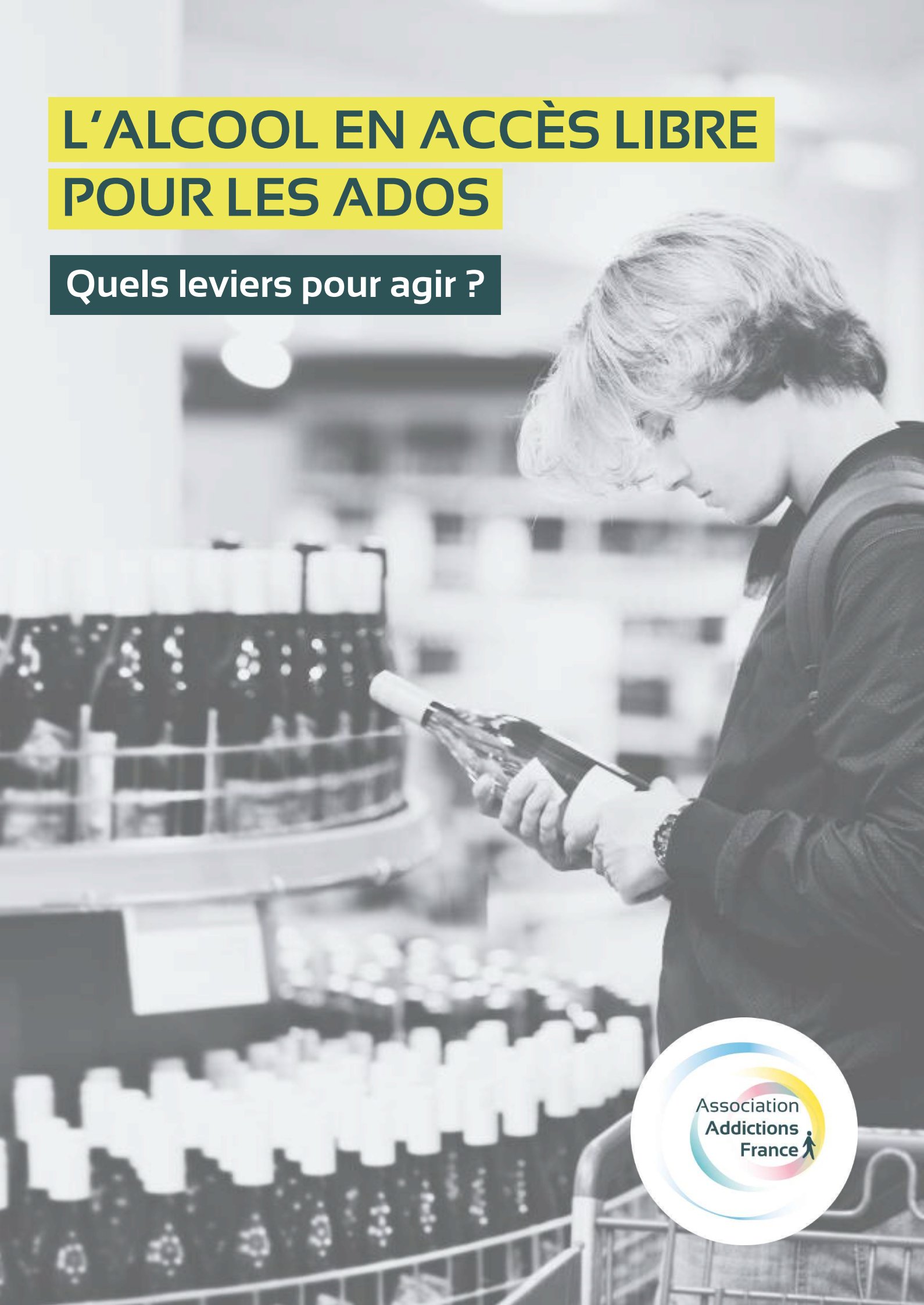
L'ALCOOL EN ACCÈS LIBRE POUR LES ADOS

Quels leviers pour agir ?



Association Addictions France

Publication : juin 2025

SOMMAIRE

4
Introduction

6
L'alcool en accès libre pour les mineurs en chiffres

8
Contexte - Un projet pour observer, comprendre et agir

11
Chapitre 1 - Un constat sans appel : les mineurs peuvent acheter de l'alcool sans aucune difficulté

Bars, supermarchés, épiceries : un non-respect général de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs 10

L'exigence de preuve de majorité du client : une obligation légale largement ignorée 11

Une signalétique obligatoire pas toujours présente et peu visible 12

Une tolérance sociale persistante face à la consommation d'alcool des ados 12

14
Chapitre 2 - Un cadre réglementaire pas assez contraignant

La formation des débits de boissons en question 14

Absence de formation obligatoire pour les salariés au contact des clients 15

Une charte pour la grande distribution aux effets limités 16

Une application inégale des contrôles sur la vente d'alcool aux mineurs 16

Une sanction judiciaire peu dissuasive 17

Des procédures judiciaires longues et à l'issue incertaine 18

20
Chapitre 3 - La dissuasion, un levier concret et prometteur (à certaines conditions)

Des achats tests institutionnalisés, une pratique qui a fait ses preuves à l'étranger 20

Informer sur des opérations d'achats tests régulières : un impact rapide et un effet dissuasif en chaîne 23

La sanction administrative : une réponse coordonnée pour renforcer la dissuasion auprès de l'ensemble des débits de boissons 25

Des changements de comportement chez les débitants, signe d'un réel effet dissuasif 26

27
L'heure de l'action politique : mesures prioritaires pour un respect effectif de l'interdit protecteur

Une attente sociétale forte pour un renforcement des contrôles et des sanctions 28

Pour une évolution du cadre de contrôle et de sanction 28

Pour une responsabilisation réelle des débits de boissons 29

INTRODUCTION

« C'est facile d'avoir de l'alcool en France, mais c'est pas bien. Je pense qu'on est dans un pays où on boit quand même beaucoup assez jeune. Avec mes amis on boit mais ça va on contrôle. Il y en a, ils deviennent alcooliques, ils boivent seuls. »

Enora, mineure[1]

Si les enquêtes indiquent ces dernières années une baisse globale de la consommation d'alcool en France, notamment chez les jeunes de 17 ans, cette évolution encourageante ne doit pas masquer une réalité toujours préoccupante. **L'alcool demeure, de loin, la substance psychoactive la plus consommée par les jeunes :**

80,6 %

des adolescents de 17 ans ont déjà bu de l'alcool

36,6 %

ont connu au moins une alcoolisation ponctuelle importante* au cours du mois dernier

7,2 %

en ont connu au moins 10[2]

En outre, la consommation d'alcool en France engendre un coût social considérable, estimé à 102 milliards d'euros par an (OFDT, 2019). Ce fardeau économique inclut non seulement les dépenses de santé liées aux pathologies provoquées ou aggravées par l'alcool (cancers, maladies du foie, troubles cognitifs, accidents de la route), mais également une mobilisation accrue des services d'urgence, ainsi que de lourdes conséquences sociales et économiques. Sur le terrain, les acteurs territoriaux - élus locaux, forces de l'ordre, pompiers - en première ligne face à cette problématique, doivent aussi l'appréhender sous l'angle de la tranquillité publique : violences intrafamiliales, gestion des comas éthyliques, des agressions, des troubles à l'ordre public et des nuisances.

[1] Verbatim d'un mineur dont le prénom a été anonymisé, recueilli dans le cadre de l'enquête qualitative menée par Addictions France en Loire-Atlantique en 2023.
*(API – cinq verres ou plus en une seule occasion)
[2] Spilka S. et al. (2024) Les drogues à 17 ans, analyses régionales. Enquête. ESCAPAD 2022. Paris, OFDT, 66 p

Au-delà de ces chiffres, la consommation d'alcool présente d'importantes disparités territoriales. Certaines régions, notamment les Pays de la Loire et la Bretagne, affichent des niveaux de consommation d'alcool sensiblement supérieurs à la moyenne nationale.

À cela s'ajoutent des écarts marqués selon la typologie des territoires : les communes rurales, en particulier celles de moins de 2 000 habitants, enregistrent des taux de consommation significativement plus élevés que les grandes agglomérations de plus de 200 000 habitants.

C'est dans ce contexte qu'Addictions France, soutenue par le Fonds de lutte contre les addictions, a choisi d'agir sur un levier essentiel : la tolérance sociale face à la consommation et à la vente d'alcool aux mineurs.

Malgré l'interdiction formelle de vente d'alcool aux mineurs et l'engagement de l'État à mieux la faire respecter[3], l'accès à l'alcool reste en 2025 très aisé pour les mineurs. La loi est en effet loin d'être respectée dans une très grande majorité des points de vente, peu importe le débit de boissons concerné (hypermarché, supermarché, supérette, épicerie, bars, cafés, restaurants-rapides).

Ce rapport présente les résultats du projet mené par Addictions France et révèle les failles criantes dans le respect de l'interdiction de vente aux mineurs. L'association propose des mesures concrètes pour améliorer l'application de la réglementation et dissuader effectivement la vente illégale d'alcool aux adolescents.

Renforcer le respect des interdits protecteurs : une mesure protectrice fondée sur des preuves solides

Les interdits protecteurs, comme l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs, jouent un rôle central dans la prévention des consommations précoces et de leurs conséquences à court, moyen et long terme. **Le cerveau n'atteignant sa pleine maturité qu'à 25 ans, les jeunes sont plus vulnérables que les adultes aux effets de l'alcool, tant sur le plan cognitif que comportemental.** Une consommation précoce peut altérer durablement certaines zones cérébrales, affecter les capacités d'apprentissage et accroître les risques de dépendance à l'âge adulte.

Les risques à court terme sont également considérables : coma éthylique, accidents... L'alcool peut exacerber les comportements violents et accroît la vulnérabilité des victimes : plus de la moitié des violences sexistes et sexuelles en milieu étudiant implique une consommation d'alcool.

La Mission interministérielle de lutte contre les addictions (MILDECA) souligne que « *ces risques justifient la conduite d'une politique volontariste, globale et intégrée*[4] ». L'Inserm confirme les bénéfices de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs : *« elles sont associées à une plus faible accidentologie routière, à de plus faibles consommations d'alcool et à de moindres conséquences négatives de l'usage d'alcool chez les adolescents et jeunes adultes. Des recherches tendent à montrer également les bénéfices sanitaires à long terme que produiraient de telles interdictions.* ***Les preuves scientifiques de l'intérêt des limites d'âge élevées en matière d'accès à l'alcool sont donc aujourd'hui indubitables.*** *»*

Maintenir, renforcer et faire respecter ces interdits constitue un impératif de santé publique affirmé au plus haut niveau de l'Etat comme en témoigne la signature en décembre 2024 d'un protocole interministériel sur le sujet.

