

L'application de l'interdiction des ventes d'alcool aux mineurs en France depuis la loi de 2009. Comparaison entre 2012 et 2005

Serge Karsenty (serge.karsenty@univ-nantes.fr)¹, Cristina Díaz-Gómez², Aurélie Lermenier², Vanessa Galissi³

1/ Laboratoire Droit et changement social, UMR 6297 Université de Nantes - CNRS, Nantes, France

2/ Observatoire français des drogues et des toxicomanies, Saint-Denis, France

3/ Institut LH2, Paris, France

Résumé / Abstract

Introduction – La loi du 21 juillet 2009 a porté à 18 ans la limite d'interdiction générale des ventes d'alcool. Une enquête menée en 2012 tente d'évaluer l'application, notamment par comparaison avec une enquête similaire réalisée en 2005.

Méthode – L'enquête de 2012 a été menée à l'aide d'un questionnaire identique à celui de 2005. Elle a permis d'exploiter les réponses de 1 008 établissements concernés par la vente d'alcool. L'échantillon a été construit par tirage aléatoire stratifié avec redressements selon les données nationales du recensement des entreprises.

Résultats – En 2012, la proportion d'établissements déclarant une pratique autre que le refus de vente d'alcool avant 18 ans est de 17% dans les petits établissements, quel que soit le mode de vente, et de 6,4% dans les grandes et moyennes surfaces. Par rapport à 2005, les progrès de mise en conformité avec la loi sont particulièrement importants pour les débits de vente à emporter.

Discussion – L'adhésion des commerces de vente à emporter est supérieure à celle des cafés-bars. Mais seules les grandes structures de distribution atteignent un bon niveau d'homogénéité.

Conclusion – La loi de 2009 a provoqué le resserrement des connaissances et des pratiques autour d'une norme plus exigeante. Les défaillances d'application sont désormais mieux repérées.

Implementation of the 2009 Act prohibiting alcohol sales to minors in France. A comparison between 2012 and 2005

Introduction – In France, the July 2009 Act established the prohibition to sell alcohol to clients under 18 years of age. A survey was conducted in 2012 in order to evaluate its implementation, and compare its results with a similar survey carried out in 2005.

Method – The 2012 survey was conducted using the same key questions as in 2005. It allowed to process data gathered from 1,008 businesses selling alcoholic beverages. A stratified random sampling was set up and adjusted on the basis of national business census numbers.

Results – In 2012, the proportion of sellers reporting a different practice other than refusing the sale to clients under 18 years of age is 17% in small businesses offering either on or off premises sales, and 6.4% in large and medium-sized supermarkets. Compared to 2005 data, the compliance with the legal norm has remarkably improved in off-premises trades.

Discussion – Off-premises businesses adherence is higher than in cafés-bars. But only large scale distributors can reach a good level of homogeneity.

Conclusion – The 2009 Act has resulted in reinforcing knowledge and behaviors up to a more demanding standard. As a result, the weaknesses of implementation are better identified.

Mots-clés / Keywords

Alcool, jeunes, mineurs, âge légal, prohibition / Alcohol, youth, minors, legal age, prohibition

Introduction

Depuis l'adoption de la loi portant réforme de l'hôpital, relative aux patients, à la santé et aux territoires (dite « loi HPST ») du 21 juillet 2009, l'interdiction de vente des boissons alcooliques a été instaurée pour tous les mineurs, sans distinction du type de boissons ou des modalités de vente (à emporter ou à consommer sur place). Auparavant, cette interdiction totale de vente des boissons alcooliques ne visait que les moins de 16 ans.

La loi HPST est venue simplifier le dispositif, et surtout mettre fin à l'incohérence de la réglementation précédente, qui n'établissait pas de restrictions communes pour les mineurs âgés de 16 et 17 ans entre les commerces de vente à emporter et ceux de vente à consommer sur place. Elle autorisait ainsi les commerces de vente à emporter à vendre les boissons alcooliques du 3^e au 5^e groupe (boissons distillées) à des mineurs de 16 et 17 ans, alors que la consommation sur place en était interdite.

