



RAISONS DE SANTE 311 – LAUSANNE

Unisanté – Centre universitaire de médecine générale et santé publique
Groupe de recherche sur la santé des adolescents – GRSA

Les boissons énergisantes et les jeunes : un point sur leur consommation

Yara Barrense-Dias, Joan-Carles Suris

unisanté
Centre universitaire de médecine générale
et santé publique • Lausanne

Unil
UNIL | Université de Lausanne

Raisons de santé 311

Le Centre universitaire de médecine générale et santé publique Unisanté regroupe, depuis le 1er janvier 2019, les compétences de la Policlinique médicale universitaire, de l'Institut universitaire de médecine sociale et préventive, de l'Institut universitaire romand de santé au travail et de Promotion Santé Vaud. Il a pour missions :

- les prestations de la première ligne de soins (en particulier l'accès aux soins et l'orientation au sein du système de santé) ;
- les prestations en lien avec les populations vulnérables ou à besoins particuliers ;
- les interventions de promotion de la santé et de prévention (I et II) ;
- les expertises et recherches sur l'organisation et le financement des systèmes de santé ;
- les activités de recherche, d'évaluation et d'enseignement universitaire en médecine générale et communautaire, en santé publique et en santé au travail.

Dans le cadre de cette dernière mission, Unisanté publie les résultats de travaux de recherche scientifique financés par des fonds de soutien à la recherche et des mandats de service en lien avec la santé publique. Il établit à cet égard différents types de rapports, au nombre desquels ceux de **la collection « Raisons de santé »** qui s'adressent autant à la communauté scientifique qu'à un public averti, mais sans connaissances scientifiques fines des thèmes abordés. Les mandats de service sont réalisés pour le compte d'administrations fédérales ou cantonales, ou encore d'instances non gouvernementales (associations, fondations, etc.) œuvrant dans le domaine de la santé et/ou du social.

Financement de l'Etude :

Avec le soutien financier du Fonds pour le développement de la prévention et de la promotion de la santé (Direction générale de la santé – DGS du canton de Vaud)

Citation suggérée :

Barrense-Dias Y, Suris J-C. Les boissons énergisantes et les jeunes : un point sur leur consommation. Lausanne, Unisanté – Centre universitaire de médecine générale et santé publique, 2020 (Raisons de santé 311).

<http://dx.doi.org/10.16908/issn.1660-7104/311>

Remerciements :

A tous-tes les participant-e-s. A Katarina Vujovic pour les transcriptions. A Diane Auderset pour son accompagnement lors des groupes focus.

Date d'édition :

Février 2020

Table des matières

Résumé.....	6
1 Introduction	7
1.1 Les boissons énergisantes	7
1.2 Politique en Suisse et ailleurs	8
1.3 Objectifs de l'étude	11
2 Méthodes	12
2.1 Groupes focus	12
2.2 Les participant·e·s	14
2.2.1 Caractéristiques	14
2.2.2 Recrutement	17
2.3 Analyse	18
3 Résultats	19
3.1 Définition	19
3.1.1 Boissons énergisantes	19
3.1.2 Sodas / autres boissons sucrées	21
3.1.3 Café	23
3.1.4 Boissons de sport	24
3.2 Motivations / raisons	25
3.2.1 Goût	25
3.2.2 Style	26
3.2.3 Sport	27
3.2.4 Fatigue – besoin d'énergie	28
3.2.5 Mix avec alcool	30
3.2.6 Différences de sexe	32
3.2.7 Différence d'âge	34
3.3 Connaissances	36
3.4 Risques / effets secondaires	38
3.5 Publicité	42
3.6 Prévention	46
3.6.1 Expliquer / comprendre	46
3.6.2 Prévention plus globale	47
3.6.3 Âge minimum	48
3.6.4 Environnement – structure	50
3.7 Parents	51
3.7.1 Définition boisson énergisante	51
3.7.2 Raisons	52
3.7.3 Risques	53
3.7.4 Prévention	55
3.7.5 Publicité	57

4	Discussion - recommandations.....	59
4.1	Manque de connaissances	59
4.2	Réflexion sur la publicité / sponsor	60
4.3	Alcool et boisson énergisante	60
4.4	Place des parents	61
4.5	Réflexion sur prix – sous marques	61
5	Références.....	62

Liste des tableaux

Tableau 1	Description de l'échantillon - Jeunes	16
Tableau 2	Description de l'échantillon – Parents	17

Liste des figures

Figure 1	Images utilisées pour animer la discussion – publicités	13
Figure 2	Images utilisées pour animer la discussion – sports / sponsors	14

Résumé

Introduites en 1987 sur le marché européen, les boissons énergisantes ont fait l'objet d'études scientifiques par rapport à leurs effets sur la santé, particulièrement auprès de certaines populations considérées comme étant plus à risque (enfants, femmes enceintes, personnes avec des problèmes cardiaques, etc.) et aux effets d'une consommation simultanée de boisson énergisante et d'alcool.

Cependant, si les effets du sucre sur la santé sont aujourd'hui bien connus, des débats autour des effets d'autres substances telles que la caféine et la taurine, deux ingrédients principaux des boissons énergisantes, persistent encore dans le monde scientifique.

En Suisse, selon l'enquête Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) de 2014, 31% des garçons et 16% des filles âgés de 11 à 15 ans consommaient au moins une fois par semaine une boisson énergisante. Les taux rapportés en 2018 sont quasiment similaires à ceux de 2014, démontrant une certaine stabilité de la consommation de ces boissons chez les jeunes.

Cette recherche vise à appréhender les différents contextes et modes de consommation des boissons énergisante chez les jeunes, ainsi que les situations de consommation à risque. La publicité et le degré de conscience quant aux cibles visées par les campagnes font également partie de la problématique. Nous avons également interrogé des parents afin d'obtenir leurs propres perceptions quant aux boissons énergisantes et leur rôle dans la consommation des jeunes.

Un total de 41 jeunes (51.2% garçons) ont participé à 9 groupes focus entre février et juillet 2019. Pour pouvoir participer, le/la jeune devait être âgé-e entre 14 et 20 ans. De plus, 11 parents ont participé à deux groupes focus en septembre 2019.

Sur la base des résultats, plusieurs recommandations à portée générale peuvent être faites : les jeunes et les parents ont démontré un manque de connaissances sur les boissons énergisantes, que cela soit en termes d'ingrédients, d'effets ou de définition. De plus, ce manque de connaissance s'est également révélé par rapport au mélange alcool-boisson énergisante. Une réflexion devrait être menée sur la publicité et les sponsorats de ces boissons énergisantes dont les cibles premières sont les jeunes. Au niveau de la prévention, des réflexions devraient également être menées sur leur prix et le manque de réglementation, contraignant les parents à interdire la consommation de ce genre de boissons sans pouvoir s'appuyer sur des éléments concrets.

1 Introduction

1.1 Les boissons énergisantes

Introduites en 1987 sur le marché européen, les boissons énergisantes ont fait l'objet d'études¹⁻⁴ scientifiques par rapport à leurs effets sur la santé, particulièrement auprès de certaines populations considérées comme étant plus à risque (enfants, femmes enceintes, personnes avec des problèmes cardiaques, etc.) et aux effets d'une consommation simultanée de boisson énergisante et d'alcool. Cependant, si les effets du sucre sur la santé sont aujourd'hui bien connus, des débats autour des effets d'autres substances telles que la caféine et la taurine, deux ingrédients principaux des boissons énergisantes, persistent encore dans le monde scientifique⁵. Si les marques Red Bull® et Monster® sont les plus connues, plusieurs autres marques et sous-marques sont apparues depuis, offrant des prix très attractifs (par exemple, une canette d'Energy drink M-budget de Migros est à 45 centimes).

Pourtant, les suspicions autour de ces boissons énergisantes sont toujours présentes. Par exemple, en France, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) surveille de près les boissons énergisantes pour leurs effets indésirables suspectés et a invité les consommateurs ainsi que les professionnels à communiquer tout effet indésirable à la suite d'une consommation de boisson énergisante^{6,7}. En Suisse, en septembre 2017, un postulat intitulé *Consommation de boissons énergisantes chez les jeunes. Quelles conséquences sur la santé ?*⁸ demandait au Conseil Fédéral de fournir un rapport sur les modes de consommation de boissons énergisantes chez les jeunes afin de mieux appréhender les enjeux autour de ces produits et de confirmer ou d'infirmer les conséquences négatives de cette consommation. Le Conseil Fédéral répondait alors que plusieurs études étaient en cours et que les résultats seraient disponibles dès 2018. Cependant, le 26 septembre 2019⁹, un conseiller national a repris ce postulat et a appelé à soutenir ce postulat mentionnant qu'aucune donnée n'avait été fournie depuis la réponse du Conseil Fédéral en 2017. Alain Berset, conseiller fédéral, en réponse et contre ce postulat, a indiqué que les premiers résultats de ces études démontraient qu'environ 8% des enfants (6-16 ans) dépassaient la quantité de caféine journalière recommandée et que cette caféine ne venait pas exclusivement des boissons énergisantes. Malgré ces premiers résultats au niveau suisse et selon les auteurs¹⁰ d'une revue de littérature portant sur les risques et les effets sur la santé de ces boissons énergisantes, il existe actuellement un manque d'études au niveau européen, particulièrement sur les habitudes et contexte de consommation des jeunes.

De plus, aucun consensus scientifique n'a été trouvé sur la manière de définir une boisson énergisante. De manière générale, ces boissons comprennent une variété de boissons non alcoolisées contenant comme ingrédients principaux de la caféine et de la taurine et étant vendues comme des boissons stimulantes améliorant les performances physiques et intellectuelles⁵. Ces boissons doivent se distinguer des boissons destinées spécifiquement aux sportifs qui permettent, notamment, une réhydratation¹.

En Suisse, selon l'enquête Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) de 2014¹¹, 31% des garçons et 16% des filles âgés de 11 à 15 ans consommaient au moins une fois par semaine une

boisson énergisante. Les taux rapportés en 2018¹² sont quasiment similaires à ceux de 2014 (30% des garçons et 15% des filles), démontrant une certaine stabilité de la consommation de boissons énergisantes chez les jeunes. En 2014, des chiffres plus précis quant aux âges ont été présentés. Ainsi, parmi les 15 ans, ces taux s'élevaient à 43% des garçons et 23% des filles. Selon ces mêmes chiffres, une consommation quasi quotidienne (minimum 5-6 fois par semaine) de ces boissons énergisantes était rapportée par 6% des 11-15 ans et 9% des 15 ans, les garçons restant majoritairement représentés dans ces consommateurs. Néanmoins, si cette enquête nous renseigne sur la fréquence de consommation, aucune donnée n'est disponible quant à la quantité de boisson énergisante consommées et au contexte de consommation.

Dans une étude⁵ menée par l'Autorité européenne de sécurité des aliments (European Food Safety Authority, EFSA) sur la consommation de boisson énergisante chez les enfants, les adolescents et les adultes dans 16 pays européens (ne comprenant pas la Suisse) en 2012, 68% des 10-18 ans (55% des 10-14 ans et 73% des 15-18 ans) ont rapporté avoir consommé des boissons énergisantes au cours des 12 derniers mois. Le taux de consommation des adolescent·e·s était le plus élevé entre les trois groupes d'étude (30% chez les adultes et 18% chez les enfants). Environ 12% des adolescent·e·s ont été considéré·e·s comme des consommateur·trice·s chroniques avec une fréquence d'au moins 4 à 5 fois par semaine. Dans cette étude, une estimation de la quantité consommée a été faite et pour une consommation chronique et c'est une moyenne d'environ 7 litres de boisson énergisante par mois qui étaient consommés. L'étude⁵ européenne a également mis en évidence des taux de prévalence similaires entre adultes (56%) et adolescents (53%), principalement parmi les 15-18 ans (59%), concernant la consommation simultanée de boisson énergisante et d'alcool au moins une fois au cours de l'année précédant l'enquête. La consommation dans un cadre sportif a été rapportée par 41% des adolescents, principalement parmi les 10-14 ans (48%).

1.2 Politique en Suisse et ailleurs

Aucun consensus international n'existe sur la quantité maximale de caféine à respecter pour que sa consommation ne devienne pas risquée. L'administration américaine des denrées alimentaires et des médicaments (Food and Drug Administration, FDA) ne donne pas de recommandations quant à la quantité maximale de caféine pour les enfants. Sur cette base et ce manque de consensus, l'Académie américaine de pédiatrie (The American Academy of Pediatrics) préfère recommander que les enfants ne consomment pas du tout de caféine. Certaines recommandations ont néanmoins été élaborées et la quantité maximale de caféine par jour pour un enfant et un adolescent se situe entre 85 mg¹³ et 100 mg¹⁴. Sachant qu'une canette de Red Bull® de 250 ml et une canette de Monster® de 500 ml contiennent respectivement 80 mg et 160 mg de caféine et que d'autres aliments tels que le chocolat ou d'autres boissons peuvent également amener de la caféine, un tel taux peut rapidement être atteint et dépassé.

Malgré ces doutes et ce manque de connaissances sur les effets de ces boissons sur les jeunes, l'accès aux boisson énergisante reste très facile. En Suisse, à l'exception d'une chaîne¹⁵ qui a instauré un âge minimum de 14 ans pour acheter ce genre de boisson, aucune restriction d'âge n'est prévue. Des mentions sont requises sur les emballages (DFI) : « teneur élevée en caféine,

déconseillé aux enfants et aux femmes enceintes ou allaitantes », ainsi que la teneur en caféine. Si jusqu'en décembre 2013 la mention « ne pas mélanger avec de l'alcool » devait également être présente sur l'emballage en Suisse, le principe du Cassis de Dijon s'est appliqué aux boissons énergisantes. Ainsi, à la demande d'un producteur de boisson énergisante, ce changement qui s'est fait au niveau européen a dû être suivi en Suisse entraînant la suppression de cet avertissement. En Suisse, si aucune restriction ou limitation officielle n'est prévue, plusieurs établissements scolaires ont décidé d'interdire la consommation de boisson énergisante à l'école¹⁶.

En raison de ces doutes quant à la nocivité de ces boissons, certains pays ont davantage réglementé l'accès aux jeunes, voici quelques exemples :

- La Lituanie a interdit la vente de boissons énergisantes aux mineurs ;
- La Suède a interdit la vente de boissons énergisantes au moins de 15 ans et les emballages doivent mentionner les risques d'une consommation après une activité physique et d'une consommation simultanée avec l'alcool ;
- Le Royaume-Uni recommande que la mention « ne convient pas aux enfants de moins de 16 ans, aux femmes enceintes ou allaitantes et aux personnes sensibles à la caféine » figure sur l'emballage.
- Le Danemark et l'Uruguay ont totalement banni la vente de boissons énergisantes ;
- Si la France avait également totalement banni la vente de boissons énergisantes lors de leur mise sur le marché, l'interdiction a été levée en raison d'une évaluation de l'Autorité européenne de sécurité des aliments qui n'a révélé aucun problème de sécurité. L'interdiction aurait été maintenue si la nocivité du produit avait pu être prouvée. En 2008, la France a interdit la consommation et la vente de boissons énergisantes dans les établissements scolaires.

Ces différentes réglementations démontrent le flou et les doutes qui persistent autour de ces produits et de leurs effets négatifs potentiels. Les opinions quant au fait d'interdire la consommation de boissons énergisantes chez les jeunes diffèrent, certains experts considérant que seule une consommation excessive et/ou mélangée à l'alcool est problématique¹⁷. Pourtant, de nombreux effets négatifs sont systématiquement mis en avant^{4, 10, 14, 16, 18}, surtout par rapport à la caféine et aux jeunes dont le développement cérébral n'est pas finalisé¹⁹: augmentation de la pression sanguine, palpitations cardiaques, troubles du sommeil, déficit de l'attention, maux de tête, irritabilité, dommages au foie, etc. La caféine et le sucre agiraient également sur le système de la récompense du cerveau, un mécanisme bien connu dans le domaine des addictions^{14, 16, 19}. Ainsi, consommer des boissons énergisantes pourrait directement influencer la préférence et l'attrance futures pour certains aliments et boissons sucrés. Dans le même ordre d'idée, en 2016, une étude longitudinale²⁰ a démontré qu'une consommation régulière (au moins une consommation hebdomadaire) de boissons énergisantes à l'âge de 14 ans prédisait la consommation d'autres substances telles que l'alcool, le tabac et le cannabis à l'âge de 16 ans alors qu'une consommation régulière de café n'était associée qu'au fait de fumer. L'impact sur le système de récompense du cerveau et le fait de le préparer à d'autres substances addictives en augmentant, notamment, leur tolérance, a également été utilisé pour expliquer l'association entre les boissons énergisantes et la consommation de substances¹⁹. Cette association pourrait également s'expliquer par la théorie de la porte d'entrée (gateway) ou de l'escalade des substances

qui suggère qu'il y a différents stades développementaux dans la consommation de substances allant des substances licites aux illicites²⁰⁻²⁴. Ainsi, les boissons énergisantes pourraient faciliter la consommation d'alcool, notamment à travers le mélange alcool-boisson énergisante, et de tabac qui pourraient, à leur tour, être des portes d'entrée vers les drogues illicites telles que le cannabis.

Par rapport à la problématique de l'alcool et des boissons énergisantes, même si la mention « ne pas mélanger avec de l'alcool » n'est plus obligatoire en Suisse et en Europe, ce mélange présente des risques par rapport au fait que les boissons énergisantes retardent l'effet de l'alcool, cachent son goût, diminuent son effet sédatif et masquent les signes d'ébriété^{3, 25, 26}. Une revue systématique de littérature²⁷ sur la combinaison alcool-boisson énergisante a, notamment, démontré un lien entre une telle consommation simultanée et des blessures physiques (accidents de la route, bagarres, etc.) comparé à une consommation d'alcool seul. Les boissons énergisantes potentialisent les effets de l'alcool. L'alcool étant un dépresseur du système nerveux central, le mélange avec des stimulants, tels que les boissons énergisantes, peut alors s'avérer explosif. De plus, la caféine a également des propriétés biologiques qui accélèrent l'accumulation de l'alcool dans le sang tout en réduisant la sensation subjective d'ébriété. Ce mélange pourrait permettre aux jeunes de s'enivrer plus rapidement à moindre frais^{3, 25}. Une étude qui portait sur des souris a conclu que le mélange boissons énergisantes-alcool apportait des effets spécifiques qui n'apparaîtraient pas avec les boissons isolées. De plus, les souris exposées à ce mélange alcool-caféine ont démontré des signes de tolérance à la cocaïne, les poussant à en consommer davantage pour en ressentir les effets.

Dans ce contexte, et malgré les doutes qui persistent quant aux effets négatifs de ces boissons énergisantes, Seifert et al.¹⁴ ont conclu que les boissons énergisantes n'apportaient aucun avantage et qu'il existait actuellement un problème vis-à-vis des ingrédients les composant qui ne sont pas assez étudiés et réglementés. L'autre problème vient également du fait que, tout comme la cause de la levée de l'interdiction en France, c'est la nocivité du produit qui semble devoir être prouvée et non son innocuité.

Aujourd'hui, des demandes, qu'elles viennent des parents, professionnel·le·s ou des politiques, sont régulièrement faites pour que la vente des boissons énergisantes auprès des mineurs soit encadrée, que la publicité agressive soit limitée et que les connaissances autour de ces produits soient améliorées¹⁶. Plusieurs spécialistes ont, notamment, réagi dans la presse (Matin Dimanche, 21.01.2018)²⁸ à une étude canadienne portant sur les effets secondaires rapportés par des jeunes âgés de 12 à 24 ans. Environ 55% des jeunes, ayant, pour la plupart, consommé moins que la dose maximale de boisson énergisante recommandée, ont rapporté avoir ressenti au moins un effet secondaire. Parmi les effets secondaires rapportés, il y avait, par exemple, une augmentation du pouls (24,7%), des difficultés à dormir (24.1%), des maux de tête (18,3%), des nausées, vomissements ou diarrhée (5.1%) ou encore des douleurs à la poitrine (3.6%). Ces spécialistes ont alors appelé à la prudence, aux réflexions quant à la vente et la publicité, à la sensibilisation de la population, en incluant les parents, et à la nécessité de mener des études scientifiques supplémentaires.

1.3 Objectifs de l'étude

Cette étude qualitative a comme objectif principal d'explorer les opinions, perceptions et interprétations des jeunes âgés entre 14 et 20 ans. Cette recherche vise également à appréhender les différents contextes et modes de consommation des boissons énergisante chez les jeunes, ainsi que les situations de consommation à risque. La publicité et le degré de conscience quant aux cibles visées par les campagnes font également partie de la problématique. En plus de la publicité, les parents peuvent également influencer la consommation de boissons énergisantes chez les jeunes de par leur connaissance et/ou approbation du produit²⁹. Nous avons donc également interrogé des parents afin d'obtenir leurs propres perceptions quant aux boissons énergisantes et leur rôle dans la consommation des jeunes.

Voici les grandes thématiques abordées dans la grille d'entretien :

- Connaissance des boissons énergisante et de leur composition
- Alternatives et/ou équivalents aux boissons énergisantes
- Raison(s) de consommation
- Contexte(s) de consommation
- Avantage(s) perçu(s) / attendu(s)
- Risques perçus / effets secondaires
- Publicité

2 Méthodes

2.1 Groupes focus

Les groupes focus permettent de saisir davantage le sens donné à un phénomène social et d'approfondir la compréhension de celui-ci en saisissant les interprétations et perceptions des participant·e·s^{30, 31}.

La méthode des groupes focus est particulièrement recommandée pour les recherches ayant un but exploratoire sur un sujet encore relativement peu connu, notamment afin de saisir les différents termes, définitions et vocabulaires utilisés par les participant·e·s^{14, 16}. Cette technique permet également d'instaurer un climat de sécurité et de confiance lors de la discussion, ce qui est particulièrement intéressant pour des adolescents qui doivent discuter de thématiques relativement sensibles comme celles touchant à la sexualité^{16, 17}. La dynamique de groupe et l'interaction entre les participant·e·s mènent à des discussions spontanées et à des échanges de points de vue, convergents ou divergents, permettant alors de révéler et d'approfondir certaines dimensions d'une problématique¹⁴. Comme nous étions dans une approche exploratoire, nous cherchions spécifiquement une dynamique de groupe considérée comme très efficace dans un processus de découverte.

L'investigatrice principale a modéré toutes les discussions de façon non directive et une stagiaire l'a accompagnée pour prendre des notes sur les prises de parole des participant·e·s pour faciliter la retranscription. Chaque groupe focus a duré environ 90 minutes.

Au début de la rencontre, chaque participant·e a reçu une lettre d'information expliquant les objectifs de l'étude ainsi que les notions de confidentialité et a signé un formulaire de consentement pour y participer. Selon la loi relative à la recherche sur l'être humain et les ordonnances correspondantes, les risques et contraintes de cette étude étant minimaux, le consentement éclairé et écrit du représentant légal (parent) n'était requis que pour les jeunes de moins de 14 ans, ce qui n'était pas le cas dans cette étude comprenant des 14-20 ans.

Un bref questionnaire auto-administré a également été distribué afin de récolter des données démographiques telles que le sexe, l'âge et l'activité, ainsi que quelques données sur leur consommation de boissons énergisantes. Avant de commencer la discussion, nous évoquions oralement les points importants se trouvant sur la feuille d'information et nous demandions aux participant(e)s s'ils avaient des questions. Les discussions étant enregistrées et nous avons alors énoncé toutes les informations nécessaires à cet enregistrement, notamment sur la retranscription et l'anonymisation. A la fin de chaque rencontre, une petite collation a été offerte aux participant·e·s et un bon d'une valeur de CHF 30 pour un grand magasin leur a été remis pour les remercier de leur participation.

Une grille d'entretien basée sur nos questions de recherche regroupait les principales thématiques à parcourir (définition, connaissances, raisons de consommation, avantages, risques et publicité), ainsi que quelques exemples de questions ouvertes. La discussion était amorcée par une question

très large sur le fait de savoir comment les participant·e·s définissaient une boisson énergisante. Cette question très large permettait également de ne pas induire de définition préconçue et de considérer l'ensemble des boissons considérées et/ou perçues comme entrant dans la catégorie des boissons énergisantes. Ensuite, la discussion était stimulée et animée à l'aide d'images (Figure 1 et Figure 2), notamment de publicités, afin de faire réagir les participant·e·s.

Figure 1 Images utilisées pour animer la discussion – publicités



<https://www.monsterenergy.com/>



<https://energydrink-ca.Red Bull.com/fr/red-bull-quand-en-boire>

Figure 2 Images utilisées pour animer la discussion – sports / sponsors



<https://mbamci.com/le-content-marketing-chez-red-bull/>



<http://www.actufoot.com/06/red-bull-neymar-jrs-five-chance-de-defier-neymar-terres/>

Le projet a été approuvé par la Commission cantonale (VD) d'éthique de la recherche sur l'être humain. Un-e jeune qui aurait fait part de difficultés personnelles aurait pu être dirigé-e vers des institutions d'aide (ciao.ch, Pro Juventute, Addiction Suisse) ou adressé à des institutions de soutien et de soins (Division interdisciplinaire de santé des adolescents). Aucun-e participant-e n'a rapporté de problèmes durant ces discussions.

2.2 Les participant·e·s

2.2.1 Caractéristiques

Un total de 41 jeunes (51.2% garçons) ont participé à 9 groupes focus entre février et juillet 2019. Pour pouvoir participer, le/la jeune devait être âgé-e entre 14 et 20 ans.

Comme une différence de sexe quant au taux de prévalence de la consommation de boissons énergisantes est souvent démontrée, les garçons et les filles ont été vus séparément. De plus, une

homogénéité quant au genre est souvent recommandée lorsque des groupes focus sont conduits avec des jeunes, évitant ainsi le plus possible une adaptation de leur parole ou une gêne par rapport au sexe opposé et encourageant la discussion grâce à ce point commun^{31, 32}. Une telle séparation nous a également permis de mener une analyse par groupe.

Au final, 5 groupes de garçons et 4 groupes de filles (Tableau 1) ont participé à cette étude. En plus de cette séparation par sexe, nous avons également séparé les participant-e-s par âge. Les jeunes âgés de 14 à 17 ans (n=27, 65.9%) ont ainsi été séparés des 18-20 ans (n=14, 34.1%), notamment par rapport à la problématique du mélange alcool et boissons énergisantes. La moyenne d'âge était de 16.9 ans globalement (16.0 chez les garçons, 17.1 chez les filles), de 16.1 ans chez les 14-17 ans et de 18.6 ans chez les 18-20 ans.

Parmi les 41 jeunes participant-e-s, 7 (17.1%) étaient encore au collège, 26 (63.4%) étaient au gymnase, 1 (2.4%) en apprentissage, 1 (2.4%) à l'université, 2 (4.9%) dans une haute école ou des études supérieures hors uni, 4 (9.8%) sans activité particulière. Seuls 2 participant-e-s n'ont pas rapporté avoir déjà consommé une boisson énergisante : un n'avait jamais consommé et l'autre ne se rappelait pas ou ne savait pas. Pour l'âge de la première consommation, 10 ne se souvenaient pas, 5 ont rapporté en-dessous de 12 ans, 23 entre 12 et 15 ans et un seul à 16 ans. La majorité (n=26) des participant-e-s ont rapporté une consommation de boissons énergisantes de moins d'une fois par semaine, un n'en a pris qu'une fois dans sa vie, 10 ont rapporté une fréquence d'une fois par semaine et deux une fréquence de 5 à 6 fois par semaine.

Tableau 1 Description de l'échantillon - Jeunes

Participant·e·s	Sexe	Âge	Participant·e·s	Sexe	Âge
Groupe Focus 1 (N=5)			Groupe Focus 6 (N=6)		
Jeune 1	H	17	Jeune 25	F	16
Jeune 2	H	17	Jeune 26	F	14
Jeune 3	H	17	Jeune 27	F	14
Jeune 4	H	17	Jeune 28	F	14
Jeune 5	H	17	Jeune 29	F	17
Groupe Focus 2 (N=4)			Jeune 30	F	17
Jeune 6	F	18	Groupe Focus 7 (N=5)		
Jeune 7	F	19	Jeune 31	F	20
Jeune 8	F	18	Jeune 32	F	18
Jeune 9	F	18	Jeune 33	F	20
Groupe Focus 3 (N=5)			Jeune 34	F	19
Jeune 10	H	18	Jeune 35	F	19
Jeune 11	H	19	Groupe Focus 8 (N=2)		
Jeune 12	H	19	Jeune 36	H	15
Jeune 13	H	18	Jeune 37	H	16
Jeune 14	H	18	Groupe Focus 9 (N=4)		
Groupe Focus 4 (N=5)			Jeune 38	H	17
Jeune 15	F	16	Jeune 39	H	14
Jeune 16	F	16	Jeune 40	H	16
Jeune 17	F	15	Jeune 41	H	16
Jeune 18	F	17			
Jeune 19	F	17			
Groupe Focus 5 (N=5)					
Jeune 20	H	16			
Jeune 21	H	16			
Jeune 22	H	16			
Jeune 23	H	17			
Jeune 24	H	17			

Le recrutement des parents s'est avéré très difficile, démontrant, notamment, un intérêt plutôt faible des parents pour cette thématique. Au total, 11 parents ont participé à deux groupes focus (Tableau 2) en septembre 2019. Parmi les 11 parents interrogés, un seul a rapporté que son/ses enfant/s n'avait/ent jamais bu une boisson énergisante. Par rapport à l'âge de la première consommation, plusieurs parents ont dû estimer, conscients qu'ils n'avaient certainement pas été mis au courant. Seuls 4 parents ont indiqué un âge, qui était alors situé entre 10 et 15 ans. Pour la fréquence de consommation, sept ont indiqué moins d'une fois par semaine dont un parent a

indiqué que son enfant avait cessé de boire des boissons énergisantes, 2 ont répondu une fois par semaine et un des parents n'a pas réussi à répondre à cette question.

Tableau 2 Description de l'échantillon – Parents

Participant-e-s	Sexe	Âge	Participant-e-s	Sexe	Âge
Groupe Focus 1 (N=5)			Groupe Focus 2 (N=6)		
Parent 1	H	61	Parent 6	F	46
Parent 2	F	53	Parent 7	F	56
Parent 3	F	56	Parent 8	F	48
Parent 4	F	52	Parent 9	F	50
Parent 5	H	58	Parent 10	H	50
			Parent 11	F	44

2.2.2 Recrutement

Pour recruter les jeunes, plusieurs stratégies ont été utilisées. Tout d'abord, nous avons posté des annonces sur un site Internet de recrutement destiné aux jeunes âgés de 15 à 22 ans. Nous avons également procédé par affichage d'annonces au CHUV. Lorsqu'un jeune nous contactait, nous lui demandions systématiquement s'il connaissait une ou plusieurs personnes (parents, amis, frères et sœurs, etc.) qui pourrai(en)t éventuellement être également intéressée(s) à participer. La méthode boule de neige nous a donc également permis de recruter un certain nombre de participant-e-s, surtout les parents. Les personnes intéressées contactaient la responsable de recherche par téléphone ou courriel qui pouvait alors déterminer si la personne remplissait les critères d'inclusion suivants :

- Avoir entre 14 et 20 ans ou être parent d'au moins un enfant âgé entre 14 et 20 ans
- Comprendre et parler le français

La consommation de boissons énergisantes n'était pas une condition. Nous ne cherchions pas des expériences ou témoignages personnels. Les participant-e-s étaient libres de parler d'eux/elles-mêmes ou pas.

Nous avons continué à recruter des participant-e-s jusqu'à saturation des données, lorsque celles-ci n'apportaient plus d'information supplémentaire à la problématique étudiée par rapport aux données déjà récoltées. Pour les parents, et au vu des difficultés rencontrées à les recruter, nous avons décidé d'analyser les deux groupes que nous avons réussi à constituer.

2.3 Analyse

Chaque enregistrement a été retranscrit verbatim de manière anonyme par une personne n'ayant pas participé aux groupes focus, puis effacé. Pour assurer l'anonymat, toutes les indications pouvant permettre d'identifier une personne (nom/prénom, lieu, école, etc.) ont été supprimées au moment de la retranscription et chaque participant s'est vu attribuer un identifiant sous forme de numéro.

Afin d'extraire les différentes thématiques relevées directement par les participant·e·s, nous avons procédé à une analyse thématique de contenu, une méthode permettant d'extraire les interprétations et les significations subjectives d'un phénomène social en utilisant un procédé de classification et de catégorisation des données. Cette méthode a l'avantage de récolter des informations venant directement des participant·e·s eux-mêmes sans théories ou idées préconçues. Les transcriptions ont donc été lues à plusieurs reprises afin d'obtenir une représentation générale des données acquises, codées puis classées en fonction des différentes thématiques abordées par les participant·e·s. Ainsi, l'ensemble des catégories et sous-catégories, ainsi que leur contenu, ont directement été extraits du discours des participant·e·s.

Une analyse par groupe (sexe et âge) a également été menée afin d'explorer les éventuelles différences et similitudes qui pouvaient exister entre les groupes. Cependant, afin de faciliter la lecture de ce rapport, nous avons décidé de parler des participant·e·s de manière générale lorsqu'aucune différence n'a pu être relevée entre les groupes. Les analyses ont été effectuées par Yara Barrense-Dias à l'aide du logiciel MAXQDA (version 18.1.1) et systématiquement révisées par Joan-Carles Suris afin de discuter des éventuelles divergences. Ce procédé a permis de mettre en place une forme de triangulation au niveau de l'analyse évitant ainsi au maximum les risques de biais.

3 Résultats

3.1 Définition

3.1.1 Boissons énergisantes

Les boissons énergisantes étaient avant tout définies par rapport à leur effet stimulant.

« Personnellement, je vois les boissons énergisantes comme des boissons qui nous boostent un peu. Enfin je veux dire qui nous réveillent, nous tiennent en pleine forme entre guillemets [...]. » (Garçon, 18 ans)

La marque la plus souvent citée par nos participant-e-s était Red Bull®.

« [...] Red Bull, moi c'est ce qui me vient. Si on parle de "A quoi je pense ?", vraiment c'est cette marque-là en général parce ce que c'est celle-là qui fait plus de choses, et qu'on voit plus souvent [...]. » (Garçon, 15 ans)

D'autres marques ont également été mentionnées, surtout la marque Monster®, mais c'est surtout des sous-marques qui sont venues s'ajouter aux discussions.

« Bah la marque en soi, par exemple Monster, Red Bull c'est quand même assez cher par rapport à une bouteille d'eau classique mais après il y a les sous-marques MBudget [...] et je vois plus de gens avec celle de MBudget [...] qu'un vrai Red Bull. » (Fille, 16 ans)

Ces sous-marques ont souvent été discutées par rapport à une grande différence de prix, un élément très important pour la plupart des jeunes.

« Bah, par exemple, il y a une cannette de boisson énergisante à Lidl qui coûte 30 centimes puis c'est celle-là que tout le monde prend. On va pas prendre du Red Bull qui est plus cher si on peut avoir moins cher [...]. » (Fille 17 ans)

La différence de prix et le fait de se tourner vers des sous-marques faisaient particulièrement sens pour les mélanges boisson énergisante et alcool.

« Mais après, j'ai l'impression qu'on se tourne plus vers les petits prix quand il s'agit de faire des mélanges, justement avec l'alcool parce que tu vas pas utiliser une cannette de Red Bull à 2 francs pour diluer une Vodka. On va plutôt se dire on va prendre les moins chères. » (Fille, 19 ans)

Pour certain-e-s, cette boisson était avant tout utilisée dans un contexte sportif et avait donc des spécificités, notamment au niveau des ingrédients utilisés.

« [...] Pour moi, c'est une boisson qui, à la base [...], serait plutôt faite pour les gens qui feraient une activité physique et qui donc veulent quelque chose de fort en calories et donc avec des nutriments, [...] la vitamine X ou Y ou bien de la taurine etc. Et donc, pour

avoir beaucoup d'énergie [...] ils mettent aussi pas mal de sucre [...] mais pas que du sucre justement, aussi c'est ces éléments spéciaux qui font que, par exemple, un Red Bull est une boisson énergisante et pas forcément un Coca Cola [...]. » (Garçon, 17 ans)

Certain·e·s participant·e·s ont considéré que le fait que l'énergie soit chimiquement créée et qu'elle ne soit pas naturelle comme le café permettait de définir une boisson énergisante, élargissant la définition à d'autres types de boissons comme les boissons sucrées.

« Moi personnellement, les boissons énergisantes, ce que je considère c'est tous les trucs chimiques [...] qui ont été entre guillemets créé par nous... enfin les humains. » (Garçon, 18 ans)

Une boisson énergisante avait également parfois la caractéristique spécifique de n'être pas bonne pour la santé.

« Quelque chose d'assez sucré puis oui, justement, qui réveille mais qui n'est pas forcément très bon pour la santé. » (Fille, 18 ans)

Par rapport aux ingrédients, certaines boissons entreraient dans la définition de boissons énergisantes par rapport au sucre qu'elles contenaient.

« Ouais moi je crois que je vois les boissons énergisantes en général dès qu'il y a une histoire de rythme cardiaque qui monte en soi. Le café ça pourrait l'être sauf que...[...], ouais peut-être que la boisson énergisante aura le goût sucré en plus. » (Garçon, 18 ans)

De même, la caféine ou la taurine serait également un élément permettant de considérer ou non une boisson comme étant énergisante.

« Bah s'il y a de la taurine ou de la caféine dedans. Pour moi, dès qu'il y a un des deux trucs comme ça, c'est censé être énergisant. » (Garçon, 17 ans)

Dans le cadre des discussions autour des boissons à intégrer dans la définition de boissons énergisantes, le format et le contenant ont également été mentionnés. Ainsi, une boisson énergisante serait davantage contenue dans des canettes en aluminium ce qui mènerait à une consommation immédiate et rapide.

« Il y a les bouteilles justement pour les boissons énergisantes des sportifs. Sinon, justement les Red Bull, Monster, c'est toujours sous forme de canette et aussi en fait, ça nous oblige un peu à le boire sur le coup, en fait on peut pas le fermer et on est obligé de le consommer sur le moment d'un coup parce que sinon c'est un peu chiant de transporter ça un peu partout où on va alors qu'on peut facilement le renverser [...]. » (Fille, 19 ans)

Finalement, pour certain·e·s, la définition-même d'une boisson énergisante était compliquée à concevoir de par les caractéristiques qu'elle pouvait partager avec d'autres boissons qui leur semblent pourtant plus naturelles et moins néfastes.

« Oui moi j'ai une remarque qui me vient à l'esprit, c'est que le thé est plein de théine et la théine donne de l'énergie donc compliqué de définir au final une boisson énergisante. » (Garçon, 18 ans)

Ce constat s'est également relevé avec d'autres boissons telles que les boissons sucrées en général de type soda, le café ou encore les boissons de sport, trois catégories que nous développons dans les chapitres suivants.

3.1.2 Sodas / autres boissons sucrées

La différence entre les boissons énergisantes et les boissons sucrées ou les sodas n'était pas toujours très claire pour les participant·e·s. Par exemple, lorsque le sucre était considéré comme l'élément énergisant d'une boisson énergisante, les autres boissons sucrées entraient alors dans cette définition.

« Après, ça dépend quelle définition on prend de boisson énergisante. Si on prend le sucre qui va avec, à ce moment-là, oui ça rentrerait aussi là-dedans [...] » (Fille, 19 ans)

En revanche, pour certain·e·s, les boissons énergisantes type Red Bull® faisaient partie d'une catégorie à part, même si les deux types de boissons pouvaient amener de l'énergie. En effet, les boissons énergisantes permettraient d'obtenir de l'énergie plus rapidement qu'une autre boisson sucrée.

« Ça donne sûrement de l'énergie mais moi je ne considère pas... Enfin, je n'appellerai pas ça une boisson énergisante. Pour moi c'est vraiment du type Red Bull qui donne tout à coup plein d'énergie. » (Fille, 18 ans)

Mais pour certain·e·s, les sodas, particulièrement le Coca Cola contenant pourtant également de la caféine, étaient avant tout considérés et mis en cause par rapport au sucre alors que les boissons énergisantes l'étaient davantage pour le côté stimulant.

« Et puis aussi je pense qu'une personne qui est sur le point de s'évanouir, c'est qu'elle est en hypoglycémie. Le Coca, il est connu pour son sucre tandis que les boissons énergisantes, elles sont connues pour leur énergie [...]. » (Fille, 19 ans)

Ainsi, ce qui différencie une boisson énergisante d'une simple boisson sucrée se trouverait essentiellement dans l'énergie et l'effet stimulant plus direct que ce qu'une boisson sucrée peut amener.

