

Pourquoi les boissons énergisantes sont à consommer avec modération ?



DOSSIER DE PRESSE
05 mars 2021

De plus en plus visibles dans les rayons des supermarchés, les boissons énergisantes ou energy drinks regroupent des boissons aux propriétés stimulantes tant sur le plan physique qu'intellectuel. Ces produits contiennent des ingrédients comme la caféine, des acides aminés (taurine), du sucre, des vitamines et des extraits de plantes (ginseng, guarana). Nous avons décrypté les étiquettes de 10 boissons énergisantes et nous en profitons pour faire le point sur les connaissances actuelles encore peu nombreuses concernant les impacts sur notre santé.

Un cocktail de sucre, d'additifs et de caféine

Sur les 10 boissons étudiées, 8 ont un Nutri-Score D ou E, soit les notes les plus mauvaises. Il suffit de se pencher sur la liste d'ingrédients pour comprendre pourquoi. Le sucre, le glucose et le sirop de glucose sont les ingrédients les plus importants après l'eau gazéifiée. Exception faite des alternatives « sans sucre » qui contiennent des édulcorants pour remplacer les sucres. En moyenne, les boissons étudiées contiennent 8,4 g de sucre pour 100 ml (hors boissons sans sucre). Si cette quantité est un peu plus faible qu'un Coca-Cola (10,6 g/100 ml), les boissons énergisantes contiennent en plus, de nombreux additifs : 6 en moyenne. La liste est longue. On y trouve des acidifiants, des colorants, des arômes, des édulcorants, des conservateurs et des épaississants. Enfin, ces boissons ont la particularité de contenir des substances stimulantes, principalement de la caféine, de la taurine, du glucuronolactone, des vitamines et des extraits de plantes (ginseng, guarana).



Retrouvez le détail des 10 boissons étudiées en Annexe.

Qu'est-ce que la taurine et le glucuronolactone ?

La taurine est un acide aminé présent naturellement dans plusieurs tissus animaux et humains. Elle est fabriquée par notre corps au niveau du foie. Elle est indispensable au bon fonctionnement de notre organisme car elle intervient dans de nombreux mécanismes comme la digestion et les fonctions cardiaques et musculaires. Elle provient majoritairement de l'alimentation d'origine animale (viande, lait, produits laitiers) qui en apporte de 120 à 180 mg/jour. Généralement, la synthèse de la taurine par le corps suffit aux besoins de l'organisme et un apport alimentaire extérieur n'est pas nécessaire. Elle est pourtant ajoutée dans de nombreuses boissons énergisantes pour prolonger l'effet stimulant d'autres substances comme la caféine, à des teneurs beaucoup plus élevées : jusqu'à 1000 mg pour une canette de 250 ml, soit 5 à 8 jours de consommation naturelle ! Si les effets positifs sur le corps sont connus, les effets indésirables de la consommation de taurine à des doses si élevées le sont beaucoup moins. À titre de comparaison, la quantité de taurine autorisée dans les laits infantiles est strictement encadrée par une directive européenne. Elle ne doit pas dépasser 12 mg/100 kcal.

Le glucuronolactone est un sucre présent naturellement dans l'organisme dont les apports naturels seraient de l'ordre de 1 à 2 mg/jour. Une canette de boisson énergisante contient une quantité équivalente à environ 600 jours d'apports alimentaires ! Les effets sur la santé d'une telle dose massive restent encore mal connus.

Une consommation inquiétante chez les adolescents

Les derniers chiffres de la consommation de ces boissons datent de 2013, ce qui est plutôt surprenant quand on voit la grande variété de produits apparue dans les rayons des supermarchés ces dernières années. Cette étude de l'Efsa montrait qu'en 2013, leur consommation était déjà importante. 30% des adultes et 68% des adolescents interrogés déclaraient avoir consommé au moins une fois une boisson énergisante au cours de l'année écoulée. Parmi les adolescents, 12% en buvaient 4 à 5 fois par semaine, soit une consommation moyenne de 7 litres par mois. 12% semblaient être « accros » puisqu'ils en consommaient plus d'un litre en une seule séance. Plus inquiétant encore, 18% des 3-10 ans auraient déjà tenté l'expérience. Pourtant, comme cela est indiqué sur les canettes, ces boissons sont déconseillées aux enfants. Selon une étude Nielsen, le chiffre d'affaires des boissons énergisantes atteint 247,4 M€ en 2019, soit le double qu'en 2013. Ce qui laisse penser que les chiffres précédents sont bien plus importants aujourd'hui. Cependant, aucune étude n'a été menée malgré la banalisation de leur consommation !