[3] Stratégie interministérielle de mobilisation contre les conduites addictives 2023-2027 : « faire respecter l'interdiction de vente aux mineurs par un dispositif de contrôle continu et dissuasif, formalisé par un protocole interministériel »

[4] **Page 6:** Les données de l'infographie concernent des achats tests menés selon un protocole défini en amont avec le soutien d'un comité scientifique. La campagne d'achats tests menée en 2025 a notamment une visée évaluative de l'impact des actions menées par ailleurs, dont les démarches judiciaires sont initiées par Addictions France. A ce jour les constatations de 37 ventes réalisées par des commissaires de justice ont été soumises à la justice. Les données de l'infographie « achats tests » n'intègrent pas les ventes constatées dans ce cadre judiciaire et/ou administratif.

VENTE D'ALCOOL AUX MINEURS DANS LES COMMERCES DE LA GRANDE ET PETITE DISTRIBUTION[4]

ECHANTILLON TEST

90

établissements (Métropoles de Nantes, Angers et Rennes) testés

dont 28 font actuellement l'objet de poursuites pénales...

RESULTATS OBSERVES EN 2025

ILS VENDENT

86%

ont vendu de l'alcool à des mineurs

-7 points par rapport à 2021

75%

des établissements concernés par une procédure judiciaire ont vendu de l'alcool à des mineurs

91%

des établissements n'ayant pas fait l'objet de poursuite ont vendu de l'alcool à des mineurs

REFUS DE VENTE

9%

des établissements ont refusé la vente d'alcool à un mineur après avoir demandé une pièce d'identité

Parmi ces refus :

8 établissements ont demandé une pièce d'identité

4 ont juste demandé l'âge du mineur sans vérifier la pièce d'identité

LES RESPONSABLES

Auchan, Lidl, franprix, city, Monoprix, Supermarchés G20, Carrefour market, E.Leclerc, Diagonal Supermarché, U express, Intermarché, Carrefour express

VENTE D'ALCOOL AUX MINEURS DANS LES BARS, CAFÉS ET RESTAURANTS-RAPIDES

RÉSULTATS OBSERVÉS EN 2023

97.6%

des établissements testés ont vendu de l'alcool à des mineurs (41/42 des établissements)

1 seul

des établissements testés a demandé la carte d'identité et a refusé la vente d'alcool

Un projet pour observer, comprendre et agir

Un projet pilote[5] mené par Addictions France entre 2020 et 2021 auprès de 384 débits de boissons à emporter (hypermarchés, supermarchés, supérettes) de Loire-Atlantique et du Finistère a révélé que **plus de 9 établissements sur 10 (93%) vendaient de l'alcool aux mineurs**.

Addictions France avait proposé gratuitement un module de sensibilisation à ces points de ventes. **Seuls 5 établissements avaient accepté de participer à la formation.** Lors de la seconde phase d'achats tests menée dans ces mêmes points de vente, aucun changement dans les pratiques de vente d'alcool aux mineurs n'a été observé.

Ces résultats montrent que, malgré la proposition de l'association, une action de sensibilisation seule, ciblant les commerces, ne suffit pas à induire un changement de pratiques.

À l'aune de ces chiffres, l'association a lancé en 2023 un projet expérimental dans 3 métropoles : Nantes, Angers et Rennes. L'objectif de cette expérimentation est de favoriser un environnement plus protecteur pour les jeunes, en agissant sur plusieurs déterminants de l'alcoolisation des jeunes :

- **Les déterminants familiaux**, en sensibilisant les parents d'adolescents et l'entourage familial aux risques de la consommation d'alcool des mineurs (conférences grand public, ateliers entre parents, campagne de communication grand public)

- **Les déterminants environnementaux**, en observant et en analysant les pratiques commerciales dans les bars, cafés et restaurants-rapides de Loire-Atlantique d'un point de vue quantitatif (achats tests auprès des établissements) et qualitatif (entretiens avec les responsables des établissements ayant vendu de l'alcool aux mineurs lors des achats tests).

- **Les déterminants commerciaux,** en contrôlant et en réalisant des actions judiciaires en cas vente illicite dans les supermarchés, supérettes et épiceries des métropoles de Nantes, Angers et Rennes. Pour ce faire, Addictions France a défini un protocole d'intervention dont les principales étapes sont reproduites dans le schéma ci-dessous.

5 Les magasins vendent de l'alcool en toute impunité, Addictions France, Octobre 2021

L'objectif ?

Infléchir les ventes d'alcool aux mineurs sur les territoires concernés. Le modèle d'intervention prévoit des contentieux ainsi que des actions de communication, avec pour effet attendu une diminution des ventes grâce à la combinaison de ces leviers. Les achats tests visent à évaluer l'impact de ces mesures.

Lexique du projet

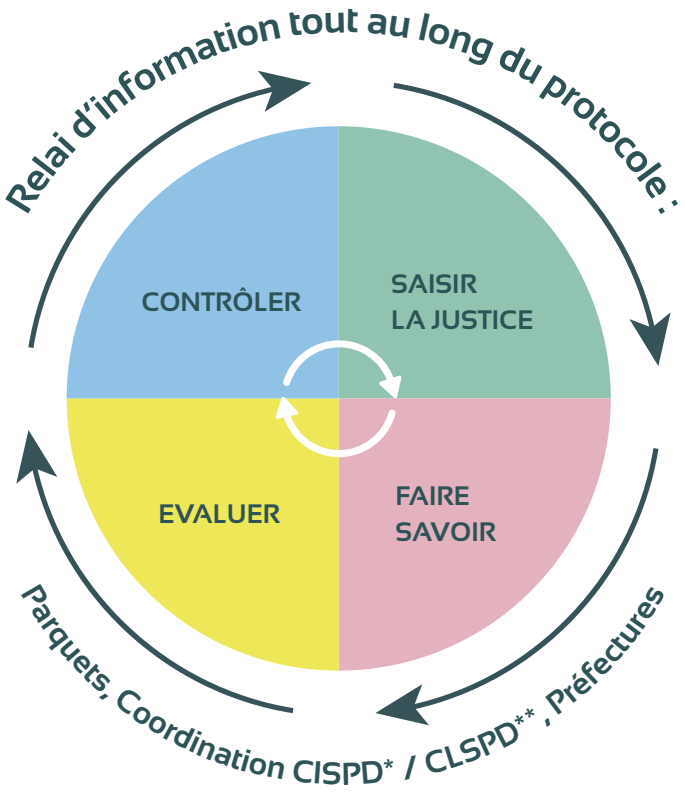
Un **achat test** est un achat ou une tentative d'achat d'une boisson alcoolique effectué sur mandat par un mineur.

Constitue un **débit de boissons** tout établissement dans lequel sont vendues ou offertes gratuitement des boissons alcooliques, destinées à être consommées sur place ou emportées. L'exploitation d'un tel établissement est une activité réglementée subordonnée à l'accomplissement de formalités administratives[6].

Les débits de boissons sont classés en **trois grands types d'établissements** en fonction de l'activité commerciale exercée :

- **Les débits de boissons à consommer sur place :** cafés, bars, pubs, discothèques.
- **Les restaurants :** les boissons sont vendues uniquement à l'occasion et comme accessoire des repas.
- **Les débit de boissons à emporter :** supermarchés, épiceries, cavistes, food-truck, mais aussi les ventes livrées à domicile et les ventes par Internet.

L'article L3331-1 et suivants du Code de la santé publique définissent la réglementation des débits de boissons.



- Constats d'huissier aux fins de contentieux
- Citations directes, CRPC, composition pénale
- Achats tests à visée évaluative
- Communiqués de presse, courriers d'information aux enseignes et tête des réseaux

[6] Direction de l'information légale et administrative (Premier ministre), Ministère chargé de l'intérieur
*CISPD : Conseil Intercommunal de Sécurité et de Prévention de la Délinquance
**CLSPD : Conseil Local de Sécurité et de Prévention de la Délinquance

CHRONOLOGIE DU PROJET

Octobre 2021

Etude pilote menée auprès des débits de boissons à emporter (hypermarchés, supermarchés, supérettes) où **plus de 9 établissements sur 10 (93%) ont vendu de l'alcool à des mineurs**

Avril 2023

Vague 1 de constatations dans des magasins de Nantes Métropole, **(1 refus de vente sur les 5)**
Actions judiciaires engagées en juillet 2023

Eté 2023

Enquête menée auprès des débits de boissons à consommer sur place (bars, cafés, restaurants-rapides) où plus de 9 établissements sur 10 (97%) ont vendu de l'alcool à des mineurs. Des entretiens auprès des débitants concernées et de mineurs ont également été réalisés.

Novembre 2023

Vague 2 de constatations dans des magasins des métropoles de Nantes, Angers et Rennes, **(100% de vente)**
Actions judiciaires engagées en avril 2024

Avril - Mai 2024

Vague 3 de constatations dans des magasins des métropoles d'Angers et Rennes **(82% de vente)**
Dépôt de plainte en septembre 2024

Avril 2025

Vague de constatations dans les magasins de la Métropole d'Angers visés par un avertissement ordonné par la Préfecture de Maine-et-Loire.

Mai 2025

Enquête menée auprès de 90 débits de boissons à emporter des métropoles de Nantes, Angers et Rennes, établissements ayant déjà fait l'objet de constatations et établissements testés pour la 1ère fois) afin d'évaluer la portée de l'effet de dissuasion.

CHAPITRE 1

Un constat sans appel : les mineurs peuvent acheter de l'alcool sans aucune difficulté

Addictions France a mené plusieurs opérations d'achats tests entre 2023 et 2025. Malgré l'interdiction légale, l'accès à l'alcool pour les mineurs demeure la norme plutôt que l'exception. Ces constats alarmants mettent en lumière une série de défaillances structurelles et culturelles qui interrogent la responsabilité non seulement des établissements, mais de l'ensemble de la filière de la grande et petite distribution et de l'hôtellerie-restauration.

Bars, supermarchés, épiceries…: un non-respect général de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs

En 2021, Addictions France avait montré, dans le cadre d'une enquête menée auprès de 384 enseignes de la grande distribution, que 93 % des établissements acceptaient de vendre de l'alcool à des mineurs. Ce constat n'a pas été démenti à l'occasion des nouvelles opérations de contrôle menées par Addictions France dans les débits de boissons à emporter des métropoles de Nantes, Angers et Rennes. **Sur 30 points de vente contrôlés entre avril 2023 et avril 2024, seul un établissement a respecté la loi en refusant de vendre de l'alcool à un mineur après vérification de son âge sur sa pièce d'identité.** Pour chaque infraction, une action contentieuse a été engagée, dans une logique de sanction de l'infraction commise par les professionnels.