Par ailleurs, en instaurant l'âge minimum légal à 18 ans, la loi HPST a établi pour la première fois l'interdiction de vente de boissons alcooliques du

2^e groupe (boissons fermentées comme les vins, bières ou cidres) pour les 16 et 17 ans, qui était précédemment autorisée en tous lieux.

Conformément aux dispositions du Code de la santé publique, la personne qui délivre la boisson est tenue de refuser la vente d'alcool à tout mineur de moins de 18 ans (L.3342-1). En cas de doute sur l'âge, elle peut exiger du client qu'il établisse la preuve de sa majorité (même article). Lorsqu'une infraction est constatée, le responsable de l'établissement est passible d'une amende d'un montant de 7 500 euros. En cas de récidive, l'amende passe à 15 000 euros et le commerçant peut faire l'objet de poursuites judiciaires (peine d'un an d'emprisonnement), selon les dispositions de l'article L.3353-3.

L'application de ces nouvelles dispositions a été évaluée en 2012 par l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT), avec le soutien financier de la Direction générale de la santé (DGS), auprès d'un échantillon représentatif des débiteurs d'alcool à l'échelle nationale. Une première évaluation sur le respect des dispositions précédentes, en vigueur depuis 1991, avait été réalisée en 2005 à l'initiative de la DGS [1]. L'enquête de 2012 a été

conçue pour permettre la comparaison avec l'enquête précédente. Les résultats de ces deux enquêtes ont permis de cerner l'évolution des connaissances, comportements et opinions des débiteurs d'alcool à l'égard de la nouvelle réglementation. Le présent article en livre une première synthèse.

Méthode

Comme en 2005, l'enquête a été réalisée par questionnaire administré en face-à-face auprès d'un échantillon représentatif des débiteurs de boissons alcooliques situés en France métropolitaine continentale. La population visée était composée de l'ensemble des établissements pouvant être fréquentés par des mineurs non accompagnés : grandes et moyennes surfaces, supérettes et épiceries, stations-services et débits de boissons à consommer sur place. La catégorie des discothèques et boîtes de nuit n'a pas été exploitée dans l'enquête 2012 pour des raisons tenant à la difficulté de dissocier règles d'entrée et règles de consommation d'alcool à l'intérieur des établissements.

L'échantillon a été constitué à partir du fichier d'entreprises de l'Insee, selon la méthode du sondage aléatoire stratifié. Les établissements ont été sélectionnés en utilisant le type de commerce, la zone géographique et la catégorie d'agglomération comme variables de stratification. Malgré les changements de nomenclature effectués par l'Insee en 2008, la représentativité de l'échantillon a été garantie afin de rendre possible la comparaison entre 2005 et 2012.

Dans l'échantillon, le poids de chaque zone géographique et de chaque type de commerce a été raisonnable, mais le poids de chaque catégorie d'agglomération correspondait aux proportions réelles par région et pour chaque type de commerce. Les résultats ont ensuite été redressés pour correspondre à la réalité régionale des lieux de vente d'alcool. Confiée à l'institut de sondage LH2, l'enquête s'est déroulée du 4 janvier au 29 février 2012. La passation du questionnaire a été réalisée par 94 enquêteurs professionnels. La personne sollicitée a été celle, ou l'une de celles, habituellement en contact avec la clientèle. En cas d'indisponibilité de la personne concernée, un autre rendez-vous était fixé. Au bout de trois rendez-vous non aboutis, l'établissement n'était plus visité. Plus satisfaisant qu'en 2005, où il était de 75%, le taux d'acceptation de l'enquête a atteint 90% en 2012. L'échantillon final exploité a concerné 1 008 établissements en 2012. L'analyse statistique a été menée au moyen du logiciel SAS®9. Elle repose sur des tris croisés selon le type d'établissement et l'année d'enquête. La significativité des écarts de fréquence constatés a été évaluée par le test statistique du Chi2, avec un risque d'erreur inférieur à 5%.

