

Légalisation des achats tests et investigations secrètes dans l'hôtellerie-restauration: on perd le sens des proportions

La protection de la jeunesse fait partie des principaux centres d'attention de la révision de la loi sur l'alcool. Les achats tests ou plutôt les investigations secrètes seront légalisées dans le domaine de l'hôtellerie-restauration. GastroSuisse, l'association pour l'hôtellerie et la restauration en Suisse, salue les dispositions législatives mises en place pour la vente d'alcool aux jeunes. La légalisation des achats tests rate ainsi sa cible.

Les jeunes forment une des principales cibles de la révision de la loi sur l'alcool. L'image que renvoie leur hospitalisation après une consommation excessive d'alcool laisse un arrière-goût amer. Le public souhaite une protection de la jeunesse qui fonctionne. L'État doit agir pour répondre à cet intérêt public, comme le stipule l'article 5 de la Constitution fédérale.

Des principes juridiques balayés

La légalisation des achats tests est une des mesures découlant de la protection de la jeunesse. Selon plusieurs jugements fondés (en particulier la décision du tribunal fédéral du 10 janvier 2012), ces achats tests sont clairement considérés comme des investigations secrètes. Or, ces dernières ne sont autorisées qu'en cas de délits particulièrement graves comme le meurtre, la traite des êtres humains ou les enlèvements. Même dans ces cas, il faut une autorisation judiciaire et l'enquêteur infiltré a interdiction formelle de provoquer le délit. Ces principes juridiques seraient donc complètement balayés pour le domaine de l'hôtellerie-restauration.

L'article 5 de la Constitution fédérale n'impose pas uniquement aux actions de l'État de répondre à un intérêt public; elles doivent également être proportionnées au but visé. La légalisation des achats tests laisse grandement perplexe sur ce point-là. Or, la révision de la loi sur l'alcool n'échappe pas à ce principe constitutionnel.

Jeunesse et alcool

«Les jeunes d'aujourd'hui aiment le luxe, ils sont mal élevés, méprisent l'autorité. ... Ils contredisent leurs parents, ...croisent les jambes et tyrannisent leurs maîtres.» Cette citation n'est pas contemporaine, on l'attribue à Socrate. On avait déjà l'impression que notre jeunesse allait mal il y a 2500 ans. De plus, il faut toujours garder un œil critique envers les affirmations irréfléchies selon lesquelles tout va toujours de mal en pis.

Au sujet de l'alcool et des jeunes, on peut affirmer ceci: de 1986 à 2010, la consommation d'alcool a considérablement diminué pour les garçons et filles de 11 ans, de même que pour les garçons de 13 ans. Le niveau est

resté le même au fil des années pour les filles de 13 ans. On constate, inversement, une nette recrudescence pour les jeunes de 15 ans. Ceux-ci boivent surtout de la bière qui ne peut être vendue qu'à partir de 16 ans. Par contre, on remarque une petite diminution générale de la consommation d'alcool pour l'ensemble des catégories d'âge.

On imagine que les mineurs consomment de l'alcool toujours plus jeune, ce qui est complètement faux. L'idée qu'ils boivent toujours plus d'alcool l'est tout autant. Avant, ce n'était pas mieux, mais pas non plus pire.

Des sources de ravitaillement plus avancées que l'hôtellerie-restauration

La pratique montre également que les jeunes de 15 ans ne se procurent l'alcool dans l'hôtellerie-restauration que dans des proportions infimes. Le plus souvent, ils en trouvent dans des fêtes privées, chez des amis ou chez les parents. Les achats dans le commerce de détail et la participation de tiers sont également plus fréquents que la consommation dans l'hôtellerie-restauration, qui est nettement plus chère et où règne un fort contrôle social.

Si les prix de l'hôtellerie-restauration sont relativement élevés pour les jeunes, cela s'explique par la structure des coûts. Les frais de personnel sont les plus importants; le coût du produit ne représente qu'environ un quart du prix total. L'achat en dehors de l'hôtellerie-restauration est donc beaucoup plus intéressant puisque seul le prix du produit finit en caisse.

On peut se demander pourquoi, lors de la révision de la loi sur l'alcool, l'attention des spécialistes de la prévention ne s'est pas tournée vers la distribution d'alcool lors de fêtes privées, par des amis ou les parents. C'est pourtant là qu'on pourrait obtenir les plus grandes améliorations. Il est visiblement plus simple de tourmenter l'hôtellerie-restauration que de sermonner les parents. L'attention portée à l'hôtellerie-restauration par l'industrie de la prévention ne s'explique pas. Il est encore plus incompréhensible qu'on veuille introduire des achats-test douteux et ainsi comparer la vente d'une bière à un jeune de 15 ans à un meurtre, à de la traite d'êtres humains ou à un enlèvement. ■



Bernhard Kuster
Directeur de GastroSuisse,
Zurich