

Le deal de la TENTATION

Depuis quelques années, le commerce de la **drogue** s'est largement répandu sur les **smartphones**. Codes promo, clips façon "challenges" sur TikTok, cadeaux en tous genres: les dealers appâtent une clientèle de plus en plus jeune et libérée de la pression du trafic à l'ancienne. Témoignages.

PAR MARGAUX MENU / ILLUSTRATIONS: BOBBY DOLLAR POUR SOCIETY

Devant la scène, la lueur bleutée des écrans de téléphones greffés aux mains des fêtards laisse entrevoir leurs traits tirés. Déjà 6h, mais rien ne presse. La plupart d'entre eux ont ce qu'il faut pour tenir. À l'intérieur de la boîte, en cette fin février, près de 1000 jeunes s'agitent au rythme de lourdes basses. Ils sont venus pour que la techno leur rentre jusque dans les os. Régulièrement, des dizaines de petits cachets colorés sont avalés. La direction de cette discothèque du XIX^e arrondissement de Paris semble fermer les yeux. "C'est le jeu", souffle un videur. Une aubaine pour ceux qui ne sont pas là pour danser, mais pour dealer. "En une soirée, je peux prendre 100 numéros de téléphone et autant de profils Snapchat", raconte l'un d'entre eux, un air de défi aux coins des lèvres. Car cette nuit, ce dealer d'une vingtaine d'années, sweat noir, croix chrétienne pendue à l'oreille droite, s'intéresse davantage aux coordonnées des jeunes noctambules qu'à leur porte-monnaie. "Ils sont tous défoncés, suffit de leur demander leur 06 et c'est presque toujours 'oui'."

Plus tard, les précieux contacts seront ajoutés à la liste des "pigeons", continue le jeune trafiquant, amusé. Ils recevront des démarchages publicitaires plusieurs fois par semaine pour acheter des stupéfiants à des prix défiant toute concurrence. Ils seront inondés de vidéos ludiques, de codes promo, de réductions. Submergés de messages, d'offres à saisir au plus vite et de promesses de cadeaux en échange du parrainage de quelques copains. Des dizaines de sollicitations hebdomadaires sur tous les réseaux sociaux et leurs messageries en ligne. Tarif dégressif garanti. "Au menu, magnifique Blanche-Neige de dingue, 1 (gramme, nldr) = 70 €, 2 = 120 €, 3 = 180 €", propose par exemple l'un d'eux sur WhatsApp. Le tout en musique et ponctué de smileys plus mignons les uns que les autres. Les mots qui font peur y sont soigneusement évités: la cocaïne est surnommée "Blanche-Neige" ou "Caroline", et l'ecstasy "Tata". Et cerise sur le gâteau, il n'y a plus besoin de se déplacer: les dealers viennent directement livrer à la porte des acheteurs en une

demi-heure chrono. Aussi simple que de commander une pizza.

Des petits goodies pour appâter

"Les dealers ont tout compris, commente Yasmine Bueno, fondatrice et présidente de l'association de sensibilisation sur les dangers des activités en ligne Net Respect. Depuis deux ou trois ans, ils se sont emparés du marketing du jeu et du monde féérique des réseaux sociaux pour blanchir l'image de la drogue et rendre virale sa banalité." Le baromètre Ipsos des "addictions et leurs conséquences chez les jeunes" de l'année 2021 laisse imaginer le marché: 14% des personnes âgées de 16 à 30 ans ont déjà consommé de l'ecstasy, de la MDMA, du GHB, du poppers, du protoxyde d'azote ou du LSD. Presque autant affirment avoir essayé la cocaïne ou le crack (11%), et l'héroïne (8%). En parallèle, près d'un jeune sur deux déclare passer plus de six heures par jour devant des écrans interactifs. "Un cocktail explosif", selon Yasmine Bueno, qui juge les pouvoirs publics "ignorants"



