente d'alcool et de la vente du tabac en ce qui concerne le respect de l'âge légal. Les résultats détaillés figurent dans le rapport final d'*Addiction Suisse*³.

1) Taux d'application de l'interdiction de vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans

Sur les 330 achats tests, 122 se sont soldés par un refus de vente, soit 37.0%.

Quelque deux ans et demi après l'entrée en vigueur de l'interdiction de vente de produits du tabac aux personnes de moins de 16 ans dans le canton de Fribourg, le personnel de vente aurait donc accepté la vente de cigarettes à un mineur de moins de 16 ans lors d'un peu plus de six tests sur dix (63%).

Illustration 1 : Taux d'acceptation et taux de refus de vente lors des achats-tests 2011



³ Addiction Suisse, Lausanne. Avril 2012. Rapport de recherche N° 65. Application de la loi interdisant la vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans dans le canton de Fribourg : Etude « client mystère » 2011.

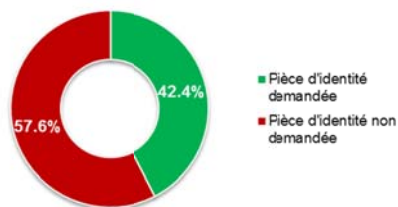


2) Demandes de présentation d'une pièce d'identité et incidence sur le refus de vente

Demandes de présentation d'une pièce d'identité

Une pièce d'identité justifiant l'âge légal des clients mystères n'a été demandée que dans 140 tests, soit à peine plus de quatre achats-tests sur dix (42.4%).

Illustration 2 : Demandes de présentation d'une pièce d'identité

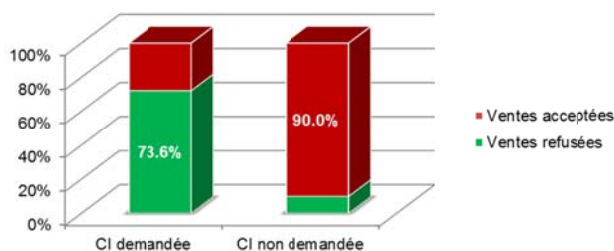


Incidence de la demande de pièce d'identité sur le refus de vente

Lorsqu'une pièce d'identité est demandée, 73.6% des tentatives d'achats de cigarettes se soldent par un refus alors que pour les tests où aucune pièce d'identité n'a été adressée, 90% des ventes sont acceptées.

L'association entre demande/non-demande de pièce d'identité et acceptation/refus de vente était hautement significative d'un point de vue statistique. Addiction Suisse.

Illustration 3 : Demande de pièce d'identité (CI) et refus de vente





3) Variations entre type de point de vente

Résultat des achats-tests par type de point de vente

En faisant la distinction entre magasins d'alimentation, kiosques, stations-services et une catégorie regroupant d'autres types de points de vente (comprenant des cafés, snacks ou « kebabs » avec vente directe ou « à l'emporter »), le taux d'acceptation de vente variait entre 71.2 % pour les kiosques et 25.0% dans les stations-services.

L'issue des achats-tests montrait un fort niveau d'association avec le type de point de vente testé. Addiction Suisse.

Illustration 4 : Résultat des achat-tests par type de point de vente

La vente a-t-elle été refusée ou acceptée ?		
Types de point de vente	Refusée	Acceptée
Magasins d'alimentation	32.0%	68.0%
Kiosques	28.8%	71.2%
Stations services	75.0%	25.0%
Autres	30.0%	70.0%

Résultats du groupe « magasins d'alimentation » à la loupe

On observe des résultats contrastés en divisant de façon plus détaillée le groupe « magasins d'alimentation » : **Un des deux grands groupes de distribution alimentaire vendant des produits du tabac se distingue par un taux d'acceptation de 42.1%. Dans les épiceries dites indépendantes, le taux d'acceptation atteignait 88.9%.**

4) Résultats des achats-tests de cigarettes dans les magasins vendant également de l'alcool

Les commerces qui vendaient également de l'alcool présentent un taux d'acceptation significativement inférieur (56.3% d'acceptation de vente) que ceux « sans alcool » (78.2% d'acceptation de vente). Ce qui tend à démontrer que le contrôle de l'âge opéré pour la vente d'alcool favoriserait l'application de l'interdiction de vente de tabac aux jeunes.