Résultats

Le nouvel âge minimum légal pour la vente d'alcool a été globalement bien intégré et respecté par les débiteurs (tableau 1). En 2012, seule une minorité déclare encore des pratiques illicites. Plus de 8 sur 10 disent refuser la vente aux moins de 18 ans en 2012. La part de ceux qui acceptent de vendre dès 16 ans s'est beaucoup réduite, quel que soit le type d'établissement, tout comme celle des enquêtés qui « ne refusent jamais de vendre », même en cas de doute sur l'âge. Le recul des mauvaises pratiques est particulièrement marqué pour la vente à emporter, c'est-à-dire les stations-services et les épiceries (ici regroupées par convention sous le terme de « petits commerces de détail ») et les grandes et moyennes surfaces (supermarchés et hypermarchés), dont il faut rappeler qu'en 2005 les conditions de vente étaient moins restrictives que pour les commerces de consommation sur place. En 2012, les grandes et moyennes surfaces apparaissent comme les « bons élèves » en termes d'application de la loi. En revanche, avec des situations de départ différentes, les cafés-bars et les petits commerces ont finalement moins bien assimilé le relèvement de l'âge. Les refus de répondre à la question des pratiques habituelles de vente selon l'âge sont rares et ont davantage reculé dans les commerces de vente à emporter que dans les cafés-bars, entre 2005 et 2012. La fréquence des

Tableau 1 Pratiques relatives à l'âge pour la vente d'alcool aux mineurs, France, comparaison 2005-2012 (en %) / Table 1 Age-related behaviors in selling alcohol to minors, France, 2005-2012 (in %)

Types de débits de boissons	Cafés-bars		Petits commerces de détail ¹		Grandes et moyennes surfaces	
	2005	2012	2005	2012	2005	2012
Effectifs	171	323	347	347	326	338
Refusent de vendre en dessous de 16 ans	29,2	6,5*	29,8	5*	34,3	3,9*
Refusent de vendre en dessous de 18 ans	52,5	83*	32,9	83,1*	42,4	93,6*
Ne refusent jamais de vendre même en cas de doute sur l'âge	15,5	8,6*	27,2	9,6*	15,9	0,8*
Refus de répondre	1,4	1,5	3,2	0,7	2	0,6
Total	98,6	99,6	93,1	98,4	94,6	98,9

Total inférieur à 100 en raison du non affichage des réponses marginales (15 ans, 17 ans...).

En fond de couleur : les pratiques contraires à la loi.

¹ Épiceries et stations-service.

* Différence significative au seuil de 95% par rapport à 2005. Les chiffres correspondants apparaissent en gras.

Tableau 2 Comportements de vente d'alcool face à un jeune client paraissant avoir 16 ou 17 ans, France, 2012 (en %) / Table 2 Alcohol sale behaviors facing young clients who appear to be 16 or 17 years old, France, 2012 (in %)

Parmi les déclarants ne pas vendre en dessous de 18 ans (tableau 1) : vous arrive-t-il d'accepter de vendre de l'alcool à un client qui semble avoir moins de 18 ans sans demander sa carte d'identité... s'il semble avoir plus de 16 ans ?	Cafés-bars (N=323)	Petits commerces de détail ¹ (N=347)	Grandes et moyennes surfaces (N=338)
Effectif concerné	271	290	317
Oui	7,4	5,4	5,7
Non	91,8	92,4	93,0
Refus de répondre	0,7	2,2	1,3
Total	100,0	100,0	100,0

¹ Épiceries et stations-service.

déclarations spontanées d'âges limites autres que 16 ou 18 ans est marginale. Encore moins cités en 2012 qu'en 2005, ils n'ont pas été affichés dans le tableau mentionné.

Une question de cohérence permettait de confirmer la bonne adhésion et application de la loi en 2012 : parmi les enquêtés qui ont répondu ne pas vendre d'alcool à des clients de moins de 18 ans, ils sont plus de 9 sur 10 à réitérer qu'ils s'en tiennent à cette limite d'âge et qu'ils ne font pas d'exception pour les plus de 16 ans (tableau 2).

Concernant la connaissance de la loi HPST, la très grande majorité des enquêtés (92%) sait que l'âge limite est actuellement de 18 ans, sans différence notable selon le type d'établissements, contrairement à ce que l'on observe dans les pratiques, ce qui tendrait à imputer les mauvaises pratiques résiduelles des petits établissements à des facteurs autres que l'ignorance.