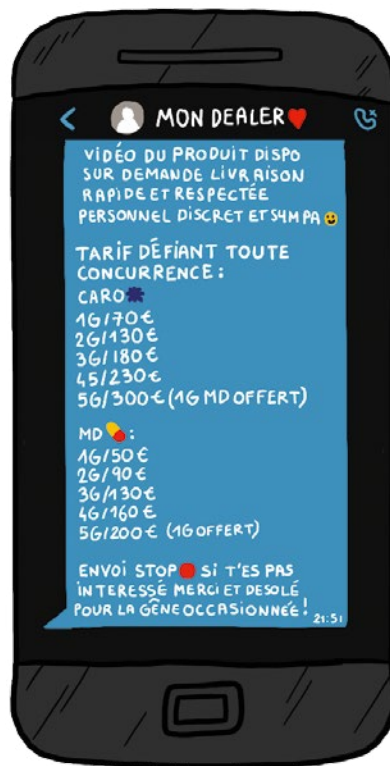
sur la question, alors que le ministère de l'Intérieur et son Office anti-stupéfiants bottent en touche lorsqu'on les interroge. Lors de ses missions de sensibilisation dans les écoles, collèges et lycées, l'éducatrice constate l'influence de plus en plus importante de la vie en ligne sur la vie réelle. "Il n'y a plus de séparation entre les deux, ce qui engendre une 'gamification' de la société, détaille-t-elle. Tout devient un jeu, la vie est composée de challenges

"En un peu plus d'un an, j'ai quasiment doublé mes revenus. Je risque moins de me faire choper, aussi"

Un dealer

à relever puis à transmettre à ses amis. Lorsqu'un dealer offre une réduction en échange de trois nouveaux clients appâtés, il propose à la fois une nouvelle expérience et un défi ludique."

Clarisse et Damien* ont 18 et 22 ans et sont en couple. Les deux Parisiens consomment tous les deux des stupéfiants depuis l'âge de 13 et 14 ans. Ces derniers temps, c'est à la cocaïne qu'ils "tournent" – "un petit bonus pour prolonger les soirées" pour le jeune homme, et un moyen de "kiffer la vie avec les potes le week-end tout en prenant en maturité" pour elle. Consommateurs réguliers, ils ont un répertoire de dealers long comme le bras. Budget mensuel: 250 à 300 euros. "On reçoit des promotions très régulièrement, témoigne Damien, directeur artistique dans une entreprise de communication. Si tu cherches à consommer, il y a toujours quelqu'un de disponible avec plein d'offres, autant à 18h qu'en fin de soirée. Enfin, vers midi, quoi..." Le couple a accumulé les petits cadeaux de ses dealers: pailles en plastique pour sniffer, petits flacons pour transporter sa consommation en soirée, feuilles "slim" pour rouler des joints, briquets en quantité. "Mais ceux qui te donnent des goodies, c'est ceux qui te vendent de la merde, a fini par comprendre Clarisse. Tu ne sais pas ce qu'il y a dedans, c'est toi et ta chance." La jeune fille et son copain en ont fait les frais. Au Nouvel An, entre les dizaines de sollicitations reçues sur leurs différents réseaux sociaux, un dealer leur a proposé trois grammes de cocaïne pour 100 euros. Un seul gramme coûte normalement entre 60 et 90 euros. "Trop beau pour être vrai", commente Damien. "La coke était coupée à la 3-MMC (une drogue de synthèse psychostimulante et hallucinogène très fortement addictive, ndlr), renchérit sa copine. On s'en est rendu compte au bout de deux semaines parce qu'on n'arrivait plus à dormir. Aujourd'hui, on sait que les promos, c'est mort, c'est trop dangereux." À la tête du Cabinet social, une société de prévention des risques liés aux addictions, l'addictologue Stéphanie Ladel confirme: "Un dealer ne vend jamais à perte. Si ce n'est pas cher, c'est que ce qu'il vend est coupé avec des produits qui peuvent être très dangereux ou que la drogue vendue n'est pas celle que le client pense acheter." Clarisse regrette l'usage de certaines substances, comme la 3-MMC, justement.