Tendances sur la période 2009 à 2011

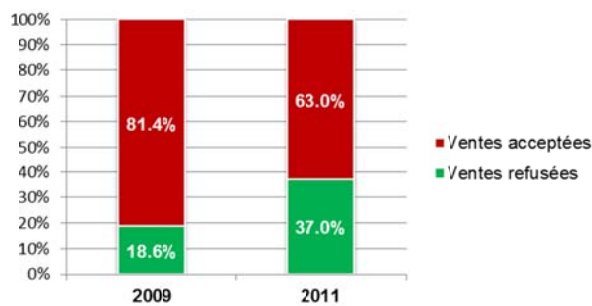
Acceptation ou refus de vente : évolution entre 2009 et 2011

Il est intéressant de comparer les résultats des achats-tests réalisés en automne 2009 et celle de l'automne 2011 qui intervenait suite à deux vastes actions de sensibilisation du CIPRET Fribourg (Cf chapitre Actions de sensibilisation réalisées par le CIPRET Fribourg).

Ainsi, entre 2009 et 2011, le degré d'application des bases légales concernant la vente de produits du tabac aux jeunes dans le canton de Fribourg s'est sensiblement améliorée. Durant cette période, le taux de refus de vente a doublé, passant de 18.6 % en 2009 à 37% en 2011.

La différence entre ces deux proportions peut être considérée comme hautement significative d'un point de vue statistique. Addiction Suisse.

Illustration 5 : acceptation/refus de vente 2009 et 2011



L'interdiction de vente aux jeunes de moins de 16 ans n'est toutefois pas suffisamment respectée puisque 6 fois sur 10, des cigarettes ont été délivrées lors des achats-tests réalisés en automne 2011. Un travail de renforcement de cette mesure légale semble nécessaire afin de garantir la protection de la jeunesse.

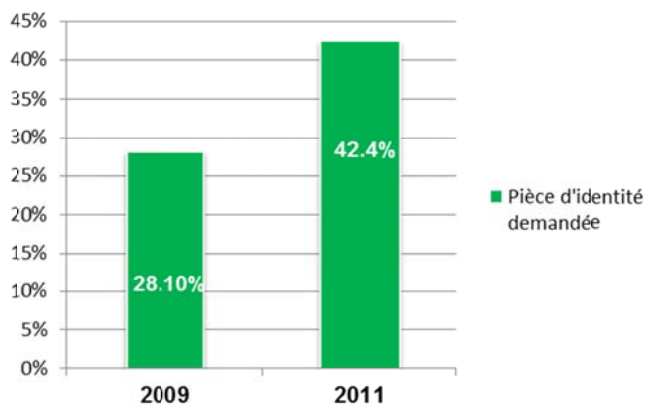


Demandes de pièces d'identité : évolution 2009 – 2011

Les deux vagues d'achats-tests ont démontré que la demande de présentation d'une pièce d'identité influence de manière positive le résultat des achats-tests. Prouvant qu'il s'agit là d'une méthode simple et efficace pour contrôler l'âge et donc assurer le respect de la loi. Cet élément a donc été recommandé de manière étendue et systématique dans le cadre des actions de sensibilisation organisées par le CIPRET Fribourg depuis 2010. (Cf Chapitre Actions de sensibilisation réalisées par le CIPRET Fribourg).

La tendance enregistrée démontre une évolution positive de la demande d'une pièce d'identité pour contrôler l'âge de l'acheteur.

Illustration 6 : Demandes de pièces d'identité 2009-2011





Actions de sensibilisation réalisées par le CIPRET Fribourg

Suite aux résultats des achats-tests 2009, une campagne d'information et de sensibilisation a été décidée, d'entente avec les pouvoirs publics et les milieux concernés, en vue d'améliorer l'application de la loi.

Cette campagne s'est articulée autour de :

- Communication media et grand public
- Conception et distribution de matériel d'information (flyer d'information et autocollant d'aide au calcul de l'âge, affiche d'interdiction de vente de tabac)
- Sensibilisation des points de vente et des pouvoirs publics
- Atelier de formation pour le personnel de vente

Sensibilisation des points de vente de tabac

Ainsi, entre 2010 et 2011, les débits de tabac du canton de Fribourg ont reçu à deux reprises des courriers d'information rappelant les aspects légaux liés à la vente de tabac aux jeunes et proposant des méthodes et outils pour accompagner les vendeurs dans leur tâche :

Méthodes	Outils
Informé / former le personnel de vente	Flyer d'information
	Module de formation
Informé la clientèle	Affichette d'information
Systématiser le contrôle de l'âge	Demande de présentation d'une pièce d'identité
	Autocollant d'aide au calcul de l'âge

Ces informations étaient complétées par un module de formation spécialement élaboré pour le personnel de vente et/ou les responsables du personnel.



Cette campagne de sensibilisation a certainement contribué à l'évolution positive de l'application de la loi.

