



**PRÉFET
DE LA LOIRE-
ATLANTIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Secrétariat général
commun
départemental**

CONCOURS EXTERNE D'ADJOINT ADMINISTRATIF PRINCIPAL DE 2^e CLASSE DE L'INTÉRIEUR ET DE L'OUTRE-MER

Session 2025 – Région Pays de la Loire

Épreuve écrite d'admissibilité

Épreuve écrite qui consiste à partir d'un dossier documentaire n'excédant pas cinq pages, en la rédaction d'une courte note permettant d'évaluer les qualités rédactionnelles et d'analyse des candidats.

Durée : 1h30 – Coefficient 1

IMPORTANT

Aucune signature ou signe distinctif ne doit apparaître dans votre composition sous peine d'exclusion du concours.

Utiliser une encre bleue ou noire à l'exclusion de toute autre couleur et sans panachage.

Ce dossier comprend 5 pages, à l'exception de celle-ci.

Vous êtes assistant-e de communication au sein du cabinet du préfet de Loire-Atlantique. Votre chef de service vous demande, dans la perspective d'une prochaine réunion de service, de rédiger un texte sur la campagne de communication du ministère de l'Intérieur sur la lutte contre le narcotrafic.

À partir des documents présentés dans les pages suivantes, à savoir :

- 1. article internet de la préfecture de Loire-Atlantique « campagne du ministère de l'Intérieur contre le narco-trafic »**
- 2. article de Ouest-France du 6 février 2025 « Narcotrafic : une campagne inédite lancée pour créer un « électrochoc » chez les consommateurs »**
- 3. article du Figaro du 6 février 2025 « Alors que le trafic de drogue explose, Bruno Retailla dégage une campagne choc »**
- 4. publications sur les réseaux sociaux Facebook et LinkedIn**

Vous rédigerez un texte de 2 pages manuscrites maximum ou une page dactylographiée en Marianne 12 maximum, visant à exposer, de manière synthétique, et sans paraphraser les documents, les enjeux et les modalités de la campagne de communication du ministère de l'Intérieur sur la lutte contre le narcotrafic.

Document 1 - Source : site internet de la préfecture de Loire-Atlantique <https://www.loire-atlantique.gouv.fr/Actualites/Campagne-du-ministere-de-l-Interieur-contre-le-narcotrafic>

Campagne du ministère de l'Intérieur contre le narcotrafic



Le marché des stupéfiants concerne tous les pays du monde, y compris la France. Du trafiquant au consommateur, il constitue une longue chaîne meurtrière où les victimes se comptent par centaines.

Du 9 février au 2 mars 2025, le ministère de l'Intérieur lance une vaste campagne de sensibilisation sur le sujet : « Chaque jour, des personnes payent le prix de la drogue que vous achetez. »

Une offre en hausse, plus de consommateurs

En 2024, les infractions liées aux stupéfiants ont nettement progressé, que ce soit pour l'usage (+10 %) ou le trafic (+6 %). Cannabis, cocaïne, héroïne, nouveaux produits de synthèse... la liste n'est pas exhaustive. Les consommateurs appartiennent à toutes les classes d'âge.

Alors qu'ils représentent 14 % des résidents en France, les 18-29 ans constituent près ou plus de la moitié des mis en cause pour la plupart des atteintes aux biens et pour les infractions à la législation des stupéfiants : 64 % des mis en cause pour usage de stupéfiants.

Du trafiquant au consommateur, le narcotrafic tue. Overdoses, règlements de comptes, fusillades, enlèvements avec séquestration... Le trafic de stupéfiants draine dans son sillage des victimes toujours plus nombreuses et plus jeunes. En 2023, 8 534 armes ont été saisies en lien avec le trafic de stupéfiants.

Une cause nationale

De nombreuses villes moyennes en France sont de plus en plus confrontées au trafic de stupéfiants. L'âge moyen des auteurs de violences en lien avec les trafics a diminué au cours des dernières années et le recours aux armes est banalisé, ce qui conduit à une augmentation des victimes directes et collatérales du trafic de stupéfiants. Le narcotrafic est une cause racine d'autres crimes et délits et représente une menace contre notre démocratie et nos institutions, notamment à travers le phénomène de corruption.