Une dernière vague d'achats tests réalisée entre avril et mai 2025 a été menée auprès de 90 débits de boissons à emporter (points de vente faisant l'objet d'une procédure judiciaire et établissements n'ayant jamais fait l'objet d'achats tests). Cette campagne avait pour objectif de mesurer l'impact des actions menées par Addictions France depuis 3 ans. **Comparé à 2021, les chiffres montrent une baisse de la vente aux mineurs à hauteur de 7 points, passant de 93 % à 86 %**. Malgré cette sensible amélioration, en particulier dans les magasins visés par des actions judiciaires, les chiffres confirment que la vente illégale d'alcool aux mineurs reste encore largement répandue.

> *« On sort à six la plupart du temps, ça leur fait quand même du chiffre. […] Si on voulait vraiment réglementer, on pourrait nous empêcher d'avoir de l'alcool, mais ils se disent "Allez, ce n'est pas grave, ça fait de l'argent".*[7] »
>
> **Alexandra, mineure**

Pas moins de 75% des établissements concernés par une procédure réitèrent la vente, parfois même lorsque de multiples poursuites sont déjà engagées à leur encontre. Parmi les établissements testés pour la 1ère fois, le taux de vente d'alcool aux mineurs reste quasiment identique à celui de 2021 (93% contre 91% en 2025).

Au-delà des débits de boissons à emporter, des achats tests ont par ailleurs été réalisés à l'été 2023 dans des débits de boissons à consommer sur place - bars, cafés, restaurants-rapides - dans plusieurs communes de Loire-Atlantique, en zones urbaines et rurales. **Sur les 42 établissements testés, seul un a refusé la vente.** Ces résultats confirment que l'ensemble du secteur, tous types de débits confondus, est incapable aujourd'hui de garantir le respect effectif de la loi.

[7] Verbatim d'un mineur dont le prénom a été anonymisé, recueilli dans le cadre de l'enquête qualitative menée en Loire-Atlantique en 2023 concernant l'accessibilité de l'alcool aux mineurs.

L'exigence de preuve de majorité du client : une obligation légale largement ignorée

Les achats tests menés par Addictions France en avril-mai 2025 révèlent que seuls 8% des établissements demandent systématiquement une pièce d'identité pour vérifier l'âge de leurs clients. Le constat est similaire dans les débits de boissons à consommer sur place : parmi les 42 établissements testés durant l'été 2023, un seul a refusé la vente après avoir vérifié l'âge du client qui était mineur. Ces résultats confirment ceux de l'étude pilote menée entre 2020 et 2021 qui avait montré également que, dans plus de 8 cas sur 10, aucune vérification de l'âge n'était réalisée au moment de l'achat. Et même lorsque la carte était demandée (moins de 20 % des cas), **60 % des ventes ont tout de même été réalisées.**

L'article L.3342-1 précise pourtant que la personne qui délivre la boisson exige du client qu'il établisse la preuve de sa majorité, ce qui implique un acte systématique et non conditionné par le simple doute sur l'apparence physique du client. Dans les faits, la responsabilité est souvent laissée à l'appréciation du personnel, qui s'appuie sur des critères physiques ou comportementaux au lieu de demander de façon systématisée une pièce d'identité pour vérifier l'âge du client. Cette subjectivité introduit une marge d'interprétation incompatible avec l'esprit protecteur de la loi. Elle affaiblit l'efficacité de l'interdit, d'autant que les professionnels eux-mêmes ne sont pas toujours au fait de cette obligation ou n'en mesurent pas pleinement les enjeux juridiques et sanitaires.

« La boisson commandée généralement ça peut aider. Si on nous demande une bière, qu'on leur dit des types de bières qu'ils ne connaissent pas et qu'ils commandent la moins chère... Les Monaco aussi, grand classique. Tout ce qui est à base de sucre de toute façon, tu peux parier là-dessus. C'est les seuls trucs qu'ils connaissent. »

Responsable dans un bar nantais où a été servi de l'alcool à des mineurs

« On demande parfois les cartes d'identité mais c'est très rare, il faut vraiment que le client ait l'air très jeune. Et puis on se trompe : quand on le fait, en fait ils sont majeurs. Je m'en rappelle d'une, j'ai été obligé de demander parce qu'elle avait l'air d'avoir 15 ans, et en fait elle était majeure. »

Serveur dans un bar nantais où a été servi de l'alcool à des mineurs

Les achats tests ont systématiquement été réalisés en pleine journée, en semaine, dans des contextes très majoritairement de faible affluence, avec peu voire aucun client à la caisse. Ce constat remet en question un argument fréquemment avancé par les vendeurs : selon eux, la pression liée à l'affluence en caisse, voire les menaces de certains clients en cas de demande de pièce d'identité, justifieraient l'absence de contrôle de l'âge. Or, une étude pilote menée en Suisse par Addiction Suisse a évalué la réaction des clients face à la demande de présentation d'une carte d'identité. Les résultats préliminaires montrent que **plus de 90 % des clients n'y est pas opposé**[8].

[8] Achats tests d'alcool 2023 : Rapport national sur la vente d'alcool aux mineur.e.s, Rapport de recherche n° 170a, Luca Notari, Jeanne Vorlet, Addiction Suisse, 2024

La facilité d'accès à l'alcool pour les jeunes est également renforcée par la connaissance par ces derniers des facteurs déterminants pour obtenir de l'alcool. L'apparence physique joue un rôle crucial : les jeunes savent que des signes d'adultéité peuvent faciliter l'acceptation de la vente.

> « *Dans les bars c'est facile. Dans les supermarchés c'est plus compliqué, ils demandent la carte, mais même là, on finit par en avoir.* »
> **Enora, mineure**

> « *J'avais un peu de barbe en seconde, donc je passais une fois sur deux* ». De plus, la perception selon laquelle il est plus facile d'obtenir de l'alcool dans les bars que dans les supermarchés est fréquente.
> **Arthur, mineur**

Une signalétique obligatoire pas toujours présente et peu visible

Les études menées en 2020-2021 et 2023 ont révélé un respect parcellaire de l'obligation d'affichage concernant l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs[9]. En effet, si 63 % des établissements testés (qu'il s'agisse de débits de boissons à emporter ou à consommer sur place) respectent cette obligation, une part encore significative (37%) ne s'y conforme pas.

Par ailleurs, même lorsque l'affichage est présent, sa visibilité reste souvent insuffisante. L'étude de 2023 sur les cafés, bars, restaurants-rapides a montré que, bien que 26 établissements sur 42 disposent de l'affichage requis, celui-ci n'est véritablement visible que dans 16 d'entre eux. Ainsi, seuls **38 % des établissements présentent un affichage à la fois présent et visible par le client** conformément aux exigences réglementaires.

Une tolérance sociale persistante face à la consommation d'alcool des ados

La tolérance vis-à-vis de la consommation d'alcool chez les mineurs est largement nourrie par des idées reçues, encore profondément ancrées dans la société française, notamment autour du rôle prétendument « éducatif » de l'initiation à l'alcool. Certaines de ces idées sont directement entretenues, voire délibérément promues, par le lobby de l'alcool. L'exemple emblématique est celui de l'initiation au « goût » du vin ou de la bière dès l'adolescence - voire avant - dans le but affiché de « responsabiliser » les jeunes. Or cette approche est totalement contraire aux recommandations basées sur la science : **aucune donnée ne démontre un effet protecteur d'une introduction précoce à l'alcool.** Bien au contraire, plus la consommation commence tôt, plus les risques de mésusage, de dépendance et de dommages neurologiques augmentent.

Une enquête BVA Xsight menée pour Addictions France en 2023[10] révèle qu'un tiers des Français tolèrent la consommation d'alcool par des adolescents de 13 à 14 ans dans un cadre familial ou festif, et plus de la moitié **(55%)** pour les adolescents de 15 à 17 ans. **Près d'un parent sur deux déclare avoir déjà fait goûter de l'alcool à son enfant, en moyenne à l'âge de 14 ans**. Si 82% reconnaissent les dangers d'une consommation régulière, seulement 38% perçoivent les risques liés à une consommation occasionnelle, ce qui témoigne d'un décalage alarmant entre la connaissance scientifique et les représentations sociales.

[9] Article L3342-4 du Code de la santé publique
[10] Les ados et l'alcool - Deux enquêtes d'Addictions France révèlent pourquoi les mineurs boivent si facilement de l'alcool en France, Dossier de presse, Addictions France, Décembre 2023

55%

des Français tolèrent la consommation d'alcool par les ados de 15 à 17 ans.

14 ans

L'âge moyen de la 1ère initiation en famille.

« En supermarché, c'est arrivé plusieurs fois. On remet la bouteille et on va demander à ceux qui font des courses de nous faire passer l'alcool. Souvent ils acceptent quand on leur demande. »

Logan, mineur[11]

Dans un tel contexte, protéger les jeunes ne peut reposer uniquement sur des interdictions légales. Cela nécessite aussi une transformation des normes sociales.

Cela implique de :

- Renforcer les compétences des familles pour aborder la question de l'alcool sans tabou mais avec fermeté ;
- Lutter contre la désinformation, notamment celle véhiculée par l'industrie ;
- Rappeler qu'aucune consommation d'alcool n'est anodine à l'adolescence, tant pour le cerveau que pour les trajectoires de vie futures ;
- Responsabiliser l'ensemble des acteurs (parents, professionnels de santé, établissements scolaires, collectivités, élus) pour faire de la protection des mineurs face à l'alcool une priorité partagée.

Cette tolérance se reflète dans des comportements complices des adultes au moment de l'achat d'alcool.

Dans le cadre des achats tests réalisés, il est arrivé à quelques reprises que des adultes acceptent, voire proposent, parfois d'acheter de l'alcool pour des mineurs à la caisse.

Ce phénomène témoigne d'une normalisation inquiétante de la consommation d'alcool des jeunes, souvent perçue comme inoffensive, particulièrement dans des contextes sociaux tels que des fêtes. Un responsable de bar à Nantes dans le cadre de l'étude qualitative menée auprès des débitants en 2023 a souligné que « [une de ses bières était] la boisson la plus vendue, particulièrement parce qu'elle est moins chère, un "rapport qualité-cuite" souvent recherché par les étudiants ».

[11]Verbatim d'un mineur dont le prénom a été anonymisé, recueilli dans le cadre de l'enquête qualitative menée en Loire-Atlantique concernant l'accessibilité de l'alcool aux mineurs.

