

Le Groupement suisse des spiritueux de marque condamne le « Devil Bag »

Le Groupement suisse des spiritueux de marque condamne avec vigueur la fabrication et la distribution du « Devil Bag », sachet de plastique de 20 ml contenant un spiritueux, tel que rhum, whisky ou autre.

Non seulement ce conditionnement est de nature à attirer les plus jeunes, mais sa petite taille le rend facile à introduire dans une boîte de nuit et à rajouter à la boisson commandée, favorisant ainsi la surconsommation. Ce type de produit ne peut donc que faciliter le « binge drinking », autrement dit la cuite du samedi soir.

En outre, son graphisme est particulièrement choquant. Le dessin d'une jeune fille très décolletée, aux cornes diaboliques, assorti du slogan « déchire-moi et prendre-moi » (*sic*), véhicule une image dégradante de la femme, ce qui n'est pas acceptable.

Le GSM rappelle qu'il s'est engagé de longue date tant en faveur d'une consommation responsable et modérée que pour le respect de la loi sur l'alcool qui interdit la vente de spiritueux aux mineurs. Le Groupement vient d'ailleurs de mettre à jour le matériel de formation pour personnel de vente, « Comment dire non au moins de 18 ans ? ». Ce matériel, gratuit, se compose d'un DVD, d'un support de cours et de dépliants.

Pour toutes informations complémentaires, veuillez contacter Alexandra Rys au numéro 022 702 16 55.

Le GSM regroupe les sociétés suivantes : Appenzeller Alpenbitter, Bacardi-Martini (Schweiz), Campari Schweiz, Dettling & Marmot, Diageo Suisse, Haecky Drink, Lateltin, Moët Hennessy (Suisse), Pernod Ricard Swiss.