

DOSSIER DE PRESSE

10 novembre 2009

BINGE DRINKING :

**Paris lance une campagne de prévention d'un nouveau genre
avec un concours de mini films en ligne
pour sensibiliser les jeunes**

Contact presse

Nathalie Royer et Krystel Lessard : 01 42 76 49 61 - service.presse@paris.fr

Le « binge drinking », un phénomène qui s'amplifie en France

Alors que la consommation d'alcool chez les jeunes s'est stabilisée depuis 2003, **le binge drinking, consommation d'une grande quantité d'alcool en un court laps de temps, est un phénomène qui s'amplifie en France, avec une augmentation de plus de 10 % entre 2005 et 2008**, répartie comme suit :

- + 14 % pour les filles ;
- + 8 % pour les garçons.

Ainsi **en 2008 : près de 20 % des jeunes de 17 ans interrogés ont pratiqué ce type de consommation sévère**, qui consiste à boire au moins 5 verres en une seule occasion, au moins 3 fois au cours du mois.

(chiffres de l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies)

Ce mode de consommation peut avoir des conséquences graves et des effets sérieux sur la santé :

- sur le moment : provoquer un accident ou en être victime, avoir des rapports sexuels non désirés ou non protégés, devenir violent ou encore risquer un coma éthylique ;
- dans un second temps : causer des lésions cérébrales, en particulier chez les sujets jeunes, quand il y a répétition d'une pareille consommation excessive.

Face à ces nouveaux comportements de « binge drinking », la Ville de Paris se mobilise et lance une campagne de prévention d'un nouveau genre : « The binge - Trop boire c'est le cauchemar ».

La Ville de Paris lance une campagne de prévention d'un nouveau genre : un concours de mini films de prévention du « binge drinking », inspirés des films d'horreur

La Ville de Paris met en œuvre un nouveau mode de prévention en organisant un **concours de mini films de prévention du « binge drinking »**, qui a pour objectif de permettre aux jeunes de se sensibiliser les uns les autres par le biais de vidéos, avec un langage et des codes qui leur sont propres et non plus empruntés aux adultes ou aux institutions.

A travers ce concours, les jeunes pourront :

- réfléchir et s'exprimer librement sur leur rapport à l'alcool ;
- énumérer les effets négatifs du « binge drinking » avec leurs mots et leurs images ;
- associer, mais de façon légère, « binge drinking » et horreur ;
- anticiper, à travers leur film, les conséquences cauchemardesques de l'ivresse ;
- élaborer eux-mêmes des messages de prévention convaincants.

La Ville de Paris souhaite ainsi susciter une prise de conscience plus large des risques liés à une consommation excessive d'alcool.

Concours mode d'emploi

Destiné aux **jeunes âgés de 15 à 25 ans** habitant, travaillant ou étudiant à Paris, mais aussi aux structures associatives parisiennes, **le concours est accessible** :

- sur le site www.thebinge-lefilm.com ;
- entre le **10 novembre 2009** et le **8 mars 2010**.

Aux jeunes de prendre leur caméra, téléphone portable ou web cam pour réaliser un mini film de 30 secondes à 5 minutes et mettre en garde les autres contre « *l'enfer du binge drinking* » qui peut transformer une soirée en une nuit de cauchemar (perte de contrôle, comportements dangereux, violences physiques, verbales ou sexuelles, etc.).

Tous les films reçus sont mis en ligne, exceptés ceux jugés :

- attentatoire au respect de la dignité des personnes (propos discriminatoire, injurieux, contenu pornographique...) ;
- en contradiction avec les lois en vigueur ;
- contraire aux bonnes mœurs et/ou à l'ordre public.

Le site qui reçoit les mini films réalisés dans le cadre du concours fera une régulation en amont de toute mise en ligne. L'organisateur se réserve le droit de demander au participant d'envoyer sans délai une autre vidéo et/ou de refuser sa participation au concours pour toutes réalisations jugées contraires aux règles ci-dessus.

6 films seront primés en mars selon plusieurs critères : originalité du scénario, pertinence du message de prévention au regard de la cible, qualité de la réalisation et de l'interprétation, par :

- **un jury de professionnels**, composé de professionnels du cinéma, d'experts en alcoologie et d'élus, se réunira à l'issue du concours pour désigner les 6 films lauréats ;
- **les internautes** désigneront également « le grand prix du public » (vidéo ayant recueilli le plus de votes).

Pour les gagnants :

- **les 6 lauréats recevront une dotation de 250 à 1500 euros** et leur vidéo sera diffusée sur la page d'accueil de MSN France ;
- **une cérémonie de remise des prix avec diffusion des vidéos sur grand écran** sera organisée en mars.

Les 6 films lauréats, considérés comme les plus convaincants dans le message de prévention émis :

- **seront diffusés :**
 - dans le cadre des **missions de prévention de la Ville de Paris** (notamment dans les antennes jeunesse, foyers de jeunes travailleurs, conseils de la jeunesse, clubs de prévention, etc.) et des partenaires – LMDE, Microsoft et Daily motion ;
 - à l'occasion d'**événements festifs parisiens** (festivals, concerts...)
- **serviront de base de discussion avec les jeunes** sur la consommation excessive d'alcool et ses conséquences, **notamment par l'équipe mobile d'information et de prévention santé** de la Ville de Paris, qui intervient à la demande de groupes, d'associations ou d'autres collectivités sur toutes les formes de dépendances et sur les risques liés à la consommation de substances psychoactives licites ou illicites ;
- **bénéficieront, de façon générale à l'ensemble des services de la Ville ou de structures associatives à destination des jeunes.**

Pour faire vivre le concours de novembre 2009 à mars 2010, un dispositif de communication est mis en place avec :

- un **site Internet dédié**, www.thebinge-lefilm.com, sur lequel les jeunes Parisiens pourront déposer leurs vidéos mais aussi trouver quelques conseils en matière de prévention de l'alcoolisation excessive ;
- des **affichettes** et **cartes postales** diffusées dans l'ensemble des équipements municipaux et dans les lieux de vie parisiens (bars, pubs, cinémas, etc...)
- une présence sur les sites Internet de sorties fréquentés par les jeunes Parisiens : **sortiraparis.com, parisboug.com, zepeople.com** ;
- une page dédiée au concours sur **dailymotion** et **facebook** (<http://www.facebook.com/pages/The-Binge-le-film/194467480521?ref=nf>) ;
- un relais sur la **WEBTV de www.lmde.fr** ;
- la diffusion du « trailer » sur **l'écran géant du Palais Omnisport de Paris Bercy** lors de concerts fréquentés par un public jeune ;
- la diffusion de la vidéo lauréate sur le **portail MSN France**.

Les partenaires du concours :

- Daily Motion
- Microsoft / MSN France
- la mutuelle des étudiants (LMDE)
- sortiraparis.com
- Le Palais Omnisport de Paris Bercy (POPB)