CHAPITRE 2

Un cadre réglementaire pas assez contraignant

Malgré l'existence d'un interdit clair en matière de vente d'alcool aux mineurs, force est de constater que ce dernier reste largement inappliqué. En dehors des actions ponctuelles initiées par Addictions France, aucun contrôle systématique n'a été mis en place pour vérifier le respect de cette interdiction. Les mesures censées favoriser son application sont lacunaires et s'avèrent de facto inefficaces. À cela s'ajoute l'absence de sanctions réellement dissuasives, ce qui renforce l'impunité perçue des contrevenants et contribue à l'inefficacité générale du dispositif réglementaire actuel.

La formation des débits de boissons en question

Pour ouvrir ou reprendre un débit de boissons à consommer sur place[12], un permis d'exploitation doit être obtenu auprès d'un organisme de formation agréé par le ministère de l'Intérieur. Une formation du gérant est obligatoire pour obtenir ce permis[13] valable 10 ans. Cette formation, d'une durée de 20 heures (6 heures en cas de renouvellement), est dispensée par des organismes privés agréés.

Bien que le ministère de l'Intérieur agrée les organismes de formation, qu'il dispose d'un droit de contrôle et puisse retirer leur agrément en cas de manquement, les textes en vigueur[14] ne prévoient ni mécanisme de contrôle régulier, ni évaluation formalisée de l'efficacité pédagogique des formations dispensées par ces organismes.

« L'État se désengage, je vous l'assure. À l'époque, il avait pourtant défini le contenu et le programme de la formation. Aujourd'hui, il déclare ne plus s'en occuper : « Le permis, ce n'est plus de mon ressort, adressez-vous aux préfectures ou aux centres de formation, ils vous renseigneront." De notre côté, nous transmettons chaque année un retour sur le déroulement des formations, incluant les remarques de nos stagiaires, mais nous ne recevons jamais de retour de la part du ministère. Nous faisons partie des rares organismes de formation à jouer le jeu en envoyant un bilan pédagogique annuel au ministère. Je connais plusieurs structures qui ne le font pas. »

Extrait de l'enquête qualitative menée par Addictions France en 2020 auprès d'un organisme de formation agréé

[12] Qu'il s'agisse de licence III, licence IV, petite licence restaurant ou licence restaurant.
[13] Arrêté du 22 juillet 2011 fixant le programme et l'organisation des formations requises pour l'obtention des attestations prévues à l'article R. 3332-4-1 du code de la santé publique - Légifrance
[14] Articles R.3332-4 à R.3332-9 du Code de la santé publique

Cette formation balaie un large spectre de sujets (hygiène, bruit, stupéfiants, responsabilité civile, etc.), noyant les enjeux liés à la protection des mineurs dans un ensemble très vaste.

« Tu vois, en 2 jours et demi c'est vite fait. T'as vraiment des bases quoi[15]. »
Gérant de bar à Nantes qui a vendu de l'alcool à un mineur[15]

« Ça a une dizaine d'années la formation. Y a une petite formation de gestion dedans, bon c'est très léger... »
Gérant de bar à Nantes qui a vendu de l'alcool à un mineur[15]

Dans le programme officiel, les items consacrés aux mineurs se limitent à deux aspects : le rappel de l'interdiction de vente et la vérification de l'âge. Ces points sont intégrés dans un chapitre générique de "protection de la santé publique" aux côtés de l'interdiction de fumer ou des règles sur l'ivresse publique. **Un rappel insuffisant, qui relègue la problématique des jeunes à un enjeu annexe, alors même qu'ils sont un public particulièrement exposé.**

« Ça les gonfle plus qu'autre chose sincèrement. On survole le sujet, parce que ça ne les passionne pas. Et surtout, il y a un vrai paradoxe : on forme des gens à vendre de l'alcool, tout en leur disant que ce qu'ils vendent est dangereux et qu'ils en sont, en partie, responsables. Le message paraît hypocrite, et ni eux ni moi ne nous y retrouvons. »

Extrait de l'enquête qualitative menée par Addictions France en 2020 auprès d'un organisme de formation agréé[15]

Pour les établissements pratiquant la vente à emporter (supermarchés, épiceries, etc.), aucune formation réglementaire n'est exigée pour vendre de l'alcool en journée. La licence à emporter, requise pour ces établissements, est obtenue gratuitement via une simple déclaration en mairie, sans obligation de suivi de formation. Seules les épiceries ou commerces ouverts entre 22h et 8h doivent obtenir un permis de vente de boissons alcooliques la nuit, accompagné d'une formation spécifique similaire à celle du permis d'exploitation.

Absence de formation obligatoire pour les salariés au contact des clients

Qu'il s'agisse des débits de boissons à consommer sur place ou à emporter, les obligations de formation ne concernent que les gérants, laissant de côté les équipes salariées, pourtant en première ligne lors de la vente.

Dans la grande distribution, la formation "prise de caisse", souvent expédiée en deux heures, concentre des informations pratiques sur l'encaissement, laissant la protection des mineurs totalement diluée dans un flot d'instructions techniques, voir l'omettant complètement.

La formalisation d'un cadre s'agissant de la vente aux mineurs et la formation du personnel dépend donc exclusivement de la politique interne des groupes de la grande distribution ou de la bonne volonté du responsable de l'établissement, générant des disparités importantes d'un débit à l'autre.

Ce déficit de formation est d'autant plus inquiétant qu'il concerne souvent des salariés précaires, en emploi saisonnier ou à temps partiel, qui se retrouvent seuls face à des choix à risque. Le flou dans la transmission des règles, qu'il s'agisse de bars ou de commerces, alimente un sentiment d'improvisation et une minimisation des risques sanitaires liés à la consommation d'alcool chez les mineurs.

[15]Verbatim d'un mineur dont le prénom a été anonymisé, recueilli dans le cadre de l'enquête qualitative menée en Loire-Atlantique en 2023 concernant l'accessibilité de l'alcool aux mineurs.

Une charte pour la grande distribution aux effets limités

Depuis 2019, sous l'impulsion de la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA), les principales enseignes de la grande distribution (Carrefour, Auchan, Lidl, Monoprix, etc.) sont signataires d'une **« Charte d'engagements responsables relative à la vente d'alcool »**[16], en partenariat avec la Fédération du commerce et de la distribution (FCD). À travers cette charte, plus de 20 000 points de vente s'engagent à renforcer leurs pratiques de prévention, notamment en matière de protection des mineurs. Cette initiative témoigne d'une volonté institutionnelle de structurer les bonnes pratiques à l'échelle nationale et de responsabiliser les acteurs économiques.

La FCD ne représentant pas l'ensemble du secteur, de nombreuses supérettes, épiceries indépendantes ou magasins franchisés échappent cependant à ce cadre volontaire, et aucun dispositif équivalent n'a été instauré dans les secteurs de la restauration rapide, des bars, cafés et restaurants.

Sur le terrain, la charte, non coercitive, peine à se traduire par des actions concrètes et uniformes. Elle reste générale dans ses formulations, et ne prévoit aucun système de contrôle indépendant, ni obligation de moyens ou de résultats. Elle n'intègre pas de formation obligatoire du personnel à la vérification de l'âge ou à la gestion des refus de vente, et aucune sanction n'est prévue en cas de non-respect des engagements. Chaque groupe reste libre de définir ses modalités de mise en œuvre. Cela se traduit dans les faits par des écarts très marqués d'un point de vente à l'autre, y compris au sein d'une même enseigne.

Une application inégale des contrôles sur la vente d'alcool aux mineurs

Malgré l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs, les contrôles spécifiques à cette infraction sont rares. En moyenne, **70 infractions*** de cette nature sont relevées chaque année par les forces de l'ordre. Elles sont souvent constatés de manière incidente à l'occasion de la commission d'autres délits, en lien ou non avec la vente d'alcool.

Cette approche ne permet pas de répondre pleinement à la réalité de la vente aux mineurs (qui se produit à toute heure de la journée, tout type de débit de boissons confondu), d'autant plus que la mise en œuvre des contrôles varie selon les priorités locales et les moyens disponibles.

[16] Charte d'engagement - Pour une offre responsable d'alcool, la grande distribution se mobilise aux côtés de la MILDECA, MILDECA, 2019

*Source : Service statistique ministériel de la sécurité intérieure (SSMSI), bases statistiques des infractions enregistrées ou élucidées par la police et la gendarmerie entre 2023 et 2025

Un nouveau protocole pour une meilleure coordination

La difficile mise en œuvre de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs semble avoir été pris en compte avec la signature, en décembre 2024, d'un accord entre la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA), le secrétariat général du ministère de l'Intérieur, la Préfecture de police de Paris, ainsi que les directions générales de la Gendarmerie nationale et de la Police nationale. Ce protocole interministériel vise à renforcer la coordination entre les différents services en charge des contrôles, afin d'assurer une application plus rigoureuse de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs.

Il introduit une approche plus structurée à l'échelle locale et laisse entrevoir une intensification des actions sur l'ensemble du territoire.

Sont notamment prévues des opérations régulières et ciblées, adaptées aux horaires, aux lieux sensibles et aux situations propices aux infractions flagrantes. Ces interventions seront accompagnées de mesures administratives ou judiciaires, destinées à accroître l'effet dissuasif des sanctions.

Toutefois, malgré cette volonté de meilleure synergie, la réussite de cette démarche reste conditionnée par plusieurs éléments : l'implication des autorités locales, les ressources mobilisées, l'efficacité de la mise en réseau des acteurs et la levée des freins organisationnels. Des actions ponctuelles pourront ainsi émerger, mais seront-elles suffisantes pour infléchir durablement les pratiques ?

Une sanction judiciaire peu dissuasive

La loi interdit formellement la vente ou l'offre d'alcool à des mineurs. **Cette infraction constitue un délit passible d'une amende de 7 500 €.** En cas de récidive dans un délai de moins de cinq ans, le montant maximal des peines encourues peut être doublé.

Des peines complémentaires peuvent également être prononcées :

- Pour les personnes physiques : une interdiction temporaire (jusqu'à un an) d'exercer les droits liés à une licence de débit de boissons (vente sur place ou à emporter).
- Pour les personnes morales (comme une société ou une entreprise), des sanctions telles que :
- la fermeture temporaire ou définitive de l'établissement concerné,
- l'interdiction d'exercer certaines activités professionnelles,
- la publication de la décision de justice.

Pourtant, dans les faits, l'effectivité de ces sanctions reste largement théorique. Les contrôles sont rares, les poursuites sont peu fréquentes et les condamnations à hauteur de la peine maximale quasiment inexistantes. Ainsi, la vente d'alcool aux mineurs est rarement perçue par les professionnels comme une infraction grave, qui fait l'objet de contrôles fréquents et sanctionnée sur le plan judiciaire.

L'amende forfaitaire délictuelle, une piste intéressante ?