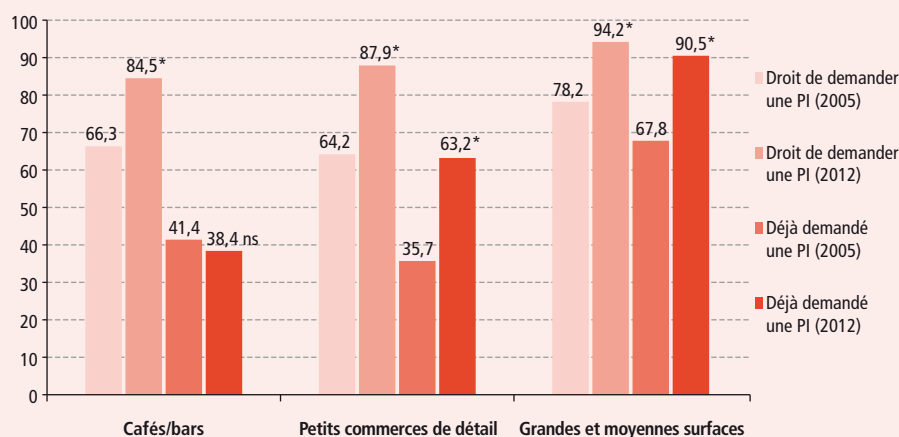
L'année d'avènement de la loi est plus difficile à déterminer : la moitié de l'échantillon déclare ne pas la connaître (sans écarts entre les trois types d'établissements) et seuls 13% répondent 2009. Néanmoins, dans les lieux de vente d'alcool à emporter, ils sont deux fois plus nombreux que dans les lieux de consommation sur place à répondre correctement (17-19% vs. 10% ; p<0,05).

La hiérarchie des sources d'information des débiteurs a pu être révélée par la question « Par qui avez-vous connu cette loi ? », qui autorisait plusieurs réponses. Ainsi, viennent en tête (49%) les sources médiatiques (affiches, médias, internet), suivies par les sources professionnelles (organisations professionnelles, revues spécialisées, représentants de producteurs, centrales d'achat, fournisseurs, formations) qui sont citées par 34% des répondants. Les sources internes (responsable, un autre employé) (26%) et les sources officielles (préfecture, police-gendarmerie, douanes, mairie, ministère) (21%) constituent les deux derniers registres cités parmi les réponses qui ont pu être aisément caractérisées.

La mise en œuvre de l'interdiction

La possibilité de demander une pièce d'identité pour vérifier l'âge d'un jeune client en cas de doute est maintenant bien ancrée dans les mentalités des débiteurs. Déjà, en 2005, une grande partie d'entre eux affirmaient avoir le droit de demander une pièce d'identité. Ils sont encore plus nombreux en 2012, après que la loi a clairement inscrit ce droit : 85 à 94% savent qu'ils peuvent demander ce justificatif d'âge (figure 1).

Figure 1 Connaissances et pratiques du contrôle de l'âge par la demande d'une pièce d'identité (PI), vente d'alcool aux mineurs, France, comparaison 2005-2012 / **Figure 1** Knowledge and behaviors regarding age checking through the presentation of an identity document, alcohol sales to minors, France, 2005-2012



* Différence significative au seuil de 95% par rapport à 2005.

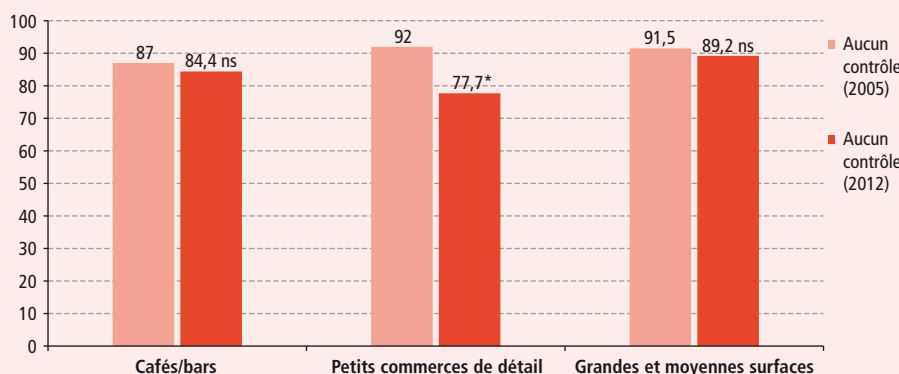
Tableau 3 Consignes reçues par les employés pour la vente d'alcool aux mineurs, France, comparaison 2005-2012 / **Table 3** Instructions given to employees about alcohol sale to minors, France, 2005-2012

