## ET TOI, TEN PENSES QUOI?

# BOISSONS ÉNERGÉTIQUES & ÉNERGISANTES

## INTRODUCTION

Que boivent les jeunes ? Certains privilégieront tout simplement l'eau, d'autres préfèreront peutêtre les boissons plus sucrées comme les sodas, ou encore les boissons dites «énergétiques» et «énergisantes». L'équilibre entre toutes ces boissons n'est pas toujours simple à trouver. En effet, la variété des choix de boissons est très large, il y'en a pour tous les goûts, et plus encore. Les stratégies marketing continuent de se diversifier pour séduire toujours plus de consommateurs, dont les jeunes, et influencent sans aucun doute l'idée que ceux-ci se font de leur boisson favorite. Cette fiche thématique se focalise sur les boissons qualifiées d' «énergétiques» et d' «énergisantes».

## **OBJECTIFS DE L'ANIMATION**

- Permettre au jeune d'identifier les différences entre boissons énergétiques et énergisantes
- Encourager le jeune à prendre conscience des effets de ces boissons sur la santé
- Favoriser l'esprit critique du jeune quant aux stratégies de marketing utilisées pour encourager la consommation de ces boissons





# REPRÉSENTATIONS DE L'ANIMATEUR

Avant d'entamer l'animation, il est fortement recommandé de vous questionner sur vos propres représentations liées à la thématique. En effet, lors du débat, les adolescents échangeront des idées (avis, opinions, arguments) auxquelles vous adhérerez ou au contraire auxquelles vous serez opposé. Et c'est tout à fait normal. Les expériences uniques de chaque individu façonnent la manière d'interpréter certains sujets. Dès lors, les notions de respect, de jugement et de représentations sont étroitement liées.

En tant qu'animateur, il est donc essentiel d'être attentif à ses propres représentations, de ne pas les exprimer afin qu'elles n'interfèrent pas dans le débat des adolescents. Ils risqueraient de se sentir jugés et la spontanéité du débat en serait affectée.

Rappelons-le, l'important est que les jeunes puissent s'exprimer sans tabou, ni crainte d'être jugés. L'attitude de l'animateur doit être accueillante et respectueuse.

Si la thématique constitue un sujet sensible pour vous, il est par exemple possible de co-animer le débat avec une personne à l'aise avec le thème.

## **THÉORIE**

Il existe une grande confusion entre les boissons «énergétiques» et les boissons «énergisantes». Un premier élément de confusion est lié à la ressemblance entre leurs deux noms issus de la même racine «énergie». Un autre point qui crée l'ambiguïté est lié aux messages véhiculés par le marketing, ces 2 types de boissons auraient le même effet: redonner de l'énergie! S'il est vrai qu'elles ont toutes les 2 un effet stimulant, elles ne s'adressent pas aux mêmes publics, ne répondent pas aux mêmes besoins et ne présentent pas les mêmes effets sur la santé.

### Les boissons énergétiques (Isostar®, Extran®, Gatorade®, Aquarius®, Hydrixir®, etc.).

Ce sont des boissons **destinées aux sportifs**, contenant de l'eau, du sucre (en teneur moyennement élevée: entre 4 et 8 g environ par 100 ml, ou édulcorant pour les versions «light»), des vitamines du groupe B (utiles pour la production d'énergie entre autre), des sels minéraux (sodium, potassium, magnésium, etc.) et des antioxydants (vitamine C). Prévues pour **réhydrater et reconstituer les stocks de ces nutriments**, elles peuvent être **utiles en cas d'effort physique prolongé** et/ou intense. Elles procurent une sensation de rafraichissement et de bien-être grâce à la réhydratation et aux autres composants qui permettent de lutter contre la fatigue et qui redonnent ainsi de l'énergie au corps, et ce sans inclure de composant stimulant tel que la caféine par exemple. Ces boissons sont donc inutiles dans le cas d'un effort réduit, comme une session d'une heure de sport peu intensive.





Les risques pour la santé sont modérés. La composition de ce type de boisson est assez simple (voir tableau comparatif à la fin de la fiche thématique), cependant il est nécessaire de rester vigilant au vu de la teneur en sucre qui reste élevée, en particulier pour les personnes qui suivent un régime alimentaire spécifique.

### Les boissons énergisantes (Red Bull®, Burn®, Drink energy®, Monster®, Tao Energizer®, Nalu®, etc.)

Ces boissons s'adressent à un **public beaucoup plus large**. On les appelle aussi «smart drinks» ou encore «energy drink». Elles sont essentiellement composées d'un mélange d'ingrédients aux effets stimulants: sucre (teneur élevée: 10 à 14 g par 100 ml, ou édulcorant pour les versions «light»), caféine à haute dose, vitamines B, taurine (un acide aminé), créatine (une protéine), glucuronolactone synthétique, guarana (source de caféine), ginseng, ginkgo biloba, etc. La promesse de ces boissons: **donner un grand coup de boost**!

La consommation de ces boissons continue d'augmenter (par exemple : 70 millions de canettes de la marque Red Bull® vendues en 2010 déjà en Belgique et 6,79 milliards de canettes dans le monde en 2018). Les jeunes constituent un public cible privilégié. Ces derniers en consomment régulièrement, parfois en quantités importantes (4 canettes par jour et plus). Une étude en Europe de 2019 a rapporté que 20 % des jeunes entre 10 et 17 ans boivent régulièrement des boissons énergisantes dont 3 % tous les jours.

Comparativement aux boissons énergétiques, les boissons énergisantes présentent davantage de risques pour la santé dus à la présence des composants suivants :

- La caféine contenue dans une canette (33 cl) équivaut à 1 tasse de café et l'association caféine-taurine en décuple les effets.
- Les effets de la taurine à des doses aussi élevées (10x plus dans une canette que dans une alimentation normale sur une journée) n'ont pas encore été étudiés de façon minutieuse.
- Le glucuronolactone est réputé nocif pour les reins et le foie, à dose élevée. Or, la teneur en glucuronolactone de ces boissons n'est que très rarement révélée/indiquée.

Selon la corpulence, l'état de vigilance, la tolérance à la boisson, le contexte de consommation, etc., les effets de la boisson énergisante peuvent varier. Ajoutons à cela que ces boissons sont aussi déconseillées à des publics plus spécifiques :

 aux sportifs après l'effort physique intense car elles n'hydratent pas, bien au contraire elles déshydratent (entre autre à cause de leur effet diurétique) et risquent par ailleurs d'augmenter le rythme cardiaque. Ces deux effets combinés accroissent fortement le risque de blessures musculaires et de crise cardiaque.





- aux personnes qui souffrent de troubles cardiaques, en effet la caféine (et autres composants stimulants) contenue dans les boissons énergisantes peut engendrer des irrégularités du rythme cardiaque ou encore des augmentations de la pression artérielle selon le Dr Ivan Rusyn, directeur de l'étude Relationships between constituents of energy drinks and beating parameters in human induced pluripotent stem cell (iPSC)-Derived cardiomyocytes (2021).
- aux personnes qui ont un diabète de type II. Au vu de la teneur en sucre particulièrement élevée des boissons énergisantes, en boire une canette nécessiterait de rééquilibrer le reste de l'alimentation de la journée. Si cela n'est pas fait, la consommation de cette boisson entrainerait une charge glycémique trop élevée.
- aux personnes qui présentent des troubles de l'attention et/ou de la concentration, ou encore du sommeil. Une croyance populaire persiste: les boissons énergisantes permettent de mieux se concentrer (lors d'un examen par exemple) ou encore de rester éveiller plus longtemps. Ces affirmations sont pourtant très variables d'un individu à l'autre. Chez certaines personnes, la consommation de ces boissons causerait au contraire un risque plus grand de développer des symptômes d'hyperactivité associés à des troubles du comportement (agitation, irritabilité, etc.) et non d'augmenter les capacités de concentration. On peut également évoquer les troubles qui atténueraient la durée et l'efficacité du sommeil. Ainsi, même si on tient plus longtemps éveillé, on n'en est pas pour autant plus performant. L'effet obtenu est donc contre-productif.

Évoquons aussi les risques liés aux mélanges alcool et boissons énergisantes (Vodka-Red Bull®, par exemple): l'association caféine-taurine-alcool décuple les effets, positifs et négatifs, de chacun des composants. Bien que certains de ces effets soient justement le résultat recherché par les consommateurs, rappelons que leur multiplication accroit considérablement les risques spécifiques tels que l'augmentation du rythme cardiaque, des troubles de l'attention, de la déshydratation, etc. Il est conseillé de consommer quelques verres d'eau entre les cocktails afin de réduire ces risques.

### Es stratégies marketing

S'il y a tant de risques, pourquoi sont-ils si populaires auprès des jeunes? Le marketing qui entoure ces types de boissons, en particulier les énergisantes, est massif et est principalement dirigé vers les jeunes. Les stratégies de marketing sont pensées de sorte à encourager l'initiation à ces boissons et à fidéliser les consommateurs.