Depuis le 7 avril 2025, la vente d'alcool aux mineurs peut faire l'objet d'une amende forfaitaire délictuelle (AFD) de 300 euros, dans le cadre d'un élargissement du dispositif à de nouveaux « petits » délits.

Présentée par le gouvernement comme un outil visant à désengorger les tribunaux tout en renforçant l'efficacité de la réponse pénale, ce dispositif, déjà appliqué à d'autres infractions comme l'usage de cannabis, l'occupation illicite de terrain ou encore le vol à l'étalage soulève néanmoins plusieurs interrogations lorsqu'elle est appliquée à la vente d'alcool aux mineurs.

D'un point de vue juridique, l'AFD permet une réponse rapide, évitant le recours systématique à une procédure judiciaire classique. Sur le papier, cela pourrait offrir une solution pour sanctionner plus systématiquement un délit encore trop rarement poursuivi. Toutefois, plusieurs limites en réduisent la portée concrète. D'abord, le montant de l'amende - 300 euros ou 600 euros en cas de majoration - apparaît largement symbolique au regard des 7 500 euros d'amende maximum prévus par le Code de la santé publique. Cette différence considérable risque d'atténuer la portée dissuasive de la sanction, en particulier pour les grandes enseignes ou les commerces réalisant un chiffre d'affaires important.

Par ailleurs, le champ d'application de cette amende reste restreint. Elle ne peut pas être utilisée en cas de récidive, de cumul d'infractions, de procédure judiciaire déjà engagée ou nécessitant une enquête approfondie. Cela limite d'autant les cas dans lesquels elle peut être effectivement mobilisée.

Les conclusions de l'expérimentation menée par les différents commissariats pilotes permettront d'évaluer l'efficacité réelle du dispositif, d'en identifier les limites et, le cas échéant, d'ajuster les moyens déployés pour renforcer la lutte contre ce type d'infraction.

Des procédures judiciaires longues et à l'issue incertaine

Dans le cadre de son projet, Addictions France a mandaté des commissaires de justice[17] produisant des constats aux fins de poursuite judiciaire en cas de vente illégale d'alcool aux mineurs. D'avril 2023 à mai 2024, ce sont 37 ventes d'alcool à des mineurs qui ont donné lieu à des procès-verbaux de constat émis par un commissaire de justice sur les métropoles de Nantes, Angers et Rennes.

Suite à ces procès-verbaux, différentes procédures ont été expérimentées :

- **23 procédures de citation directe** : Ces procédures ont été lancées entre juillet 2023 et avril 2024. La procédure de citation directe permet à Addictions France, association habilitée par la loi, de prendre l'initiative d'une procédure pénale dans laquelle elle est partie civile[18]. L'association doit apporter les éléments de preuve - en l'occurrence des PV de constat - car aucun moyen d'enquête n'est mobilisé par l'autorité judiciaire dans ce type d'action.

- **14 plaintes transmises aux parquets d'Angers et de Rennes :** Ces procédures ont été lancées à partir de septembre 2024. Pour traiter ces plaintes, les procureurs ont choisi de mettre en œuvre deux procédures différentes :

    - **Comparution sur reconnaissance préalable de culpabilité** (CRPC) ou « plaider-coupable » à Angers. C'est une procédure qui permet de juger rapidement l'auteur d'une infraction qui reconnait sa culpabilité. Dans ce cadre le procureur propose une peine : si elle est acceptée par l'auteur des faits, elle est ensuite soumise au juge pour homologation, ce qui qui donne lieu à une ordonnance pénale délictuelle. Dans cette procédure, Addictions France est partie civile.

[17] Nouvelle appellation des huissiers de justice
[18] Article L3355-1 du code de la santé publique

- **Composition pénale** à Rennes. La composition pénale est une mesure alternative aux poursuites, à caractère pré-contentieux, qui permet de sanctionner rapidement l'auteur d'une infraction reconnaissant sa culpabilité, sans passer par un procès. Elle peut donner lieu à une sanction pénale ou à une mesure de réparation proposée par le parquet. Si l'auteur des faits accepte et exécute la mesure proposée, l'action publique est éteinte.

À ce jour, aucun des faits soumis à la justice par Addictions France, quelle que soit la procédure suivie, n'a encore donné lieu à une décision judiciaire ou à une sanction. Cela illustre l'encombrement des tribunaux associé au manque de moyens de la justice. Très peu de plages d'audience sont mobilisables pour traiter les citations directes, ce qui peut avoir pour corolaire une perception négative des magistrats lorsque l'une d'entre elles doit être dédiée à des dossiers de cette nature. À cela s'ajoutent des aléas procéduraux de nature à induire des reports d'audience.

- A Nantes, les procédures initiées en juillet 2023 ne seront plaidées que le 9 décembre 2025.
- A Angers, les procédures initiées en avril 2024, seront auditionnées le 21 mai 2026, suite à une demande de report de l'audience prévue le 20 mars 2025 par les parties adverses.

En moyenne, il faut donc compter deux ans pour une audience en première instance. L'absence de réponse rapide et visible, renforce un sentiment d'impunité et banalise la transgression de la loi. Même lorsque les audiences aboutissent, les sanctions prononcées demeurent souvent symboliques et peu dissuasives, comme en témoigne l'affaire impliquant l'enseigne Lidl[19].

Affaire LIDL, la vente d'alcool aux mineurs et ses conséquences dramatiques - illustration de la faiblesse des sanctions

Cette affaire remonte à mai 2021, quand deux adolescents de 16 ans ont pu acheter deux bouteilles de vodka dans un magasin Lidl à Urrugne (Pyrénées-Atlantiques) sans qu'aucune vérification d'âge ne soit effectuée. Quelques heures plus tard, l'un d'eux décédait dans un accident de scooter, avec un taux d'alcoolémie de 0,56 g/l. La mère de la victime a porté plainte contre Lidl, et, en accord avec cette dernière, Addictions France s'est aussi constituée partie civile. Après une première condamnation du magasin en décembre 2022 à une amende de 5 000 euros[20], Lidl a fait appel de la décision qui a été confirmée en appel en juillet 2024[21]. Lidl s'est alors pourvu en cassation, suspendant ainsi l'exécution de la peine. La longueur et la complexité de cette procédure, engagée trois ans auparavant, interrogent sur l'adaptation du système coercitif pour ce type d'infraction. Les difficultés du système judiciaire rendent impossibles les sanctions rapides.

Dans cette affaire, où la vente d'alcool à des mineurs a eu des conséquences dramatiques, la faiblesse de la sanction prononcée interroge tout autant : 5000 euros d'amende. Le signal adressé aux professionnels est ambigu : l'infraction n'est ni systématiquement poursuivie, ni véritablement sanctionnée. Pour qu'elle soit véritablement dissuasive, **cette interdiction doit s'accompagner de sanctions rapides, visibles et proportionnées à la gravité des faits.**

[19] Commentaire de décision, Tribunal judiciaire de Pau 08 décembre 2022 - Affaire Addictions France (Ex ANPAA) / LIDL, 13 novembre 2023
[20] Commentaire de décision affaire LIDL, Addictions France, novembre 2023
[21] Communiqué de presse LIDL condamné en appel pour vente d'alcool aux mineurs : une décision historique, Addictions France, juillet 2024

CHAPITRE 3

La dissuasion, un levier concret et prometteur (à certaines conditions)

Tous les pays de l'OCDE sont dotés d'une politique fixant un âge minimum légal auquel les jeunes peuvent acheter de l'alcool[22]. Pour la majorité d'entre eux, cet âge légal est fixé à 18 ans. Certains pays ont mis en place des systèmes de contrôle permettant d'assurer le respect de cet âge légal. L'expérimentation menée par Addictions France à travers différentes vagues d'achats test, indépendamment des sanctions judiciaires qui pourraient être prononcées, permet d'ores et déjà de confirmer l'importance de la dissuasion pour favoriser le respect de la loi. Lorsque les contrôles sont ciblés, suivis d'effets concrets et s'inscrivent dans une logique partenariale structurée, la dissuasion peut devenir une réalité tangible.

Des achats tests institutionnalisés, une pratique qui a fait ses preuves à l'étranger

Plusieurs pays ont recours à des opérations d'achats tests encadrés pour contrôler l'accès des mineurs à l'alcool. Ces dispositifs ont prouvé leur efficacité tant dans leur fonction dissuasive que dans leur capacité à faire évoluer les pratiques de vente. Ils permettent d'envoyer un signal fort aux professionnels, tout en collectant des données exploitables pour les politiques publiques.

[22]OCDE (2015), Lutter contre la consommation nocive d'alcool : Politiques économiques et de santé publique, Éditions OCDE, Paris.

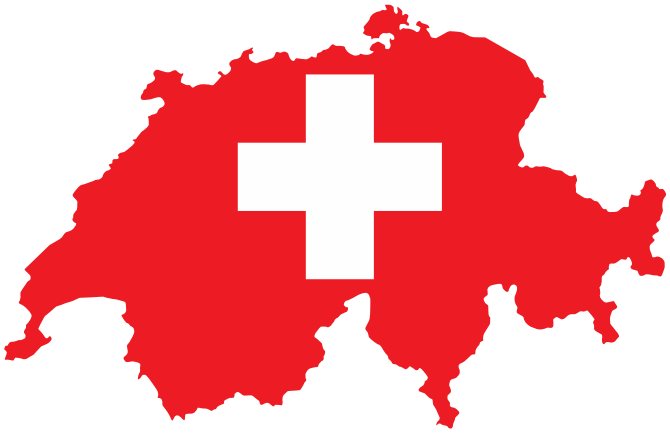
ZOOM

La Suisse : un modèle structuré reposant sur les associations spécialisées

Le modèle suisse d'achats tests constitue une référence en matière de systématisation et d'institutionnalisation des contrôles de la vente d'alcool aux mineurs. Ce dispositif s'appuie sur un cadre législatif clair, un manuel d'application harmonisé au niveau national[23], et une stratégie articulée entre prévention, contrôle et dissuasion.

Le dispositif a été encore renforcé avec la Loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels (LDAl)[24] qui encadre juridiquement les achats tests depuis fin 2024. Cela confère à ces opérations une légitimité juridique renforcée. La Suisse a mis en place une gouvernance et une coordination claires :

- L'autorité fédérale (OFSP) fournit les bases légales, le financement partiel, le manuel d'application et la coordination.
- Les autorités cantonales désignent le service compétent (ex. police, communes, services de prévention) et peuvent déléguer l'exécution à des organisations spécialisées (Addiction Suisse, la Croix Bleue, Fondation vaudoise contre l'alcoolisme...).
- Les organisations mandatées réalisent les tests selon des critères stricts : formation des jeunes testeurs, accompagnement adulte, traçabilité, feedback au point de vente.
- Les forces de l'ordre, instances judiciaires et les acteurs commerciaux complètent ce dispositif en assurant respect des règles, sanctions et engagement volontaire.