Il est primordial d'agir de manière ferme et déterminée sur la consommation de drogue (cocaïne, cannabis, MDMA/ecstasy, héroïne) en responsabilisant les consommateurs

L'OFAST en chef de file

Face à la menace, la Police nationale, la Gendarmerie nationale, les douanes, la Marine nationale sont fortement mobilisées. C'est l'Office antistupéfiants (Ofast - direction nationale de la Police judiciaire) qui coordonne le travail de ces différentes entités. Au 1er janvier 2025, l'OFAST comprend un effectif total de 201 agents au niveau central et de 402 agents au niveau territorial.

L'office s'appuie notamment sur les 104 Cellules de renseignement opérationnel sur les stupéfiants (CROSS), implantées dans chaque département, qui sont chargées d'enrichir et de faire circuler le renseignement opérationnel en matière de stupéfiants. Les territoires ruraux sont certes moins denses mais bien plus vastes, ce qui complexifie l'action des forces de l'ordre. Les forces de sécurité agissent donc de manière coordonnée en lien constant et permanent avec les maires, sous l'égide des préfets et des procureurs à travers les CROSS et au niveau central, l'OFAST.

Les conséquences du trafic de stupéfiants

La drogue nourrit dans certains quartiers une économie parallèle qui affaiblit les finances publiques, réduit l'attractivité de ces territoires, rend dépendantes des familles entières à cette ressource et les détourne d'activités professionnelles légales. Elle donne aux trafiquants des ressources financières leur permettant de nourrir d'autres activités criminelles, voire le terrorisme dans certains pays (en France le constat n'est pas si évident à ce stade).

Elle conduit à une dégradation du cadre de vie et réduit d'autant les efforts de la politique de la ville. Elle détruit la jeunesse de mineurs attirés par des gains « faciles » et l'image mythifiée du trafiquant tout puissant (à l'instar du film Scarface, qui fait florès dans certains quartiers) et banalise toutes formes de violence.

Elle génère des concurrences territoriales à l'origine de crimes (dont les règlements de compte) et délits visant à préserver la main de réseaux : homicides, enlèvements/séquestrations, mutilations, dégradations, violences, menaces, chantages... et produit des victimes collatérales.

Elle menace nos forces de l'ordre, prises à partie dans certains quartiers telles des bandes jugées « rivales » (guet-apens, mortiers d'artifice, violences, menaces...).

Elle stimule la corruption parmi les agents publics et privés les plus vulnérables.

Elle est responsable d'une part des décès et blessés au volant.

Elle tue et abîme la santé et génère en conséquence des dépenses pour la collectivité. Elle réduit en particulier le potentiel de la jeunesse, au corps et au psychisme plus vulnérable à ces atteintes

Sensibiliser les consommateurs

Pour alerter les consommateurs sur les dangers du narcotrafic, le ministère de l'Intérieur lance une vaste campagne de sensibilisation du 9 février au 2 mars 2025. Cette initiative met l'accent sur l'impact direct de l'achat de drogues sur la société et se veut un appel à la prise de conscience collective. En responsabilisant chaque citoyen, cette campagne entend briser les chaînes du marché illégal et contribuer à la réduction de l'offre et de la demande. Par des messages percutants et des actions de prévention ciblées, elle invite chacun à réfléchir aux conséquences de ses choix.

Le slogan percutant de la campagne a fait l'objet d'un sondage auprès du grand public. Enfin, Le financement de cette campagne de sensibilisation est inédit puisqu'il repose sur les sommes confisquées aux trafiquants par les tribunaux et versées sur le compte du fonds de concours « drogues » géré par la mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA).

