

Comment freiner la consommation d'alcool auprès des jeunes? En informant la famille, les écoles... Et si on faisait aussi passer l'information auprès des gérants du commerce de détail et les caissières ?

### Alcool et jeunes : 18 communes réagissent



Les boissons alcoolisées pour les jeunes se vendent comme des limonades ou presque : elles en ont la couleur, la forme, l'aspect fruité et pétillant. Et pour qu'elles plaisent aux jeunes, le goût de l'alcool est masqué par du sucre et des arômes de fruits. Parmi celles qui ont le plus de succès, on trouve les étiquettes « Smirnoff Ice, Trojka, Baccardi, Vodka Gorbatschow. Disposées quelquefois sur des présentoirs près des caisses, comme des chocolats ou des chewing-gums, elles contiennent des alcools forts et un taux d'alcool entre 5 et 6,5 %, soit l'équivalent d'une bière ou d'un whisky, ou de 10 g d'alcool pur.

#### Ce que dit la loi

Les statistiques révèlent que les garçons boivent leur première boisson alcoolisée vers 13 ans, et les filles suivent de près. Et tous les jeunes peuvent citer sans difficulté l'un ou l'autre point de vente où acheter et consommer ces boissons sans qu'on ne leur demande rien. Pourtant la loi est claire : les alcools fermentés, tels que cidre ou bière sont interdits aux jeunes en dessous de 16 ans, alors que les alcools distillés, les apéritifs ne doivent pas être vendus à des jeunes de moins de 18 ans. L'interdiction porte aussi sur la vente ou la dégustation sur le domaine public ou dans des automates, de même que les concours ou la publicité. Le succès de ces nouveaux mélanges apparus sur le marché suisse en 1996 est tel que depuis ce printemps, les points de vente ont l'obligation de les séparer nettement des limonades et jus de fruits avec lesquelles on peut facilement les confondre.

#### « Bien cuit ou à point ? »

« Avec le goût très sucré de ces nouvelles boissons, le goût de l'alcool a disparu. Les jeunes ne sentent plus ce goût âpre, et cela augmente le risque de s'habituer. Et les jeunes filles consomment autant que les garçons » explique Michel Bussard, chargé de prévention à la LIFAT (ligue FR contre l'alcoolisme et les toxicomanies). « Et l'on découvre que les jeunes en viennent à préparer eux-mêmes leurs propres mélanges à base d'alcools forts, whisky, vodka et sirop » ajoute-t-il. Une campagne de prévention est programmée dans les Cycles d'orientation de Marly et de la Broye. La troupe de théâtre du Caméléon va venir présenter une pièce de théâtre interactive intitulée « Bien cuit ou à point ? ». Avec les professeurs, les parents et les jeunes, le but sera de créer le dialogue au sujet de la consommation d'alcool. Les moyens donnés à la LIFAT pour la prévention, représentent l'équivalent de 3 personnes à plein temps, y compris le travail administratif.

#### St-Gall : un travail de pionnier

Dans le canton de St-Gall, le centre de prévention ZEPRA, du département cantonal de la santé, a lancé l'automne dernier une action en ville de St-Gall. Coordonné par Mme Annette Nitsche, responsable du projet, l'action avait pour but de former des employés de la police municipale, qui ont visité ensuite 94 points de vente. La moitié de ces commerces a reconnu avoir des difficultés à faire respecter la loi, et l'on comprend volontiers le personnel de vente qui ne sait pas toujours comment réagir pour bien faire. Il faut tout d'abord repérer sur le tapis roulant la catégorie de produits alcoolisés, évaluer l'âge des consommateurs, demander une pièce d'identité pour vérifier, tout cela quand il y a une file d'attente aux caisses et des gens pressés.

#### A chaque commune un responsable

Après cet essai concluant, c'est autour des 18 communes de la région de St-Gall d'organiser cette sensibilisation. Au cours d'une journée, des assistants sociaux ont informé les responsables communaux qui visiteront les gérants et le personnel de vente pour les aider à

appliquer leur responsabilité par rapport à la loi. La démarche sera facilitée par du matériel (autocollants, dépliants et affiches) à mettre en évidence près des caisses, pour rappeler l'obligation de contrôle de l'âge auprès des jeunes consommateurs.

**Caissières : dire non avec le sourire !**

Dans la brochure de la ZEPRA ; les conseils suivants sont destinés au personnel des commerces et restaurants :

- refusez de vendre ou servir de l'alcool à des jeunes de moins de 16 ans. Dans le doute, demandez une pièce d'identité
  
- ne vous laissez pas convaincre par les prétextes ou des subterfuges de jeunes consommateurs, ce sont des procédés connus. Vous pouvez parfaitement dire non avec de l'humour. Entraînez-vous, avec votre personnel, à réagir aux différentes situations qui peuvent se présenter et où vous devez faire respecter les exigences légales. La ZEPRA organise des cours pour le personnel de vente.

*Josiane Berset*

29.11.02