L'efficacité du dispositif grâce à la dissuasion

Le dispositif suisse est conçu pour que les commerçants considèrent chaque jeune comme un potentiel "client mystère". Cette stratégie de dissuasion est particulièrement efficace. Aucun quota fixe n'est imposé par point de vente, mais les contrôles sont suffisamment fréquents pour maintenir une vigilance élevée. Ce ciblage aléatoire crée une dynamique d'anticipation permanente et incite les vendeurs à vérifier bien davantage la pièce d'identité, **geste effectué dans 65% des cas en 2023 contre 54% en 2014**[25].

Sanctions et effet sur la récidive

La réponse aux infractions varie selon les cantons. Par exemple, dans le canton de Vaud, une vente illégale peut entraîner jusqu'à 20 000 CHF d'amende (équivalent à 21325 euros), une interdiction de vente d'alcool de 10 jours à 6 mois, voire le retrait de l'autorisation de vente. En cas de récidive, les sanctions sont systématiquement aggravées : suspension prolongée, nouvelle amende, voire fermeture administrative.

Résultats chiffrés : une baisse mesurable des ventes illégales

En 2023, sur les 9742 achats tests réalisés en Suisse, 27,3 % ont abouti à une vente illégale d'alcool à un mineur contre 33,7% en 2014, ce qui démontre une tendance constante à la baisse dans les points de vente physiques, les achats tests ayant plus que doublé depuis le début des contrôles en 2009. Cependant, les ventes en ligne restent problématiques : près de 90 % des commandes passées sur Internet sont encore livrées sans contrôle d'âge.

[23] Manuel suisse des achats tests – Office fédéral de la santé publique, nov. 2024
[24] Achats tests d'alcool 2023 : Rapport national sur la vente d'alcool aux mineur.e.s, Rapport de recherche n° 170a, Luca Notari, Jeanne Vorlet, Addiction Suisse, 2024
[25] « Renforcer les sanctions administratives en cas de vente d'alcool aux jeunes gens | État de Vaud ». Site officiel du Canton de Vaud, Communiqué de presse, février 2014

Autres exemples étrangers

À travers l'examen des dispositifs d'achats tests mis en œuvre dans différents pays, plusieurs facteurs de réussite se dégagent. Tous reposent sur un **cadre légal clair et reconnu, un encadrement formalisé des jeunes testeurs, et la présence d'une structure référente pour piloter les opérations** (associative ou publique). Les protocoles sont documentés pour garantir la traçabilité, la protection juridique des acteurs impliqués et l'objectivité des résultats.

Ces dispositifs incluent également des **procédures systématiques en cas d'infraction avec des sanctions effectives et proportionnées,** renforçant leur impact. Enfin, ils articulent efficacement prévention, contrôle et sanction dans une logique de santé publique. Les données disponibles attestent de l'efficacité des achats tests dans la réduction de la vente d'alcool aux mineurs et la hausse des taux de conformité des points de vente.

	Ecosse	Canada (Ontario)	Etats-Unis	Allemagne (Land de Brême)
Organisme pilote	Police en lien avec les autorités locales	Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (CAJO)	Agences étatiques ou police en lien avec les autorités locales	Police en lien avec les autorités locales
Profil des acheteurs	Mineurs employés	Adultes majeurs à l'apparence jeune	Jeunes majeurs de 18-20 ans (achat légal d'alcool à 21 ans)	Mineurs via programmes municipaux
Cadre légal & méthode	Autorisation délivrée par le chef de la police + Guide national	Programme de clients mystères supervisé par la CAJO	Achats tests réguliers autorisés dans la majorité des Etats	Décision de la Cour d'appel du Land de Brême, 2011
Sanctions prévues	Jusqu'à 5000£ d'amende, 3 mois de prison, suspension/ révocation de licence	Avertissements, amendes jusqu'à 100 000$, suspension/ révocation de licence	Amendes (500$ à 4000$) suspension de licence, prison pour récidive selon l'Etat, sanctions aggravées si récidive	Responsables d'établissements : 2000€ pour vente à un mineur >14 ans et 2500€ pour <14 ans Personnel : 300€ pour vente >14 ans et 500€ pour <14 ans
Résultats observés	Réduction significative des ventes illégales	Efficacité reconnue et élargissement à tous les titulaires de permis de vente	Texas : 93 % de conformité (2023) Oklahoma : 74 % (2023) Wisconsin : 63 % (2024)	Land de Brême : baisse de la vente aux mineurs de 80,6 % (2009) à 25,7 % (2014)

Informer sur des opérations d'achats test régulières : un impact rapide et un effet dissuasif en chaîne

Au cours du projet, différentes actions ont été expérimentées par Addictions France. Plusieurs semblent avoir eu un impact tangible, à la fois direct et indirect, sur les pratiques de vente d'alcool aux mineurs.

Notifications judiciaires aux débitants et enseignes épinglés

Les actions conduites à Rennes démontrent l'efficacité d'un protocole structuré, combinant achats tests ciblés et engagement rapide de poursuites judiciaires :

- 2 avril 2024 : dépôt par Addictions France de 7 citations directes visant des établissements ayant vendu de l'alcool à un mineur.
- Courant avril : notification par le tribunal judiciaire des convocations adressées aux établissements mis en cause avec une audience de consignation fixée au 13 mai 2024.
- 4 mai 2024 : nouvelle vague de constatations visant à évaluer d'éventuelles récidives.

Cette procédure, fondée sur une notification rapide des poursuites par le juge, a produit des résultats immédiats significatifs :

- Baisse de 50 % des ventes illégales dans les établissements visés par une action judiciaire (2 ventes sur 4) ;
- Baisse de 20 % dans les établissements nouvellement testés (1 sur 5), laissant penser à une diffusion indirecte du message dissuasif.

Cependant, les achats tests menés en avril-mai 2025, un an plus tard, montrent les limites de cet effet dissuasif dans le temps. **Tous les établissements initialement poursuivis, mais qui n'avaient pas réitéré dans l'immédiat, ont de nouveau vendu de l'alcool à un mineur.** Ce taux de 100 % de récidive souligne l'**importance de renouveler les contrôles** régulièrement et de systématiser le lien entre achats tests et poursuites pour maintenir la pression dissuasive.

Courrier d'information aux enseignes et aux fédérations auxquelles appartiennent les établissements contrôlés

Lorsqu'une procédure judiciaire est engagée à la suite d'une vente d'alcool à un mineur, Addictions France adresse un courrier d'information non seulement à l'établissement concerné, mais également au siège de l'enseigne ou à la fédération à laquelle il est rattaché, notamment dans le cas des points de vente franchisés qui ne reçoivent pas directement la notification du tribunal.

L'objectif de cette démarche est double :

- Assurer que la chaîne de responsabilité ne s'arrête pas au gérant local, en informant les structures dirigeantes ou représentatives du manquement constaté ;
- Favoriser une réaction en chaîne à l'échelle du réseau, en incitant les enseignes et les fédérations à rappeler leurs obligations légales à leurs points de vente et à mettre en place des mesures correctives (formation, contrôle interne, procédures de vérification de l'âge, etc.).

À la suite de ces courriers, la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) a indiqué dans sa réponse avoir informé l'ensemble de ses adhérents à l'occasion d'une réunion et via un rappel des obligations légales transmis aux points de vente concernés. Quelques exemples (non exhaustifs) de mesures ont par ailleurs été évoqués, en complément des contrôles habituels. Plusieurs enseignes auraient ainsi renforcé leurs dispositifs internes : renouvellement des formations pour les équipes en magasin et en ligne, campagnes de sensibilisation (newsletters, réunions, supports internes) et systèmes d'alerte en caisse incitant le personnel de caisse à vérifier l'âge des clients. Celui-ci doit valider manuellement le contrôle, et la mention « contrôle âge du client : oui » figure alors sur le ticket de caisse.

Certaines enseignes ont en effet déjà mis en place ce type de système, mais les achats tests menés par Addictions France ont mis en évidence de graves défaillances : la mention «demande de l'âge = oui» figure systématiquement sur les tickets de caisse, même lorsqu'aucune vérification n'a été effectuée. Cette déclaration automatique, fausse dans les faits, témoigne de la nécessité d'un encadrement plus strict et d'un contrôle effectif.

Extraits du courrier de réponse de la Fédération du Commerce et de la Distribution adressé à Addictions France

En premier lieu, je vous informe que ce courrier a été transmis à l'ensemble de nos adhérents et nous en avons également échangé en réunion.
Nous avons, ensemble, fait le point sur les bonnes pratiques ou actions pouvant être mises en place.
L'ensemble des enseignes ont également transmis votre courrier et diffusé un rappel de la réglementation en vigueur à leurs points de vente.
Voici par ailleurs quelques exemples, non exhaustifs, des actions qui sont engagées ou pourront être engagées, selon les enseignes, en supplément des contrôles classiques :

- **Formation renouvelée** à la fois pour les collaborateurs en magasins mais aussi pour les responsables des sites de vente en ligne. A ce titre et pour rappel, la FCD a développé, en collaboration avec d'autres fédérations, deux modules de formation, spécifiques à ces deux typologies de vente. Certaines enseignes déploient également des plans de communication annuels en interne avec rappel des exigences et outils à disposition (Newsletter, rencontre magasin, magazine interne).

- Pour la partie **encaissement**, dans certaines enseignes :
• Lors du passage en caisse, si des produits alcoolisés sont présents, l'agent de caisse est informé via un pop-up qu'il doit contrôler l'âge du client. Il doit répondre « oui » pour confirmer qu'il a fait ce contrôle. Sur le ticket de caisse, la mention "contrôle âge du client oui " apparaît si celui-ci a été réalisé.
• Pour la vente en e-commerce, un pop-up obligatoire apparaît pour valider le panier avec un engagement sur l'honneur, et/ou dans le cadre de la création du compte client, il ne peut être créé que pour des personnes majeures, pour effectuer un paiement.

- Sur **l'espace de vente** :
• Une PLV spécifique est présente : affiches dans les rayons, stickers et affiches au niveau des caisses
• Des contrôles sont menés lors d'audit magasins

De son côté, le PDG de Système U a confirmé à Addictions France la transmission de l'information aux magasins concernés et aux associés responsables de leurs pratiques. Il a précisé que des actions concrètes étaient en place pour limiter la vente d'alcool aux mineurs, comme le blocage automatique en caisse ou des actions de sensibilisation du personnel.