Illustration 7 : Actions de sensibilisation réalisées par le CIPRET Fribourg

2009	Achats-tests : 81.4 % acceptation de vente	306 achats-tests
2010	Campagne d'information et sensibilisation I	
	Communication médias et grand public	
	Conférence de presse	12 articles de presse
	Communiqués de presse	6 reportages TV/radio
	Sensibilisation des points de vente et pouvoirs publics	
	Courrier de sensibilisation des points de vente de tabac	510 destinataires
	Courrier de sensibilisation aux communes et préfets	175 destinataires
	Diffusion du matériel de sensibilisation	
	Brochure d'information	4'841 exemplaires distribués (au total)
	Tablette d'aide au calcul de l'âge (autocollant)	
	Affichette d'interdiction de vente	
Formation pour le personnel de vente		
Formation du personnel de vente d'une grande enseigne	1 cours, 11 participants	
2011	Campagne d'information et sensibilisation II	
	Sensibilisation des points de vente (y compris cafés, restaurants, buvettes)	
	Courriers de sensibilisation des points de vente	2'135 destinataires
	Diffusion du matériel de sensibilisation	
	Brochure d'information	13'164 exemplaires distribués (au total)
	Tablette d'aide au calcul de l'âge (autocollant)	
	Affichette d'interdiction de vente	
Give-aways pour le personnel de vente		
Formation pour le personnel de vente		
Formation du personnel de vente de stations service	1 cours, 9 participants	
2011	Achats-tests : 63 % acceptation de vente	330 achats-tests



Constats et recommandations

Avec 63% d'acceptations de vente, l'enquête 2011 sur l'application de la loi interdisant la vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans a démontré que la situation s'est améliorée. Cette diminution statistiquement significative de 18.4% des acceptations de vente entre 2009 et 2011 est réjouissante. Ainsi, «les mesures entreprises dans le canton de Fribourg entre les deux vagues d'enquêtes semblent avoir porté leurs fruits»⁴. Il reste néanmoins impossible de se satisfaire de cette amélioration, car le degré d'accessibilité du tabac pour les jeunes de moins de 16 ans reste très élevé en comparaison à d'autres régions du monde⁵. Ce chapitre présente les recommandations à mettre en œuvre pour améliorer de manière satisfaisante l'application de la loi interdisant la vente de tabac aux jeunes. Elles sont issues du rapport de recherche d'*Addiction Suisse* et d'une revue de littérature à ce sujet.

Variations entre les types de points de vente

Le taux d'acceptation de vente variait significativement entre les types de points de vente. Marquant l'exemple des bons élèves, les stations de services et un grand groupe de distribution alimentaire prouvent qu'il est possible de mettre en place une politique d'entreprise et des mesures structurelles qui permettent une meilleure application de la loi. Ces progrès doivent pouvoir servir d'exemple pour inspirer les autres points de vente.

Interdépendance entre vente d'alcool et vente de tabac sur le contrôle de l'âge légal

Un autre résultat intéressant tient au fait que les commerces proposant de l'alcool à la vente montrent une proportion d'acceptation de vente significativement inférieure aux autres points de vente. Les processus mis en place pour le contrôle de l'âge lié à la vente d'alcool peuvent donc être transposés pour la vente de tabac. Ce résultat souligne la possible pertinence de mesures conjointes, visant la meilleure application des bases légales pour la vente de tabac et d'alcool.

⁴ Kündig et Astudillo, 2012.

⁵ DiFranza, 2011.



Contrôle systématique de l'âge des clients

L'étude a montré «...qu'il est extrêmement difficile d'estimer avec exactitude l'âge d'un-e adolescent-e ou préadolescent-e.»⁶. En 2009 comme en 2011, la demande de justification d'âge au travers d'une pièce d'identité est très fortement associée au refus de vente. Les demandes de pièces d'identité ayant augmenté entre 2009 et 2011, le travail d'information et de sensibilisation du personnel de vente réalisé par le CIPRET a porté ses fruits. Ce contrôle systématique de l'âge des clients doit néanmoins être renforcé. A cet effet, le travail de sensibilisation auprès du personnel de vente doit être poursuivi, afin que le contrôle de l'âge soit mis en pratique, sans exception, par exemple au travers de directives internes.

Finalement, il est important de ne pas oublier que dans plus d'un quart de tests avec demande de pièce d'identité la vente a tout de même été acceptée. Il est non seulement important de demander une pièce d'identité, mais il apparaît d'autant plus important d'insister sur la nécessité de calculer l'âge des clients.

⁶ Kündig et al., 2012.



