

«Hé... T'as l'âge?»

Les shops de stations-service lancent une nouvelle campagne pour la protection de la jeunesse avec un sujet qui interpelle.



La nouvelle affichette de l'AESS pour la protection de la jeunesse est dès maintenant visible dans tous les shops de stations-service suisses.

Comme on le sait, la vente d'alcool et de tabac est interdite en Suisse aux jeunes de moins de 16 ans. Le respect de cette interdiction prend une signification particulière dans les shops de stations-service dans la mesure où on y vient en général en voiture.

Bons résultats dans les tests d'achats

C'est la raison pour laquelle l'Union Pétrolière et l'Association des exploitants des shops de stations-service suisses AESS n'ont cessé au cours de ces dernières années d'œuvrer ensemble en faveur de la protection de la jeunesse. Outre des tests d'achats systématiques dans les shops, elles ont régulièrement organisé des cours dans lesquels les collaborateurs de

ceux-ci ont été formés à gérer les situations avec des jeunes par rapport à la vente d'alcool. L'effort finit par être payant : comme déjà par le passé, la branche pétrolière s'en sort mieux dans les comparaisons que d'autres points de vente tels que commerces de détail, bars, festivals, etc. La moyenne des taux d'échecs aux tests de vente est d'environ 20% pour l'ensemble de la Suisse.

Nouvelle maquette

Nos efforts pour protéger la jeunesse s'appuient désormais sur un nouvel outil de communication : une affichette qui rappelle dans les shops de stations-service les règles de vente pour l'alcool et le tabac. Celle-ci vient en effet d'être entièrement refaite sous l'égide de l'AESS avec une question qui est en même temps un slogan : «Eh... T'as l'âge?» Ce message aux jeunes leur rappelle de manière claire et ciblée que ni l'alcool ni les cigarettes ne sont vendus aux mineurs. La question est posée par un mec au regard sympa, à peine plus âgé que les jeunes auxquels il s'adresse. Cette interpellation lui confère une autorité familière que ni les parents ni les enseignants ne pourraient avoir. Il est donc le personnage idéal pour transmettre ce message simple aux jeunes : «L'alcool ne peut être vendu qu'à ceux et celles qui ont atteint l'âge requis!»

Diversité cantonale

Cette nouvelle maquette a été conçue et produite par la société Staudacher Print à Coire. Selon Werner Peng, conseil en publicité chez Staudacher, le défi a consisté à trouver des solutions dans la jungle des dispositions cantonales et des règles de certaines entreprises concernant la vente d'alcool : «Nous avons dû produire 160 variantes de l'affichette, car chaque can-

ton possède ses propres limites d'âge et certains distributeurs appliquent des règles plus strictes.» Il est donc tout à fait possible que la bière soit vendue à des jeunes de 16 ans révolus et les alcools forts seulement aux personnes de plus de 18 ans tandis que dans le canton voisin, la règle des 18 ans s'applique pour toutes les boissons alcoolisées. Comme on le voit, le fédéralisme ne s'arrête pas à la porte des shops de stations-service.

«Au cours de ces dernières années, l'Union Pétrolière et l'AESS n'ont cessé de développer leur stratégie commune pour la protection de la jeunesse.»

Une campagne de sensibilisation nationale

Un ensemble d'affiches, d'autocollants, de stands et d'autres outils publicitaires portant le nouveau logo a été gratuitement mis à la disposition de tous les shops de stations-service depuis quelques semaines. La nouvelle affichette est dès maintenant placardée dans tous les shops.

Reste à espérer que le sujet réalisé atteindra pleinement sa cible. Une chose est sûre, cette maquette est graphiquement très réussie. ///

Sur le même sujet
tankstellenshops.ch