« Moi je suis d'accord avec elle, je pense aussi la même chose. Enfin le Coca c'est moins agressif que si on prend un Red Bull au niveau de l'énergie du coup, je le considérerai plus comme autre chose qu'une boisson énergisante. » (Fille, 18 ans)

Certain·e·s n'étaient, en revanche, pas du tout au clair sur les ingrédients des boissons sucrées et se demandaient même si la caféine était présente, considérant qu'une boisson n'était alors énergisante qu'en présence de cet ingrédient.

« - Un soda pas, enfin vu qu'il n'y a pas de caféine... (Garçon, 19 ans)

- Mais il y a de la caféine ! (Garçon, 20 ans)
- Dans le coca ? Ah ouais ? » (Garçon, 19 ans)

Pour d'autres, le fait seul d'inclure de la caféine ne faisait pas d'une boisson une boisson énergisante. Le contexte de consommation entrainait également en compte.

« La plupart du temps, je pense qu'on boit plus un Coca avec une pizza qu'un Red Bull avec une pizza. Je pense qu'on prend plus le coca ou l'Ice Tea (thé froid) ou tout ce qui est disons... ou le Fanta, tout ce qui est [...] plutôt gazeux et donc qui se boit sur des plus grandes quantités. [...] Même si ça a de la caféine, je considère ça plus comme une boisson gazeuse qu'une boisson énergisante. » (Garçon, 17 ans)

Dans un tel contexte, les boissons sucrées seraient davantage consommées pour leur goût alors que les boissons énergisantes seraient avant tout consommées pour leur effet.

« [...] Je pense que le coca c'est quand même plus consommé pour le goût que pour les effets, enfin sûrement il y a des gens qui boivent ça pour se donner [...] la pêche mais... Enfin c'est largement consommé plutôt pour le goût ou autre chose que pour vraiment se stimuler. » (Garçon, 16 ans)

Cette différence entre les boissons sucrées et énergisantes serait notamment mise en avant dans les publicités qui montreraient alors davantage les effets pour les boissons énergisantes.

« Ou peut-être c'est l'image qu'on essaie de nous montrer de ça : le Coca c'est plutôt quelque chose qu'on boit pendant les repas de famille et le Red Bull justement avant de faire une activité physique qui (fait qu'on se) dit "Ouais peut-être du coup le Coca, c'est moins une boisson énergisante et plus une boisson de tous les jours." » (Fille, 19 ans)

Certain·e·s considéraient qu'il ne fallait pas faire de différences entre les boissons énergisantes et les boissons sucrées considérant que les deux pouvaient avoir un impact sur la santé des consommateurs-trices.

« Je pense que c'est important de dire de faire attention justement, surtout pour les enfants qui en consomment pour faire les grands, mais je pense que c'est aussi important de dire que le thé froid, le Coca, le Fanta, tout ça, [...] ce n'est pas spécialement bien non plus et puis aussi sensibiliser là-dessus parce qu'il n'y a pas que le Red Bull qui... Enfin ce n'est pas le démon. Enfin il y a aussi le coca et plein d'autres choses [...]. » (Fille, 18 ans)

Finalement, ce qui pourrait différencier une boisson énergisante d'une boisson sucrée ce sont les consommateurs-trices. Ainsi, les boissons énergisantes seraient avant tout consommées par les jeunes alors que les boissons sucrées toucheraient une tranche plus grande de la population.

« [...] Le Coca ça vise presque tout le monde, mais même des grand-mères de 70 ans, même des vieilles personnes âgées vont, peuvent boire du Coca, alors que le Red Bull c'est vraiment que les jeunes. » (Garçon, 15 ans)

3.1.3 Café

Des comparaisons avec le café ont également été faites durant ces discussions.

Pour certain·e·s participant·e·s, le café n'était pas compris dans leur définition des boissons énergisantes ou du moins n'était pas considéré dans cette catégorie en premier lieu.

« Ce n'est pas le premier truc qui passe par la tête quand on parle de boisson énergisante. » (Garçon, 17 ans)

Le café présenterait des effets légèrement différents qui feraient qu'il ne peut pas être considéré comme une boisson énergisante. Même si les capacités stimulantes et énergisantes sont partagées entre les boissons énergisantes et le café, il semblerait que les boissons énergisantes soient plus efficaces et surtout plus immédiates.

« [...] C'est (une boisson énergisante) quelque chose qui donne de l'énergie et je trouve que ça donne de l'énergie... enfin... plus de suite que le café. Enfin... Après c'est moins sain et tout, je trouve qu'il y a un peu plus de sucre et tout mais je trouve que les effets sont plus là que le café et du coup je considère que ça comme des boissons énergisantes plutôt que les autres trucs comme le café et tout. » (Fille 18 ans)

Ce qui différencierait un café d'une boisson énergisante ce n'est pas la caféine mais d'autres substances, comme la taurine, qui sont ajoutées aux boissons énergisantes.

« [...] Je crois que la caféine, c'est la même chose que dans un café. Enfin le dosage, 100 ml de café, et le 100 ml d'Energy drink, la caféine c'est la même sauf qu'il y a la taurine qui est rajouté dans l'Energy drink. » (Garçon, 17 ans)

Pour d'autres, en revanche, le café entrerait également dans la définition d'une boisson énergisante de par l'énergie que cette boisson est censée donner.

« Qui donne de l'énergie et puis qui altère un petit peu ton rythme cardiaque et tout ça je pense aussi. [...] Du coup, je pense que le café serait une boisson énergisante aussi mais je ne sais pas comment c'est classifié. [...] Il y a énormément de gens qui sont addicts au café, je pense que c'est plus au moins pareil avec l'Energy drink, le Monster. » (Garçon, 17 ans)

Tout en considérant que le café pouvait faire partie de la catégorie des boissons énergisantes, le fait que ce soit une substance plus naturelle entrerait, néanmoins, en ligne de compte et le café était alors considéré comme une boisson énergisante différente des boissons de type Red Bull®.

« Oui, mais c'est plus naturel, mais c'est énergisant. » (Fille, 17 ans)

Ainsi, la différence principale entre les boissons énergisantes et le café se trouverait principalement dans les ingrédients, plus naturels et surtout plus connus dans un café que dans une boisson énergisante.

« [...] Il y a plusieurs variantes mais le café, [...] c'est des graines de café moulues, de l'eau puis du lait mais alors que là, on sait pas ce qu'il y a dedans. » (Fille, 17 ans)

Tout comme les boissons sucrées qui se différencient par rapport aux consommateurs-trices, le café serait davantage une boisson d'adultes alors que les boissons énergisantes seraient avant tout consommées par les jeunes. Malgré cette différence, les effets ont pourtant été considérés comme étant très similaires.

« Mais après, les parents, ils ont tendance à boire du café alors qu'en vrai, c'est un peu le même effet que les boissons énergisantes. C'est juste l'image des boissons énergisantes qui est un peu négative alors que le café... Ma mère, si elle me voit boire du café, elle va être moins choquée que si elle me voit boire une boisson énergisante alors qu'en vrai, c'est le même effet. » (Fille, 19 ans)

Tout en considérant que le café serait similaire aux boissons énergisantes quant aux effets, le fait de consommer une boisson énergisante plutôt qu'un café s'expliquerait par le fait que le café soit moins transportable et parfois moins accessible.

« On dirait que ça se boit comme du café quand on peut pas en avoir. Donc (c'est) le café dans la poche du coup. » (Garçon, 18 ans)

Ainsi, pour ces participant-e-s, ces deux boissons seraient quasiment semblables et le choix de se diriger vers l'une ou l'autre s'expliquerait par des aspects pratiques ou des envies différentes quant à la température de la boisson.

« Je sais pas... A peu près pareil en soi. Peut-être si on a... Par exemple, le café, c'est quelque chose de chaud en fait et on a envie d'une boisson fraîche, on se tournera plus vers une boisson énergisante. » (Fille, 20 ans)

3.1.4 Boissons de sport

Certain-e-s participant-e-s ont assimilé les boissons énergisantes type Red Bull® aux boissons énergétiques destinées spécifiquement aux activités sportives. Globalement, ce sont davantage les garçons qui ont parlé de ces boissons énergétiques.

« [...] Aux premiers abords je dirais genre Red Bull, tout ce qui se consomme plutôt dans des cannettes comme ça mais après il y a plein de boissons de style Gatorade ou genre Powerade des trucs comme ça, je pense que c'est aussi une boisson énergisante [...] » (Garçon, 16 ans)

Tout comme les boissons sucrées en général ou le café, le fait que ces boissons aient la faculté de donner rapidement de l'énergie faisait d'elles des boissons énergisantes.

« Ça donne de l'énergie. Ça rentre directement dans le système sanguin du coup... » (Fille, 16 ans)

Ces deux types de boissons, énergétiques et énergisantes, pourraient ainsi être utilisées dans le cadre du sport, afin de retrouver de l'énergie.

« Je pense. Enfin ça se vend en tant quel de toute façon, c'est quelque chose pour le sport donc l'énergie et tout ça enfin tu bois ça et puis pouf, t'as de l'énergie de nouveau en gros. » (Garçon, 19 ans)

Tout en considérant qu'elles entraient dans la même catégorie et définition que les boissons énergisantes, certain·e·s participant·e·s ont considéré que les boissons énergétiques étaient plus saines.

« Je pense que la plus saine, c'est le Powerade ouais [...]. » (Garçon, 17 ans)

En revanche, pour d'autres, même si le terme de boisson énergisante était utilisé pour parler de ces deux types de boissons, leurs effets et la raison d'utilisation seraient bien différents.

« Moi je pense qu'il y a quand même [...] deux types de boissons énergisantes quand même : [...] certaines c'est plus pour le goût comme ça que certains ils la consomment. Il y en a d'autres ils prennent pour ça... justement les sportifs comme il dit [...]. » (Garçon, 16 ans)

Finalement, certain·e·s ont estimé que les boissons énergétiques ne faisaient pas partie des boissons énergisantes, notamment par rapport au contexte de consommation qui se différenciait.

« [...] Moi j'en bois (des boissons énergétiques) de temps en temps du coup après le sport mais je ne considère pas tellement ça comme une boisson énergisante du coup. Et puis du Red Bull enfin je ne connais personne qui boit du Red Bull avant ou après le sport pour s'aider donc je ne pense pas que ça a tellement d'effet direct. » (Garçon, 17 ans)

3.2 Motivations / raisons

3.2.1 Goût

Certain·e·s ont rapporté que la raison principale pour laquelle les boissons énergisantes étaient consommées par les jeunes était le goût très sucré de ces boissons, un goût très apprécié des jeunes car cela ressemblerait à certaines sucreries.

« Bah le goût, il est quand même particulier par rapport à d'autres boissons. Le goût, ça fait un peu penser à du chewing-gum [...]. Ça change pas mal d'un Coca ou d'un Fanta ou des choses comme ça. » (Garçon, 16 ans)

Pour cette raison de consommation, la diversité des goûts offerts semble attirer les jeunes.

« C'est comme les goûts de chewing-gum en fait je pense. A chaque fois qu'il y en a un nouveau qui sort, on a envie de tous les tester. » (Fille, 19 ans)

Lorsque c'est le goût qui est recherché, ce sont les boissons énergisantes de marque qui sont alors achetées, peu importe le prix.

« Ou peut-être pour boire seulement ça si on a envie enfin si on aime ça et qu'on veut boire une boisson énergisante, peut-être qu'on achètera de la marque pour avoir le vrai goût [...]. » (Fille, 18 ans)

Néanmoins, le goût de ces boissons a parfois été rapporté comme étant écœurant. Tout en continuant à consommer ce genre de boissons malgré l'écœurement, il a alors été relevé que les canettes n'étaient souvent pas terminées à cause de ça.

« Le goût il écœure vraiment beaucoup au bout d'un demi-litre, on sue du sucre en fait et du coup, c'est même plus vraiment agréable au final. [...] Le Red Bull, c'est pas vraiment mauvais si on prend par exemple juste un verre comme ça mais après un demi-litre, on est vraiment écœurés et puis on a vraiment plus envie d'en prendre quoi. [...] La plupart du temps, c'est qu'on la jette avant même que ce soit fini [...]. » (Garçon, 16 ans)

Pour les personnes qui apprécieraient et chercheraient avant tout le goût de ces boissons, avant leur effet, toutes les occasions seraient bonnes pour en boire.

« Comme ils ont montré sur le site (Red Bull), c'est vraiment une boisson qu'on peut boire à peu près à n'importe quel moment, j'ai l'impression en tout cas [...]. » (Garçon, 18 ans)

3.2.2 Style

Plusieurs participant·e·s ont rapporté que les jeunes consommaient des boissons énergisantes pour le style avant tout, notamment dans un esprit de rébellion.

« J'ai l'impression que c'est comme fumer en fait. La plupart, j'ai pas l'impression qu'ils trouvent ça particulièrement agréable, c'est juste que leurs amis le font et puis c'est pas permis donc ça fait rebelle donc on va le faire pour défier la société. » (Garçon, 14 ans)

La publicité véhiculée par ces marques et démontrant des adultes dans des situations attirantes participe également à cette envie de gagner en style en consommant ce genre de boisson.

« [...] Tu es plus entre guillemets rebelle si t'as un Red Bull à la main que si t'as de l'eau quoi et donc visuellement il se dit oh j'ai un Red Bull à la main et donc jsuis genre un bonhomme ou quelque chose comme ça et donc, et c'est surtout comme ça qu'ils le montrent. Regardez sur les photos, [...] enfin sur la pub déjà, on voit des personnes qui sont... Bah là on dirait qu'ils sont aux États-Unis dans une décapotable, il y a l'autre qui fait du golf, il y a l'autre, ils sont en pleine fête etcetera et donc, en gros, [...] ils ont une sacrée vie [...]. »

Des discussions sur la pression du groupe ou des pairs pour consommer ce genre de boissons ont également été tenues allant même jusqu'à l'exclusion en cas de refus.

« Quand on était en 6^{ème}, enfin maintenant ça fait 8^{ème} HARMOS, mais je me souvenais surtout à cet âge-là, ça m'avait vraiment marqué. Il y avait énormément de garçons qui buvaient ça et puis ceux qui n'en buvaient pas justement, ils avaient de la peine à s'intégrer ou ils n'étaient justement pas intégrés du tout puis ouais, c'était un peu les

petits exclus qui étaient exclus parce qu'ils ne buvaient pas de boissons énergisantes [...] » (Fille, 18 ans)

La consommation de ces boissons énergisantes se ferait donc avant tout en groupe et non individuellement.

« [...] Pour moi, on boirait plutôt avec nos amies pour nous éclater que juste comme ça. » (Fille, 16 ans)

Consommer ce genre de boissons permettrait de se rebeller notamment vis-à-vis des parents qui pourraient interdire la consommation de ce genre de boissons.

« [...] Il y a un aspect frime dans le sens « Je bois du Monster » ça peut être pris comme de la frime, parce que « Je bois ça » c'est un peu « Ma maman dit que ce n'est pas bien mais j'en bois quand même » [...] » (Garçon, 15 ans)

Une envie de faire plus grand accompagnerait cette consommation.

« [...] Je sais que j'avais goûté une fois, parce que je voyais les grands en boire et tout mais autrement non. [...] Je sais qu'il y avait plein de garçons de ma classe qui en buvaient aussi, ils trouvaient ça stylé. (Fille, 18 ans)

Les marques ont à nouveau été mentionnées dans un tel contexte. En effet, les marques permettraient plus facilement d'acquérir du style et de pouvoir parader avec sa boisson énergisante, plus que les sous-marques.

« [...] Je pense que c'est plus stylé d'avoir encore une cannette Monster qu'une cannette M-Budget ou Prix Garantie quand on se balade dans la rue [...] » (Fille, 19 ans)

Un parallèle avec l'alcool et l'interdit l'entourant à un certain âge a notamment été effectué.

« Je pense qu'il y a aussi ce côté comme quoi ils veulent tester quelque chose qui est plus pour ceux qui sont plus âgés. C'est comme un peu dans l'optique de l'alcool je pense. Ça rejoint un peu ce côté. » (Fille, 20 ans)

3.2.3 Sport

Plusieurs participant-e-s ont mentionné les boissons énergisantes dans un contexte sportif afin de se donner de l'énergie avant d'en faire ou après pour récupérer.

« Que pour le sport... Enfin non, des fois j'en ai bu mais pas pour le sport, parce que j'en avais envie. En général, quand j'en bois c'est après le sport ou avant le sport [...] » (Garçon, 15 ans)

Dans un tel contexte, les boissons énergisantes amèneraient réellement un effet sur les performances sportives.

« [...] Si on part du principe qu'il faut réellement être éveillé pour faire un sport et faire des performances, le fait de boire des boissons énergisantes peut apporter quelque chose. » (Garçon, 18 ans)

Un possible effet placebo a, néanmoins, parfois été évoqué. Ainsi, une boisson énergisante n'apporterait pas forcément plus d'énergie pour mener une activité sportive mais serait vendue comme telle.

« C'est-à-dire qu'on nous fait la pub du fait qu'on va avoir de l'énergie etc., et puis après les gens ils croient et puis ce n'est pas forcément ça. » (Garçon, 17 ans)

Pour d'autres, en revanche, le sport et les boissons énergisantes n'étaient pas vraiment compatibles ou en tout cas pas avant l'activité.

« C'est pas forcément bon pour le sport, c'est plus pour donner de l'énergie après que t'aies fait un effort [...]. Parce que ça augmente les battements du cœur quand même [...]. Si t'as fait beaucoup de sport et que t'es vraiment crevé, c'est pas mal une boisson énergisante quand même pour te mettre [...] un petit coup de booste. Enfin je trouve ça pas si mal à des moments [...]. » (Garçon, 16 ans)

Dans un tel contexte, les effets de ces boissons sur le cœur et le système nerveux ne seraient pas à négliger et ce sont davantage les boissons énergétiques qui devraient alors être utilisées.

« Mais je crois justement pour le sport, c'est que Monster tout ça, c'est pas bien justement dans le sens où ça modifie le rythme du corps. Je sais pas si c'est le système sanguin ou [...] nerveux ou j'en sais rien mais il me semble que ça le décale dans le sens que ça soit justement pas bien de prendre ça pour le sport. Et qu'il y en a qui sont faites pour le sport mais c'est pas celles-là. » (Fille, 17 ans)

3.2.4 Fatigue – besoin d'énergie

En plus du contexte sportif, certain-e-s participant-e-s ont rapporté que les jeunes pouvaient se diriger vers les boissons énergisantes en cas de fatigue et de besoin d'énergie plus global. Plusieurs autres contextes ont été alors abordés.

Tout d'abord, le contexte du travail et des études a été mentionné. Dans le cadre de leurs études, certain-e-s jeunes consomment des boissons énergisantes pour pouvoir être plus efficaces et performants, surtout en période d'examen.

« Pour travailler, avant des examens, pour se réveiller. » (Fille, 18 ans)

Ainsi, les boissons énergisantes pourraient être utilisées comme dernier recours et seraient alors uniquement utilisées pour s'aider à travailler et non pour le plaisir. Dans un contexte d'études, la consommation de boissons énergisantes serait tout à fait légitime et comprise.

« Si la personne, elle a l'air complètement crevée et elle a un gros sac dans le dos, type sac de cours ou comme ça, on peut peut-être comprendre. Je sais pas si c'est quelqu'un

qui boit pour le plaisir, je lui dis bois un Coca à la place, ou un Fanta, mais quelque chose d'autre. »

Les boissons énergisantes sont également utilisées pour contrecarrer les effets d'une nuit courte ou d'une forte fatigue due à une surcharge d'activités et de travail.

« Ouais en vrai des fois quand j'ai pas beaucoup dormi, ça m'arrive genre je me dis je sais pas, peut-être que ça m'aide et pis genre, j'en bois une mais ouais enfin c'est juste des fois, on se sent fatigués ou disons qu'on a eu trois jours chargés de suite comme ça [...]. (Garçon, 16 ans)

Ce type de boissons est également utilisé pour pouvoir tenir durant une soirée, voire toute une nuit.

« Moi, souvent, quand [...] je prévois de passer une longue nuit, que ce soit avec des potes ou comme ça, je vais souvent boire une à deux... Bon du coup je prends du Red Bull parce que j'ai l'impression que c'est plus efficace [...]. J'ai quand même plus l'impression que le Red Bull ça me fait tenir à la plupart des soirées généralement où j'ai fait quasiment une nuit blanche ou voire la nuit blanche, c'est avec du Red Bull que je le fais [...]. » (Garçon, 16 ans)

Les boissons énergisantes seraient surtout utilisées en dernier recours lorsque la personne n'a vraiment plus d'énergie.

« Je crois pas que je vais commencer à faire de chichi quand je me prends un Energy drink : sucre ou pas sucre, sugar ou pas sugar. Toute façon au point où j'en suis quand je me prends un Energy drink, je crois pas que je vais me demander le nombre de calories que ça va m'envoyer quoi. » (Garçon, 18 ans)

Gérer les études, les heures de sommeil et les sorties peut parfois s'avérer compliqué. Les boissons énergisantes permettraient alors de pouvoir faire l'ensemble de ces activités sans ressentir la fatigue.

« [...] Parce que tu gardais un nombre d'heures de sommeil raisonnable en plus de tous les cours qui nous sont donnés, [...] on peut très vite avoir des heures de sommeil en retard. C'est très dur de garder un rythme. Plus on est tenté dès qu'on a fini de bosser de sortir. » (Garçon, 18 ans)

Les jeunes apprécient particulièrement avoir de l'énergie.

« [...] On devrait moins mais... Enfin, je pense que du moment où on commence à en prendre régulièrement, ça nous donne de l'énergie et du coup, ça devient vite addictif, on aime avoir de l'énergie [...]. Moi je pense plutôt que c'est vraiment plutôt pour l'effet énergisant que pour le goût. Enfin pour la plupart que je connais, c'est plutôt pour se réveiller quand ils sont fatigués [...]. » (Fille, 18 ans)

3.2.5 Mix avec alcool

Presque tous les jeunes, même parmi celles et ceux âgé·e·s de moins de 18 ans, ont fait référence au mélange alcool et boissons énergisantes, particulièrement le mélange vodka et boissons énergisantes.

« Ouais ça se fait beaucoup en soirée genre quand on mélange avec de l'alcool fort. Enfin, c'est pas mal connu et du coup, ça donne aussi de l'énergie dans ces moments-là. » (Fille, 18 ans)

Plusieurs participant·e·s ont expliqué que ce mélange permettait de faire passer le goût de l'alcool souvent jugé trop fort.

« En soirée, bien évidemment. Pour mélanger justement l'alcool fort ou quelque chose comme ça, pour cacher le goût parce que ça a un goût tellement fort que justement, ça aide par exemple à cacher le goût [...] de la Vodka ou du rhum. » (Fille, 19 ans)

Ce mélange ressemblerait alors aux alcopops, des boissons contenant du soda et de l'alcool.

« Oui, oui c'est ça, la Smirnoff, [...] c'est vraiment de la limonade, ils ont mis max de sucres, ils ont mis de l'alcool, et [...] on a l'impression de boire de la limonade et puis au bout de 4 on est pété. C'est un peu ... le but c'est que c'est frais, on ne se rend pas compte qu'on boit de l'alcool et en même temps c'est bon parce que c'est du sucre [...]. » (Garçon, 15 ans)

Une deuxième explication par rapport à ce mélange boisson énergisante et alcool portait sur les effets des boissons énergisantes comparés à ceux de l'alcool. Une boisson énergisante permet d'éviter la fatigue que l'alcool peut engendrer à un moment donné, elle permet alors de rester éveillé·e et de contrecarrer les effets de l'alcool pour tenir plus longtemps.

« Ouais le fait c'est que l'alcool, ça a tendance à plus endormir alors on pense qu'en mettant de l'Energy drink, ça va vous compenser un peu cet effet ou faire un cocktail génial [...]. » (Garçon, 16 ans)

Dans le même ordre d'idées, en plus de contrer les effets pouvant mener à une fatigue, mélanger une boisson énergisante à de l'alcool permettrait de retarder l'effet de l'alcool et masquerait l'ivresse pendant un certain moment, entraînant le risque de boire des quantités supérieures.

« [...] On ressent moins l'effet directement [...]. Et du coup, si les gens, ils ont comme but de boire beaucoup d'alcool, si on sent pas l'effet tout de suite, on boit beaucoup plus et après, je pense que c'est là aussi le problème. » (Fille, 16 ans)

La possibilité d'éviter les effets de l'alcool en le mélangeant avec des boissons énergisantes a également été présentée comme une stratégie pour pouvoir boire de l'alcool avec plus de légèreté en termes de goût, d'effet ou de responsabilité.

« Enfin moi souvent quand je vais à des soirées, c'est souvent quand on fait un beer pong (jeu à boire) qu'on fait les mélanges parce que... ça fait un peu... trop fort d'un coup

donc... Je pense ça allège et ça donne moins d'effet à l'alcool du coup on boit plus avec bonne conscience. » (Fille, 16 ans)

Au contraire, pour d'autres, mélanger une boisson énergisante avec de l'alcool permettrait non pas d'éviter l'ivresse mais bien de l'atteindre plus rapidement.

« Ouais et pis on m'a dit aussi que quand on boit des boissons sucrées, on est plus vite saoul donc peut-être aussi ajouter la notion de sucre dans un shot d'alcool fort, peut-être que (c'est) pour encore intensifier les effets ou quelque chose comme ça. » (Garçon, 16 ans)

Dans un tel cas, ce n'est donc pas le goût qui serait recherché.

« [...] Le fait que ce soit une boisson très très sucrée, ça balance avec l'alcool et puis ça rend le truc assez buvable. Et puis finalement, on ne prête plus trop attention au goût de l'Energy drink ou de l'alcool et puis on boit comme ça quoi. » (Fille, 18 ans)

Une particularité de ce mélange concernait les marques. Comme mentionné auparavant, il existe des sous-marques avec un prix inférieur à celui des boissons énergisantes de marque. Cette différence faisait particulièrement sens dans le cadre des discussions autour du mélange alcool-boisson énergisante. En effet, pour mélanger, les jeunes se dirigent essentiellement vers les sous-marques, notamment pour pouvoir en acheter une certaine quantité.

« [...] Dans ce qu'on va mélanger avec l'alcool, ça va perdre le goût de la boisson et puis du coup, ça ne sert à rien en quelque sorte d'investir dans de la vraie marque, autant prendre de la sous-marque moins chère [...]. » (Fille, 18 ans)

Comparativement à la consommation de boisson énergisante seule, certain·e·s participant·e·s ont considéré que la consommation de boissons énergisantes se faisaient davantage dans le cadre du mélange avec l'alcool. Néanmoins, et cela a un lien avec une différence entre les garçons et les filles quant à la consommation de boisson énergisante seule, c'est un groupe de filles qui a considéré que ces boissons étaient plus bues avec de l'alcool que seules.

« Quand même plus (mélange alcool-boisson énergisante) que juste ça comme ça (boisson énergisante seule), j'ai l'impression. » (Fille, 18 ans)

Dans un tel contexte, certain·e·s jeunes consommeraient des boissons énergisantes alors même qu'elles/ils n'apprécient pas le goût de la boisson seule. A nouveau, c'est dans un groupe de filles que ce constat a été relevé.

« Moi je connais des gens qui n'aiment pas le Red Bull tout seul mais qui aiment bien mélanger avec de l'alcool. » (Fille, 16 ans)

Un parallèle entre les boissons énergisantes et l'alcool a parfois été fait, démontrant des contextes de consommation relativement similaires par rapport à l'interdiction, à la pression des pairs, à l'acceptation du groupe, etc. Ce parallèle a même été relevé par rapport aux canettes et à leur design, rappelant celui utilisé pour la bière.

« Moi je crois que j'en ai pris ma première fois quand j'avais découvert que c'était pas de la bière vers 12 ans. Mais à ce que je me rappelle, j'avais des gens dans ma classe qui en prenaient déjà depuis un moment [...] ». (Garçon, 14 ans)

Ce lien entre boisson énergisante et alcool, en plus du mélange, a semblé s'illustrer dans une forme de passage de la boisson énergisante à l'alcool, la boisson énergisante ayant été remplacée par la bière ou mélangé à l'alcool en grandissant.

« [...] J'ai eu une période où j'en buvais de temps en temps dans le train, maintenant ça a été remplacé par la bière. Puis, du coup, les dernières fois où j'en ai bu des boissons énergisantes, c'est à chaque fois tombé avec de l'alcool mais maintenant ça me viendrait jamais à l'idée de me dire... Au contraire, limite je vais me faire un café quoi. Mais ça me viendrait plus à l'idée de me prendre une boisson énergisante. » (Garçon, 18 ans)

3.2.6 Différences de sexe

Dans la majorité des groupes de discussion, ce sont les garçons qui ont été mentionnés comme les plus gros consommateurs de boissons énergisantes, lorsqu'elles sont consommées seules.

« Moi dans mon gymnase, en tout cas [...] dans ma classe, il y a que les garçons qui prennent ce genre de boissons. Les filles, elles ont jamais ça. Elles ont du café, des bouteilles d'eau mais elles vont jamais s'amuser à prendre des Monster ou ce genre de choses. » (Fille, 17 ans)

« Je vois très peu de filles prendre des boissons énergisantes. » (Garçon, 16 ans)

Quelques exceptions ont été mentionnées telles qu'une école qui semblait présenter le contraire avec davantage de filles consommatrices de boissons énergisantes.

« Moi dans mon gymnase, c'est le contraire que toi. Non c'est les filles qui en boivent plus, en tout cas dans ma classe parce que j'ai pas vraiment été regarder les autres mais il y a plus de pourcentage de filles qui en boit que de garçons. Enfin après je sais pas en dehors des cours mais au cours [...]. » (Fille, 16 ans)

Une impression d'égalité entre filles et garçons quant à la consommation de boisson énergisante seule a également été relevée.

« Moi en tout cas je n'ai pas vu la différence. Je me souviens que c'était la même chose. Enfin, les deux achetaient la même quantité, ils buvaient la même quantité. » (Fille, 19 ans)

Par rapport à la majorité qui considère que les garçons sont les consommateurs principaux des boissons énergisantes, plusieurs raisons ont été mentionnées pour expliquer cette différence. Tout d'abord, à un certain âge, les garçons seraient plus influençables par rapport à leurs pairs et une plus grande pression serait alors exercée et subie par rapport à cette consommation.

« Mais je pense que les garçons, ils sont un peu plus... Enfin, ils ont des potes. Je pense qu'ils sont un peu plus jugés s'ils en boivent ou s'ils en boivent pas. » (Fille, 14 ans)

Les garçons seraient davantage dans la frime avec une telle consommation et l'utiliseraient comme moyen de reconnaissance des pairs, notamment par rapport à l'interdit qui entoure ces boissons et l'envie de montrer qu'on peut l'outrepasser.

« [...] Ouais c'est des garçons qui font ça, ils font un évènement, ils boivent ça, c'est comme boire de l'alcool, c'est pour la frime, pour montrer Ok moi je fais ça et tout, c'est pas bien. Bah là c'est à peu près pareil parce que c'est vu comme quelque chose qui n'est pas extrêmement bien, même si c'est pas pareil que de l'alcool. Mais non, les filles jamais trop [...]. » (Garçon, 15 ans)

Les filles consommeraient moins ce genre de boissons par rapport aux calories, elles feraient plus attention à leurs poids.

« Je pense plus les filles. Elles vont se dire Ah je vais pas grossir avec ça. Alors qu'un garçon... il s'en fiche ! » (Fille, 17 ans)

L'image véhiculée par ces boissons, notamment à travers la publicité, est très masculine et focalise sur les performances physiques, un élément qui a été rapporté comme étant plus important pour les garçons que pour les filles. Les garçons pourraient alors souhaiter assurer leur virilité et masculinité avec ces boissons.

« [...] Je dirais les garçons qui en boiraient un peu plus mais après, c'est un autre sujet complètement mais je pense que si aussi... Comme tu disais un peu, sur cet effet masculin, viril, que c'est censé donner [...], c'est un peu cette image du garçon très stéréotypé [...]. La société qui attribue le fait que les garçons sont censés être d'une façon et puis les filles d'une autre façon et du coup, bah les garçons qui veulent se conformer à ce standard-là puis être cette image de l'homme [...] que la société a entre guillemets choisie, bah je pense que ça encourage. (Fille, 17 ans)

Néanmoins, cette différence de consommation entre les sexes se résorberaient avec l'âge. Le mélange boisson énergisante-alcool explique en grande partie la diminution de la différence. Avec l'âge, la consommation seule de boissons énergisantes diminuerait pour laisser davantage de place au mélange boisson énergisante-alcool. Les filles seraient alors tout aussi consommatrices de ce mélange que les garçons.

« [...] Quand j'étais encore à l'école [...], certains ils commençaient à boire des boissons énergisantes, c'était plus, comme disaient les autres, pour faire cool mais c'était plus les garçons et après, [...] ça se régule [...]. En tout cas dans mon collège, il y avait plus de garçons qui en prenaient mais après, ils influençaient les autres, du coup après, ça se régulait facilement. » (Fille, 16 ans)

3.2.7 Différence d'âge

Selon les participant-e-s, les boissons énergisantes étaient avant tout des boissons consommées par les jeunes. Avec l'âge, une prise de conscience et le fait d'être moins influençable expliqueraient la réduction voire l'absence de consommation de ce genre de boissons chez les adultes.

« [...] En tout cas, je vois pas beaucoup d'adultes boire des Energy drink. Je vois beaucoup plus de jeunes 14, 15, 16 en boire. Après les jeunes aussi ils sont beaucoup plus naïfs, genre ils se disent c'est une boisson qui me rend plus rapide et plus vif [...]. Ils se disent plus facilement je vais peut-être en boire une alors qu'un adulte, il se sent peut-être plus responsable [...]. Ils (les adultes) pensent peut-être plus au long terme et ils sont conscients des effets et du coup ils se disent plus facilement ouais non j'en prends pas [...]. » (Garçon, 16 ans)

L'attrait pour l'interdit et la reconnaissance des pairs expliquent également que les jeunes sont particulièrement attirés par cette boisson à un jeune âge et que cette consommation se réduit à l'âge adulte.

« Pour contrer leurs parents, esprit de (contradiction) ; tout ce qui est prohibé, on sait que ça marche pas. [...] Et puis aussi peut-être pour être dans la norme parce que leurs amis, ils boivent, tous leurs amis ont leur Monster à la pause et puis ils se disent oh moi ma mère elle m'interdit mais tous mes amis en boivent, bah je vais quand même en boire un. » (Garçon, 18 ans)

Le goût sucré tant apprécié des jeunes peut ne plus être apprécié par les adultes, par rapport au goût en tant que tel mais aussi pour des raisons de santé.

« Je pense que les adultes... [...] En tout cas mon père, lui, il aime beaucoup moins les trucs sucrés et ce genre de boissons il peut pas en boire en format normal [...]. Du coup je sais pas ce que ça peut faire aussi que l'adulte a moins envie de recevoir ce goût sucré tout ça et il se rend aussi peut-être plus compte du mal que ça fait ça. » (Garçon, 16 ans)

Selon les jeunes, les adultes qui boiraient ce genre de boissons énergisantes le feraient uniquement pour leurs effets et non pour leur goût.

« [...] Je ne connais pas d'adulte ou de personne de mon âge qui en boit pour le plaisir. Enfin ce n'est pas du tout répandu [...]. Moi j'ai plus l'impression que quand on est jeune justement, on prend les boissons énergisantes [...] pour faire les grands et tout plutôt que pour le côté apport énergétique justement et aujourd'hui, il y a énormément de monde qui boit du café quand ils grandissent parce que je pense que c'est le côté énergétique du café, il l'emporte sur le goût [...]. » (Fille, 18 ans)

Des participant-e-s ont, néanmoins, relevé que certain-e-s adultes de leur entourage étaient des consommateurs-trices de boissons énergisantes, mais à des occasions très spécifiques.

« Moi je sais que mon père en buvait quand on faisait de longs trajets. » (Fille, 19 ans)

Les boissons énergisantes ont donc été considérées comme des boissons essentiellement consommées par les jeunes. Néanmoins, une distinction était encore faite parmi les jeunes. Ce sont surtout les très jeunes qui sont les consommateurs-trices principaux-pales de ces boissons, notamment les jeunes qui sont encore scolarisé·e·s à l'école obligatoire.

« [...] Quand on était au collège, genre ça se buvait beaucoup, quasiment à toutes les pauses [...] et puis maintenant au gymnase il y en a moins. Mais j'ai un frère qui est encore au collège bah ça m'arrive de le voir avec une cannette donc ça m'étonnerait pas que ce soit resté un peu la même chose. C'est peut-être aussi un effet enfin à cet âge-là c'est encore cool et pis peut-être quand on grandit [...] ça change. » (Garçon, 16 ans)

Par rapport à l'âge de la première consommation, une majorité semblait se rappeler que les premières boissons énergisantes étaient consommées entre 10 et 12 ans et qu'un pic de consommation avait lieu à 13 ans.

« Ouais genre vers 11-12 ans, c'est genre l'âge où vraiment ça commence. Je pense qu'il y a des gens qui en consomment déjà avant mais à 11-12 ans, c'est genre le boom entre guillemets [...]. » (Garçon, 16 ans)

« C'était bah moi je sais que c'était en secondaire donc c'était à partir de 10 jusqu'à 15 ans. » (Fille, 19 ans)

A nouveau, cette différence s'est expliquée par le fait que les plus jeunes sont d'autant plus influençables par leurs pairs et la publicité.

« [...] Quand on est plus petit, les gens sont plus influençables puis plus on grandit, plus les personnalités elles se définissent et puis, il y a moins de pression sur ce que tu bois [...]. Quand on avait 11 ans, on avait des ami·e·s qui te mettaient la pression pour boire ce genre de trucs mais à 17 ans, il y a personne qui va te dire quoi boire enfin après au bout d'un moment, c'est vraiment chacun et ses choix personnels. » (Fille, 17 ans)

Par rapport à la publicité et au marketing, des produits viseraient directement les très jeunes.

« Après moi j'ai le souvenir, quand j'étais petite [...], je devais avoir 10, 11 ans, à côté de mon école, il y avait un Lidl et puis là-bas c'étaient des boissons énergisantes avec un Hello Kitty dessus ou bien un Bob l'éponge (personnages de dessins animés) et puis ça avait le goût de fraise ou d'ananas et puis c'était bon et on achetait ça parce que c'était bon et sans forcément se rendre compte que c'était des boissons énergisantes. » (Fille, 19 ans)

Finalement, la puberté pourrait expliquer la consommation de boissons énergisantes chez les plus jeunes. Les changements physiques mais également une certaine prise d'indépendance, notamment par rapport aux heures de coucher et de sommeil, se manifesteraient par un fort besoin d'énergie.

« [...] Moi j'ai le souvenir que la plupart qui buvait ce genre de boissons énergisantes, c'était autour de 10-12 ans, c'était la période où on commence à être en puberté etcetera, donc c'est aussi une période qui est très fatigante pour le corps et souvent, ils

restent tard la nuit parce que [...] c'est stylé de s'endormir à minuit un jour de la semaine [...]. » (Fille, 19 ans)

Pour d'autres, au contraire, des jeunes de cet âge n'ont absolument pas besoin d'un apport supplémentaire en énergie de par leur emploi du temps. La consommation d'une telle boisson serait alors totalement inutile pour cet âge et le deviendrait avec des études supérieures.

« Moi je pense personnellement que les écoliers, enfin les plus petits, ils ont pas forcément besoin de ça enfin je trouve personnellement. Après, ça peut dépendre des cas mais... Parce qu'ils ont moins de choses quand même [...] que des étudiants à l'université ou au gymnase, ou en apprentissage ou quoi que ce soit. » (Fille, 16 ans)

3.3 Connaissances

L'ensemble des participant·e·s ont reconnu un manque de connaissances autour de ces boissons énergisantes. Tout d'abord, par rapport aux ingrédients composant une boisson énergisante. Une minorité des participant·e·s ont mentionné les ingrédients principaux, soit la caféine, le sucre et la taurine.

« Après moi, je pense qu'il y a beaucoup de trucs... Beaucoup d'ingrédients dedans qu'on sait pas. On sait pas vraiment ce que c'est parce qu'on sait qu'il y a du sucre, de la caféine puis de la taurine [...]. Il y a sûrement beaucoup d'autres choses mais du coup, on sait pas vraiment. Du coup, on prend ça juste parce que c'est pour donner de l'énergie [...]. » (Garçon, 16 ans)

D'autres, en revanche, n'étaient même pas sûrs des ingrédients inclus dans une boisson énergisante.

« C'est peut-être ça ouais. Parce que je me dis, par exemple, dans le Red Bull, il y a de la caféine non ? » (Garçon, 18 ans)

« - Et puis si je vous dis de la taurine, ça vous dit quelque chose ? (Responsable de recherche)

- Oui, ça, ça me dit quelque chose (Garçon, 16 ans)

- J'ai déjà entendu. Je ne sais pas trop ce que c'est. C'est du café ? Il y a quelque chose ? » (Garçon, 15 ans)

Même si les ingrédients étaient mentionnés, aucun·e jeune n'était vraiment sûr·e de savoir ce que cela représentait et n'est parvenu·e à expliquer les effets de ces ingrédients. Plusieurs jeunes ont ainsi considéré qu'ils/elles ne savaient pas du tout ce qu'ils/elles consommaient exactement.

« Sûrement la taurine parce qu'on sait pas vraiment ce que c'est [...]. Je pense qu'il y a personne qui sait vraiment ce qu'il y a dans ces machins [...]. » (Fille, 16 ans)

« Je me suis jamais demandé ce qu'il y a dans un Red Bull vraiment je pense. Parce que maintenant, je sais qu'il y a de l'eau, du sucre mais les autres composants, je n'ai aucune idée. » (Garçon, 17 ans)

Plusieurs jeunes ont d'ailleurs mentionné la légende / l'idée que la taurine était une substance extraite des taureaux.

« C'est des testicules de taureau enfin je crois [...]. » (Fille, 17 ans)

En plus d'une méconnaissance des ingrédients composant ces boissons, une méconnaissance a été relevée par rapport aux effets potentiels de ces boissons. Ce sont les avertissements par rapport aux enfants et aux femmes enceintes qui ont fait réfléchir certain·e·s participant·e·s. Dans la majorité des groupes, les avertissements sur les canettes n'étaient pas connus.

« Ouais bah ça prouve bien que si une femme enceinte peut pas le boire, c'est déjà pas très bien quoi. » (Garçon, 16 ans)

Plusieurs fois, certain·e·s jeunes ont indiqué que leurs parents leur avaient déconseillé, voire même interdit, la consommation de telles boissons mais que les explications sur le pourquoi n'avaient pas été données.

« On dit juste que c'est pas bon mais on nous explique pas forcément pourquoi alors je sais pas trop. » (Fille, 14 ans)

Ce constat a également été fait hors des directives des parents, de manière plus générale par rapport à une interdiction ou à une limite d'âge instaurée.

« [...] C'est mon problème toujours actuellement, c'est que je vois, par exemple, en Angleterre, les boissons énergisantes ne sont pas vendues aux personnes de moins de 18 ans. Il y a forcément quelque chose derrière. Je me suis pas plus renseigné sur le sujet mais forcément, il y a quelque chose de mauvais qui se cache derrière si elles ne sont pas commercialisées pour certaines personnes. Donc j'aimerais bien savoir pourquoi et [...] si réellement il y a un problème [...]. » (Garçon, 18 ans)

Le manque de connaissances s'est également révélé par rapport aux risques de mélanger boisson énergisante et alcool. Certain·e·s jeunes ont essayé d'expliquer le risque d'un tel mélange mais les doutes subsistaient par rapport à la dangerosité.

« Et puis j'avais lu aussi que c'était aussi un peu des contraires. L'alcool ça nous endort et puis tout ce qui est Red Bull etcetera, ça nous donne de l'énergie. Les deux ensemble, ça fait un peu... Enfin...ça ne fait pas grand-chose au niveau de l'énergie je pense. » (Fille, 19 ans)

« C'est pas justement une histoire que l'alcool, ça fait baisser la tension et puis le Red Bull la fait monter du coup le pauvre corps il comprend plus rien ? C'est ça je crois [...]. » (Garçon, 17 ans)

Certain·e·s ont même remis en cause la dangerosité-même de ce mélange.

« Bon, après, je pense que quand on boit de l'alcool, on n'est pas à ça près. Enfin, de toute façon, on boit quelque chose qui est pas bien pour la santé donc rajouter un peu de Red Bull, ça change pas grand-chose au final. » (Fille, 20 ans)

Finalement, le manque de connaissances quant à ces boissons, au niveau de leurs ingrédients et des effets, semble également concerner les parents.

« Quand j'étais petit, les premières fois où j'ai goûté, j'ai acheté ça avec mon père. Même lui ne savait pas trop ce que c'était puis ma mère, elle a regardé et elle m'a dit "Ah non, ce n'est pas bien, il ne faut pas boire ça". Mais à part elle, quand j'étais petit, personne d'autre. » (Garçon, 17 ans)

3.4 Risques / effets secondaires

Tout d'abord, certain-e-s ont rapporté des doutes quant aux risques de ces boissons énergisantes, considérant que si elles étaient vraiment dangereuses, elles ne seraient pas autorisées.

« Je pense qu'ils sont quand même obligés de le mettre si ça convient pas aux enfants mais je pense ça a quand même été démontré que ça convient aux enfants au final parce que s'ils étaient vraiment dans l'illégalité, ils seraient obligés de mettre une indication dessus. Par exemple, sur les paquets de cigarettes, t'es obligé de mettre fumer tue [...]. » (Garçon, 16 ans)

Ces doutes ont également été rapportés vis-à-vis des parents. S'ils sont contre ces boissons ou les interdisent même parfois, c'est qu'elles présenteraient raisonnablement un certain danger et que ce danger serait peut-être dissimulé.

« Il y a beaucoup d'hypothèses autour de ces boissons mais [...] c'est fictif [...]. Bah mes parents par exemple, ils sont pas pour les boissons énergétiques, ils aiment pas, enfin ils savent que c'est mauvais pour la santé et du coup, ils me déconseillent d'en boire. [...] Si on me déconseille de boire, c'est qu'il y a forcément quelque chose derrière quoi. Parce que rien que le fait que les noms soient compliqués sur la bouteille, ça prouve qu'il y a quelque chose qui essaie d'être caché et dissimulé. » (Fille, 17 ans)

Dans la même lignée, le fait que certains avertissements, notamment par rapport aux enfants et aux femmes enceintes, doivent apparaître sur les boissons démontre qu'il existe des dangers par rapport à ces boissons énergisantes, mais les risques concrets étaient peu connus.

« Ouais il me semble [...] que c'était déconseillé pour les femmes enceintes et les personnes de moins de 16 ans, un truc du genre ou 14. Je crois c'est mis derrière les boissons. Après, pourquoi exactement [...], je me suis jamais trop intéressé à ça [...]. (Fille, 18 ans)

« Mais ne convient pas aux enfants c'est quand même assez fort donc je pense que c'est quand même vachement nocif s'ils le disent comme ça, je pense. » (Fille, 20 ans)

Par rapport à ces incertitudes quant aux effets indésirables à la suite d'une consommation de boissons énergisantes, certain·e·s ont considéré que cela dépendait surtout de la sensibilité de la personne. Ainsi, une personne peu sensible pourrait consommer ces boissons énergisantes sans risque.

« Je pense ça dépend de la limite de chacun au final. Certains ils tiennent mieux l'alcool que d'autres par exemple et je pense que c'est un peu la même chose que pour les boissons énergisantes. » (Garçon, 16 ans)

Les doutes ont également porté sur le fait de savoir si les jeunes étaient plus à risque d'expérimenter des effets indésirables et que ces boissons énergisantes étaient donc plus dangereuses pour eux/elles.

« [...] Quand on a 14 ans, logiquement on est plus petit, il y a moins de masse corporelle donc peut-être aussi, il y a une plus grosse concentration dans le corps donc il y a peut-être plus d'effets encore vu que les gens sont plus petits. Après si vraiment l'âge ça change quelque chose, je sais pas... » (Garçon, 16 ans)

Les effets sur le développement des jeunes a été avancé comme hypothèse quant aux risques de consommer ces boissons énergisantes à un jeune âge. Mais les doutes subsistaient.

« Je pense que c'est pour tout le monde mais peut-être pour les adolescents, enfin... vu que la croissance est pas finie suivant comment. J'en sais rien si ça fait quelque chose ou pas mais...[...] Je pense que pour le développement, [...] mais je suis pas vraiment sûre si ça a une conséquence ou pas mais je pense qu'au niveau du développement du cerveau, du corps, ça doit pas être génial [...]. » (Fille, 16 ans)

Un style de vie sain serait un facteur de protection par rapport aux risques que pourraient présenter les boissons énergisantes. Ainsi, une activité physique par exemple, pourrait contrer les effets secondaires des boissons énergisantes.

« Je dirais que ça dépend aussi de l'activité physique car c'est possible que quelqu'un prenne trois Red Bull par jour mais vu qu'il se consomme vraiment à mort et qu'il fait beaucoup, par exemple, de course ou quelque chose comme ça, (il ne sera) pas en surplus de boisson énergisante par rapport à quelqu'un qui en prendrait qu'un seul par jour mais qui ferait même pas un pas de la journée et qui resterait juste dans son lit. » (Garçon, 14 ans)

« Je pense ceux qui le prennent avant le sport encore, ça peut passer. Comme ça ils ont plus d'énergie. Mais ceux qui boivent sans raison et qui font pas d'activité physique, c'est pas bon. » (Fille, 17 ans)

Finalement, certain·e·s ont considéré que les effets, y compris les effets secondaires indésirables, étaient surtout d'ordre psychologique et que les boissons énergisantes n'avaient pas beaucoup d'effets et agissaient surtout comme un placebo pour faire croire à des effets.

« Moi j'avais vu que le café, c'était surtout psychologique parce que l'effet il arrivait je crois 3-4 heures après, après avoir bu le café du coup je ne sais pas si c'est vrai, c'est plutôt psychologique pour moi. » (Garçon, 17 ans)

Plusieurs risques et effets secondaires ont quand même été mentionnés. Plusieurs participant-e-s ont, notamment, parlé des effets sur le cœur, certain-e-s admettant qu'ils avaient déjà ressenti une accélération de leur pouls à la suite d'une consommation de boissons énergisantes.

« Bah les risques, c'est que ça [...] augmente les battements du cœur, le Red Bull, enfin c'est ce que je ressens un peu quand j'en prends et si on en prend peut-être trop pour les personnes cardiaques, on peut vraiment, si on en prend énormément, faire une crise cardiaque mais enfin c'est ce que j'ai entendu. Je sais pas si c'est vraiment possible. » (Garçon, 16 ans)

Par rapport à ces effets sur le cœur et le pouls, une participante a rapporté qu'à la suite d'une nuit blanche grâce à la consommation de boissons énergisantes, elle avait été sujette à des tremblements et que cela l'avait inquiété.

« Bah moi je sais que j'en ai bu une nuit, il y a pas très longtemps parce qu'il fallait que je fasse une nuit blanche parce qu'il fallait que je regarde un truc à la télé, c'est pas très bien mais je l'ai fait quand même. Et je les ai bu pendant la nuit et j'ai pas dormi de la nuit du coup. Et le lendemain, je devais aller en cours et je me souviens le matin, quand je me suis réveillée, mes mains elles tremblaient et mon pied aussi. J'arrivais pas à les arrêter pendant genre 10 minutes pis après ça allait mieux. Mais j'ai eu un peu peur. » (Fille, 16 ans)

Pour certain-e-s, ce genre de symptômes physiques, surtout cardiaques, étaient logiques par rapport aux effets de la boisson énergisante et au but énergisant, considérant, alors, que ce n'était pas forcément un effet indésirable.

« [...] Le pouls qui augmente, je le ressens quasiment tout le temps quand j'en prends et je pense que ça arrive à peu près à tout le monde [...], mais après, je sais pas si c'est vraiment indésirable. Je pense que c'est un peu l'objectif recherché dans une boisson énergisante. » (Garçon, 16 ans)

Ces symptômes étaient cependant souvent discutés dans le cadre d'une consommation vraiment excessive. Une consommation modérée n'était alors pas considérée comme risquée.

« J'imagine que si on prend trop enfin tous les jours, plusieurs fois par jour, [...] on va peut-être prendre du poids, on va avoir des maladies cardiaques peut-être enfin des choses comme ça mais du coup, il y a sûrement des effets secondaires [...] mais si on prend trop. Mais si on en prend une de temps en temps, il y a pas d'effet secondaire [...]. » (Garçon, 16 ans)

Un autre symptôme apparaissant directement après la consommation d'une boisson énergisante concernait l'appétit. Un participant a relevé qu'après avoir consommé une boisson énergisante il n'avait plus faim et semblait étonné de cet effet.

« [...] J'ai regardé [...] ce que contenait une cannette parce qu'en gros le truc c'est que [...] quand j'en bois une, j'ai plus faim pour quelques heures et [...] si je continue à en boire, j'ai plus faim pendant toute la journée et je voulais savoir ce qu'il y a dedans donc. » (Garçon, 17 ans)

La consommation de boissons énergisantes pourrait également avoir un effet négatif sur la capacité à se concentrer. L'effet énergisant ne serait alors que temporaire et/ou n'augmenterait en tout cas pas la concentration.

« Il y a certains de mes amis qui m'ont dit que quand ils boivent des Energy drinks etcetera, avant les cours, ils ont de la peine à se concentrer. Par exemple, avant un test, la plupart ne recommande pas parce qu'ils n'arrivent pas à se concentrer après. » (Garçon, 17 ans)

Une participante a d'ailleurs essayé d'expliquer ce qui lui avait été dit en classe par rapport à cet effet sur la capacité à se concentrer mais le fait que cela donne en même temps de l'énergie mais fait baisser la concentration n'était pas très bien compris et plutôt considéré comme illogique entraînant un doute quant à la véracité de cet effet.

« [...] Après, j'avais lu un article, je sais plus où, c'était un truc qu'on avait vu en classe il me semble. Et pis, comme quoi, ça nous donnait de l'énergie mais ça nous faisait aussi perdre un degré d'attention et du coup, on arrivait moins facilement à se concentrer. Mais qu'on avait quand même plus d'énergie, j'ai pas trop compris... Pour moi, c'est deux opposés donc je comprends pas comment on peut perdre [...] de l'attention et en même temps, gagner de l'énergie. » (Fille, 17 ans)

En plus des symptômes physiques assez directs, des effets sur le long terme ont également été discutés, surtout par rapport au sucre.

« Aussi prendre quelque chose d'aussi sucrée régulièrement, ça peut avoir des effets sur le diabète par exemple je pense [...]. » (Garçon, 14 ans)

C'est très souvent le sucre qui était l'ingrédient posant le plus de problèmes pour les participant·e·s au niveau des effets secondaires, beaucoup plus que la caféine ou la taurine.

« Après moi quand je bois un Red Bull, je prends celui sans sucre parce que je me dis [...] vu que le sucre ça m'excite déjà un peu, je me dis peut-être je serais moins excité enfin je serais pas surexcité du coup je prends celle-là [...]. » (Garçon, 16 ans)

« Apparemment ça donnait des cancers, c'était mauvais pour le cœur, à cause du sucre. » (Garçon, 17 ans)

Le sucre était également mis en cause dans le cadre du mélange alcool et boisson énergisante, considérant alors que ce mélange était risqué surtout par rapport à la quantité de sucre.

« Ouais ça fait beaucoup beaucoup beaucoup de sucre d'un coup. » (Fille, 19 ans)

Sans mentionner quel ingrédient était le plus en cause, le mélange boisson énergisante et alcool a été considéré comme dangereux par rapport aux effets contraires de ces boissons.

« Parce que le Red Bull, [...] ça donne de l'énergie au cœur et l'alcool ça ralentit donc c'est mauvais enfin s'il y a vraiment trop d'abus sur ça, le cœur il peut lâcher. » (Fille, 16 ans)

Un autre effet à long terme pourrait prendre la forme d'une dépendance à ces boissons, que cela soit par rapport au sucre ou aux effets, notamment avec un cercle vicieux par rapport à la fatigue qui mènerait à boire de plus en plus ce genre de boissons.

« Moi je pense aussi qu'on peut peut-être devenir dépendant vu qu'on est fatigué, on en prend pis je pense que t'es plus fatigué pendant un certain moment et après ce moment, on redevient fatigué du coup on en reprend un [...], du coup je pense qu'on peut devenir dépendant [...]. » (Garçon, 16 ans)

Les problèmes par rapport au risque de dépendance apparaîtraient lors de consommation régulière. Ainsi, certain·e·s considéraient que même une fois par semaine pouvait s'avérer dangereux par rapport à la régularité de la consommation.

« [...] Je pense que déjà deux fois par semaine, je pense que si ça commence à devenir une habitude et tout, je pense que c'est mauvais signe. Je ne pense pas qu'il faut en consommer tous les jours pour que ça soit mauvais pour la santé mais dès que ça devient régulier et tout et puis que la personne commence à sentir un manque et tout, je pense que ça commence à devenir grave. » (Fille, 18 ans)

3.5 Publicité

Plusieurs discussions ont été menées sur la publicité et le marketing utilisés par les marques de boissons énergisantes, que cela soit de manière spontanée ou basée sur les images utilisées dans le cadre des groupes focus pour animer les discussions. Tous les participant·e·s, sans exception, se rappelaient avoir déjà vu une publicité pour une boisson énergisante, surtout Red Bull®, dont le slogan est très reconnaissable.

« Après à la télé, on voit souvent les pubs Red Bull enfin tout le monde connaît le slogan « Red Bull donne des ailes » et puis aussi sur Youtube ou des trucs comme ça, avant qu'une vidéo commence, on a tout le temps des pubs ou en tout cas, ça m'arrive souvent [...]. » (Fille, 19 ans).

En plus du slogan, les simples couleurs utilisées par ces marques permettent de les reconnaître, démontrant un marketing bien ancré et répété.

« Bah dès qu'en fait, on voit les couleurs et si on sait que c'est un évènement sportif, on n'a même pas besoin de voir le logo qu'on sait déjà que c'est un Monster ou un Red Bull grâce aux couleurs en fait qui sont présentes sur les banderoles ou des choses comme ça. » (Garçon, 16 ans)

Le marketing utilisé semble donc efficace, surtout pour la marque Red Bull® qui fonctionnerait, notamment, sur la suggestion de la marque.

« [...] Quand on nous dit un nom de boisson, on pense d'abord à Red Bull. Je pense c'est surtout une manière d'être dans l'inconscient collectif [...]. C'est plus subtil que ça et c'est surtout être partout comme ça, enfin c'est la première boisson à laquelle on va penser plutôt qu'une autre qui a pas fait autant de marketing qu'elle. » (Garçon, 14 ans)

Les boissons énergisantes, particulièrement les deux principales, Monster® et Red Bull®, sont particulièrement présentes dans les événements sportifs en tant que sponsor direct.

« [...] On voit plus de boissons énergisantes dans des événements sportifs par exemple tu sais quand tu vois des compétitions de BMX ou des choses comme ça, t'as des banderoles Red Bull, des banderoles Monster ou comme ça. Du coup, au final, c'est quand même pas mal destiné à un public sportif et c'est l'image qui est essayée d'être gardée quand même. » (Garçon, 16 ans)

Ainsi, les sportifs ou les personnes voulant devenir ou être considérées comme sportives sont directement visées par cette présence. Le message véhiculé par ces placements est un message positif pour les activités sportives, mettant en avant les effets de ces boissons sur les performances dans le cadre d'une activité saine.

« C'est lié au sport donc au bien-être, c'est ce qu'on avait dit avant. » (Garçon, 18 ans)

« Mais eux, Red Bull, ils sont quand même dans [...] des manifestations sportives et ils sont quand même partout enfin... Si on regarde à la télé et tout, il y en a quand même souvent qui sponsorisent et ça, ça renvoie une image comme quoi [...] ça donne une énergie pour aller faire du sport, que ça, c'est bien pour le sport [...]. » (Fille, 16 ans)

Red Bull® ferait relativement peu de publicité directe, mais utiliserait davantage le sponsorship de certains événements. Une tactique semblant permettre de passer outre les possibles risques de ces boissons énergisantes.

« Ils traitent jamais en soi la boisson en elle-même. Par exemple, pour Red Bull, ils te montrent que des sports extrêmes : du hors-piste en montagne, du VTT, [...] ou ils prennent une gorgée ou j'en sais rien à la fin de la pub ou je ne sais quoi mais en soi, on ne traite jamais la boisson en elle-même. » (Garçon, 19 ans)

Même si la plupart des jeunes semblent conscient·e·s du marketing agressif, des stratégies adoptées et de la population qui est visée, certain·e·s, essentiellement des garçons, ont admis que les publicités pouvaient les attirer et leur faire imaginer que c'est la boisson énergisante qui serait la cause de certaines actions.

« [...] Ils font pleins de trucs, ils font genre des Snow parcs incroyables, puis tous les skieurs à toutes les pauses, ils ont un Red Bull à la main, ils font des pubs sur leurs réseaux sociaux et tout. [...]. Ils sont super présents dans certains domaines typiquement comme le ski du coup ça, ça peut influencer beaucoup de gens parce que souvent, sur les pistes de ski, [...] on se dit plus facilement ouais je bois un Red Bull parce qu'on a vu l'affiche

plus haut dans le Snow parc je sais pas où. [...] Typiquement, l'exemple du ski, il y a un gars il fait une figure et pis on se dit ah ouais il est incroyable et pis après, il vient, il boit un Red Bull et on se dit peut-être genre c'est à cause de ça [...]. » (Garçon, 16 ans)

« Red Bull ça m'attire plus, c'est quelque chose de... Je sais pas, c'est par rapport aux évènements qu'ils sponsorisent pour moi [...]. » (Garçon, 15 ans)

Les jeunes ont également souvent relevé, et étaient donc relativement conscient·e·s, que Red Bull, pour citer la plus connue et présente des marques, était très présent dans les sports extrêmes, des sports particulièrement attirants pour des adolescent·e·s souhaitant tester leurs limites.

« Non mais là je pense qu'ils essaient de toucher un sport extrême donc du coup, bah justement, il lie le Red Bull à quelque chose d'extrême du coup on revient justement à la question que ça attire [...] pas mal les jeunes qui justement sont on va dire intrépides, voilà. » (Garçon, 19 ans)

En plus du sport traditionnel, les marques de boissons énergisantes sont également présentes sur Internet, avec le sport électronique (ou e-sport), une activité très tendance auprès des jeunes.

« Et donc ça veut dire qu'il en boit donc c'est bon entre guillemets. Moi je connaissais un skieur qui a une chaine Youtube maintenant, qui ne fait plus de ski, qui a été aux Easygames etcetera, il a été sponso (sponsorisé) par Red Bull. [...] En fait, tous les gens qu'ils sponsorisent c'est quand même des idoles pour les enfants, pour ça qu'ils vont de plus en plus sur l'E-Sport, c'est quand même quelque chose qui [...] attire beaucoup les jeunes et donc du coup ils voient ça, ils voient ça partout. » (Garçon, 15 ans)

Pour rester dans cet univers électronique et virtuel, les boissons énergisantes sont également présentées comme pouvant accompagner un joueur de jeu vidéo.

« [...] Par exemple, typiquement [...] un Youtubeur, pour des jeux de Fornite je crois et donc en gros, il a la casquette Red Bull enfin il a de tout. Il se ramène tout le temps avec une cannette et donc il fait de la pub parce qu'il est sponsorisé et parce qu'il doit aussi gagner sa vie je pense. » (Garçon, 17 ans)

En plus des activités directement liées aux médias numériques, les boissons énergisantes sont également présentes sur des plateformes, notamment Youtube.

« [...] J'en avais vu aussi sur Youtube, j'avais vu un peu partout. Et pis quand je suis allée à la Coop, justement, j'avais remarqué qu'elles étaient là alors que je n'avais jamais remarqué avant [...]. (Fille, 18 ans)

Les boissons énergisantes arriveraient à faire que les jeunes les considèrent comme nécessaires à certaines activités, notamment afin d'améliorer leurs performances.

« [...] Ils te vendent le produit en disant qu'il te la faut comme nécessaire tandis qu'en haut, on te dit juste le nom et que ça donne de l'énergie et donc voilà, on interprète que c'est une boisson énergisante mais ouais je pense que... En gros en bas, au niveau

commercial, c'est beaucoup mieux parce qu'il faut toujours vendre la chose comme si c'était nécessaire et pas parce que c'est juste un plus quoi, un bonus. » (Garçon, 17 ans)

Par rapport à la présence des boissons énergisantes, plusieurs participant-e-s se sont souvenu-e-s avoir vu ces boissons énergisantes dans certains magasins car elles étaient mises en avant, parfois dans des magasins non alimentaires. L'emplacement de ces boissons énergisantes a ainsi été considéré comme important par rapport à leur consommation.

« Mais c'est surtout les endroits où elles sont disposées, genre un peu partout. Même quand je vais à Interdiscount (magasin d'électronique), bah je vois il y a un petit tonneau avec plein de Red Bull dedans du coup enfin quand on va vers de l'électronique et on voit des Red Bull, on se dit "Bah pourquoi pas ? Ça a pas l'air [...] si mauvais que ça s'ils sont là [...]." La seule boisson dans un rayon électronique, [...] ils se disent : "Si elle est là, pourquoi pas de l'eau ?" Je pense que la disposition où ils sont placés aussi, toujours vers les caisses, genre même dans des magasins qui ont rien à voir avec des boissons, elles sont toujours là du coup je trouve ça un peu bizarre. » (Fille, 19 ans)

Si certain-e-s jeunes ont considéré que la publicité ne les influençait pas plus que ça dans leur consommation, d'autres ont expliqué l'effet de cette omniprésence, parfois camouflée, sur l'inconscient des jeunes.

« C'est inconscient. Enfin la pub, ça agit inconsciemment sur nous donc si on se dit Ah Neymar, il a tout le temps un Red Bull, c'est son niveau ! Du coup, une fois quand on sera dans un magasin, on va y penser ou même pas, inconsciemment y penser, donc on va en acheter. » (Fille, 16 ans)

L'ensemble des participant-e-s ont considéré que les boissons énergisantes, avec leur publicité et leur sponsorat, visaient avant tout les jeunes de par les événements sponsorisés mais également les canaux de diffusion.

« C'est juste que maintenant ils ont tous des comptes Facebook, Instagram, Twitter et tout ça, donc ça, ça fait aussi d'énormes pubs parce que quasi tous les jeunes je pense qu'ils sont sur ces réseaux sociaux du coup... ça leur fait quand même beaucoup de pubs. » (Garçon, 16 ans)

Les jeunes interrogé-e-s dans le cadre de notre étude semblaient plutôt conscient-e-s qu'ils/elles faisaient partie du public cible de ces campagnes publicitaires.

« [...] Ils savent pertinemment (que) s'ils arrivent grâce à leur marketing à toucher une communauté qui est jeune, tous les jeunes vont faire comme les autres et donc s'embarquer dans cette norme enfin dans cette consommation qui deviendra une norme sociale et à un moment donné, forcément ils font du fric parce quand tout petits ils veulent boire ça parce que mon ami boit ça. » (Garçon, 18 ans)

En plus de cibler les jeunes, ce sont essentiellement les jeunes garçons qui sont visés par ces campagnes.

« Moi j'ai un peu l'impression que c'est masculin [...]. Je n'arrive pas trop à voir ce qu'il fait derrière (en parlant de la publicité Monster) mais enfin... De la moto, il fait de la moto ou du skate. Enfin ce sont des couleurs qui sont très orientées garçons enfin il y a du rouge pétant, du vert, du bleu enfin c'est un peu les couleurs qu'on attribue aux garçons aujourd'hui. J'ai l'impression que c'est plus orienté pour les garçons que pour les filles. » (Fille, 18 ans)

Les publicitaires utiliseraient ainsi tous les éléments, personnages, événements qui toucheraient directement cette tranche de la population en proposant une image positive et attirante de la marque.

« J'avais vu aussi, il y avait l'image d'un groupe Big Flo et Oli, un groupe de musique, ils étaient sur toutes les cannettes [...]. Ce groupe de rap-là, c'est un groupe assez jeune que beaucoup de personnes écoutent, c'est aussi pour atténuer la mauvaise image de Red Bull quoi. » (Fille, 18 ans)

3.6 Prévention

3.6.1 Expliquer / comprendre

Une grande majorité des participant·e·s ont considéré qu'il était très important et nécessaire d'expliquer les raisons derrière les recommandations et les interdictions. Plusieurs jeunes ont, en effet, rapporté que si la dangerosité de ces boissons leur avait été exposée, une explication concrète par rapport aux effets n'était que très rarement donnée, les laissant dans le flou.

« Et surtout, il faut expliquer pourquoi ils interdisent parce qu'ils expliquent pas pourquoi, les gens ils comprendront pas et ils vont quand même en avoir et pis du coup, ils le feront en cachette. Mais si on leur explique, il y a peut-être des chances qu'ils comprennent et pis du coup, ils le fassent pas même en cachette. » (Garçon, 17 ans)

Ainsi, une meilleure connaissance de ces boissons énergisantes permettrait à une personne de décider d'en consommer en toute connaissance de cause et de faire sa propre opinion et ses propres choix avec toutes les informations en main.

« Parce que c'est toujours mieux que les gens ils soient informés pis genre une fois qu'ils savent, c'est leur décision ; s'ils ont envie de se détruire le cerveau, bah ma foi, on peut rien y faire mais au moins, ils savent. » (Garçon, 16 ans)

Ces informations, en plus de porter sur les ingrédients de ces boissons énergisantes, devraient également porter sur leurs effets et les risques concernant la santé, en expliquant pourquoi ceux-ci sont encore plus présents pour les jeunes.

« Maintenant, ça m'intéresse un peu parce que vu qu'on en parle et tout et puis qu'on ne connaît pas grand-chose là-dessus ça pourrait être intéressant de voir justement ce qu'il y a dedans [...]. Je pense qu'il faudrait plus en parler justement pour voir les effets

que ça a et puis ça pourrait empêcher enfin d'en prendre si c'est déconseillé pour nous, si on a des problèmes de cœur et tout, je pense qu'on manque pas mal de sensibilisation à ce niveau-là. » (Fille, 18 ans)

Même si certains effets secondaires étaient relevés, notamment les symptômes physiques, les participant·e·s ont parfois remis en question ces effets par rapport à leur gravité. Pour certain·e·s, des effets comme l'augmentation du pouls, des maux de tête ou un sommeil perturbé ne seraient pas assez choquants pour les jeunes. Il faudrait alors davantage expliquer ce qu'il se passe au niveau du corps lors de la consommation d'une boisson énergisante et ce que cela veut vraiment dire.

« [...] Mais si c'est une perte de sommeil, des maux de tête pis... On nous dit juste une accélération de pouls, mais on nous dit pas forcément ce que ça signifie enfin honnêtement, après première (écoute), on dirait pas que c'est très grave. Enfin perte de sommeil, on en perd tous tout le temps enfin personne [...] va arrêter de boire ça à cause d'une éventuelle perte de sommeil. » (Fille, 17 ans)

Un parallèle a souvent été fait avec la cigarette pour expliquer que même si les gens connaissent aujourd'hui les composants et les effets sur la santé, ils continuent de fumer. Néanmoins, une prévention qui débiterait suffisamment tôt pourrait toucher certain·e·s jeunes.

« [...] Bien sûr que non, il y a pas tout le monde qui va arrêter, bah que ce soit la cigarette ou quelque chose comme ça, on va pas arrêter tout à coup parce qu'il y a des risques. [...] Même s'il y avait sur la bouteille de Red Bull des photos de gens qui s'évanouissent, qui ont une crise cardiaque ou je sais pas quoi, un truc comme ça, ça changera rien. Les paquets de cigarettes c'est pareil, on voit des cœurs tout abîmés, des poumons etcetera, ça empêche personne de fumer. Mais si on fait vraiment la prévention très tôt, je pense que ça peut éviter au moins à certains enfants de commencer à en prendre, surtout qu'ils sont pas prêts. Enfin un gosse de 10 ans [...], son corps il est pas prêt. » (Fille, 17 ans)

3.6.2 Prévention plus globale

Pour certain·e·s, parler uniquement des boissons énergisantes ne vaudrait pas la peine. Ainsi, plusieurs participant·e·s ont considéré qu'une prévention sur une thématique plus globale pouvait alors intégrer une discussion sur les risques des boissons énergisantes. Par exemple, premièrement, une prévention sur les boissons sucrées pourrait prévoir un volet spécifique aux boissons énergisantes, mais le sucre serait alors l'élément partagé par les autres substances. Cette approche pourrait également être faite encore plus largement dans le cadre d'une prévention sur la nutrition, intégrant alors des boissons mais également d'autres aliments sucrés.

« Si on doit sensibiliser sur une boisson qui va provoquer des dommages sur la santé, alors à ce moment-là, il faudrait sensibiliser sur toutes les boissons qui font du mal en fait. Pas sur une seule parce que oui, il y a le coca, le thé froid enfin tout ce qui contient du sucre. » (Fille, 19 ans)

Néanmoins, une telle approche basée sur le sucre ne différencierait finalement pas les boissons énergisantes des boissons sucrées.

« [...] J'ai toujours entendu un peu tous les sodas, qu'il fallait les boire avec modération parce que ce n'était pas bien à cause du sucre et tout ça mais un peu comme avec toutes les sucreries. Il n'y a pas de prévention spéciale je trouve. » (Fille, 18 ans)

Deuxièmement, de par le risque de dépendance, certain·e·s intégreraient la thématique des boissons énergisantes dans une prévention sur les comportements et substances addictifs telles que l'alcool, le tabac et les drogues. C'est surtout l'alcool qui a été mentionné dans ce contexte, notamment par rapport au mélange boisson énergisante et alcool.

« C'est addictif. On m'a dit qu'à la longue, ça devenait addictif donc... moi j'inclurais ça avec la drogue, l'alcool etcetera [...]. Non, ça vaudrait pas la peine de parler de ça tout seul. » (Fille, 16 ans)

Par rapport à l'ensemble de ces substances et risques, certain·e·s jeunes ont considéré que les boissons énergisantes n'étaient pas une priorité et que les autres comportements étaient plus graves que la consommation de boissons énergisantes.

« Ouais je trouve aussi, je suis de son avis enfin c'est vrai, les boissons énergisantes, c'est pas très bien pour nous mais entre guillemets, il y a pire. Enfin, on peut faire quelque chose mais plus privilégier l'alcool, la cigarette etc. (Fille, 18 ans)

3.6.3 Âge minimum

Des discussions autour d'un âge minimum pour acheter et consommer ce genre de boissons ont été menées. Néanmoins, aucun consensus n'a pu être établi au sein de nos participant·e·s. Ainsi, tout d'abord, certain·e·s ont considéré que la mention *Ne convient pas aux enfants* inscrite sur les boissons énergisantes faisait directement référence à l'âge de la majorité légale. Ainsi, les boissons énergisantes devraient être interdites ou en tout cas plus réglementées pour les jeunes de moins de 18 ans.

« [...] Non mais moi j'aime bien l'idée de la limite d'âge justement, les 18 ans parce que les 18 ans, à partir de 18 ans, je pense qu'on peut partir du principe qu'une personne a développé son esprit critique ou est en train de le développer et elle sera capable de se faire son propre avis sur les points positifs et négatifs de la boisson. Avant ça peut être un peu ambigu [...]. » (Garçon, 18 ans)

Néanmoins, certain·e·s ont considéré que cette limite était excessive par rapport à l'âge légal pour la bière et le vin.

« [...] Mais si [...] la bière c'est à 16 et ça c'est à 18, c'est pas logique. » (Fille, 17 ans)

Une petite majorité semblait se dessiner par rapport à un âge limite qui serait fixé à 14 ou 15 ans, représentant les âges des premières boissons énergisantes.

« [...] Il me semble que ça serait vers 14 ans que la plupart... [...] Pour ma part, vers 14 ans, bah je pense c'est la première fois où j'ai vraiment goûté une boisson énergisante. » (Fille, 19 ans)

Néanmoins, certain·e·s ont considéré qu'il fallait abaisser cette limite même en-dessous de 14 ans, parfois dès 10 ans, en adoptant une stratégie d'approche peut être différente et en deux temps afin d'intégrer le mélange alcool-boisson énergisante plus tard, vers 16 ans.

« Ouais 10 ans aussi et puis après [...] à 16 ans, je pense que c'est [...] aussi à ce moment-là qu'on commence à boire pendant les soirées et tout et puis du coup on prend ça aussi. Et puis du coup ouais je pense que 10-16 ans, c'est une bonne tranche d'âge. » (Fille, 18 ans)

Par rapport au fait de savoir si cette mesure était utile ou non, les avis étaient partagés. En effet, pour certain·e·s, tout comme l'alcool et les cigarettes, il est très facile de contourner ce genre de limitation et cela n'empêcherait pas les jeunes de consommer ce genre de boissons. De plus, il faudrait appuyer cette interdiction sur des risques concrets et importants.

« Ça peut se contourner comme avec l'alcool, il y a beaucoup de jeunes que je vois qui ont moins de 16 ans qui achètent des bières à d'autres personnes [...]. Mais après, je pense que ça sera déjà un bon frein pour commencer si on voit vraiment qu'il y a beaucoup trop d'effets négatifs et pis que ça nuit vraiment à la croissance de certaines personnes ou des choses comme ça. Mais après si rien n'est prévu et pis que c'est juste parce que ça, on arrive moins bien à dormir, je vois pas pourquoi faudrait interdire aux moins de 14 ans. » (Garçon, 16 ans)

Pour d'autres, en revanche, cette limite pourrait mener à une réflexion sur les risques et les dangers quant à la consommation de ce genre de boissons, notamment auprès des adultes et parents qui pourraient alors se baser sur cet âge limite.

« [...] Ceux qui sont pas au courant, enfin qui savent pas que c'est mauvais, si on met un âge minimum, ils sauront que c'est (parce qu') il y a quelque chose et ils vont peut-être se renseigner ou [...] vu que c'est interdit, pis que leurs enfants ils ont pas l'âge, ils vont pas les laisser boire. » (Garçon, 17 ans)

Cela permettrait également de différencier ce genre de boissons des boissons sucrées type soda, mais le danger et la différence devront alors être prouvés.

« Moi je trouve que c'est bien, enfin dans la mesure que [...] c'est prouvé que c'est vraiment différent d'un Coca parce qu'on sait que les Cocas ils sont pas bien pour les enfants et pour tout le monde mais ils sont, on peut en acheter... Mais après, si c'est prouvé que c'est vraiment un autre niveau qu'un Coca, [...] que ça a vraiment des effets qui sont dangereux pour les enfants, bah... oui je trouve que c'est bien de mettre une limite d'âge. » (Garçon, 16 ans)

Apposer clairement une limite d'âge, notamment sur les canettes, permettrait de mieux définir cet avertissement *Ne convient pas aux enfants*, car des adolescents pourraient ne plus se considérer comme des enfants.

« Bah en fait, quand on se dit Ne convient pas aux enfants, l'adolescent de 14 ans, il va se dire moi je suis plus un enfant alors [...] il faudrait plutôt mettre une sorte d'âge : N'est pas conseillé aux moins de 14 ans [...]. » (Fille, 19 ans)

Néanmoins, comme mentionné dans les raisons de consommation, le fait d'interdire ces boissons pourrait avoir un effet contraire en les rendant d'autant plus attirantes pour des jeunes.

« [...] Je pense qu'il faudrait aussi considérer le danger de justement que ça encourage, enfin de mettre une limite, que ça encourage encore plus les gens à tester plutôt qu'autre chose après peut-être pas mais il faudrait prendre ça en compte. » (Fille, 17 ans)

3.6.4 Environnement – structure

Finalement, des mesures très concrètes au niveau de l'environnement direct entourant les jeunes ont été mentionnées. Tout d'abord, une mesure d'emplacement des boissons énergisantes dans les magasins a été discutée. Dans ce contexte, il s'agirait de déplacer les boissons énergisantes afin qu'elles ne soient pas à portée de vue d'un jeune et de les placer en hauteur. Les avis étaient partagés par rapport à une telle mesure considérant que cela pourrait avoir un impact sur les jeunes qui se rendraient en magasin pour s'acheter une boisson sans savoir quoi prendre. Le fait d'en voir, notamment avec toutes les étiquettes, couleurs et goûts proposés, pourrait alors les influencer au moment de l'achat. Pour d'autres, néanmoins, l'idée de s'acheter une boisson énergisante serait présente avant même d'entrer dans le magasin.

