

Communiqué de presse

Le 15 septembre 2004

Respect de l'interdiction de vente des spiritueux aux mineurs
Le matériel de formation proposé par le Groupement suisse des spiritueux de
marque remporte un vif succès !

Cet été, le Groupement suisse des spiritueux de marque (GSM) a proposé à tous les détaillants de Suisse son matériel de formation destiné à aider le personnel de caisse des magasins à faire respecter l'art. 41 de la loi sur l'alcool (interdiction de vente des spiritueux aux mineurs). Disponible en français et en allemand, ce matériel – gratuit - se compose d'une vidéo, d'un support de cours et de dépliants. Il a connu un succès foudroyant : au cours des seuls mois d'été, 40'000 dépliants et 1'000 cassettes ont été distribués, à quelque 524 points de vente, en plus des succursales de grands distributeurs.

Ce succès conforte le GSM dans sa philosophie : il convient de renforcer l'application de la loi plutôt que d'inventer des surtaxes de tout poil, des interdictions publicitaires cantonales et de nouvelles restrictions de vente !

Comblant une lacune

Ce matériel, réalisé en 2000 déjà, avait été distribué à quelque 500 exemplaires depuis lors. La forte demande enregistrée cet été témoigne certes d'une sensibilisation des commerçants à la problématique du respect de la loi, mais aussi d'un réel manque de moyens pratiques, susceptibles de les inciter à une application plus stricte de la loi.

Ce matériel a également été fort apprécié des grands distributeurs, puisque des enseignes telles Coop, Denner, Manor, Pick Pay et Globus, l'utilisent dans le cadre de leurs formations internes.

La cassette vidéo présente des exemples de situations sous forme de scènes jouées par des comédiens. Celles-ci sont entrecoupées d'interviews de caissières qui font part de leur expérience personnelle en matière de vente des spiritueux aux mineurs. Pour créer le scénario des scènes, les concepteurs se sont basés sur une enquête réalisée auprès du personnel de plusieurs grands magasins dans la région lémanique. Outre la vidéo, un « support de cours » est préparé à l'intention des formateurs, leur suggérant des exercices à faire en groupe ou des variantes d'utilisation de la vidéo (p. ex. commentaire en groupe de chaque situation). Enfin, un dépliant est destiné aux clients et rappelle les dispositions légales en matière de vente de boissons alcoolisées. Il souligne également que le personnel des magasins a l'obligation de contrôler l'âge d'un client en cas de doute.

« Exemple convaincant » de collaboration

Ce matériel de formation a été réalisé par le GSM, en collaboration avec la Fédération genevoise de prévention de l'alcoolisme. Dans son numéro 2/2003, le journal de la Régie fédérale des alcools, communica, qualifiait cette réalisation d' "exemple convaincant" de collaboration dans la prévention.

Photos téléchargeables à partir du site [www.spiritueuxdemarque.ch/prises de position](http://www.spiritueuxdemarque.ch/prises_de_position)

Pour tout renseignement complémentaire, Alexandra Rys, Roachat & Partners, se tient à votre disposition : tél. 022 786 54 55, courrier électronique: arys@roachat-pr.ch

Le Groupement suisse des spiritueux de marque regroupe les sociétés suivantes : Ballantine's – Bacardi, Campari Schweiz, Dettling & Marmot, Emil Ebnetter & Co, Diageo Suisse, Haecky Drink, Lateltin Lanz Ingold, Moët Hennessy (Suisse), Pernod Ricard Swiss.