Si l'on peut saluer que certaines têtes de réseaux aient pris au sérieux les alertes d'Addictions France, les mesures mises en place peinent à se traduire dans les faits. À la suite de ce courrier, Addictions France a mené une nouvelle série de constats en mai 2024. Un des points de vente Système U précédemment mis en cause n'a pas récidivé, traduisant a priori une prise en compte du message. En revanche, dans la même ville, un autre magasin de l'enseigne n'ayant pas fait l'objet précédemment de constatations a vendu de l'alcool à un mineur. Ce résultat semble suggérer que la communication interne s'est limitée aux seuls établissements initialement concernés, sans généralisation à l'ensemble du réseau.

Cela révèle un manque d'appropriation de l'enjeu sociétal alors même que ce type d'alerte pourrait constituer une opportunité de mobilisation plus large autour de l'interdit protecteur.

De fait, dans les établissements n'ayant pas encore été visés par une action contentieuse, les ventes aux mineurs restent largement constatées, ce qui interroge l'efficacité des mesures préventives internes sans un levier juridique complémentaire. **Pas moins de 91% des établissements n'ayant pas fait l'objet de poursuite ont vendu de l'alcool à des mineurs lors des achats tests menés par l'association en avril-mai 2025 (soit 50 sur les 55 testés).**

Lors de la première vague d'achats tests réalisés en 2020-2021, Addictions France avait proposé gratuitement un module de sensibilisation à plus de 200 points de vente. **Seuls 5 établissements avaient accepté de participer à la formation.** Lors de la seconde phase de testing menée dans ces mêmes magasins, aucun changement notable de comportement n'avait alors été observé.

La sanction administrative : une réponse coordonnée pour renforcer la dissuasion auprès de l'ensemble des débits de boissons

L'expérimentation conduite par Addictions France a permis de mobiliser efficacement diverses autorités, chacune exerçant des prérogatives complémentaires. **L'exemple d'Angers est emblématique de l'intérêt d'une approche territoriale intégrée pour assurer le respect de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs.**

À la suite de constats de vente d'alcool à des mineurs, sur la base d'une liste d'établissements transmise par la Mairie et ses services, les procès-verbaux de constats ont été adressés au Procureur de la République d'Angers en octobre 2024. Celui-ci a alors mandaté un officier de police judiciaire pour auditionner les responsables des débits de boissons mis en cause. Les rapports d'enquête ont ensuite été transmis au préfet du Maine-et-Loire dans le cadre de la procédure administrative. **Le 20 décembre 2024, plusieurs établissements ont reçu un avertissement formel du préfet et deux autres ont été sanctionnés par une fermeture administrative,** annoncée par la Préfecture via un communiqué de presse.

Cette réactivité résulte d'un travail coordonné entre Addictions France, la Mairie d'Angers, le Procureur de la République, le préfet de Maine-et-Loire et l'ensemble des services de l'État.

Dans la continuité, un nouveau communiqué de presse publié en mars 2025 par la Préfecture a préparé le terrain à un second cycle de contrôles. S'en est suivi un nouveau cycle de procès-verbaux de constats en avril 2025, à partir d'une liste actualisée d'établissements transmise par la Préfecture, élaborée en concertation avec la police nationale et complétée par Addictions France. Aux établissements déjà testés étaient ajoutés des établissements nouvellement implantés sur le territoire ou encore jamais contrôlés.

Communiqué de presse de la Préfecture de Maine-et-Loire en date du 17 mars 2025 communiquant sur la mobilisation de la Préfecture pour mieux faire respecter les interdits protecteurs

> **En Maine-et-Loire, les services de l'État sont mobilisés pour mieux faire respecter les « interdits protecteurs » inscrits dans la loi,** à savoir l'interdiction de vendre ou d'offrir à titre gratuit dans les lieux publics de l'alcool à des mineurs de moins de 18 ans et l'interdiction de recevoir dans les débits de boissons alcooliques des mineurs de moins de 16 ans qui ne sont pas accompagnés de l'un de leurs parents ou d'un majeur responsable.
>
> Ces derniers mois, sur la base des constats réalisés par Addictions France dans le cadre d'une expérimentation, **6 établissements de vente d'alcool à emporter à Angers ont reçu un avertissement pour vente d'alcool à un mineur.** En cas de nouvelle constatation, ces établissements s'exposent à une fermeture administrative temporaire.

Sur les 6 établissements ayant fait l'objet d'un avertissement de la préfecture, deux ont réitéré. En revanche, l'épicerie précédemment sanctionnée par une fermeture administrative n'a pas réitéré. Ceux ayant réitéré feront prochainement l'objet de nouvelles mesures.

Dans les 20 établissements contrôlés pour la première fois, le taux de refus de vente atteint 25 % - un résultat inédit. **Le communiqué de presse du Préfet semble avoir eu un effet dissuasif important.**

Ces résultats montrent que, si les avertissements isolés ne suffisent pas toujours à dissuader les contrevenants, la procédure administrative constitue un maillon essentiel d'une stratégie globale. **Elle permet une action rapide, visible, et indépendante des délais judiciaires.** Elle produit des effets mesurables, notamment lorsqu'elle s'accompagne d'une communication publique claire, d'un suivi régulier et d'une cohérence dans l'application des sanctions.

Des changements de comportement chez les débitants, signe d'un réel effet dissuasif

Des signes de méfiance et des changements de comportement des établissements ont été observés au fur et à mesure des constatations menées, tant par les commissaires de justice, que par Addictions France dans le cadre des achats tests menés en avril-mai 2025. Ainsi une vigilance accrue a été observée.

Dans un cas par exemple, le commerçant surveillait l'extérieur de l'établissement pour s'assurer qu'il ne s'agissait pas d'un contrôle. Il est également arrivé que le mineur soit rattrapé et invité par des agents du magasin à restituer l'alcool qu'il venait d'acheter et à se faire rembourser. Dans ces situations, les établissements faisaient déjà l'objet d'une action judiciaire.

Certains comportements laissent néanmoins entrevoir de la part de certains établissements des tentatives d'évitement ou de dissimulation lors de ventes illégale

- **Tickets de caisse ambigus ou volontairement trompeurs**

- **Émission d'un ticket mentionnant un produit sans rapport avec le panier d'achat et provenant d'un établissement tiers**

Ces pratiques traduisent à la fois une prise de conscience du risque judiciaire et une adaptation défensive, révélatrice de la portée dissuasive croissante du protocole. Les débitants en sont d'ailleurs pleinement conscients, comme en témoignent ces extraits d'une enquête qualitative menée par Addictions France en 2024 :

« On risque une amende et ça peut aller jusqu'à la fermeture du bar, ça rigole pas, vaut mieux faire gaffe »
Responsable d'un bar nantais où a été servi de l'alcool à un mineur

« On peut risquer une fermeture administrative. Imagine le gamin il sort du bar il lui arrive un truc, ça peut se retourner contre nous.. »
Serveur d'un bar nantais où a été servi de l'alcool à un mineur

L'HEURE DE L'ACTION POLITIQUE :

MESURES PRIORITAIRES POUR UN RESPECT EFFECTIF DE L'INTERDIT PROTECTEUR

CONCLUSION

Le principal enseignement des expérimentations menées depuis 2021 par Addictions France est que les jeunes de moins de 18 ans n'ont aucun mal à acheter de l'alcool, que ce soit dans les magasins ou dans les bars, cafés et restaurants. Des failles alarmantes ont été constatées dans l'application de la loi. La complexité et la lenteur des procédures judiciaires, quand elles existent, renforcent le sentiment d'impunité des débits de boissons qui se montrent tolérants en vendant l'alcool à des mineurs.

Alors que la très grande majorité des Français est favorable à un renforcement des mesures, il est temps de prendre des décisions politiques fortes pour inverser la tendance et ne plus compter sur le seul bon vouloir des commerçants.

Dans la lignée du protocole interministériel signé en décembre 2024, la priorité est d'assurer une coordination efficace entre services de police, parquets et acteurs de la prévention, et de donner les moyens aux juridictions de sanctionner les manquements.

Tant que les infractions ne sont ni détectées, ni jugées dans des délais raisonnables, ni sanctionnées de façon exemplaire, les mineurs resteront exposés à un risque de consommation précoce, pouvant avoir des conséquences tragiques.

En complément de ces mesures judiciaires et administratives, il est indispensable de passer d'une logique d'engagement volontaire à une logique d'obligations réglementaires claires.

L**a responsabilisation des débits de boissons est une condition nécessaire, mais manifestement insuffisante.** Depuis plusieurs années, les représentants des débits de boissons, soutenus par leurs fédérations, se sont engagés à lutter contre la vente d'alcool aux mineurs, notamment à travers la charte de la MILDECA ou d'autres initiatives. Pourtant, les études de terrain révèlent un décalage persistant entre les engagements pris et leur mise en œuvre effective. La demande systématique de pièce d'identité reste marginale, la formation du personnel insuffisante, et l'affichage obligatoire souvent absent ou mal positionné. Les chartes actuelles, même enrichies, n'ont pas de caractère contraignant, et leur application repose largement sur l'autorégulation, dont l'efficacité est très faible, inégale et non contrôlée. Certaines enseignes signataires adaptent même à leur convenance la signalétique pourtant définie collectivement, réduisant sa lisibilité et sa portée. Ce double jeu entre communication publique et pratiques réelles montre clairement les limites d'un système basé essentiellement sur la responsabilité individuelle des débitants.

Il est donc temps de rendre obligatoire la mise en place de procédures simples mais systématiques. Sans cadre contraignant et suivi rigoureux, les bonnes intentions resteront lettre morte.

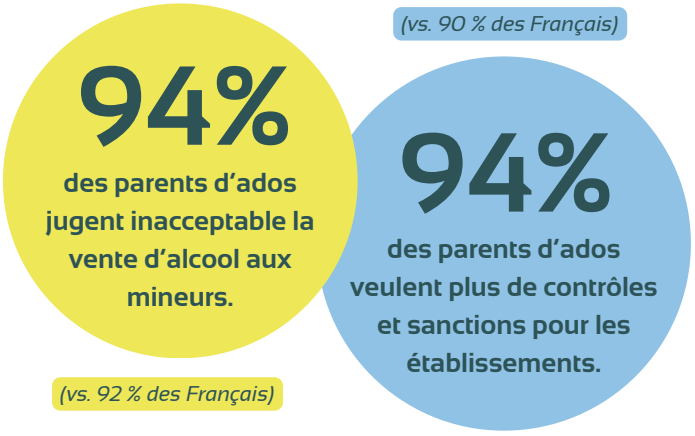
> « *Si vous dîtes que la France est tournée vers la protection des mineurs, ils ont du mal à vraiment les protéger. S'ils veulent vraiment nous protéger, je pense que la loi est pas très appliquée.* »
> **Logan, mineur**

Une attente sociétale forte pour un renforcement des contrôles et des sanctions

Les données scientifiques convergent sur l'importance de retarder l'entrée des jeunes dans la consommation d'alcool, tant pour prévenir les conduites à risque que pour limiter les impacts sanitaires à long terme. Ce consensus scientifique s'accompagne d'un large consensus citoyen.