Types de débits de boissons	Cafés-bars		Petits commerces de détail ¹		Grandes et moyennes surfaces	
	2005	2012	2005	2012	2005	2012
Année d'enquête	2005	2012	2005	2012	2005	2012
Effectif	57	95	126	151	192	234
Reçoivent des consignes (% employés)	80,2	90,7*	67,8	87,3*	72,4	95,2*

¹ Épicerie et stations-service.

* Différence significative au seuil de 95% par rapport à 2005.

Figure 2 Fréquence rapportée des contrôles des autorités sur la vente d'alcool aux mineurs au cours des cinq dernières années, France, comparaison 2005-2012 / **Figure 2** Reported frequency of controls by law enforcement staff on alcohol sale to minors over the last 5 years, France, 2005-2012



* Différence significative au seuil de 95% par rapport à 2005.

Ils sont cependant moins nombreux à avoir, au moins une fois, usé de ce droit. Dans les cafés-bars, caractérisés par une évolution singulière, 4 enquêtés sur 10 déclarent avoir déjà demandé une pièce d'identité, aussi bien en 2005 qu'en 2012, malgré la progression des connaissances de la loi sur ce point. En revanche, le contrôle effectif de l'âge progresse dans tous les lieux de vente à emporter, surtout dans les petits commerces de détail. Dans les grandes et moyennes surfaces, la demande de

pièce d'identité pour contrôler l'âge du client aboutit à un taux d'expérimentation (fait au moins une fois) très élevé en 2012.

Parmi les gérants d'établissements ayant répondu au questionnaire en 2005, 87 à 90% déclaraient donner des consignes à leurs employés pour la vente d'alcool aux mineurs. Cette forte proportion a encore un peu évolué en 2012 (94% à 99%). Dans les établissements où le répondant était un employé, potentiellement récepteur de ces

consignes, les réponses indiquent une amélioration significative de l'information des dirigeants envers leurs employés, sans en arriver aux taux déclarés par les gérants (tableau 3). En effet, plus de 85% des employés déclarent maintenant avoir reçu des consignes. Cette diffusion paraît quasi systématique dans les grandes et moyennes surfaces, alors que les petits commerces de détail sont un peu moins impliqués.

Sanctions et contrôles

Tout comme les consignes données et reçues, la connaissance des sanctions liées à la vente illicite d'alcool aux mineurs diffère entre les débitants gestionnaires et les employés. Du côté des premiers, en 2005, entre un tiers (dans les commerces de vente à emporter) et la moitié (dans les cafés-bars) connaissaient les sanctions. En 2012, cette proportion augmente sensiblement pour atteindre près des deux tiers, sans écart notable selon le type de débits. En cela, les connaissances des responsables de lieux de vente d'alcool à emporter ont beaucoup progressé depuis la nouvelle loi.

Chez les employés, près des deux tiers connaissaient les sanctions dans les cafés-bars en 2005 et seulement un tiers dans les commerces de vente à emporter. En 2012, la connaissance tend paradoxalement à régresser dans les cafés-bars (54%) alors qu'elle se fait plus présente pour la vente à emporter (60%).

Selon l'ensemble des répondants, en 2012 comme en 2005, une grande majorité des établissements n'a connu aucun contrôle des autorités compétentes au cours des cinq dernières années (figure 2). Toutefois, parmi les établissements où l'enquêteur semble informé, la part des débits contrôlés au moins une fois tend à augmenter, la progression étant nettement plus marquée dans les petits commerces de détail pour lesquels culmine le taux de contrôles déclarés en 2012. Enfin, la part des enquêtés ne sachant pas s'il y a eu des contrôles croît significativement entre 2005 et 2012 pour tous les types d'établissements, dans les réponses des employés comme dans celles des gestionnaires (données non affichées dans le graphique). Cette évolution pourrait s'analyser comme une préférence pour la réponse la moins risquée et traduire une perception plus craintive à l'égard des contrôles.