Les boissons énergisantes présentent une nouvelle forme de consommation de la caféine : lors d'occasions festives, en lien avec une activité sportive ou en mélange avec de l'alcool. Naturellement présente dans de nombreuses plantes comme le café ou le thé, la caféine est consommée depuis longtemps et est connue pour ces effets excitants. Certains effets indésirables comme l'anxiété ou les troubles du sommeil peuvent survenir au-delà d'une certaine quantité.

Risque santé : des boissons sous surveillance

En 2009, l'Autorité européenne de sécurité sanitaire des aliments (Efsa) concluait que la taurine et la glucuronolactone, aux niveaux contenus dans les boissons énergisantes ne suscitaient pas d'inquiétude. En France, depuis 2009 le dispositif de Nutrivigilance de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation (Anses) recense les signalements d'effets indésirables liés à la consommation des boissons énergisantes. Les principaux symptômes observés sont cardiovasculaires (sensations d'oppression ou de douleurs thoraciques, tachycardie, hypertension, troubles du rythme allant jusqu'à l'arrêt cardiaque...) et neurologiques (irritabilité, nervosité, anxiété, voire crises de panique, hallucinations, épilepsie). La caféine a été considérée comme le premier facteur déclencheur de ces symptômes.

D'après l'Anses, la consommation de boissons énergisantes peut présenter des risques pour les femmes enceintes, les enfants et adolescents ou lorsqu'elles sont associées avec de l'alcool car elles masquent son effet et peuvent pousser à en consommer encore plus. Leur consommation dans le cadre d'une pratique sportive ne présente aucun intérêt nutritionnel selon l'agence. À l'inverse, elles augmentent la perte en eau et en sels minéraux et entraînent une déshydratation.

Nous demandons à l'ANSES de réaliser une étude afin d'évaluer le niveau actuel de consommation de ces boissons notamment par les personnes à risque et les effets à court et long terme sur la santé.

Il ne faut pas confondre ces boissons avec les « boissons énergétiques » qui sont spécifiquement formulées pour répondre aux besoins nutritionnels dans le cadre d'une activité sportive intense.

Une stratégie marketing forte à destination des jeunes

Les industriels ont bien compris que ces boissons ont du succès auprès des jeunes et ont adapté leur stratégie marketing. Les marques mettent en avant sur leur emballage des champions sportifs comme Lewis Hamilton, champion de Formule 1. Elles proposent également sous l'anneau d'ouverture de la canette des jeux concours ou des codes promotionnels pour bénéficier de points bonus pour des jeux vidéo.

Festival de musique, tournoi de jeux vidéo, évènement sportif... Elles sponsorisent de nombreux évènements destinés aux jeunes. Ainsi, Monster a sponsorisé un festival de musique, le Download Festival France en 2017, Red Bull va sponsoriser le Paris Dakar 2021.

« Un goût de dingue avec juste ce qu'il faut de magie Monster pour faire durer la fête pendant des jours... »

Il ne fait plus aucun doute que les stratégies marketing des marques ciblent les jeunes en associant ces boissons à la fête, aux performances sportives ou aux jeux vidéo. C'est inquiétant quand c'est justement dans ces cas-là que la consommation est dangereuse pour la santé...

La loi Evin, adoptée en 1990 interdit la publicité pour le tabac et encadre la publicité pour les boissons alcoolisées. Depuis cette date, il n'est donc plus possible pour les marques de ces deux secteurs de sponsoriser des événements sportifs par exemple. Dans la mesure où elles sont déconseillées dans le cadre d'une pratique sportive, les boissons énergisantes devraient être également concernées !

