E-prévention disruptive depuis 2019 :

SITES FACTICES DE VENTE DE DROGUES EN LIGNE POUR TOUCHER DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS.

Denis Trauchessec [1], Cyriac Bouchet-Mayer [1, 2, 4], Solène Bost [2], Marc Shelly [2, 3], Michel Mau [1]

[1] E-prevention / PlaySafe Association/ Paris / France,
[2] AREMEDIA Association / Paris / France,
[3] Fernand Widal Hospital / Assistance Publique–Hôpitaux de Paris (AP-HP) / Paris / France
[4] Santésih / Univ. Montpellier / Montpellier / France.

Mots clés : e-prévention / sensibilisation / drogue

Contexte

Les trois dernières décennies ont été marquées par le développement du chemsex, la diversification des produits avec les nouvelles substances psychoactives (NSP) et les nouvelles technologies permettant l'achat en ligne et la rencontre de partenaires de consommation via les applications tout en restant dans des sphères privées (Trend, Cadet-Taillou, 2020).

En raison de ces dernières, il est devenu plus compliqué d'atteindre les consommateurs, à des fins de documentation de leurs usages et de leur population, et de concevoir des dispositifs de santé publique à destination des consommateurs, autrement qu'en ciblant des métapopulations connues pour leur consommation supérieure à la population générale (Léobon et al., 2018 ; Talley et al., 2011).

Méthode

L'association PlaySafe a conçu deux sites internet factices, l'un vendant du GBL, l'autre des NSP. Ces sites utilisent les mêmes codes graphiques et syntaxiques que les principaux sites du secteur, avec pour exceptions notables :

1. l'ajout de drogues factices, telles que la "Love machine", sans indication de composition mais suggérant des effets
2. une redirection automatique vers une page de promotion de la santé en lieu et place de la finalisation du paiement.

Les informations collectées sont les suivantes : région de livraison, année de naissance, genre, utilité perçue des messages de promotion de la santé, recommandation aux amis, contenu et quantités du panier d'achat, temps d'affichage de chaque page, et les données collectées via Google Analytics.

Résultats

	SHOPGBL Site factice GBL* Lancé en Sept. 2019	MYGRAMS.EU Site factice NPS** Lancé en Avr. 2021
Résultats basés sur	56 Mois	37 Mois
Tentatives de commandes passées	9 056	21 942
Chiffre d'affaire hypothétique	1 311 468€	8 364 630€
Moyenne du temps passé sur la page de prévention	1 min. 31 sec.	1 min. 21 sec.
Total du temps passé sur la page de prévention	9 jours 12 h. 54 min.	20 jours 13 h. 41 min.
% d'individus considérant le contenu préventif utile	85 %	85 %
% d'individus qui recommanderaient le site à autrui	76%	78%

Conclusions

Cette approche innovante à permis de cibler de manière précise une population difficilement atteignable par la recherche en santé publique et les dispositifs de prévention.

Il semble intéressant d'approfondir la prévention en ligne, d'autant plus que la majorité des personnes interrogées considèrent l'expérience comme utile et digne d'être recommandée.

Play Safe
www.playsafe.fr

AREMEDIA
LES CLÉS DE LA PRÉVENTION

*www.shopgbl.com

**www.mygrams.eu