Cela la transformerait en "bête incapable de se contrôler" et l'aurait déjà poussée à accomplir des actes sexuels dont elle a honte.

Selon le baromètre Ipsos, plus d'un jeune sur deux déclare avoir "perdu le contrôle" au moins une fois au cours des douze derniers mois après avoir consommé des substances psychoactives. Pour les consommateurs réguliers, la proportion grimpe à 71%. Rien d'étonnant, selon Maria Melchior, épidémiologiste spécialiste des déterminants sociaux de la santé mentale et des addictions. "La digitalisation des modes de vente se conjugue à la société de performance d'aujourd'hui, avec tous ses effets pervers, explique-t-elle. Il y a une surenchère du dépassement de soi et donc des consommations." En quinze ans, le taux de THC dans le cannabis a presque triplé et les produits de synthèse se sont répandus comme une traînée de poudre sur le territoire, remplaçant les substances classiques et plus "pures". "On se doute qu'il y a des risques, mais on n'abuse pas non plus", tente de rassurer Jérémie, 19 ans, consommateur régulier de MDMA. Cet étudiant en mathématiques de Poitiers se "vide la tête" presque tous les week-ends. Ce qu'il préfère, ce sont les "taz". Il a découvert ces petits cachets d'ecstasy l'été dernier par l'intermédiaire d'un ami qui avait bénéficié de deux comprimés

gratuits grâce à un code promo sur Snapchat. "C'était l'occasion de tester un truc cool, donc j'ai accepté et j'ai adoré", raconte-t-il. Depuis, les taz sont devenus une composante quasi obligatoire de ses soirées. À dix euros l'unité en moyenne, le jeune homme peut se le permettre. D'autant qu'il parraine fréquemment de nouveaux clients pour son dealer en échange de réductions.

Ubérisation du deal

Ce nouveau mode de vente de stupéfiants n'a rien de fondamentalement novateur, en réalité. Il suit le cours de l'ubérisation de la société, c'est-à-dire du passage d'un modèle économique classique à un modèle digital, permettant de mettre en contact direct, instantané et continu vendeurs et acheteurs. Les dealers s'inspirent également de la *fast fashion*, cette mode qui va toujours plus vite et qui privilégie la quantité à la qualité pour renouveler l'offre le plus souvent possible et casser les prix. Chaque produit vendu isolément génère peu de marge, mais la quantité de marchandise écoulée permet d'obtenir un chiffre d'affaires plus important. "En un peu plus d'un an, j'ai quasiment doublé mes revenus, confie un trafiquant. Je risque moins de me faire choper, aussi, c'est plus sûr d'être derrière mon téléphone pour démarcher les clients." Lui-même ayant à peine dépassé la vingtaine, il sait parfaitement appliquer les codes des réseaux sociaux à son business. "On parle la même langue, dit-il, avant de détailler: Je commence toujours par demander au 'poto' s'il va bien. Ensuite, j'ajoute une phrase d'accroche pour le chauffer, du genre: 'Si tu veux t'exploser le crâne pour passer un bon week-end, voilà ce que je te propose.' Et après, je déroule mes prestations." Pour l'addictologue Stéphanie Ladel, cette nouvelle façon de faire est d'autant plus perverse: les consommateurs n'ont plus l'impression d'avoir affaire à des trafiquants, mais à de sympathiques prestataires de service. Certains ponctuent même leurs messages par le fameux "envoie stop si tu n'es pas intéressé", suivant le protocole de protection des données imposé aux entreprises légales lorsqu'elles font du démarchage publicitaire par SMS. Mais au contraire des autres, en général, ce message-là reste sans réponse. ● TOUS

PROPOS RECUEILLIS PAR MM

*Les prénoms ont été changés

Matthieu
AIKINS



« Un livre lumineux et porteur d'espoir. C'est chez ceux qui ont le plus souffert que l'on trouve le plus d'humanité. »

Les Inrocks

Seuil

Éditions
du sous-
sol