La diffusion de la campagne se déclinera sur 3 vecteurs : la télévision, l'affichage dans les transports, le digital (réseaux sociaux, plateformes de streaming, replays d'émissions TV...). Une diffusion large du clip sur l'ensemble des chaînes de télévision permettra de toucher de manière conséquente le grand public. En parallèle, la campagne sera déclinée via un affichage digital dans les transports publics (gares, stations de métro et de RER). Enfin, une diffusion du film sur les plateformes de streaming et de replay permettra de sensibiliser le cœur de cible de la campagne, les personnes entre 15 et 34 ans.

Document 2 - Article Ouest France



Narcotrafic : une campagne inédite lancée pour créer un « électrochoc » chez les consommateurs

Publié le 06/02/2025 sur le site internet de Ouest France à 15h41

Une campagne de communication sera lancée le 9 février pour « culpabiliser » les consommateurs de drogue, a annoncé le ministère de l'Intérieur ce jeudi 6 février. Un clip sera diffusé à la télévision et sur les réseaux sociaux.

Une campagne « électrochoc ». Le ministre de l'Intérieur, Bruno Retailleau, a annoncé le lancement d'une campagne de communication à destination des consommateurs de stupéfiants pour les « culpabiliser » et lutter contre le narcotrafic, jeudi 6 février 2025.

« **C'est une première parce que la campagne que nous allons diffuser n'est pas une campagne de sensibilisation, mais une campagne de culpabilisation** », a affirmé Bruno Retailleau lors d'une conférence de presse place Beauvau, cité par l'AFP.

Diffusée du 9 février au 2 mars

Dans ce clip d'une vingtaine de secondes sur fond noir se succèdent des images d'un joint allumé, puis d'un lampadaire qui s'enflamme, tout comme une peluche ou encore une voiture. Il sera diffusé à partir du dimanche 9 février et jusqu'au 2 mars, à la télévision, sur les réseaux sociaux, les plateformes de streaming et par des affiches dans les transports. Avec le slogan : « **Chaque jour, des personnes payent le prix de la drogue que vous achetez** », le gouvernement espère marquer la population comme ont pu le faire les « **images qui choquaient** » dans les clips de la sécurité routière, a détaillé Bruno Retailleau.

Une campagne financée par les biens confisqués aux trafiquants

La campagne se veut en « rupture » pour créer « un électrochoc » et « responsabiliser les consommateurs », a ajouté le ministre, pour qui « fumer un joint, prendre un rail de cocaïne, c'est avoir du sang sur les mains ». Elle sera financée « par les biens qui sont confisqués aux trafiquants de drogue », a précisé le ministre.

La consommation crée « de la dépendance », a rappelé Nicolas Prisse, président de la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (Mildeca), ajoutant que « le cerveau n'est pas mature à 25 ans ». Le médecin a indiqué que « les drogues et les tendances addictives » ont « un coût social de près de 8 milliards d'euros » en France.

Le lancement de la campagne intervient au moment où le gouvernement affiche sa fermeté contre le trafic de stupéfiants, en soutenant la proposition de loi narcotrafic, adoptée quasiment unanimement au Sénat cette semaine.

Le texte, désormais transmis à l'Assemblée nationale, prévoit notamment la création d'un parquet national anticriminalité organisée (Pnaco), des mesures antiblanchiment et de nouveaux outils pour les enquêteurs.

Document 3 - Source : <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/alors-que-les-narcotrafics-explosent-retailleau-degaine-une-campagne-choc-20250206>



Alors que le trafic de drogue explose, Bruno Retailleau dégage une campagne choc

Par Christophe Cornevin

Publié le 6 février à 11h28, mis à jour le 6 février à 17h51

Percutante, elle sera diffusée à partir de dimanche pour «mettre les consommateurs face à leur responsabilité». En 2024, le trafic a été élaboussé de sang, avec 367 assassinats et tentatives d'assassinats.

