



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

JEUNESSE, SPORTS et COHESION SOCIALE
Direction régionale

5 NOV. 2012

COURRIER ARRIVÉ

N° 6660 ML BT

CABINET DU PREFET

PRÉFET DE LA CÔTE-D'OR

Dijon le, 30 OCT. 2012

Affaire suivie par Christiane CHAVANELLE
Tél. : 03.80.44.64.02
Fax : 03.80.44.64.28
courriel : christiane.chavanelle@cote-dor.gouv.fr
CC/JLL

**Le Directeur de cabinet
du Préfet de la région Bourgogne,
Préfet de la Côte d'Or,**

à

destinataires in fine

OBJET : mise en vente sur internet de nouveaux conditionnements adaptés au transport et à la consommation d'alcool chez les 15/25 ans.

Afin de satisfaire les jeunes en perpétuelles recherches de nouveaux modes de consommation d'alcool forts, de nouveaux modèles de conditionnements ont été mis au point par les professionnels de la vente d'alcool. Trois conditionnements sont en vente actuellement, essentiellement en ligne, afin de rendre le transport des boissons alcoolisées et leur consommation plus discrets en tout lieu.

Les adolescents sont en effet actuellement à la recherche du meilleur moyen pour consommer d'importante quantité d'alcool à n'importe quel moment de la journée. Une seule problématique s'impose à eux, celle de la discrétion.

Il a ainsi été constaté qu'une barre chocolatée contenant de l'alcool de fort degré a été mise au point et circule sur l'agglomération dijonnaise. Des lycéens bourguignons utiliseraient même ce stratagème pour s'enivrer au sein de certains établissements scolaires. Après recherches, il apparaît qu'à ce jour, ce genre de barre chocolatée n'est pas encore en vente sur le marché français. La confection d'une barre de chocolat alcoolisée reste en effet extrêmement compliquée à réaliser d'un point de vue technique.

Il ressort toutefois que d'autres conditionnements pour alcools forts ont été mis au point par les industriels. Des couleurs attractives, un contenant moderne de faible capacité et d'un prix modique (entre 2 et 6 €) indiquent clairement que c'est prioritairement les jeunes consommateurs qui sont ciblés par ces produits.

La forme du contenant et sa consistance semblent répondre au besoin de discrétion des consommateurs lors du transport et de la consommation de ces boissons.

Sur les réseaux sociaux, de nombreux jeunes évoquent les meilleures techniques à utiliser pour boire discrètement là où l'alcool est interdit. Ils évoquent les stades, les établissements scolaires ou même simplement la voie publique.

Plusieurs conditionnements sont recherchés pour leur efficacité en la matière. Les plus prisés semblent être :

Le "Go Wodka" en tube souple dont le conditionnement se déforme mais ne casse pas. Il contient 200 ml de vodka déjà aromatisée à la fraise, à l'orange ou au citron. Ce produit est alcoolisé entre 4 et 11,5%. Le "Go Wodka" est essentiellement commercialisé en France par le biais de la vente en ligne. La dosette en verre de 6 cl est plus discrète. Sa commercialisation se fait dans les boutiques spécialisées. Son but est de pouvoir offrir aux consommateurs des produits alcoolisés de grandes marques en moindre quantité donc à un prix abordable.

Le "Pocket Shot" composé d'une pochette plastique contenant 5 cl d'alcool à 40 %. La pochette est souple, presque plate et extrêmement facile à dissimuler. La société "Pocket Shot France" assure la distribution sur le territoire. Les sites de ventes sont les épiceries, supérettes, bars-tabacs et vente en ligne.

Cette vente de proximité rend compliquée son contrôle, en particulier face à une clientèle mineure. Ces produits ne sont pas encore très connus en France par la tranche des 15/25 ans, mais leur succès est grandissant.

Les jeunes consommateurs semblent avoir immédiatement compris les avantages de ces nouveaux conditionnements proposés, à tel point que le site de vente en ligne des "Pocket Shot" est actuellement en rupture de stock.

Je souhaitais appeler particulièrement votre attention sur ces nouveaux phénomènes dans le cadre des attributions qui sont les vôtres en contact avec les jeunes.

Le Sous-Préfet, directeur de cabinet,



Arnaud SCHAUMASSE