

25 Aoû 2023 -08:35

Résultats de la campagne estivale 'mystery shopping' du SPF Santé publique : l'interdiction de vente d'alcool et de tabac aux mineurs est trop peu respectée

Depuis le début des vacances scolaires, le service "Inspection des produits de consommation" du SPF Santé publique mène une campagne de contrôle sur l'interdiction de vente d'alcool et des produits du tabac aux mineurs avec l'aide de 26 étudiants, tous mineurs d'âge, qui jouent aux clients mystères (Mystery shoppers). Les résultats provisoires sont déjà interpellants et soulèvent la question du respect de la loi en vigueur.

Les premiers résultats de cette campagne montrent que plus de 70% des détaillants ne respectent pas la limite d'âge lorsqu'ils vendent du tabac ou des e-cigarettes. On constate le plus grand nombre d'infractions dans les supermarchés et les stations-services (80%).

Concernant la vente d'alcool, l'interdiction de vendre des spiritueux (pour les -18 ans) n'est pas respectée dans 90% des cas. Pour la bière et le vin (-16 ans), le taux d'infraction est d'environ 80 %. Les établissements horeca et les stations-services sont les lieux où l'alcool est le plus facilement vendu aux mineurs (plus de 90% d'infractions constatées).

Les contrôles étaient annoncés et strictement encadrés

Les contrôles sont réalisés par des jeunes de 15, 16 ou 17 ans, employés via des contrats étudiants auprès du SPF Santé publique. Ils procèdent comme en situation réelle, mais respectent l'interdiction d'incitation. Les jeunes tentent d'effectuer un achat pendant qu'un inspecteur expérimenté de l'administration observe la situation anonymement.

Les jeunes doivent suivre un protocole strict : ils ne sont pas autorisés à se donner l'air plus vieux, par exemple en portant des vêtements non-adaptés à leur âge. Ils ne peuvent pas mentir sur leur âge, doivent répondre aux questions par des réponses courtes (oui/non) et ne peuvent faire pression sur le vendeur si celui-ci refuse leur demande. Les jeunes ne peuvent évidemment pas consommer l'alcool et/ou le tabac qui leur est vendu, quand ils parviennent à en acheter.

Les mystery shoppers contrôlent notamment les supermarchés et supérettes (de jour et de nuit), les stations-service, les restaurants, les cafés et les bars.

Le SPF Santé publique avait annoncé les contrôles aux fédérations concernées durant le mois de juin.

Collecter des données en situation réelle pour mieux organiser la prévention

Tous les endroits contrôlés recevront un courrier avec les résultats. Aucune amende n'est prévue pour l'instant, car cette campagne a pour but de sensibiliser au problème.

Grâce à cette campagne, le SPF Santé publique peut collecter efficacement des données sur la situation actuelle concernant la vérification de l'âge pour la vente de tabac et d'alcool. Le nombre d'infractions constatées dans cette campagne est bien plus élevé que les infractions constatées lors des contrôles habituels, qui se font à partir d'observations dans les établissements Horeca et dans les commerces.

Frank Vandenbroucke, ministre de la Santé : "Ces chiffres montrent clairement que les mesures que nous prenons dans le cadre de notre [plan alcool](#) et dans notre [plan tabac](#) sont absolument nécessaires. Je vais renforcer les contrôles existants, mais j'examinerai également immédiatement ce qui est possible pour utiliser les "mystery shoppers" non seulement pour sensibiliser, mais aussi comme moyen de contrôle efficace pour infliger des amendes aux commerçants en infraction. Nos plans comprennent également des mesures visant à réduire la disponibilité de l'alcool et du tabac en limitant les lieux et/ou les heures où la vente est autorisée.

Concernant l'alcool, la législation est aussi en cours de clarification. La rédaction actuelle de la loi donne l'impression que la limite d'âge est de 16 ans, avec une exception prévue pour les spiritueux. Je renverse ce raisonnement et fixe la limite d'âge à 18 ans, par analogie avec la vente de produits du tabac. Une exception est alors prévue pour la bière et le vin. Une nuance subtile, mais qui pourrait avoir un impact important. À l'heure actuelle, la distinction n'est souvent pas claire, de sorte que les vendeurs et/ou le personnel horeca ne savent pas toujours si une boisson spécifique peut ou non être vendue aux jeunes de 16 et 17 ans. Avec cette modification législative, nous facilitons le respect de la loi pour tous.

Il sera également interdit d'offrir de l'alcool gratuitement dans le cadre d'une campagne promotionnelle. De plus, nous interdisons la vente dans les distributeurs automatiques, dans les stations-service des autoroutes entre 22 heures et 7 heures (sauf dans les restaurants routiers) et nous prévoyons une offre limitée dans les hôpitaux.

En ce qui concerne le tabac, la vente dans les distributeurs automatiques sera interdite d'ici la fin de l'année. Elle sera suivie plus tard par une interdiction de la vente dans les établissements horeca, les points de vente temporaires (par exemple, les festivals) et les supermarchés de plus de 400 m². Je vais également demander une analyse plus approfondie de la manière dont nous pouvons restreindre encore davantage les ventes afin que l'offre devienne de plus en plus réduite. En ce qui concerne le tabac, nous avons déjà prévu l'obligation pour les vendeurs de demander une preuve d'identité aux personnes qui veulent acheter des produits du tabac et qui semblent avoir moins de 25 ans.

Chacun doit faire un effort pour assurer la santé de nos jeunes."

Rappel des limites d'âge actuellement en vigueur

- La vente de spiritueux est interdite aux moins de 18 ans.
- La vente de bière et de vin est interdite aux moins de 16 ans.
- La vente de tabac est interdite aux moins de 18 ans.

SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et
Environnement
Avenue Galilée, 5 bte 2
1210 Bruxelles
Belgique
+32 2 524 97 97
<http://www.health.belgium.be>

Vinciane Charlier
Porte-parole (FR)
+32 475 93 92 71
+32 2 524 99 21
vinciane.charlier@health.fgov.be

Annelies Wynant
Porte-parole (NL)
+32 2 524 97 38
+32 485 73 44 05
annelies.wynant@health.fgov.be