«*Chaque jour, des personnes payent le prix de la drogue que vous achetez*» : finissant par l'image choc d'une silhouette en flammes allongée sur le sol, le clip de la nouvelle campagne de lutte contre le narco banditisme, la consommation et les trafics de stupéfiants est taillé sur mesure pour frapper les esprits. Lancée par le ministère de l'Intérieur et dévoilée ce jeudi place Beauvau par Bruno Retailleau, l'opération promet d'être «innovante» afin de «responsabiliser les consommateurs» et de «leur faire prendre conscience de leur culpabilité» lorsqu'ils nourrissent une économie mortifère en fumant un joint «récréatif» ou en sniffant un «rail» de cocaïne.

«*J'insiste: ce n'est pas une campagne de sensibilisation mais une campagne de culpabilisation, martèle le ministre d'État. J'assume de choquer car je veux créer un électrochoc dans la société. Il faut briser la mécanique des conduites addictives*». Car, comme le raconte le clip, la poudre blanche peut elle aussi s'embraser, comme symbole du plus redoutable des carburants criminels. «*J'assume aussi de rompre avec la logique victimaire qui déresponsabilise les consommateurs de leurs actes, démobilise une partie de la société et invisibilise les victimes par centaines*», lâche encore Bruno Retailleau qui fait de la lutte contre les narcotrafics «une grande cause nationale, à la manière de ce qui a été fait contre le terrorisme après les attentats de 2015».

Les 15-35 ans cœur de cible

Diffusée à partir de ce dimanche et jusqu'au 2 mars, la campagne sera relayée par affichage dans les transports mais aussi sur les réseaux sociaux, les plateformes de streaming ainsi que sur les chaînes de télévision qui diffuseront en boucle un clip percutant. Cœur de cible visé ? Essentiellement les personnes de 15 à 35 ans. Financée par le produit des biens confisqués aux trafiquants, cette campagne est impérieuse au regard des ravages qu'elle produit à travers le pays. Comme le rappelle la dernière étude de l'Observatoire français des drogues et des tendances addictives (OFDT), la demande de cocaïne n'a jamais été aussi forte: 1,1 million de personnes en ont consommé au moins une fois en France en 2023. Dans le même temps, le cannabis reste la drogue la plus consommée, avec plus de cinq millions d'utilisateurs répertoriés dans le pays. Les drogues de synthèse poursuivent leur percée, les consommateurs de MDMA sont passés de 400 000 à 750 000 personnes entre 2019 et 2023.




Alors que les «narcos» renouvellent sans cesse leur offre, notamment avec la mise en circulation d'une nouvelle «cocaïne rose» qui se développe à grande vitesse, les trafics prennent des dimensions astronomiques. Nicolas Prisse, président de la Mission

interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (Mildeca), a rappelé que le marché de la drogue est évalué à 6,8 milliards d'euros - 3 milliards de chiffre d'affaires pour la cocaïne - , avec un coût social désormais estimé à 8 milliards d'euros. Médecin de santé publique, Nicolas Prisse affiche aussi son refus face à la légalisation du cannabis, qu'il assimile à une «*fausse bonne idée, fondée sur de fausse information*». Vent debout, Bruno Retailleau l'assure: «*la légalisation, c'est la voix de l'échec*». «*Les narcos n'attendent que cela*», prévient le premier flic de France qui rappelle, au passage, que la légalisation s'est traduite au Canada par une augmentation de 40% de l'offre illégale et une hausse de 75% des trafics en Californie.

Document 4 - Publications sur les réseaux sociaux Facebook et LinkedIn

facebook

in

 **Préfet des Pays de la Loire et de la Loire-Atlantique**  18 h · 

#ContreLeNarcotrafic | Même occasionnelle, chaque consommation alimente le narcotrafic, vous avez le pouvoir d'y mettre fin.
Pas de narcotrafic sans clients.



 7

14  2 

 **Ministère de l'Intérieur** 244 668 abonnés 18 h · 

#ContreLeNarcotrafic | Derrière un « simple rail », il y a des trafiquants, des meurtres, des enlèvements...

Le narcotrafic ne fonctionne que parce qu'il y a des clients. Moins de consommateurs = moins de violence.



 110

7 commentaires · 18 republications

 J'aime

 Commenter

 Republier

 Envoyer