Les opinions sur la loi de 2009

Concernant l'applicabilité perçue de la nouvelle loi HPST, il apparaît que, dans les commerces de vente à emporter, la moitié des enquêtés déclare qu'elle n'a rien changé (tableau 4). Ils sont près des deux tiers à l'indiquer dans les cafés-bars. Néanmoins, la loi paraît « plus facile à appliquer » pour 40% des personnes travaillant dans les lieux de vente à emporter et pour seulement un quart de celles travaillant dans un café-bar, alors que la simplification aurait dû profiter en premier lieu aux débits d'alcool à consommer sur place, qui avaient autrefois à appliquer des restrictions différentes selon l'âge et le type d'alcool. Enfin, paradoxalement, 1 enquêté sur 10 considère que la loi est « plus difficile à appliquer » qu'avant 2009. Peut-être aura-t-il voulu signifier ainsi qu'elle lui paraît plus contraignante.

Tableau 4 Opinions sur l'applicabilité de la loi de 2009, France, 2012 / Table 4 Opinions about the applicability of the 2009 Act, France, 2012

Appliquer cette nouvelle loi est, d'une manière générale, ...	Ensemble (N=1 008)	Cafés-bars (A) (N=323)	Petits commerces de détail (B) (N=347)	Grandes et moyennes surfaces (C) (N=338)
Plus facile	30,8	25 *BC	39,5 *A	41,1 *A
Plus difficile	9	8,4	10,4	10,1
Cela n'a rien changé	57,3	63 *BC	48 *A	47,4 *A
Ne sait pas	2,9	3,7	2,1	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Note : l'astérisque indique une différence significative au seuil de 95% avec le type de débits (en colonne) représenté par une lettre (A, B ou C). Par exemple, les cafés-bars sont significativement moins nombreux à trouver plus facile d'appliquer la loi maintenant qu'auparavant par rapport aux petits commerces de détail et aux grandes et moyennes surfaces.

Discussion

Comme en 2005, il convient de relativiser la capacité d'une enquête déclarative à s'assurer du respect effectif des prescriptions légales. Dans d'autres pays européens, les évaluations de l'application des règles de vente aux mineurs ont fréquemment comporté des enquêtes par la technique du client-mystère [2]. Déjà utilisée en France pour vérifier l'adhésion des débits de tabac à l'interdiction de vente aux mineurs de moins de 16 ans puis de 18 ans [3], un tel outil permet d'étalonner correctement la valeur des enquêtes déclaratives. Néanmoins, la richesse des données rapportées par l'enquête de 2012 tient à la capacité de comparaison qu'elle autorise, terme à terme, avec l'enquête réalisée en 2005 par le même maître d'œuvre [1].

Conformément à l'un de ses objectifs explicites (simplification des obligations et meilleure lisibilité pour tous), la loi de 2009 a considérablement réduit la dispersion des connaissances et des pratiques en matière de limite d'âge pour les ventes d'alcool et a rassemblé la grande majorité des débiteurs autour de la nouvelle règle.

En lien probable avec le caractère récent du changement législatif au moment de l'enquête, cet objectif reste néanmoins imparfaitement réalisé dans les débits de petite taille, qu'il s'agisse de vente sur place ou à emporter, puisque 17% des répondants ne citent pas spontanément la bonne pratique contre moins de 7% des grandes et moyennes surfaces de distribution. Cette spécificité des petits établissements s'est affirmée de façon convergente dans une série de questions testant la bonne application de la loi de 2009. Cependant, au sein de ces

petits établissements, les cafés-bars montrent une résistance qui tient davantage à l'immobilisme (cette loi n'a rien changé, disent 63% des cafés-bars contre 48% des petits commerces de détail) qu'à l'échec ou au retard d'une fraction marginale à intégrer la nouvelle norme, comme c'est le cas pour les petits commerces de détail.