« Pis surtout moi, quand je me dis je vais acheter à boire, j'ai pas d'idée en tête de ce que je vais acheter du coup, je regarde le rayon des boissons pis je suis en train de regarder ce qui me tente. J'ai pas une idée prédéfinie de ce que j'ai envie. » (Fille, 19 ans)

Augmenter les prix des boissons énergisantes, surtout par rapport aux sous-marques à très petits prix, pourrait réduire l'achat et la consommation de ce genre de boissons énergisantes chez les plus jeunes qui se dirigeraient alors vers une autre boisson.

« Ils veulent réduire la consommation de boissons sucrées en tout genre et puis ils augmentent le prix. Enfin c'est moins bien pour le client mais ça force à pas acheter, enfin je veux dire on doit acheter un truc qui coute 1 franc 70 et (il y) a les Energy drinks prix garanti de la Coop [...]. » (Garçon, 16 ans)

Une autre mesure proposée serait celle de ne vendre que des packs de boissons énergisantes et de ne plus offrir de boisson énergisante individuelle. Il serait en effet plutôt rare que les jeunes achètent des packs de boissons énergisantes sauf pour mélanger avec l'alcool.

« Moi je pense que ce qui serait bien, c'est [...] aussi de les vendre que par pack parce qu'on va moins facilement prendre un pack si on est juste entre ami-e-s. On va pas se boire six bouteilles à deux quoi enfin... si on n'a pas de frigo en plus à portée [...]. On va se porter plutôt sur un thé froid ou un truc plus normal entre guillemets [...]. C'est surtout que moi je vois des jeunes qui les prennent par unité, ils vont pas prendre le pack. J'ai vu personne avec un pack de Red Bull. » (Fille, 17 ans)

Finalement, plusieurs jeunes ont considéré que cacher ces boissons énergisantes dans les magasins ne servait pas à grand-chose si ces boissons restaient aussi visibles dans les publicités et les sponsorats. Ainsi, plusieurs jeunes ont considéré qu'il était important que la médiatisation de ces

boissons énergisantes soit réglementée par rapport au fait que les jeunes sont particulièrement attirés par ce type de marketing.

« Au niveau marketing, Red Bull ils font tout juste mais ouais je pense que la loi elle devrait régler ça parce que... enfin ouais c'est beaucoup trop attirant là. C'est beaucoup trop cool entre guillemets ce qu'ils font [...]. Du coup ouais je pense qu'il faudrait réglementer ça histoire de pas trop avoir une influence non plus ; laisser les gens décider eux-mêmes et pas se faire influencer quoi. » (Garçon, 16 ans)

3.7 Parents

3.7.1 Définition boisson énergisante

Tout comme les jeunes, les boissons énergisantes ont avant tout été définies par rapport à leur effet stimulant. Mais, les parents ont été beaucoup plus rapides à directement discuter du caractère excessif de ces boissons par rapport, notamment, aux ingrédients et au marketing. Une image négative a souvent été mise en avant.

« Pour moi, une boisson énergisante c'est une boisson qui stresse un peu, que les gens boivent pour avoir un peu de la pêche [...]. C'est un peu trop sucré. Pis la seule chose que je connais vraiment bien, c'est qu'ils font beaucoup d'évènements sportifs [...]. C'est une boisson qui a de la caféine aussi je crois et puis... je sais aussi qu'ils l'utilisent des fois pour faire des cocktails. [...] Sport, évènement, fric, argent. Moi c'est ça l'image que j'ai de ces boissons. » (Père)

Tout comme les jeunes, plusieurs discussions ont porté sur les autres types de boissons sucrées et/ou caféinées. Pour certain·e·s, la distinction était claire et les boissons énergisantes étaient alors considérées vraiment à part et comme étant plus dangereuse.

« Je mettrais même pas dans les boissons énergisantes le bête thé froid de la Migros alors que c'est bourré de théine [...]. Mais dans ma tête, les boissons énergisantes, c'est celles qui sont fortement dosées en taurine, caféine ou guarana ou ces complexes, caféine guarana qui du coup, donne un petit- sans doute, un shoot cardiaque. » (Mère)

Cette distinction s'est également faite par rapport au café.

« Quand on me dit que le café, c'est comme la boisson énergisante, non alors je ne vois pas du tout ça comme ça. Pour moi, la boisson énergisante, [...] c'est plutôt quelque chose qui est surdosé. Pour moi, c'est malsain. » (Mère)

Néanmoins, même si, parfois, le café a été considéré comme une boisson énergisante, l'image de cette boisson et la crainte des parents quant à ses effets étaient nettement moins négatives qu'une boisson énergisante. Le fait que le café soit naturel, même s'il a également pour but de stimuler grâce à la teneur en caféine, semble moins alarmer les parents.

« [...] Déjà (la boisson énergisante) c'est chimique, ce n'est pas naturel, c'est industriel [...]. Moi en tout cas, j'aurais pas comme problème de voir mon fils boire du thé ou du café, ça me dérangerait pas. Le seul truc qui va me déranger, c'est qu'il va être un petit peu plus excité mais j'aurais pas peur pour sa santé si je le vois boire le thé ou le café mais par contre, pour les autres boissons, je me dis que ça serait quelque chose de peut-être de dangereux surtout qu'il est dans une phase où il grandit [...]. » (Père)

Pour d'autres, en revanche, tout type de boissons permettant d'augmenter son énergie faisait alors partie des boissons énergisantes.

« Moi le coca, c'est une boisson énergisante pour moi. [...] Café c'est une boisson énergisante au sens large, moi j'inclus tout ça. C'est toutes ces boissons qui boostent quelque chose si on prend ça. [...] » (Mère)

Tout comme les jeunes, des discussions ont porté sur la différence entre boissons énergisantes et boissons énergétiques. Si certain·e·s parents connaissaient la différence entre ces deux types de boissons, notamment par rapport à leur but, d'autres avaient assimilé ces boissons aux boissons énergisantes. Pour certain·e·s, les publicitaires ont joué sur cette assimilation afin de donner une image plus saine des boissons énergisantes et de les rendre comparables en termes d'effets à des boissons énergétiques destinées à réhydrater le corps.

« [...] Les boissons énergétiques elles sont clairement destinées à restaurer après un effort physique pis le mot déjà, [...] ça ressemble entre énergisant, énergétique [...] donc c'est tout à fait à dessein qu'il y a cette confusion possible [...]. C'est justement Red Bull tous ces machins qui sont pleins de sucre et de caféine et qui ont plein de dangers dont on parlera après probablement. Et puis les boissons énergétiques, c'est les boissons type Gatorade [...] qui sont pour les sportifs où il y a un peu de sucre [...]. Mais je pense que les boissons énergisantes ont joué là-dessus au début [...]. Tu bois ça, tu fais du sport, ça va te faire du bien pis ils jouent là-dessus et puis ils te disent bois un truc plein de caféine avant d'aller jouer au tennis [...]. » (Mère)

3.7.2 Raisons

Même si certains parents ont parlé d'adultes consommateurs·trices de ce genre de boisson, cette boisson a surtout été considérée comme une boisson consommée par les jeunes.

« Moi je trouve que c'est plutôt les enfants et les adolescents qui boivent ça. Moins les grands, je sais pas pourquoi j'ai cette idée-là, moins les plus grands [...]. » (Père)

L'ensemble des parents a considéré que les garçons étaient les plus gros consommateurs de boissons énergisantes mais que cette différence s'estompait avec l'âge et la consommation concomitante avec l'alcool. Cette différence pourrait également s'expliquer par rapport au sucre, auquel les filles feraient davantage attention à un certain âge, mais également par rapport à l'effet de groupe et à la volonté de vouloir frimer un peu qui passeraient davantage par ce genre de comportements.

« Et puis que le besoin de présenter un objet pour se montrer et montrer son appartenance au groupe, c'est plutôt la panache des garçons parce que 14 ans, c'est encore des gamins tandis que les filles, elles sont en plein bloom adolescentes [...]. Elles ont d'autres sujets ou d'autres outils pour se montrer et s'intégrer dans le groupe que les garçons [...]. » (Mère)

Comme relevé par les jeunes, une des raisons de consommation viendrait donc de l'envie de faire comme les autres et de paraître grand en bravant l'interdit. Dans cette hypothèse, un parallèle a été fait avec l'alcool. Ensuite, l'effet stimulant pourrait être recherché par certain·e·s mais cette raison viendrait plus tard en termes d'âge.

« Moi je pense que vers l'âge de 14, c'est plus un effet de mode, ils sont en groupe et puis voilà, ils se montent un peu le chou les uns les autres. Et ils achètent parce qu'ils peuvent pas acheter de la bière donc quelque part, ça leur permet d'accéder à des boissons un petit peu enivrantes comme ça [...]. Quand ils deviennent plus grands, moi j'ai eu le sentiment qu'ils cherchent plus à se booster parce que voilà, des fois ils ont des nuits un peu plus courtes [...]. » (Mère)

Tous les parents sans exception ont admis que le marketing était agressif, visait les jeunes et pouvait expliquer la consommation de ces boissons chez les jeunes alors même que le goût et l'effet n'étaient pas forcément les buts premiers de cette consommation.

« [...] Certains disent ouais c'est pas bon mais ouais, ça donne la pêche. Et puis j'ai dit oui et puis alors ? Mais ils n'arrivent pas à expliquer. On l'a tous fait ça de prendre quelque chose qui est à la mode [...]. Moi je pense qu'il y a un effet de mode pis le marketing ! Mon fils, il a collectionné les bouteilles de Monster avec le M de toutes les couleurs ! » (Mère)

Un parent a avancé l'hypothèse de l'utilisation des écrans qui aurait entraîné une baisse du sommeil chez les jeunes. Néanmoins, les jeunes n'ont pas relevé ce point particulier, sauf cas extrêmes avec des joueurs de jeux vidéo.

« [...] On a quand même l'impression que c'est dans une tranche d'âge jeune que les gens consomment beaucoup ça. Après, souvent, les gens ils arrêtent ou ils consomment beaucoup moins et est-ce que c'est aussi lié un petit peu avec l'arrivée des écrans où les jeunes consomment beaucoup d'écrans donc dorment moins bien et puis le matin, ils ont un peu la tête dans le chou quoi. Du coup, ils se disent hop un petit Red Bull et puis ça rebooste la journée. » (Mère)

3.7.3 Risques

Si tous les parents ont considéré que la consommation de boissons énergisantes pouvait être à risque pour les jeunes, plusieurs ont eu de la peine à nommer ces risques. Ainsi, nous avons pu observer ce que les jeunes affirmaient par rapport aux risques et au fait que les boissons énergisantes leur étaient interdites sans donner d'explications. Certains parents ont alors rapporté

avoir essayé de trouver des informations pour pouvoir argumenter contre ces boissons mais que ce n'était pas facile.

« Parce que je sais qu'à l'époque, j'essayais d'aller voir mais moi, ça date [...]. J'avais lu que ça pouvait aussi provoquer des crises d'épilepsie. Parce que j'avais été rechercher pour faire peur mais en fait... En tout cas, ça date de quelques années, 4-5-6 ans. Je trouvais très très peu d'articles par rapport à ces boissons qui démolissaient un petit peu pour pouvoir montrer aux jeunes mais regarde ce que tu risques [...]. » (Mère)

Pour certains parents, la difficulté de parler des risques et des dangers venait principalement du fait qu'ils n'avaient pas encore été scientifiquement prouvés.

« Les dangers parce que justement, on trouve pas, parce que justement aucune étude je pense n'a été faite suffisamment. » (Mère)

Si les dangers étaient avérés, plusieurs parents se sentaient totalement démunis par rapport au fait que ces boissons restaient facilement accessibles à des prix très peu élevés, démontrant une forme d'incompréhension.

« Moi le problème de ces boissons, c'est où elles sont vendues et à qui elles sont vendues. Et moi j'étais hors de moi il y a quelques années quand mon fils [...] de 13-14 ans et qu'il pouvait acheter un Energy Drink à 30 centimes à la Coop ou à la Migros. Et là, mais moi j'avais été presque prête d'aller voir la Direction. Donc j'avais recherché un peu s'il existait des choses qui interdisaient à un certain âge parce qu'on sait que c'est dangereux pour ces gamins mais c'est autorisé [...]. » (Mère)

De même, le fait que les ingrédients soient autorisés alors qu'il semblerait que les dangers soient connus et le fait qu'il y ait des différences de réglementation quant aux pays ont perturbé les parents les laissant, à nouveau, assez démunis par rapport à l'effet que les parents pourraient avoir sur leurs enfants et par rapport au fait de savoir si ce genre de boissons était vraiment dangereuse ou pas.

« La caféine est étudiée depuis longtemps. Le sucre, [...] il est catégorisé sucre égal risque cardio-vasculaire, diabète etc. et puis la taurine en elle-même... Honnêtement, je ne sais pas ce que les américains ont considéré. Mais les américains étant ultra-libéraux, ils ont l'impossibilité d'interdire ce genre de choses [...]. Il y a eu trop peu de cas de mortalité mais je crois qu'en France, ça n'a pas dépassé une dizaine mais ça a été suffisant. Mais je ne sais pas pourquoi ça a été suffisant en France et entre nous, je ne sais même pas si l'interdiction a été levée [...]. » (Mère)

Par rapport au mélange alcool et boisson énergisante, certains parents n'étaient pas du tout au courant que cette pratique se faisait.

« Ah ouais, ah ils mélangent la Vodka et le RedBull ? Ça j'ignorais totalement. » (Mère)

Certains parents relativisaient les risques par rapport à la quantité de boissons énergisantes consommées et si cette consommation se faisait ponctuellement, mais également par rapport à la sensibilité du jeune. Tout comme certain·e·s jeunes, pour certains parents, ces boissons auraient

moins d'effets et seraient par conséquent moins risquées car mieux supportées par un certain type d'organisme.

« C'est hautement personnel donc il y a des gens qui supportent pas [...]. Il y a des gens qui arrivent pas à dormir une fois qu'ils ont bu un seul café donc... Et puis, il y en a d'autres où ça ne fait rien du tout... Donc c'est assez personnel cette histoire-là. Je pense qu'il doit y avoir des gens très sensibles, il leur faut une petite cannette pis ils arrivent plus à dormir pendant une journée et puis d'autres, il leur en faut plusieurs. » (Père)

Une autre difficulté pour les parents était de réussir à amener un jeune à se rendre compte de ces risques alors qu'il n'a jamais vécu ou vu un état problématique par rapport à la consommation de boissons énergisantes.

« Ou alors, ils ont la notion mais qui est extrême [...], c'est ouais, si on a un problème cardiaque, on peut faire un problème cardiaque mais comme ils ont sans doute vu mille copains, mille fois, à mille fêtes en boire et puis qui se passait à peu près rien à part qu'ils sont un peu plus réveillés, ça banalise le message : "C'est ok, on va pas mourir si on boit un RedBull !". » (Mère)

3.7.4 Prévention

L'ensemble des parents a considéré qu'il était nécessaire d'améliorer l'information autour de ces boissons, que cela soit vis-à-vis des jeunes mais également des parents.

« Je pense que l'information, elle doit être générale. Si les ados vous disent mes parents m'ont dit que c'était mauvais, que je devais pas en boire mais m'ont pas expliqué, c'est vraiment que les adultes [...] ne sont pas vraiment au courant, ils se disent que ça doit être un peu dégueu [...], comme les boissons sucrées mais est-ce qu'ils ont vraiment conscience de la dose de caféine parce que moi j'étais un peu hallucinée quand j'ai vu ! » (Mère)

Néanmoins, les informations à fournir doivent être adaptés aux jeunes. En effet, certains risques comme celui ne pas bien dormir ne les toucheront pas ou moins que ce qui a trait à leur développement.

« C'est pas le genre de choses qui vont faire peur aux jeunes parce que leur dire vous allez pas bien dormir ou vous aurez un impact sur votre sommeil... Je pense que ça a un effet sur nous, à notre âge peut-être, on va réfléchir deux fois mais pour les jeunes, je ne pense pas. Par contre, pour les jeunes, c'est vrai que si on leur dit, cette substance chimique, c'est des hormones qui peuvent impacter carrément le fonctionnement hormonal de votre corps ou je ne sais pas quoi [...], je pense qu'ils vont réfléchir deux fois. » (Mère)

L'information devrait mettre un point d'honneur à démontrer que c'est la conjugaison des ingrédients contenus dans ces boissons qui est à l'origine des problèmes. Néanmoins, à nouveau, le manque de données claires et de preuves scientifiques sont des barrières à un potentiel effet.

« [...] ça aura un impact parce que c'est pas la taurine qu'on va mettre en exergue, c'est pas la caféine qu'on va mettre en exergue, c'est pas juste le sucre, c'est la conjugaison et puis toutes ces boissons artificielles qui ne sont pas de l'eau. Mais l'argument principal, ça va être alors si vous voulez interdire ça, interdisez le thé froid [...] ! Là, (il faudra) justifier que c'est le Guarana, la quantité d'excitants, la concentration, pardon, d'excitants qui est dangereuse, ça va être compliqué. Il n'y a pas d'évidence scientifique et ça, le milieu économique, il nous renvoi ça à la figure. Et on n'est pas prêt d'en avoir des évidences scientifiques. » (Mère)

Nous avons pu relever le manque de connaissances de certains parents, et donc le besoin d'information, notamment parce que plusieurs parents ont admis découvrir certains éléments par rapport à ces boissons énergisantes durant les groupes de discussion, notamment sur le prix, les ingrédients ou les risques.

« Parce que moi je savais pas que tu pouvais acheter des boissons [...] énergisantes pour 50 centimes, j'ai appris ça ! » (Mère)

En plus de cette information, certains parents ont considéré qu'une interdiction, notamment en termes d'âge d'achat, pouvait également aider. Ce cadre permettrait d'aider les parents à s'appuyer sur quelque chose mais cela permettrait également de susciter la réflexion car, pour l'instant, le fait que cela soit aussi accessible participe à l'idée que cette boisson n'est finalement pas si mauvaise.

« Mais non, je pense le fait que si c'était 16 ou 18 ans, à mon sens, l'intérêt au moins [...] c'est que ça provoque la réflexion. L'enfant va dire, pourquoi ? C'est pas du tabac, c'est pas de l'alcool enfin pourquoi on nous interdit des Monster ? [...] Et ça provoque parce que taurine, risque cardiaque, bla bla bla, sucre, caféine et puis du coup, forcément, ils ont l'information. C'est ça qui est intéressant. De toute façon, s'ils veulent acheter [...] ils finiront par l'acheter, mais le fait que ce soit pas aussi facile à acheter qu'un petit pain au lait au coin de la rue, moi je pense que ça a quand même aussi son poids dans la balance [...], dans l'accès, dans la banalisation par l'adulte. » (Mère)

Les avis concernant un âge minimum pour acheter et consommer des boissons énergisantes étaient cependant partagés. Si pour certains parents cela permettrait d'avoir un cadre légal pour entamer les discussions et d'assurer une certaine barrière quant à la consommation, d'autres ont estimé qu'une interdiction pouvait avoir des effets inverses et attirer encore plus les jeunes. Dans cette optique, une combinaison d'interdiction et d'information, afin que les jeunes soient conscient·e-s de leur consommation, a été proposée.

« [...] C'est vrai qu'un monde d'interdit est [...] beaucoup plus attirant pour un jeune homme qu'un monde informé. Ça c'est vrai, il faut centrer plus sur l'information comme tu dis et puis un petit peu moins sur l'interdiction mais il faut qu'il y ait une certaine interdiction aussi. » (Père)

Ainsi, c'est un changement bien plus global qui a été proposé afin de proposer de l'information, des interdictions en termes d'âge et de publicité, et des changements structurels et environnementaux considérant que c'est un ensemble de mesures qui permettra de réduire la consommation et d'aider les parents dans cette lutte.

« Pour moi, c'est une petite mesure (celle de déplacer les boissons énergisantes sur les rayons pour les rendre moins visibles) en plus mais pourquoi pas. Toutes sont bonnes-toutes cumulées, elles sont bonnes. » (Mère)

Plusieurs parents ont admis ne pas se sentir utiles vis-à-vis de ces boissons par rapport, justement, à ce manque de cadre et de preuves scientifiques, affirmant qu'une prévention venant d'eux serait, à elle seule, inutile.