Recommandations

Une analyse de la littérature scientifique sur les mesures interdisant la vente de tabac aux mineurs permet de dégager trois recommandations permettant d'augmenter le respect de cette loi dans le canton de Fribourg afin d'obtenir l'effet recherché sur la consommation de tabac des « mineurs ».

1. Il est recommandé d'intensifier les mesures d'information et de formation au personnel de vente déjà proposées dans le canton^{7, 8}.
2. Il est important d'assurer un **monitorage du taux de respect de ces bases légales à long terme**. Dans ce sens des **inspections dites de routines**, y inclus des achats-tests répétitifs menés par des mineurs, sont conseillés^{9, 10}.
3. Un **contrôle actif de l'application** de la loi par les instances exécutives, **y compris sanctions des infractions**, est préconisé^{11, 12}.

Il ressort de l'état de connaissances que des efforts de mise en œuvre sont indispensables pour un meilleur respect de cette loi. La piste unique d'une intensification du travail de sensibilisation et de formation paraît insuffisante pour atteindre un niveau d'application satisfaisant. Cette démarche doit être complétée par un travail de contrôle et de rappel à l'ordre de la part des autorités exécutives.

⁷ Tutt, 2008.

⁸ DiFranza, 2005 .

⁹ DiFranza, 2011.

¹⁰ Stead & Lancaster, 2005

¹¹ Tutt et al., 2009

¹² DiFranza, 2005.



Conclusions

Les résultats enregistrés lors de cette deuxième vague fribourgeoise d'achats-tests de tabac soulignent la nécessité de renforcer l'application de ces bases légales. Il peut en ce sens être recommandé d'intensifier le travail de sensibilisation et de formation du personnel de vente déjà entrepris. D'autre part, sur la base d'expériences faites dans d'autres pays, un renforcement effectif du travail des instances exécutives sur le terrain, en accompagnement à la mise en place d'achats-tests régulier à long terme, peut être vu comme une option à privilégier.

Enfin, il faut répéter que le respect des dispositions légales ancrées par l'Article 31 de la Loi sur l'exercice du commerce est la condition sine qua non à une limitation réelle de l'accès des mineurs de moins de 16 ans aux produits du tabac dans le canton de Fribourg. Il est de ce fait un point central de prévention primaire du tabagisme juvénile. En ce sens, et afin d'atteindre un objectif de santé publique primordial, un travail de fond est encore nécessaire afin que ces bases légales soient mieux appliquées à l'avenir.



Références

- DiFranza, J.R. (2005). Best practices for enforcing state laws prohibiting the sale of tobacco to minors. *Journal of Public Health Management and Practice*, 11(6), 559-565. DOI 00124784-200511000-00014. Also available: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=16224293.
- DiFranza, J. R. (2011). Which interventions against the sale of tobacco to minors can be expected to reduce smoking? *Tobacco Control*. DOI 10.1136/tobaccocontrol-2011- 050145. Also available: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=21994275.
- Doubeni, C. A., Li, W., Fouayzi, H., & DiFranza, J. R. (2008). Perceived accessibility as a predictor of youth smoking. *Annals of Family Medicine*, 6(4), 323-330. DOI10.1370/afm.841. Also available: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=18626032.
- Doubeni, C. A., Li, W., Fouayzi, H., & DiFranza, J. R. (2009). Perceived accessibility of cigarettes among youth: A prospective cohort study. *American Journal of Preventive Medicine*, 36(3), 239-242. DOI 10.1016/j.amepre.2008.11.006. Also available: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=19162433.
- Kündig, H., Thélin, R., Astudillo, M.(2010). *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* (Rapport de recherche No 50). Lausanne: Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA).
- Kündig, et Astudillo, M. (2012). *Application de la loi interdisant la vente de tabac aux jeunes de moins de 16 ans dans le canton de Fribourg. Etude « client mystère » 2011* (Rapport de recherche N° 65). Lausanne : Addiction Suisse, avril 2012.
- Stead, L. F., & Lancaster, T. (2005). Interventions for preventing tobacco sales to minors. *Cochrane Database of Systematic Reviews* (online), 1, CD001497. DOI 10.1002/14651858.CD001497.pub2. Also available: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=15674880.
- Tutt, D. (2008). Enforcing law on tobacco sales to minors: Getting the question and action right. *New South Wales Public Health Bulletin*, 19(11-12), 208-211. DOI 10.1071/NB08033. Also available: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=19126394.
- Tutt, D., Bauer, L., & DiFranza, J. (2009). Restricting the retail supply of tobacco to minors. *Journal of Public Health Policy*, 30(1), 68-82. DOI 10.1057/jphp.2008.44. Also available: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=19367302.