La question de la légitimité perçue de la loi de 2009 n'est pas en cause car 88,5% des répondants estiment que les nouvelles règles sont justifiées. Et sur ce point, les cafés-bars ne marquent qu'une différence minime par rapport aux établissements de vente à emporter (86% vs. 92%).

Pour replacer l'ensemble de ces chiffres dans leur contexte social, il faut enfin rappeler que l'histoire des politiques publiques françaises de protection des jeunes à l'égard de l'alcool a été particulièrement lente et ambivalente. Par exemple, les règles en vigueur de 1960 à 1991 interdisaient toute vente d'alcool par distillation avant 16 ans, mais autorisaient la consommation sur place de boissons fermentées à partir de 14 ans, les ventes à emporter n'étant alors assorties d'aucune limite d'âge pour ces dernières. De même, lors du passage de la majorité légale de 21 à 18 ans en 1974, il n'y a eu aucune sorte d'interrogation pour abaisser à 18 ans l'âge légal de consommation sur place des alcools distillés, alors que le texte précédent n'avait nullement mentionné que la limite de 21 ans était liée à la majorité légale.

L'effectivité de l'application des nouvelles règles peut-elle être testée en aval par l'évolution de la fréquence des consommations ponctuelles excessives des jeunes de moins de 18 ans ? Plusieurs enquêtes, réalisées avant et après 2009, permet-

traient d'en juger négativement [4] ou de façon modérément positive [5;6] mais, quoi qu'il en soit, de telles tendances ne sauraient être imputées à la mauvaise application des interdictions de vente aux mineurs qu'avec l'appui d'observations directes par clients-mystère.

Conclusion

La loi de 2009 a indiscutablement provoqué, en peu de temps, un resserrement des connaissances et des pratiques autour d'une norme désormais perçue comme plus exigeante, car plus claire. Les défaillances de notoriété et d'application sont désormais mieux repérées. La petite taille des entreprises apparaît comme un facteur défavorisant une application homogène par type de commerce. Les établissements de vente à consommer sur place ont, quant à eux, sous-estimé le caractère innovant de la loi et présentent une hétérogénéité peu réduite par rapport à 2005. Pour le sous-ensemble des bars-tabacs, la question de l'interdiction de vente de tabac aux mineurs constitue sans doute un problème lié. Ces gérants sont peu nombreux à appliquer la loi [3] et attendent un signal plus contraignant de la part des autorités de contrôle.

Remerciements

À la Direction générale de la Santé (DGS), qui a financé l'enquête de 2012, et à M. Pousset, J.E. Adès et C. Palle de l'OFDT pour leur relecture.

Déclaration d'intérêt

Les auteurs ne déclarent aucun conflit d'intérêts.

Références

- [1] Karsenty S, Mélihan-Cheinin P, Martin D, Larochette N, Maro D, Larabi M. Premier état des lieux de l'application des règlements interdisant la vente d'alcool aux mineurs de moins de 16 ans. Bull Epidemiol Hebdomadaire. 2006;(34-35): 264-6.
- [2] Österberg E. Availability of alcohol. In: Anderson P, Moller L, Galea G, Editors. Alcohol in the European Union. Consumption, harm and policy approaches. Copenhagen: World Health Organization – Regional Office for Europe; 2012. pp. 83-8.
- [3] Gallay AL, Arthur A. Évaluation de l'application de la loi interdisant la vente de tabac aux mineurs. Paris: LH2-CNCT; 2011.
- [4] Spilka S, Le Nézet O, Tovar M. Les drogues à 17 ans : premiers résultats de l'enquête Escapad 2011. Tendances (OFDT). 2012;(79):1-4. Disponible à : <http://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/efxsp2.pdf>
- [5] Spilka S, Le Nézet O, Beck F, Ehlinger V, Godeau E. Alcool, tabac et cannabis durant « les années collège » : résultats de l'enquête Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) 2010. Tendances (OFDT). 2012;(80):1-6. Disponible à : <http://www.ofdt.fr/ofdtdev/live/publi/tend/tend80.html>
- [6] Spilka S, Le Nézet O. Premiers résultats du volet français de l'enquête European School Survey Project on Alcohol and other Drugs (ESPAD) 2011. Saint-Denis: OFDT, 2012. 17 p. Disponible à : <http://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/eisxss5.pdf>