« Mais en terme de prévention, comment on peut faire de la prévention sur quelque chose qu'on connaît peu en terme d'effet secondaire [...] ? Parce qu'après, c'est difficile de dire aux gens ne consommez pas ça ou méfiez-vous de ça alors qu'on n'a pas d'élément ou de preuve scientifique. » (Père)

3.7.5 Publicité

Tous les parents ont relevé être choqués par les campagnes publicitaires de ces boissons qui visaient essentiellement les jeunes.

« Ouais le fait qu'ils sponsorisent des événements pour les jeunes, c'est assez choquant, je trouve. » (Mère)

Mais même certains parents ont admis que les publicités avaient un effet sur eux, démontrant la force de ces campagnes.

« Oui... Parce que là, toutes les pubs que j'ai vu là, j'ai envie d'en boire une. » (Père)

L'effet le plus pervers selon eux, et qui a certainement dû être rapidement assimilé par les jeunes, est le fait que la boisson énergisante soit associée à la performance.

« Je pense qu'il y a un autre effet pervers par rapport à ça, c'est la notion de performance parce que [...] c'est l'image qu'exploite beaucoup Red Bull. Ça associe la boisson à la performance et donc voilà, une fois que ça c'est rentré, il y a même pas besoin qu'on vous l'explique. C'est vous-même qui faites l'association boisson-performance. [...] Là, tu génères une dépendance mentale liée à l'image et à la performance et au produit. » (Père)

L'assimilation des boissons énergisantes à la cigarette a souvent été faite dans ce contexte publicitaire, relevant le manque d'éthique par rapport aux cibles visées.

« Mais c'est un peu le même problème éthique que les cigarettiers qui sponsorisaient ou sponsorisent toujours je sais plus où ça en est, les événements, les festivals de musique et tout ça. [...] Donc Red Bull, c'est un peu pareil mais je suis d'accord avec ce que tu dis. Je trouve éthiquement c'est difficilement défendable. » (Mère)

Par rapport à la publicité, il s'agirait donc de sensibiliser davantage les jeunes aux mécanismes du marketing et au fait qu'ils se font influencer.

*« La relation avec la cigarette, je la trouve très bonne parce que c'est deux produits marketing [...] qui font consommer des choses qui sont pas forcément bonnes à des gens qui n'en ont pas forcément besoin mais qui coûtent quand même chers [...]. Donc c'est du marketing derrière puis après, la sensibilisation, c'est peut-être à apprendre aux enfants de se rendre compte que voilà, ils sont en train de rentrer dans un mécanisme de marketing [...]. Donc, ça aide à promouvoir ça et voilà, à partir du moment où je pense où les gens sont conscients [...] que c'est un peu de la vente forcée à quelque part [...]. »
(Père)*

La publicité irait même au-delà des campagnes d'affichage ou des spots à la télévision. Certaines marques auraient des objets à l'effigie de la marque et les jeunes seraient très friands de ces accessoires, permettant de montrer leur rébellion ou leur résistance à une forme d'autorité qui aurait interdit la consommation de ces boissons.

*« Et puis si on prend Monster, moi je pense que ce qui fait vendre les Monster, c'est ce logo, ce M qu'on retrouve. Mon fils, il a eu des casquettes, des t-shirts... qu'il a acheté en plus ! C'est pas des trucs qu'il a reçus, c'était pas du merchandising, c'était des trucs qu'on a acheté sur les marchés [...]. »
(Mère)*

4 Discussion - recommandations

4.1 Manque de connaissances

Globalement, nous avons pu relever un certain nombre de méconnaissances vis-à-vis des boissons énergisantes chez les jeunes et les parents. Tout d'abord, les ingrédients et leur dosage n'étaient pas toujours connus. Même lorsque les trois ingrédients principaux (taurine, caféine et sucre) étaient relevés, leurs effets sur le corps n'étaient pas toujours connus.

Des assimilations ont parfois été faites avec d'autres types de boissons telles que les sodas sucrés, le café ou encore les boissons énergétiques ou isotoniques. Une telle confusion a également été relevée dans une précédente étude³³ concluant que les jeunes manquaient d'informations basiques sur ces boissons telles que les composants et comment ce type de boisson agissait sur le corps pour leur donner de l'énergie. Ainsi, dans de tels cas, les risques associés à la consommation de boissons énergisantes étaient souvent relativisés vu que cette boisson ressemblait aux autres types de boissons. Cette association boisson sportive et boisson énergisante a déjà été relevée dans de précédentes études³⁴⁻³⁶ et le risque présenté était celui de consommer une boisson énergisante pour se réhydrater et améliorer ses performances sportives alors que ce genre de boissons ne permet pas d'atteindre ces objectifs, bien au contraire. La différence reste donc peu claire pour certain·e·s jeunes, mais également pour certains parents, ce qui permet de considérer ces boissons énergisantes comme saines lorsqu'elles sont consommées dans un contexte sportif.

Le manque de connaissances concernait également les risques d'une consommation de boissons énergisantes à un jeune âge ou encore les risques du mélange alcool-boisson énergisante. Certain·e·s participant·e·s considéraient que le fait que cela ne soit pas interdit pour les jeunes démontrait qu'il n'y avait pas de réel danger ou en tout cas semblables au danger des boissons sucrées standard. Ce manque de connaissances quant aux effets s'est également traduit par rapport à la position et à la stratégie des parents. En effet, plusieurs jeunes ont rapporté que leurs parents leur avaient strictement interdit de consommer des boissons énergisantes mais qu'ils s'étaient très souvent arrêtés à *Ce n'est pas bon pour la santé*. Les jeunes ont appelé à recevoir davantage d'informations concrètes sur ces boissons énergisantes.

Plusieurs participant·e·s n'avaient pas du tout connaissance des indications / mentions qui étaient faites sur les boissons énergisantes comme celles sur les femmes enceintes et les enfants. Un tel résultat avait déjà été relevé dans de précédentes études^{33, 37} dans lesquelles il avait alors été suggéré de les inscrire de manière plus visible en termes de grandeur et de couleurs de texte. De plus, la mention *Pas recommandé* a été critiquée³³ comme ne démontrant pas réellement la caractéristique néfaste du produit. Néanmoins, et cela rejoint le besoin de donner davantage d'informations, il a été également suggéré d'accompagner les avertissements d'explications pour qu'ils puissent avoir un impact sur les pratiques.

4.2 Réflexion sur la publicité / sponsor

Plusieurs discussions ont porté sur la publicité et le marketing entourant ces produits. Les jeunes semblaient bien conscient·e·s qu'ils étaient les cibles principales de ces campagnes et que tout était fait pour les attirer.

Cependant, plusieurs jeunes ont assimilé certains messages véhiculés, même indirectement, par les publicités et le sponsorat par rapport au sport et aux performances. Pour plusieurs jeunes, ces besoins étaient à utiliser dans le cadre d'une activité sportive. Dans un tel contexte, pour les jeunes, les risques étaient considérés comme moindres. Il est ainsi essentiel de sensibiliser les jeunes à cette fausse croyance. Les recommandations sont pourtant claires par rapport à l'activité physique et à la consommation de boissons énergisantes¹⁶. En effet, Addiction Suisse¹⁶ présente les boissons énergisantes comme n'apportant aucun bénéfice lors d'une pratique sportive. Bien que la caféine à petite dose puisse avoir un effet positif sur les performances sportives, une consommation de boissons énergisantes avant ou pendant une activité sportive peut entraîner des problèmes cardiaques et une déshydratation.

Une réflexion devrait être menée autour de la publicité et du sponsorat de ces boissons énergisantes. Une étude³⁷ a, notamment, recommandé de s'inspirer de ce qui avait été fait en Australie par rapport aux paquets de cigarettes neutres, sans marques. Selon les jeunes interrogé·e·s dans le cadre de cette étude³⁷, le packaging de ces boissons énergisantes ressemble à celui de certaines boissons alcoolisées et pourrait, ainsi, attirer les jeunes.

4.3 Alcool et boisson énergisante

A nouveau, nous avons pu relever un manque de connaissances et de conscience vis-à-vis de ce mélange. Il semblerait que ce mélange soit quelque chose d'assez fréquent chez les jeunes. Comme nous avons avancé dans nos hypothèses de recherche, les boissons énergisantes seraient utilisées avec l'alcool pour contrer les effets somnolents de l'alcool et améliorer le goût pour pouvoir boire davantage. Même si certain·e·s jeunes ont considéré qu'il existait quand même un risque par rapport aux effets contraires de ces deux boissons, le mécanisme n'était pas clair du tout.

Une problématique concernant ce mélange est l'adaptation de la Suisse aux normes européennes ayant engendré la suppression de la mention sur les dangers d'un tel mélange qui était auparavant inscrite directement sur les canettes. Si la Suisse ne peut aller à l'encontre du principe du Cassis de Dijon dans le cadre de son appartenance à l'espace économique européen, d'autres moyens que les mentions directes sur les canettes doivent être mis en place pour avertir les consommateurs des risques d'une consommation concomitante d'alcool et de boissons énergisantes. Cette information pourrait, par exemple, être donnée dans le cadre de programmes de prévention plus larges sur la consommation de substances, incluant la consommation d'alcool.

Finalement, certain·e·s jeunes ont parlé du fait que les canettes de boissons énergisantes ressemblaient à des boissons alcoolisées. Certain·e·s même, incluant certains parents, ont cru à un moment donné que ces canettes de boissons énergisantes contenaient de l'alcool. De plus, il

semblerait qu'il puisse y avoir un passage entre les boissons énergisantes et l'alcool, démontrant une forme de porte d'entrée vers d'autres substances. En effet, certain-e-s jeunes et parents ont considéré que la consommation de boissons énergisantes était une forme de rébellion face à l'autorité pour des jeunes qui n'avaient pas encore l'âge de consommer de l'alcool. Un jeune a même admis que depuis qu'il pouvait boire de la bière, il avait cessé les boissons énergisantes et s'était dirigé vers la bière. Une étude précédente ²⁰ s'était intéressée à cette problématique de porte d'entrée et, contrairement au café, la consommation régulière de boissons énergisantes à l'âge de 14 ans était associée à la consommation de tabac et de cannabis, ainsi qu'aux épisodes d'ivresse 2 ans plus tard, soit à l'âge de 16 ans.

Si les garçons semblent plus particulièrement à risque de consommer des boissons énergisantes de manière générale à un âge assez précoce, les filles rattrapent les garçons avec l'âge, notamment par rapport à la consommation concomitante d'alcool et de boisson énergisante.

4.4 Place des parents

Les jeunes ont souvent relevé que ce genre de boissons leur était interdit par leurs parents. Cependant, les parents n'accompagnaient pas souvent leur interdiction d'une explication. Ainsi, plusieurs jeunes ont admis ne pas vraiment prendre au sérieux cette interdiction.

Les parents étaient relativement conscients des risques, plusieurs ont admis interdire ce genre de boissons, mais peu de parents ont réellement réussi à expliquer ces risques et pourquoi ces boissons énergisantes présentaient davantage de risques que d'autres boissons sucrées. Certains parents ont essayé de chercher des informations pour pouvoir accompagner leur interdiction avec des arguments mais les informations semblent être difficilement accessibles.

De plus, leur rôle en tant qu'acteurs-trices de prévention s'est avéré particulièrement difficile au regard de la société en général, du manque de cadre et de soutien. Pour plusieurs parents, en plus des informations, il serait nécessaire de pouvoir s'appuyer sur des réglementations qui permettraient de démontrer et prouver les méfaits de ces boissons. En effet, plusieurs jeunes ont considéré que si ces boissons n'étaient pas interdites, l'interdiction des parents n'avait pas vraiment de sens. Une réflexion devrait être menée par rapport à un âge minimum pour acheter et consommer ce genre de boisson, sur le modèle d'autres pays.

4.5 Réflexion sur prix – sous marques

Finalement, une réflexion devrait être menée sur le prix de ces boissons énergisantes. Certaines sous-marques ont des prix dérisoires et les jeunes ont admis se diriger principalement vers ces sous-marques, particulièrement pour faire des mélanges avec l'alcool.

Le prix a, notamment, été considéré comme un facteur clé dans la consommation de ces boissons énergisantes dans une étude précédente ⁴ et l'augmentation du prix a été recommandé dans une autre étude³⁷.

5 Références

- 1 Alford C, König J, Aufricht C, Verster J. Proceedings of the 2010 Energy Drinks Symposium. *The Open Neuro-psychopharmacology Journal*. 2011;4:1-4.
- 2 Reissig CJ, Strain EC, Griffiths RR. Caffeinated energy drinks--a growing problem. *Drug and alcohol dependence*. 2009;99(1-3):1-10.
- 3 Arria AM, Caldeira KM, Kasperski SJ, Vincent KB, Griffiths RR, O'Grady KE. Energy drink consumption and increased risk for alcohol dependence. *Alcoholism, clinical and experimental research*. 2011;35(2):365-75.
- 4 Visram S, Cheetham M, Riby DM, Crossley SJ, Lake AA. Consumption of energy drinks by children and young people: a rapid review examining evidence of physical effects and consumer attitudes. *BMJ Open*. 2016;6(10).
- 5 Zucconi S, Volpato C, Adinolfi F, Gandini E, Gentile E, Loi A, et al. Gathering consumption data on specific consumer groups of energy drinks. *EFSA Supporting Publications*. 2013;10(3):394E.
- 6 Agence nationale de sécurité sanitaire dla, de l'environnement et du travail,. Boissons énergisantes. 2017 [cited 2019 4 décembre]; Available from: <https://www.anses.fr/fr/content/boissons-%C3%A9nergisantes>.
- 7 Agence nationale de sécurité sanitaire dla, de l'environnement et du travail, Boissons énergisantes : l'Anses appelle les professionnels de santé à lui transmettre les effets indésirables qui seraient portés à leur connaissance. 2012 [cited 2019 4 décembre]; Available from: <https://www.anses.fr/fr/content/boissons-%C3%A9nergisantes-%E2%80%99anses-appelle-les-professionnels-de-sant%C3%A9-%C3%A0-lui-transmettre-les-1>.
- 8 Buttet Y. Consommation de boissons énergisantes chez les jeunes. Quelles conséquences sur leur santé? 2017 [cited 2019 4 décembre]; Available from: <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20173719>.
- 9 Conseil national. Session d'automne 2019: Postulat Buttet Yannick. Consommation de boissons énergisantes chez les jeunes. Quelles conséquences sur leur santé? 2019 [cited 2019 4 décembre]; Available from: <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=47417>.
- 10 Breda JJ, Whiting SH, Encarnação R, Norberg S, Jones R, Reinap M, et al. Energy Drink Consumption in Europe: A Review of the Risks, Adverse Health Effects, and Policy Options to Respond. *Frontiers in Public Health*. 2014;2(134).
- 11 Archimi A, Eichenberger Y, Kretschmann A, Delgrande Jordan M. Habitudes alimentaires, activité physique, usage des écrans et statut pondéral chez les élèves de 11 à 15 ans en Suisse. Résultats de l'enquête „Health Behaviour in School-aged Children “(HBSC). 2014.
- 12 Addiction Suisse. Tout va bien? Bien-être, consommation de substances psychoactives: Enquête 2018 auprès des élèves de 13-15 ans. Lausanne: Addiction Suisse, 2018 Available from: https://www.hbsc.ch/pdf/hbsc_bibliographie_337.pdf
- 13 Babu KM, Church RJ, Lewander W. Energy Drinks: The New Eye-Opener For Adolescents. *Clinical Pediatric Emergency Medicine*. 2008;9(1):35-42.
- 14 Seifert SM, Schaechter JL, Hershorin ER, Lipshultz SE. Health effects of energy drinks on children, adolescents, and young adults. *Pediatrics*. 2011;127(3):511-28.
- 15 Agefi. Spar ne vend plus de boissons énergisantes aux moins de 14 ans. 2019 [cited 2019 15 novembre]; Available from: <http://www.agefi.com/home/entreprises/detail/edition/online/article/le-detaillant-spar-ne-vendra-plus-de-boissons-energisantes-aux-adolescents-de-moins-de-14-ans-la-mesure-entre-en-vigueur-vendredi-485014.html>.
- 16 Addiction Suisse. Fiche d'information: Boissons énergisantes. Lausanne: Addiction Suisse, 2015 Available from: https://www.addictionsuisse.ch/fileadmin/user_upload/BN/Factsheet_BoissonsEnergisantes_2015.pdf
- 17 Oddy WH, O'Sullivan TA. Energy drinks for children and adolescents. *BMJ*. 2009;339:b5268.
- 18 Hammond D, Reid JL, Zukowski S. Adverse effects of caffeinated energy drinks among youth and young adults in Canada: a Web-based survey. *CMAJ Open*. 2018;6(1):E19-E25.
- 19 Temple JL. Caffeine use in children: what we know, what we have left to learn, and why we should worry. *Neuroscience and biobehavioral reviews*. 2009;33(6):793-806.
- 20 Barrense-Dias Y, Berchtold A, Akre C, Suris JC. Consuming energy drinks at the age of 14 predicted legal and illegal substance use at 16. *Acta paediatrica (Oslo, Norway : 1992)*. 2016;105(11):1361-8.

- 21 Velazquez CE, Poulos NS, Latimer LA, Pasch KE. Associations between energy drink consumption and alcohol use behaviors among college students. *Drug and alcohol dependence*. 2012;123(1-3):167-72.
- 22 Miller KE. Energy Drinks, Race, and Problem Behaviors among College Students. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*. 2008;43(5):490-7.
- 23 Leal WE, Jackson DB. Energy drinks and escalation in drug use severity: An emergent hazard to adolescent health. *Preventive medicine*. 2017.
- 24 Kandel D, Faust R. Sequence and stages in patterns of adolescent drug use. *Archives of general psychiatry*. 1975;32(7):923-32.
- 25 Grandner MA, Knutson KL, Troxel W, Hale L, Jean-Louis G, Miller KE. Implications of sleep and energy drink use for health disparities. *Nutrition Reviews*. 2014;72(suppl_1):14-22.
- 26 Berger LK, Fendrich M, Chen HY, Arria AM, Cisler RA. Sociodemographic correlates of energy drink consumption with and without alcohol: results of a community survey. *Addictive behaviors*. 2011;36(5):516-9.
- 27 Roemer A, Stockwell T. Alcohol Mixed With Energy Drinks and Risk of Injury: A Systematic Review. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*. 2017;78(2):175-83.
- 28 Zuercher C. Un jeune sur deux réagit mal aux boissons énergisantes. *Le Matin Dimanche*. 2018 21 janvier 2018.
- 29 Costa BM, Hayley A, Miller P. Young adolescents' perceptions, patterns, and contexts of energy drink use. A focus group study. *Appetite*. 2014;80:183-9.
- 30 Flick U. *An introduction to qualitative research fourth edition*. London: Sage; 2009.
- 31 Heary CM, Hennessy E. The use of focus group interviews in pediatric health care research. *Journal of pediatric psychology*. 2002;27(1):47-57.
- 32 Frith H. Focusing on Sex: Using Focus Groups in Sex Research. *Sexualities*. 2000;3(3):275-97.
- 33 McCrory C, White CM, Bowman C, Fenton N, Reid JL, Hammond D. Perceptions and Knowledge of Caffeinated Energy Drinks: Results of Focus Groups With Canadian Youth. *Journal of nutrition education and behavior*. 2017;49(4):304-11.e6.
- 34 Fields S, MacDonald J, Joseph A, Wold L, Collins C, Comstock R. Consumption of sports and energy drinks by high school athletes in the United States: a pilot study. *Beverages*. 2015;1(3):218-24.
- 35 Champlin SE, Pasch KE, Perry CL. Is the Consumption of Energy Drinks Associated With Academic Achievement Among College Students? *The journal of primary prevention*. 2016;37(4):345-59.
- 36 Musaiger A, Zagzoog N. Knowledge, attitudes and practices toward energy drinks among adolescents in Saudi Arabia. *Glob J Health Sci*. 2013;6(2):42-6.
- 37 Francis J, Martin K, Costa B, Christian H, Kaur S, Harray A, et al. Informing Intervention Strategies to Reduce Energy Drink Consumption in Young People: Findings From Qualitative Research. *Journal of nutrition education and behavior*. 2017;49(9):724-33.e1.

unisanté

Centre universitaire de médecine générale
et santé publique · Lausanne