Selon une enquête BVA Xsight menée pour Addictions France et publiée en décembre 2023[27] **:**

- Les Français estiment, de manière quasi-unanime, que le non-respect de l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs est inacceptable (92%), en particulier les parents d'adolescents (94%).
- Pour 90% des personnes interrogées (et 94% des parents d'ados), les contrôles et les sanctions à l'encontre des établissements ne respectant pas l'interdiction de vente aux mineurs doivent être renforcés.



Ils en font la priorité numéro 1 pour réduire ou retarder la consommation d'alcool des mineurs, devant la sensibilisation aux risques ou l'interdiction des publicités pour l'alcool sur les réseaux sociaux (respectivement 2ème et 3ème priorités déclarées).

Ces résultats traduisent une prise de conscience collective et une forte attente de mesures concrètes. Ils confirment la légitimité d'une action publique plus ambitieuse, alliant prévention, contrôle et sanction, pour garantir l'effectivité de l'interdit protecteur.

Pour une évolution du cadre de contrôle et de sanction

Addictions France formule un ensemble de recommandations visant à trouver un équilibre entre prévention des risques, protection des mineurs et viabilité économique d'un secteur qui ne doit pas faire son chiffre d'affaires sur la santé des mineurs. Un alignement avec les pratiques d'autres secteurs sensibles (comme la vente de tabac ou les jeux d'argent) renforcerait aussi la cohérence dans l'application des interdits protecteurs.

LES RECOMMANDATIONS D'ADDICTIONS FRANCE

1. SYSTÉMATISER LES OPÉRATIONS DE CONTRÔLES

Inspirée du modèle suisse et d'autres modèles internationaux, la **mise en place d'un système de contrôle aléatoire et continu dans les débits de boissons** permettrait un suivi régulier, essentiel pour garantir la conformité des établissements. Ce monitoring serait mené en collaboration entre les associations, les préfectures et les forces de l'ordre, avec un calendrier de contrôles partagé et une centralisation des données issues des différents acteurs. Cela offrirait une vision consolidée de la situation locale, conformément aux objectifs du protocole interministériel visant à renforcer la cohérence et l'efficacité des actions à tous les niveaux.

La pratique des achats tests serait ainsi reconnue officiellement comme un outil de prévention et de responsabilisation des débits de boissons sur lesquels les forces de l'ordre, autorités judiciaires et administratives pourraient s'appuyer, à la fois en termes de contrôle que d'attribution de sanctions à l'encontre des contrevenants.

[27] Les ados et l'alcool : deux enquêtes d'Addictions France révèlent pourquoi les mineurs boivent si facilement en France, Dossier de presse, Addictions France, décembre 2023

2. INSTAURER UN RÉGIME DE SANCTIONS GRADUÉES EN FONCTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES ÉTABLISSEMENTS

Dans la pratique, les établissements réalisant un chiffre d'affaires important, tels que les grandes surfaces, ne sont pas ou que très rarement, condamnés au montant maximal d'amende (7500 euros). Cette amende, relativement faible, ne constitue donc pas une réelle sanction financière et manque d'effet dissuasif à l'égard des acteurs économiques les plus importants du secteur. À l'inverse, pour les petits commerces, cette somme peut s'avérer disproportionnée et compromettre leur activité. Le régime actuel ne prend donc pas suffisamment en compte les disparités économiques entre établissements.

Pour garantir une application plus juste et efficace de la loi, il est nécessaire d'instaurer un régime de sanctions graduées, fondé sur un pourcentage du chiffre d'affaires de l'établissement, inspiré des pratiques existantes dans d'autres domaines du droit français (fiscalité, droit de la concurrence, environnement).

À titre d'exemple, les amendes pourraient être calculées en fonction des tranches de chiffre d'affaires, de la manière suivante :

- Pour un chiffre d'affaires annuel inférieur à 100 000 € : amende de **2% du chiffre d'affaires annuel moyen**
- Pour un chiffre d'affaires annuel compris entre 100 000 € et 500 000 € : **5% du chiffre d'affaires annuel moyen.**
- Pour un chiffre d'affaires annuel au-delà de 500 000 € : **10% du chiffre d'affaires annuel moyen**.

En cas de récidive, une majoration des amendes pourrait être appliquée pour accentuer l'effet dissuasif et renforcer l'engagement de la lutte contre la vente d'alcool aux mineurs.

3. SYSTÉMATISER LE RECOURS AUX SANCTIONS ADMINISTRATIVES

Une gradation claire doit être appliquée :

- Premier manquement : avertissement formel
- Récidive : fermeture administrative temporaire (de quelques jours à plusieurs semaines, ne pouvant excéder 2 mois)
- Nouvelle récidive : suspension ou retrait définitif de la licence prononcée par le préfet ou le maire

Cette logique de réponse proportionnée, mais ferme, permet de réaffirmer le caractère non négociable de l'interdit protecteur.

4. GARANTIR LA TENUE RAPIDE D'AUDIENCES JUDICIAIRES

Afin d'assurer l'effet dissuasif des actions en justice, **les délais de convocation à l'audience de fixation de la consignation doivent être réduits à un délai de 6 semaines après dépôt des actions.** Un calendrier resserré favorise en effet une prise de conscience rapide des contrevenants et limite les risques de récidive entre l'audience de fixation de la consignation et l'audience publique. Des moyens doivent être alloués à la justice pour permettre la tenue d'audiences dédiées aux interdits protecteurs corrélées aux plans de contrôle demandés par la MILDECA.

5. CRÉER UN MÉCANISME NATIONAL ET LOCAL DE SUIVI ET D'AJUSTEMENT

La mise en place d'un système de suivi des mesures prises, à la fois au niveau local et national, permettra de garantir une application uniforme des sanctions et contrôles sur l'ensemble du territoire. Ce système devra aussi prévoir des ajustements réguliers en fonction des résultats observés, pour assurer l'efficacité et la réactivité de la politique publique. Ce mécanisme serait aligné avec les objectifs du protocole interministériel, qui inclut des mécanismes de suivi et d'évaluation des actions menées.

Pour une responsabilisation réelle des débits de boissons

Des contraintes complémentaires doivent également s'appliquer aux débits de boissons afin de s'assurer que la loi soit effectivement respectée par tous et partout :

1 - Faire des chartes d'engagements un outil réellement contraignant via des contrôles réguliers et des sanctions en cas de manquement

2 - Systématiser la vérification de l'âge par pièce d'identité, via un blocage automatique des caisses et des outils de calculs fiables

3 - Rendre obligatoire la formation de l'ensemble du personnel des débits de boissons (et pas uniquement les gérants)

4 - Veiller à ce que la signalétique obligatoire soit présente, et clairement visible, dans tous les débits de boissons

ANNEXE

Liste des établissements faisant l'objet d'une action judiciaire pour vente illicite d'alcool aux mineurs

Nantes	Auchan Hypermarché Nantes St-Herblain	325 Rte de Vannes, 44800 Saint-Herblain
Nantes	Auchan Hypermarché Nantes St Sébastien sur Loire	2 Rue Pierre Mendès France, 44230 Saint-Sébastien-sur-Loire
Nantes	E.Leclerc Océane Rezé	Galerie Océane, 10 Rdpt de la Corbinerie, 44412 Rezé
Nantes	E.Leclerc Atlantis Saint Herblain	E.Leclerc SAINT HERBLAIN CEDEX, Atlantis Pôle Commercial Atlantis, 44807, Saint-Herblain
Nantes	Monoprix Nantes Calvaire	2 Rue du Calvaire, 44000 Nantes
Nantes	U Express	3 Rue Lafayette, 44000 Nantes
Nantes	Carrefour City	3 Rue Cassini, 44000 Nantes
Nantes	Minimarket	9 All. d'Erdre, 44000 Nantes
Nantes	Epicerie du Commerce	9 All. Duguay Trouin, 44000 Nantes
Nantes	Epicerie de la Bourse	8 Pl. de la Bourse, 44000 Nantes
Nantes	Chato Alimentation	68 Quai de la Fosse, 44000 Nantes
Angers	Carrefour City	91 Bd Saint-Michel, 49100 Angers
Angers	Carrefour City	3 Pl. Hérault, 49100 Angers
Angers	Supermarché Diagonal	4 Rue de la Gare, 49100 Angers
Angers	Supermarché Diagonal	48 Rue Bressigny, 49100 Angers
Angers	Carrefour City	5 rue Saint-Lazare, 49000 Angers
Angers	Epicerie du centre	11 Rue Bodinier, 49100 Angers
Angers	Epicerie de la Gare	14 avenue Denis Papin Angers
Angers	Franprix	34 rue du Cornet Angers
Angers	G20	3 place Camille Claudel, rue du Daguenet Angers
Angers	Saveurs Exotiques Supérette	43 rue Parcheminerie Angers
Angers	Carrefour City	2 place Monprofit Angers

ANNEXE

Liste des établissements faisant l'objet d'une action judiciaire pour vente illicite d'alcool aux mineurs

Rennes	U Express	27 Rue Poullain Duparc
Rennes	Carrefour City	5 Av. Aristide Briand, 35000 Rennes
Rennes	Carrefour Express	83 Rue d'Antrain, 35700 Rennes
Rennes	Epi Service	22 Rue Rallier du Baty, 35000 Rennes
Rennes	Carrefour Market	4 Rue de Brest, 35000 Rennes
Rennes	Epi Service Primeur	31 Rue de la Chalotais, 35000 Rennes
Rennes	Epicerie du centre	9 Rue Maréchal Joffre, 35000 Rennes
Rennes	LIDL	24-26 avenue du Mail François Mitterrand, 35000 Rennes
Rennes	U Express	10 place Hoche, 35000 Rennes
Rennes	Intermarché	3 avenue de Janvier, 35000 Rennes
Rennes	Epicerie Saint-Hélier	12 rue Saint-Hélier, 35000 Rennes

Un projet soutenu par le
FONDS DE LUTTE CONTRE LES ADDICTIONS

Reconnue d'utilité publique
Fondée en **1872** par Louis Pasteur & Claude Bernard
www.addictions-france.org
contact@addictions-france.org
ANPAA - 20 rue Saint-Fiacre 75002 PARIS
Tel : 01 42 33 51 04

Suivez-nous sur :

@AddictionsFr
Association Addictions France
Association Addictions France
@AddictionsFrance