La diversité des stratégies utilisées est très vaste. À titre d'exemples, on peut citer celles-ci:

• Le neuromarketing: cette technique est fondée sur le fonctionnement de l'activité neuronale. L'idée est d'encourager le consommateur, en l'occurrence le jeune, à faire un choix émotionnel guidé, par exemple, par son sentiment d'appartenance à un groupe. On peut évoquer Red Bull® et «sa famille» de sportifs de l'extrême que de nombreux jeunes admirent.







- On peut aussi faire appel aux 5 sens pour concevoir l'identité du produit et le rendre ainsi le plus séduisant possible. Le concept comprend alors la définition d'un slogan, une mise en scène, une bande son, un packaging caractéristique au public tel que la taille, le format (canette classique/grande/slim, les shots, les bouteilles), les couleurs, le logo, etc.
- La multiplication des supports de publicité : on peut alors dénombrer des messages à répétition sous différents canaux qui finissent par s'ancrer dans l'inconscient du consommateur.
- Le placement de produits dans différents médias (séries, films, etc.) ou encore par le biais du marketing d'influence avec les réseaux sociaux (influenceurs/youtubers).
- Le greenwashing, une stratégie très tendance qui promeut tous les éléments qui font écho à la nature, à la consommation durable, bio, etc. L'idée est bien que le produit soit identifié comme un produit sain et respectueux de l'environnement. Le produit affichera donc des couleurs « vertes », des images de fruits/plantes. Cependant, un peu de méfiance n'est pas de trop. En effet, derrière cette communication « responsable » se cache parfois des pratiques peu cohérentes avec les messages du produit.

La variété de produits augmentera toujours plus sur le marché. L'important est de rester attentif à la composition du produit et à ses effets possibles sur la santé, et de ne pas se fier uniquement à l'image véhiculée par les stratégies marketing.

Si vous souhaitez développer davantage la partie «Marketing», n'hésitez pas à parcourir le Dossier pédagogique et vidéos «Déballe ta pub! L'influenceur de ton assiette, c'est toi.», de la Mutualité chrétienne.





### Tableau des apports

Boissons	Teneur caféine /100 ml	Teneur sucre /100 ml	Total par boisson	Autres éléments stimulants et/ou facteurs de risque (ex : allergène) (liste non exhaustive)
Café filtre	60-70 mg	0 g	Une tasse (125 ml) = 75-87 mg caféine	
Espresso	130 mg	0 g	Une tasse (50 ml) = 65 mg caféine	
Thé	7.9	0 g	32,5 mg caféine par tasse	
Coca-Cola® – Pepsi®	10 mg	10 g	33 mg caféine et 33 g de sucre par canette (33 cl)	Acide phosphorique, colorant articifiel caramel
Coca light® et Zéro®	12 mg	0 g	40 mg caféine et 0 g de sucre par canette (33 cl)	Édulcorants (aspartame, acésulfame-K)
Red Bull® / Burn®	32 mg	14 g	80 mg caféine et 35 g sucre par canette (25 cl)	Taurine, glucuronolactone
Tao Energizer®	32 mg	13.7 g	80 mg caféine et 34.25 g sucre par canette (25 cl)	Guarana, ginseng, açai
Monster Energy (Khaos®,Ripper®, Original®)	33 mg	11 g	82 mg caféine et 28 g sucre par canette (25 cl)	Taurine, ginseng, L-carnitine, guarana
Monster Energy Anty-Gravity®	64 mg	11 g	160 mg caféine et 28 g sucre par canette (25 cl)	Taurine, ginseng, L-carnitine, guarana
Nalu <sup>®</sup>	32 mg	4.7 g	80 mg caféine et 12,5 g sucre par canette (25 cl)	Acidifiants, édulcorants (asparthame, acésulfame-K)
Tao Infusion®	Variable selon type de thé infusé	4.5 g	Environ 80 mg de caféine par canette selon le type, de 13 à 20 g de sucre par canette (25 cl)	Ginkgo biloba, gingembre, guarana, acérola
Aquarius®	0	7.9 g	0 mg caféine et 15.8 g sucre par canette (50 cl)	
llsostar® Fitness	0	0 g	/	L-Carnitine, acidifiant (acide citrique), édulcorants (acésulfame-K et sucralose)
Gatorade <sup>®</sup>	0	3.9 g	19.5 g pour une bouteille de 500 ml	Acidifiant (acide citrique)
Hydrixir®	0	3.3 g	20 gr de sucre pour une bouteille de 600 ml	Acérola





# RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

- Brochure « Et toi, tu bois quoi ? Energy drinks & co », de la Mutualité chrétienne
  https://www.mc.be/media/BRO\_Energy\_drinks\_FR\_2018\_BD\_tcm49-55280.pdf
- Dossier pédagogique et vidéos « Déballe ta pub, l'influenceur de ton assiette, c'est toi. », de la Mutualité chrétienne

https://www.mc.be/la-mc/conseil-aide/infor-sante/deballe-ta-pub

- Rapport sur les boissons «énergisantes», European food safety authority
  https://www.efsa.europa.eu/fr/press/news/130306?utm
- Les boissons énergisantes augmentent le risque de blessures chez le sportif, *Institut de recherche du bien-être de la médecine et du sport santé*

https://www.irbms.com/boissons-energisantes-augmentent-risque-de-blessures



## **ANIMATION FRASBEE**



Lors de l'animation, il vous est suggéré de noter les différentes familles de boissons sur un tableau au préalable, et vous assurer que les notions sont bien comprises par tous. Il peut également être intéressant d'afficher/ de mettre à disposition des photos des différents types de boissons abordés et présents sur le marché.

### 1. Quand on est KO, boire un Red Bull® ça donne vraiment des ailes.

Les effets d'une boisson énergisante telle que le Red Bull® peuvent être différents d'une personne à l'autre. La teneur en caféine est très forte, boire une canette peut donc avoir un effet stimulant. De temps en temps, en consommer peut être utile et boostant. La consommation journalière peut cependant s'avérer plus problématique et plus risquée. Les ailes ne sont donc pas garanties à chaque gorgée, contrairement à ce que la pub suggère.

Attention : les boissons énergisantes sont tout à fait déconseillées lors de la pratique sportive.

### 2. Après le sport, la boisson qui fait le plus de bien c'est l'Aquarius®.

Avant – pendant – après l'effort physique, la boisson la plus saine reste l'eau. À défaut d'en boire après son match, les boissons énergétiques sont une alternative. En effet, si l'effort est intense et prolongé, le corps peut avoir besoin de minéraux de manière à se réhydrater, et de sucre pour satisfaire ses besoins et éviter de vider ses réserves.

Attention : les boissons énergisantes sont tout à fait déconseillées lors de la pratique sportive.

# 3. Mélanger alcool et boisson énergisante, ça ne donne forcément que de mauvais effets.

De nombreux ados et jeunes adultes explorent leurs limites, et recherchent des moyens de ressentir des sensations fortes. Ces cocktails rencontrent ainsi un grand succès. Bien que ces sensations procurent une forme de plaisir, il est important de rappeler que ces cocktails ne sont pas sans risque (augmentation du rythme cardiaque, de déshydratation, de trouble de l'attention, etc.).





### 4. Je préfère boire un Nalu®, ça me booste et c'est naturel.

Le marketing privilégie beaucoup la stratégie du greenwashing auprès des consommateurs. Le nom du produit, son slogan, sa mise en scène, l'association avec un profil de consommateur (sportif, par exemple), ou encore l'emballage du produit seront orientés «santé», «nature», «bio», etc. De plus en plus de boissons associent ces concepts «green» et les ingrédients stimulants, on parle alors de «smart drinks». L'identité est construite de toutes pièces pour séduire le jeune soucieux d'une consommation saine et respectueuse de l'environnement. Cependant, derrière l'aspect «sain», il s'agit malgré tout d'une boisson énergisante avec un taux de caféine et de sucre très élevé. Il est donc conseillé de modérer sa consommation.

### 5. Ce qui pose problème dans un Monster®, c'est la quantité de caféine.

La caféine est une substance néfaste lorsqu'elle est prise en grandes quantités et de manière régulière. Mais ces boissons contiennent également d'autres substances qui peuvent avoir des effets néfastes, décuplés par la caféine : taurine, L-carnitine, glucuronolactone, etc.

### 6. Un Red Bull®, ça aide à mieux se concentrer pour étudier.

Ces boissons donnent effectivement un coup de fouet et retardent les effets de la fatigue. Mais la vigilance n'en est pas forcément améliorée et les performances ne seront pas optimales non plus, car la mémorisation est plus efficace avec un esprit calme.

### 7. Si tout le monde en boit, ça me donne envie d'en boire.

Tout le monde en boit, mais est-ce vraiment par choix/plaisir ou est-ce parce que le marketing nous y a conditionnés? Le marketing joue beaucoup sur cet aspect « communauté » afin de séduire un maximum de jeunes avec des publicités qui marquent les esprits (humour, choc, style de vie, etc.), des placements de produits dans les films/séries ou sur les réseaux sociaux (youtubeurs, influenceurs), sans compter les distributions d'échantillons sur des lieux bien fréquentés, et la présence sur des évènements populaires.