Nous demandons un encadrement de la publicité afin que cesse la communication associant ces produits au sport et aux événements festifs. Les pratiques aussi diverses que le sponsoring d'événements ou d'athlètes, la distribution de boissons énergisantes dans les clubs de sport ne font qu'entretenir l'idée que les boissons énergisantes sont adaptées à l'activité physique alors qu'elles sont en fait contre-indiquées.

Un cadre réglementaire trop permissif

Comme tous les produits alimentaires, les boissons énergisantes sont soumises au règlement européen n°1169/2011 relatif à l'information des consommateurs. Il impose depuis décembre 2014 de faire figurer sur l'emballage des boissons contenant plus de 150 mg/l de caféine (à l'exception du thé ou du café), la mention « teneur élevée en caféine, déconseillé aux enfants et aux femmes enceintes ou allaitantes ». Cependant, il n'existe pas de législation spécifique pour les boissons énergisantes.





















C'est pourquoi l'association Boissons Énergisantes France, qui regroupe les principaux acteurs français et internationaux produisant ou commercialisant des boissons énergisantes en France, a édité un code de bonnes pratiques. Les membres s'engagent à assurer la qualité des produits et la sécurité des consommateurs, à les informer sur les boissons et promouvoir une consommation responsable. Mais quand on y regarde de plus près, ce code ne va pas très loin. Les membres s'engagent essentiellement à ne pas promouvoir les boissons auprès des enfants ni leur consommation avec l'alcool. Mais pas d'obligation à indiquer clairement qu'il est déconseillé de les consommer dans ces conditions ! Un point positif toutefois : les membres s'engagent à n'entreprendre aucune activité commerciale ou promotionnelle à proximité des écoles, collèges et lycées.

Il n'y a aujourd'hui pas de quantité maximale imposée par la loi pour les ingrédients comme la taurine et la caféine dans les boissons énergisantes, à l'exception des valeurs présentes dans le code de bonne conduite signé par les industriels : 4000 mg/l pour la taurine et 320 mg/l pour la caféine. Nous jugeons que ces valeurs ne sont pas suffisantes dans la mesure où ces boissons sont souvent associées au sport et à l'alcool et que la dose de caféine considérée comme sans risque pour un adolescent est estimée selon l'Efsa à 150 mg par jour pour une personne de 50 kg.

Nous demandons l'encadrement des teneurs en caféine et taurine pour l'ensemble des boissons énergisantes en prenant en compte leurs conditions réelles de consommation par les adolescents.

Enfin, nous demandons un étiquetage beaucoup plus clair et lisible qui déconseille le mélange avec l'alcool, la consommation par les enfants, les femmes enceintes et allaitantes et qui rappelle que les boissons énergisantes ne sont pas adaptées à l'effort physique.

ANNEXE : Tableau des références

| | Red Bull Sugar free | Carrefour Psychik Zero | Acao Energy Bio | Crazy Tiger Energy drink | Leclerc Xtense | Monster Energy | Coca Cola Energy Cherry | Intermarché Booster | U Classic Spring up | Red Bull |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|--|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Format | 250 ml | 250 ml | 250 ml | 1 l | 250 ml | 500 ml | 250 ml | 350 ml | 250 ml | 473 ml |
| Prix (€/L) | 5,92 € | 3,68 € | 6,00 € | 2,35 € | 1,80 € | 2,14 € | 4,92 € | 2,42 € | 2,28 € | 4,21 € |
| Quantité de sucre (g/100ml) | 0,0 | 0,1 | 4,4 | 4,4 | 7,0 | 8,4 | 10,3 | 10,4 | 11 | 11 |
| Quantité de caféine (mg/100mL) | 32 | 18 | 25 | 20 | 21 | 32 | 32 | 20 | 20 | 32 |
| Quantité de taurine (mg/100ml) | 400 | 25 | 0 | 400 | 29 | 400 | 0 | 400 | 400 | 400 |
| Nombre d'additifs | 8 | 7 | 1 | 7 | 6 | 8 | 7 | 3 | 5 | 6 |
| Nutri-Score |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |