Projet de règlement concernant les aliments supplémentés

Pour un encadrement plus strict des boissons « énergisantes »

Mémoire présenté à Santé Canada

Septembre 2021

ASPQ
ASSOCIATION POUR LA SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC

Auteures

Marianne Dessureault, avocate

Marie-Jeanne Rossier-Bisaillon, Dt.P., M.Sc.

Corinne Voyer, B.Sc. Inf., M.Sc.

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site web de l'Association pour la santé publique du Québec : www.aspq.org.

Les informations contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

© Association pour la santé publique du Québec (2021).

Association pour la santé publique du Québec (ASPQ)

L'ASPQ est une association autonome regroupant citoyens et partenaires pour faire de la santé durable une priorité. La santé durable s'appuie sur une vision à long terme qui, tout en fournissant des soins à tous, s'assure aussi de garder la population québécoise en santé par la prévention.

Notre organisation conseille, enquête, sensibilise, mobilise des acteurs et émet des recommandations basées sur les données probantes, des consensus d'experts, l'expérience internationale et l'acceptabilité sociale.

Depuis 2008, l'ASPQ chapeaute la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) qui a pour mandat de revendiquer des modifications législatives et réglementaires et des politiques publiques afin de favoriser la mise en place d'environnements facilitant les saines habitudes de vie, qui contribuent à prévenir les problèmes de poids et les maladies chroniques.

5455 Avenue de Gaspé, bureau 200
Montréal (Québec) H2T 3B3

info@aspq.org | aspq.org

info@cqpp.qc.ca | cqpp.qc.ca

Table des matières

Portrait des boissons « énergisantes » caféinées 4

Nos recommandations 5

1. Adopter un Règlement sur les boissons sucrées et les boissons stimulantes 5
   - 1.1. Interdire l'usage des termes « énergisante », « énergétique », « énergie », « performance », « pour sportif » 6
   - 1.2. Interdire la vente de boissons « énergisantes » aux mineurs 7
   - 1.3. Taxer les boissons sucrées et « énergisantes » 7
   - 1.4. Interdire le placement stratégique et les promotions de type 2 pour 1 de boissons sucrées et énergisantes 8
   - 1.5. Interdire la publicité de boissons sucrées et « énergisantes » aux enfants 10
   - 1.6. Interdire la distribution gratuite de boissons sucrées et « énergisantes » 10
   - 1.7. Interdire l'association de BEC avec le sport 11
   - 1.8. Étendre l'interdiction de vente de BEC mélangées à l'alcool aux boissons contenant des ingrédients naturellement caféinés 12

2. Encadrer l'ensemble des boissons énergisantes contenant de la caféine et des stimulants 12
   - 2.1. Limiter la concentration de caféine permise à 100 mg par contenant non refermable de BEC 13

3. Bonifier les mises en garde 15
   - 3.1. Apposer les mises en garde sur le devant des produits 15
   - 3.2. Ajouter une mise en garde sur la consommation de BEC avec la pratique d'activités physiques et sportives 15
   - 3.3. Augmenter à 18 ans la mise en garde déconseillant la consommation BEC 16

4. Interdire dans les promotions et la publicité des BEC les allégations relatives à la performance physique et aux bienfaits pour la santé 17

5. Interdire l'utilisation de l'appellation « eau » pour tous types de boissons considérées comme un aliment supplémenté ou contenant un ingrédient stimulant 18

Conclusion 20

Sommaire des recommandations 20

Références 21

Portrait des boissons « énergisantes » caféinées

Depuis leur entrée sur le marché, les ventes annuelles des boissons « énergisantes » caféinées ne cessent de croître. Selon un sondage Léger commandé à l'été 2021 par l'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ) et réalisé auprès de 1 005 jeunes Québécois.es âgé.e.s entre 15 et 24 ans, **près de quatre jeunes sur cinq ont déjà consommé des boissons « énergisantes » caféinées** (72 % chez les 15-17 ans et 84 % chez les 18-24 ans) et **plus de la moitié d'entre eux en consomment plusieurs fois par année**.

Près de quatre jeunes sur cinq ont déjà consommé des boissons « énergisantes » caféinées.

Selon les règles en vigueur, les boissons « énergisantes » caféinées peuvent contenir jusqu'à 400 mg de caféine en plus d'autres ingrédients stimulants comme la taurine, la guarana et le ginseng. Ces ingrédients contribuent à plusieurs problèmes de santé comme les troubles du sommeil, l'agitation, l'irritabilité et les maux de tête ainsi que des épisodes de tachycardie et de fibrillation lors de surdosage, et ce, peu importe la quantité consommée, mais particulièrement lorsque les limites quotidiennes de caféine et de stimulants sont dépassées (**maximum de 400 mg de caféine pour un adulte en santé et de 2,5 mg de caféine par kg de poids corporel chez pour un.e adolescent.e de 13 ans et plus**)[1].

De plus, il n'est pas rare que la consommation de boissons « énergisantes » caféinées soit prise avec de l'alcool, du tabac et des drogues[1]. Toujours selon le sondage Léger de l'ASPQ, **19 % des 15 à 17 ans et 81 % des 18 à 24 ans rapportent avoir déjà consommé de l'alcool avec des boissons « énergisantes » caféinées.** Les stimulants contenus dans les boissons « énergisantes » caféinées masquent l'état d'ébriété et augmentent conséquemment le risque de surconsommer de l'alcool.

81 % des 18 à 24 ans ont déjà consommé de l'alcool avec des boissons « énergisantes » caféinées.

Finalement, certaines de ces boissons peuvent contenir jusqu'à 16 cuillères à thé de sucre, augmentant ainsi le risque d'autres problématiques de santé telles que l'obésité, le diabète de type 2, certains cancers, les maladies cardiovasculaires, la carie et l'érosion dentaire.

Étant donné leur composition et les risques qu'elles présentent pour la santé, plusieurs organismes et professionnel.le.s de la santé déconseillent la consommation de boissons « énergisantes » caféinées chez certaines populations plus vulnérables comme les femmes enceintes, les enfants et les adolescent.e.s. Il est également recommandé de ne pas mélanger les boissons énergisantes avec de l'alcool (ou autres produits dépresseurs) et d'éviter leur consommation lors d'activités physiques et sportives.

Ayant pris connaissance du *Projet de règlement concernant les aliments supplémentés (Partie I de la Gazette du Canada)* et des documents afférents, l'ASPQ désire apporter certaines réflexions et recommandations aux propositions relatives à l'étiquetage, l'emballage et la composition des boissons « énergisantes » contenant de la caféine (BEC).

Nos recommandations

1. Adopter un Règlement sur les boissons sucrées et les boissons stimulantes

Depuis plusieurs années, dans un souci de protection, bon nombre de pays et d'instances décisionnelles ont décidé d'intervenir, en limitant ou en cessant la vente de ces produits sur leurs territoires ou dans leurs installations. Devant les connaissances actuelles et les risques potentiels, le gouvernement canadien doit, lui aussi, agir pour mieux encadrer la mise en marché et le marketing des boissons « énergisantes » avec et sans caféine et des boissons sucrées.

L'ASPQ voit positivement le désir de Santé Canada d'encadrer le BEC en créant une nouvelle section législative qui leur est propre par l'ajout du titre 29 de la Partie B dans le *Règlement sur les aliments et drogues*. Toutefois, l'ASPQ croit qu'il est préférable de leur créer un cadre règlementaire distinct tel que le recommandait le comité d'expert de Santé Canada en 2010[2] et d'y inclure également les boissons sucrées. Les données démontrent que des mesures complémentaires à l'étiquetage, telles que l'interdiction de vente de BEC aux mineurs et l'encadrement des pratiques de marketing des boissons, permettraient de mieux protéger la population quant aux effets délétères de ces dernières sur la santé.

La jurisprudence canadienne est constante à l'effet que le Parlement fédéral a la compétence de légiférer afin d'« interdire ou contrôler la fabrication, la vente, la distribution de produits qui présentent un risque pour la santé publique », et « peut imposer des exigences en matière d'étiquetage et d'emballage de produits dangereux et imposer des mises en garde sur les paquets de cigarettes ». Il a aussi été déterminé que « la législation fédérale sur les aliments et drogues est parfaitement valide ».[3] Le pouvoir du gouvernement fédéral de légiférer en la matière découle de ses compétences constitutionnelles en matière de droit criminel, ainsi que ses pouvoirs de dépenser et d'adopter des lois pour assurer la paix, l'ordre et le bon gouvernement du Canada.

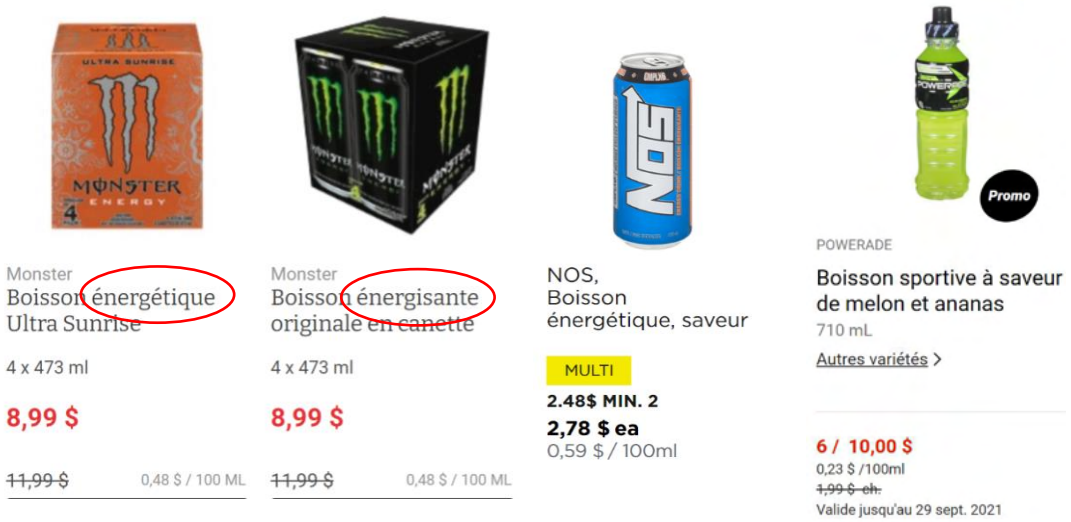
1.1. Interdire l'usage des termes « énergisante », « énergétique », « énergie », « performance », « pour sportif »

Déjà en 2010, le comité d'expert de Santé Canada[4] soulevait l'enjeu important de confusion concernant la notion de boissons « énergisantes » avec d'autres types de boissons contenant des hydrates de carbone et des électrolytes souvent promus en contexte sportif. Alors que plusieurs études et professionnel.le.s de la santé contre-indiquent la consommation de BEC lors d'activités physiques et sportives, il importe d'interdire l'usage du terme « énergisante » pour désigner ces boissons additionnées en caféine.

Santé Canada devrait désigner les BEC comme des « boissons contenant des stimulants ».

De plus, nombreuses marques de boissons sucrées entretiennent le mythe que leurs boissons est nécessaire en contexte sportif, offrant ainsi un halo santé à des bonbons liquides qui contribuent à plusieurs maladies chroniques comme le diabète de type 2 et les maladies cardiovasculaires. Ces boissons colorées et populaires auprès des jeunes sont vendues en gros format et misent sur l'usage de termes comme « boisson pour sportif », « boisson énergétique » ou « performance » pour vendre les vertus de leurs produits. Ces termes devraient également être interdits pour protéger les Canadien.ne.s, dont les plus jeunes et les plus vulnérables, qui peuvent facilement se laisser berner par ces affirmations et croire à tort qu'elles sont bonnes pour leur santé.

Cette confusion dans les termes s'observe même en ligne sur les sites de différents détaillants alimentaires.



Comme le proposait le comité d'expert de 2010, Santé Canada devrait désigner les BEC et autres boissons additionnées d'ingrédients stimulants (ex. : taurine, guarana, ginseng) de « boissons contenant des stimulants ». Il s'agit d'un terme clair et plus transparent quant à sa réelle valeur.

1.2. Interdire la vente de boissons « énergisantes » aux mineurs

Côtoyant jus de fruits et boissons gazeuses sur les tablettes, les BEC et boissons additionnées d'ingrédients stimulants peuvent être perçues comme des produits alimentaires inoffensifs pouvant être consommés à volonté. Afin de mieux gérer ces risques et dénormaliser leur consommation abusive, l'ASPQ recommande notamment d'interdire la vente de ses boissons aux mineurs. Cela permet également d'envoyer un signal clair aux consommateurs et aux consommatrices et à l'industrie que l'alimentation de la population est un sujet de préoccupation pour le gouvernement.

85 % des adultes québécois sont en faveur d'interdire la vente de BEC aux moins de 18 ans.

Les politiques publiques visant à restreindre l'accessibilité physique et économique à un produit néfaste de même que les mesures dissuasives demeurent les plus efficaces pour prévenir la consommation problématique et les problèmes connexes[5].

Selon un sondage Léger réalisé à l'été 2021, pour le compte de l'ASPQ, 85 % des adultes québécois et 61 % des jeunes de 15 à 24 ans sont en faveur d'interdire la vente de BEC aux moins de 18 ans.

Recommandée par plusieurs organismes canadiens, l'interdiction de vente aux mineurs est également adoptée par d'autres juridictions dans le monde. C'est notamment le cas de la Suisse, de la Suède, de la Lituanie et de la Lettonie. Des projets de loi sont également en cours en Caroline du Sud, au Connecticut et au Royaume-Uni.

1.3. Taxer les boissons sucrées et « énergisantes »

Les boissons sucrées et énergisantes se présentent sous diverses formes et leur surconsommation a des conséquences importantes sur la santé et sur l'environnement. Leur omniprésence et le marketing dont elles font l'objet font ombrage à la consommation d'eau. Or, bien que l'industrie tente de le contredire, l'impact nocif à la santé d'une telle consommation est important et scientifiquement démontré, en particulier chez les jeunes. Rappelons aussi que les boissons sucrées et énergisantes sont superflues au plan nutritionnel puisqu'elles ne contribuent pas à fournir des nutriments utiles à l'organisme. Ayant comme principale fonction le plaisir, elles s'apparentent par conséquent aux biens de luxe malgré leur faible coût. Selon le Guide alimentaire canadien, les boissons sucrées, incluant les boissons sucrées « énergisantes », ne devraient pas être consommées sur une base régulière. Ainsi, pour aider la population à réduire sa consommation, il importe d'agir sur ce qui favorise la surconsommation de ces produits : leur prix, leur accessibilité ainsi que leur mise en marché.

Devant une importante facture associée à la COVID-19, un système de soins surchargé et un personnel qui peine à répondre aux besoins de la population, le Canada et ses provinces n'ont plus le choix d'investir massivement en prévention des maladies chroniques.

À ce jour, les données disponibles démontrent que les personnes obèses et atteintes de maladies chroniques sont plus vulnérables aux complications de la COVID-19. Ces personnes sont plus gravement et sévèrement atteintes de l'infection. Il importe de mettre en place des mesures de prévention efficaces pour réduire l'épidémie de maladies chroniques à laquelle nous faisons face. En ce sens, la taxation des boissons sucrées, incluant les boissons énergisantes, adoptée dans de nombreux pays, est une solution prometteuse. En plus d'aider la population à réduire la consommation de ces produits nuisibles à leur santé, elle permet de générer des revenus pouvant être réinvestis en prévention.

L'ASPQ et sa Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids), la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC, la Société canadienne du Cancer et Diabète Canada invitent le gouvernement à instaurer une taxe sur les boissons sucrées et « énergisantes » réinvesties en prévention.

1.4. Interdire le placement stratégique et les promotions de type 2 pour 1 de boissons sucrées et énergisantes

Les fabricants des boissons sucrées et énergisantes misent principalement sur deux techniques pour conquérir et fidéliser les consommateurs et les consommatrices : une communication extraordinairement créative et des offres imbattables (rabais, concours, coupons, promotions croisées, etc.). Le marché des boissons sucrées et énergisantes n'a jamais été aussi vaste. L'industrie utilise donc tous les moyens pour distinguer ses produits et séduire les consommateurs et consommatrices.

Le prix a toujours été un argument de vente central dans les stratégies de marketing, notamment parce qu'il influence grandement les décisions d'achat. Dans le contexte économique plus difficile, le prix a d'autant plus d'impact. Les promotions de type 2 pour 1 de BEC sont fréquentes et encourage la surconsommation d'un produit dont on devrait limiter la quantité, particulièrement chez les jeunes.

Les boissons « énergisantes » sont des boissons sucrées avant tout, mais la présence de fortes quantités de caféine est une source d'inquiétude supplémentaire. La consommation de boissons énergisantes chez les jeunes peut vite les faire atteindre leur apport quotidien maximal en caféine recommandé par Santé Canada.

Les BEC sont des boissons sucrées avant tout, mais la présence de fortes quantités de caféine et d'ingrédients stimulants est une source d'inquiétude supplémentaire.

Dans les établissements de vente au détail, les boissons sucrées et « énergisantes » bénéficient généralement d'une mise en marché avantageuse, rendant leur pouvoir d'attraction toujours plus fort. En effet, en plus d'un placement stratégique en magasin (ex. : bout d'allée, aux caisses) et sur les tablettes, les boissons sucrées et « énergisantes » jouissent d'une promotion intensive, notamment grâce à la publicité sur les lieux de vente visant à attirer l'attention et à supporter l'image de marque.

Ainsi, à l'instar du Royaume-Uni dans son plan de prévention de l'obésité, l'ASPQ recommande d'interdire le placement stratégique et les promotions de type 2 pour 1 des boissons sucrées et « énergisantes ».

1.5. Interdire la publicité de boissons sucrées et « énergisantes » aux enfants

Les enfants sont vulnérables face au marketing alimentaire. Les recherches démontrent un lien entre les activités promotionnelles de l'industrie alimentaire et les connaissances, l'attitude envers les aliments, les préférences alimentaires et les comportements alimentaires des enfants. De plus, ils sont incapables de reconnaître les intentions commerciales du marketing avant le début de l'adolescence, soit vers 11 à 12 ans. Ainsi, alors que les aliments et les boissons qui bénéficient de publicités sont souvent de faible valeur nutritive, le marketing alimentaire nuit à l'adoption de saines habitudes dès l'enfance.

Depuis 1980 au Québec, la publicité commerciale destinée aux enfants de moins de 13 ans est interdite en vertu des articles 248 et 249 de la *Loi sur la protection du consommateur (LPC)*. Toutefois, les exceptions prévues par la loi font en sorte que les enfants ne sont pas entièrement protégés de la publicité. De plus, au-delà des exceptions, plusieurs pratiques publicitaires semblent contrevenir à la *LPC*.
Depuis sa création en 2006, la Coalition Poids surveille les pratiques de marketing de l'industrie alimentaire qui ciblent les enfants. En 2018-2019, elle a réalisé un portrait qualitatif de la publicité alimentaire ciblant les enfants de moins de 13 ans au Québec, les compagnies de boissons sucrées n'y font pas exception.

L'ASPQ et sa Coalition Poids recommandent d'interdire la publicité d'aliments et de boissons riches en sucre, sel et gras auprès des enfants de moins de 13 ans. Quant aux boissons « énergisantes », en raison de l'ajout de caféine ou d'ingrédients stimulant, l'ASPQ recommande d'interdire toute forme de promotions et de publicités aux moins de 18 ans.

1.6. Interdire la distribution gratuite de boissons sucrées et « énergisantes »

La distribution gratuite de produits est une pratique publicitaire souvent observée dans les lieux publics achalandés. Les compagnies ont recours à cette stratégie promotionnelle pour présenter de nouveaux produits aux consommateurs et consommatrices et assurer la visibilité d'une marque auprès de ces derniers. Ce type de distribution se fait surtout dans les quartiers fréquentés, à proximité des stations de métro, d'écoles et d'universités, ainsi que lors de fêtes publiques et d'évènements sportifs.

Au Québec, 50 % des jeunes âgé.e.s de 15 à 24 ans ont déjà reçu gratuitement des BEC ou des échantillons de BEC (36 %) ou des incitatifs pour se procurer des BEC (ex. : rabais et coupons) selon un sondage mené par Léger pour le compte de l'ASPQ à l'été 2021.

50 % des jeunes âgé.e.s de 15 à 24 ans ont déjà reçu gratuitement des BEC ou des échantillons de BEC ou des incitatifs pour se procurer des BEC.

L'ASPQ recommande à Santé Canada d'interdire la distribution gratuite de boissons sucrées et « énergisantes ».

1.7. Interdire l'association de BEC avec le sport

L'industrie des boissons sucrées met en œuvre toute sa créativité marketing pour inciter les jeunes à consommer davantage leurs produits. Qu'il s'agisse de commandites, de placement de produits, d'*advergame* ou de jeux vidéo, l'association de BEC avec le sport est fréquente et banalise la consommation dans ce contexte. De telles stratégies commerciales encouragent la consommation risquée d'un produit loin d'être anodin. Ainsi, l'ASPQ recommande d'interdire l'association de BEC avec le sport.

1.8. Étendre l'interdiction de vente de BEC mélangées à l'alcool aux boissons contenant des ingrédients naturellement caféinés.

Le *Règlement sur les aliments et les drogues* interdit l'ajout de caféine aux boissons alcoolisées, mais le règlement n'interdit pas en revanche l'ajout d'ingrédients aromatisants contenant naturellement de la caféine.

En l'absence de règles strictes quant à leur promotion et leur vente, ce cocktail risqué continue d'être promu et vendu de manière indirecte aux (jeunes) consommateurs et consommatrices. Par exemple, il est aisé, dans les bars, de commander, pour un prix d'ensemble et en même temps, une boisson « énergisante » et un verre d'alcool. Lors d'événements sportifs et culturels, il est aussi fréquent de trouver des promotions et des publicités associant les deux produits. La vente d'alcool étant interdite aux mineurs, il est logique de vouloir éviter que les activités promotionnelles liées aux boissons « énergisantes » encouragent les jeunes à consommer des produits alcoolisés, et encore moins, banalisent le mélange des deux. Dans ce contexte, il est important de maintenir l'interdiction de vente de BEC mélangées à l'alcool ; d'étendre cette interdiction à l'ensemble des boissons énergisantes (contenant des ingrédients naturellement caféinés) ; et restreindre la publicité et la promotion associant les boissons énergisantes à des produits alcoolisés.

2. Encadrer l'ensemble des boissons énergisantes contenant de la caféine et des stimulants

Lors des consultations menées par Santé Canada, il a été souligné que les aliments supplémentés contenant de la caféine ajoutée devraient satisfaire à des exigences supplémentaires en matière d'étiquetage par rapport aux aliments qui contiennent naturellement de la caféine. Pourtant, ces sources naturelles de caféine sont associées aux mêmes effets et risques que la caféine ajoutée. C'est d'ailleurs pourquoi il est proposé avec justesse que les apports de ces sources naturelles soient aussi calculés dans la teneur maximale en caféine des aliments supplémentés et que la quantité totale soit déclarée sur l'étiquette. Toutefois, dans le cadre actuellement proposé, certaines boissons énergisantes semblent pouvoir se soustraire aux nouvelles restrictions car elles contiennent de la caféine naturellement. C'est le cas par exemple de Guru dont les produits peuvent contenir au moins 100 mg de caféine provenant du thé vert et du guarana. Ces boissons contiennent en plus des extraits de ginseng et de yerba maté, deux autres stimulants.

La caféine ajoutée ou contenue dans les boissons énergisantes est tirée de plusieurs sources : caféine synthétique ou caféine « naturelle » (guarana, yerba ou noix de cola). En plus de la caféine, la taurine, le ginseng et le glucuronolactone sont fréquemment contenus dans les boissons énergisantes. La taurine est un acide aminé. L'organisme étant naturellement apte à en synthétiser suffisamment pour subvenir à ses besoins, un apport alimentaire devient donc superflu. Aussi, la taurine pourrait masquer les effets indésirables reliés à une consommation importante de caféine. Le ginseng serait, tout comme la caféine, un stimulant mineur du système nerveux central. En combinaison avec celle-ci, il en augmenterait les effets[6,7]

Il est tout aussi important que les consommateurs et les consommatrices soient informé.e.s des mises en garde des boissons contenant naturellement de la caféine et qu'ils bénéficient de la même protection puisqu'elles peuvent avoir des effets indésirables similaires. L'ASPQ demande un encadrement similaire à celui proposé pour les aliments supplémentés pour les boissons contenant naturellement de la caféine.

2.1. Limiter la concentration de caféine permise à 100 mg par contenant non refermable de BEC

Au Canada actuellement, la concentration en caféine des BEC est limitée à 400 mg/L (p.p.m.) ou à un maximum de 180 mg par contenant à portion unique (défini comme un contenant de moins de 750 ml qui ne peut être refermé). À titre comparatif, une tasse de café infusé fournit une moyenne de 135 mg de caféine[8]. Un adulte en santé doit consommer un minimum de trois canettes de BEC pour dépasser la limite de caféine recommandée par Santé Canada (Tableau 1). Toutefois, cette réglementation n'est pas un gage de sécurité pour les consommateurs et consommatrices plus vulnérables, particulièrement les jeunes.

En effet, la consommation d'une seule canette contenant 180 mg excède l'apport quotidien maximal de caféine recommandé pour les enfants de 12 ans et moins. Santé Canada recommande de limiter la consommation de caféine chez les personnes âgées de 13 à 17 ans à 2,5 mg/kg de poids corporel, c'est-à-dire environ 110 à 165 mg. Chez les adolescent.e.s (13-17 ans), une boisson « énergisante » à elle seule ou combinée à d'autres sources de caféine présentes dans l'alimentation peut représenter un apport excessif en caféine. Or, un récent sondage Léger commandé par l'ASPQ montre que les jeunes consommateurs et consommatrices (15-24 ans) sont nombreux et nombreuses à consommer 2 canettes ou plus lors de la même occasion (57 % chez les 15-17 ans et 55 % chez les 18-24 ans). De plus, un.e jeune de 15 à 17 ans sur dix (13 %) rapporte consommer des BEC 1 fois par semaine ou 2-3 fois par mois.

57 % des jeunes consommateurs et consommatrices de BEC âgé.e.s de 15 à 24 ans consomment 2 canettes ou plus lors de la même occasion.

Par conséquent, l'ASPQ recommande de limiter la concentration de caféine permise à environ 110 mg par contenant non refermable de BEC, soit la valeur estimée de la teneur maximale recommandée pour les 12 à 17 ans (2,5 mg/kg de poids corporel).

Tableau 1 : Composition de certaines BEC populaires

Produit	Format	Teneur en caféine	Teneur en sucre	Ingrédients stimulants	Nombre de canettes pour excéder l'apport recommandé en caféine chez des adultes en santé*
Red Bull ® Energy Drink	250 ml	80 mg	27 g	Caféine, taurine, vitamines du complexe B	5 canettes
Rockstar ® Energy Drink	250 ml	85 mg	33 g	Caféine, taurine, guarana, ginseng, inositol et vitamines du complexe B	5 canettes
Rockstar ® Energy Drink	355 ml	120 mg	47 g	Idem	4 canettes
Rockstar ® Energy Drink	473 ml	160 mg	60 g	Idem	3 canettes
Monster Energy ®	473 ml	166 mg	54 g	Caféine, taurine, guarana, ginseng, inositol, D-glucuronolactone, extrait de peau de raisin et vitamines du complexe B	3 canettes
Guru Organic Energy	250 ml	100 mg	21 g	Caféine, guarana et ginseng	4 canettes
Coca-Cola MD Energy	310 ml	99 mg	32 g	Caféine et guarana	4 canettes

* Santé Canada recommande aux adultes en santé de limiter leur apport en caféine à 400 mg par jour, ce qui inclut toutes les sources de caféine. À noter que cette recommandation est moindre chez les femmes enceintes, qui allaitent ou qui planifient une grossesse, ainsi que chez les personnes de moins de 18 ans.

3. Bonifier les mises en garde

Comme plusieurs organisations et acteurs et actrices en santé, l'ASPQ est d'avis qu'apposer des mises en garde sur les contenants des BEC et interdire les allégations sont nécessaires. L'ASPQ propose des ajouts aux mises en garde proposées pour bien informer et protéger les consommateurs et consommatrices.

3.1. Apposer les mises en garde sur le devant des produits

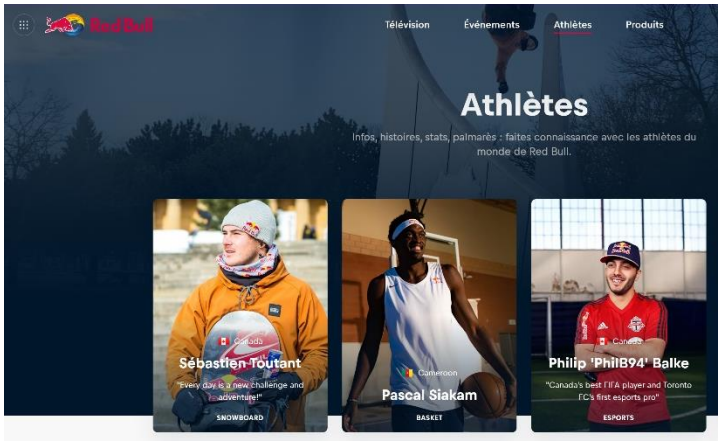
Pour être efficaces, les mises en garde doivent être bien visibles et claires. Présentement, les petits caractères situés à l'arrière des contenants ne font pas le poids contre les stratégies de marketing et l'emballage séduisants des BEC. À l'image des mises en garde sur les paquets de cigarettes, l'ASPQ recommande que les mises en garde soient clairement visibles sur le devant des emballages.

D'ailleurs, un sondage Léger commandé à l'été 2021 par l'ASPQ sur les habitudes de consommation de boissons énergisantes chez les 15-24 ans au Québec met en lumière qu'une forte proportion de jeunes consommateurs et consommatrices (81 %) sont en faveur de l'ajout d'avertissements sur les BEC renseignant sur les risques associés à la consommation de ces boissons. Ce pourcentage augmente à 90 % chez les adultes québécois.

90 % des adultes québécois appuient un avertissement sur les BEC pour renseigner et mettre en garde la population sur les risques associés à leur consommation.

3.2. Ajouter une mise en garde sur la consommation de BEC avec la pratique d'activités physiques et sportives

Nombreuses sont les publicités, les commandites et les promotions de BEC qui suggèrent leur consommation en contexte sportif et lors d'activités physiques. Les boissons « énergisantes » ne sont pas formulées pour répondre aux besoins associés à la pratique d'activité physique.



Alors que l'activité physique sollicite déjà le système cardiovasculaire, les boissons « énergisantes », par leur forte concentration en caféine et en autres substances stimulantes, augmentent le risque de problèmes cardiaques pouvant même mener à des hospitalisations ou à des décès. Par ailleurs, pour les jeunes, comme ils sont généralement moins tolérants à la caféine, de plus petites quantités peuvent être nocives.

En 2018, suivant le décès de Zachary Mitchell[i], la coroner Pascale Boulay avait formulé une recommandation à Santé Canada voulant qu'elle modifie la réglementation de la vente de boissons « énergisantes » « afin que les compagnies propriétaires de boissons "énergisantes", à l'image des compagnies de tabac, préviennent les consommateurs et les consommatrices des risques sur la santé associés à une consommation régulière et excessive de celles-ci incluant dans un contexte sportif, et qu'elles cessent d'associer cette boisson aux pratiques sportives »[9].
L'énoncé de position de l'Association québécoise des médecins du sport et de l'exercice est aussi très clair : il n'est pas recommandé de prendre une boisson « énergisante » avant, pendant ou immédiatement après la pratique d'activités sportives[10].

Il n'est pas recommandé de prendre une boisson « énergisante » avant, pendant ou immédiatement après la pratique d'activités sportives.

Santé Canada propose de restreindre les allégations liées à la performance physique et aux bienfaits sur la santé sur l'étiquette de ces produits.
Par souci de cohérence et de protection de groupes plus vulnérables, les BEC devraient aussi porter une mise en garde relative aux risques de leur consommation lors de la pratique d'activités physiques.

3.3. Augmenter à 18 ans la mise en garde déconseillant la consommation de BEC

L'ASPQ tient à souligner qu'il ne faudrait pas que la mise en garde déconseillant la consommation de BEC chez les moins de 14 ans stimule un sentiment de sécurité ou de banalisation de la consommation chez les adolescent.e.s de 14 ans et plus et les jeunes adultes chez qui ces boissons sont populaires. Or, les quantités de caféine, d'autres stimulants et de sucre contenues actuellement dans ces boissons ne les rendent pas inoffensives pour les individus de plus de 14 ans : la consommation de boissons énergisantes chez les jeunes peut vite leur faire atteindre l'apport quotidien maximal en caféine recommandé.

Dans ce contexte, il est nécessaire d'augmenter l'âge de la mise en garde déconseillant la consommation des BEC aux moins de 18 ans.

[i] Selon le rapport du Bureau du Coroner, ce jeune de 21 ans est décédé à la suite d'une noyade dans un contexte d'arythmie probable consécutive à l'effet combiné d'un variant génétique arythmogène et de la consommation de boisson énergisante, induite par un stress adrénergique (exercice physique).

4. Interdire dans les promotions et la publicité des BEC les allégations relatives à la performance physique et aux bienfaits pour la santé

Il est tout à fait justifié d'interdire sur les produits des allégations (implicites ou explicites) relatives à la performance physique et toutes allégations (générales ou spécifiques) relatives aux bienfaits pour la santé. De telles allégations incitent à la consommation, particulièrement chez les jeunes, et poussent donc les consommateurs et les consommatrices à dépasser les limites quotidiennes recommandées de caféine et d'autres stimulants similaires en plus de mettre à risque leur santé et leur sécurité.

Selon un sondage Léger réalisé pour le compte de l'ASPQ sur les habitudes de consommation de boissons énergisantes des jeunes de 15 à 24 ans au Québec, 56 % des jeunes consommateurs et consommatrices ont mentionné consommer de tels produits notamment pour rester éveiller, 45 % pour les aider à étudier et 24 % pour les aider à rester éveiller lors de la conduite automobile. Ces chiffres ne sont pas anodins lorsque l'on considère les campagnes promotionnelles de ces produits.

Il est donc impératif que de telles allégations ne soient pas non plus permises dans la publicité et les promotions des BEC. Or, actuellement, ce type de déclarations en contexte promotionnel est fréquent. On peut penser, par exemple, à Red Bull® qui publicise ses produits à coups de slogans et d'images valorisant les avantages des produits sur les performances physique, sexuelle et mentale : « stimule le corps et l'esprit »®, « donne des ailes quand vous en avez besoin »®, etc[11]. L'ASPQ recommande d'interdire ses allégations.

5. Interdire l'utilisation de l'appellation « eau » pour tous types de boissons considérées comme un aliment supplémenté ou contenant un ingrédient stimulant

De plus en plus de boissons sont commercialisées et promues en employant le nom usuel « eau » bien que ces dernières contiennent d'autres ingrédients et substances comme du sucre, des extraits, des arômes, des édulcorants, des vitamines, de l'alcool et des produits stimulants. Dans les exemples de ces types de boissons, nous retrouvons, entre autres :

- *Oasis*© qui produit *Fruit Drop*© décrit comme un breuvage d'eau aromatisée aux fruits;
- *Guru*© qui produit *Eau Énergie*©, une boisson énergisante bio;
- *Flow*© qui propose des eaux de source alcalines aromatisées ou non;
- *Glacéau VitaminWater*© qui produit des boissons décrites comme de l'eau enrichie de nutriments;
- *Nütrl*© qui produit des boissons décrites comme des eaux gazéifiées alcoolisées.

On élargit ainsi le sens commun de ce qui est compris comme de l'eau en l'utilisant soit dans la description du produit sur l'étiquetage ou carrément comme marque de commerce ou nom commercial. Ceci peut contribuer à une confusion chez les consommateurs et les consommatrices en promouvant une illusion de bienfaits sur la santé de tels produits alors qu'il s'agit en fait de boissons très sucrées ou caféinées apportant peu de bénéfices et souvent un faible apport nutritif[12]. Il est important que le consommateur ou la consommatrice reçoive des informations claires sur les produits achetés.

Prenons pour exemple la boisson *Fruitwater* de *Glacéau*. Ce produit semble avoir bénéficié d'une lettre d'autorisation de mise en marché temporaire, qui permet la mise en marché d'un produit ne respectant pas la *Loi sur les aliments et drogues* et son règlement[13]. Il constitue un excellent exemple de ce pour quoi il est nécessaire de faire preuve de prudence dans l'utilisation des noms usuels et les modifications réglementaires permettant l'usage de tels noms. La marque laisse entendre qu'il s'agit d'eau (water), alors que la composition de cette boisson ne respecte pas le nom usuel « eau » tel que décrit dans le *Règlement sur les aliments et drogues*[14]. En effet, même s'il est possible de modifier des noms usuels, soit en rajoutant Fruit devant water, « l'aliment final doit être analogue à l'aliment normalisé en termes de goût caractéristique, d'aspect et de texture ». Pourtant, dans ce cas-ci, l'aliment final ne peut aucunement se comparer à la définition du nom usuel eau, considérant que la *Fruitwater* est colorée, contient des arômes, un pourcentage de jus et du sucre, en plus d'être « pétillante ». À cela s'ajoute le fait que l'étiquette porte la mention « boisson à l'eau enrichie de nutriments ». Il est particulier de mentionner qu'il s'agit d'une « boisson à l'eau », sachant que les boissons, même les plus sucrées, ont généralement l'eau comme principal ingrédient. En somme, l'étiquette présente ce produit comme étant essentiellement de l'eau alors qu'il s'agit en fait d'une boisson sucrée, aromatisée, colorée, pétillante et enrichie de vitamines. Il serait plus honnête de présenter ce produit comme une boisson vitaminée ou fruitée plutôt qu'une « boisson à l'eau » ou une « boisson à base d'eau ».

L'ASPQ et sa Coalition Poids considèrent positivement l'ajout d'un cadre législatif distinct pour ce genre d'aliments et boissons permettant d'encadrer de manière spécifique les risques propres à ces aliments. À juste titre, le projet de règlement précise clairement dans la *Liste des ingrédients supplémentaires autorisés* et *Seuils maximaux relatifs aux mises en garde et autres conditions d'utilisation* que les boissons contenant de la caféine ne doivent pas être représentées comme de l'eau aromatisée ou de l'eau aromatisée sucrée.

Une telle exigence n'y est cependant pas précisée pour d'autres ingrédients supplémentaires ou catégories d'aliments comme les vitamines, les minéraux et les jus, bien que les *Lignes directrices* semblent indiquer qu'une telle représentation est interdite pour les boissons. Si la marque commerciale fait référence à la notion « d'eau », il serait tout aussi important que l'étiquette et le devant du produit indiquent clairement qu'il ne s'agit pas d'eau, mais bien d'une boisson avec IS et ainsi protéger le nom usuel « eau ». Les termes « eau », « boisson à base d'eau » ou « boisson à l'eau » ne devraient pas être permis et utilisés pour les aliments supplémentés. Une simple utilisation du terme « boisson » suivi du descriptif aiguillerait davantage le consommateur ou la consommatrice sur le produit consommé.

La Coalition Poids avait d'ailleurs formulé des observations similaires à l'ACIA dans le cadre des consultations sur les modifications réglementaires liées à la modernisation de l'étiquetage des aliments. Elle recommandait en effet à l'ACIA « d'interdire l'usage des termes "boisson à l'eau" et de s'assurer que d'éventuels changements apportés aux noms de catégorie faits par le biais d'incorporation par renvoi continuent de donner les informations exactes aux consommateurs et consommatrices. Plus encore, l'incorporation par renvoi doit toujours être faite dans l'intérêt des consommateurs et des consommatrices, et ce, peu importe le rythme de l'innovation des industriels. Le sens commun veut que l'eau soit transparente, sans arôme, sans sucre ni édulcorant.[15] »

Pour le bénéfice des consommateurs et des consommatrices et de l'industrie, il est important que les restrictions quant aux noms usuels et de marque commerciale d'aliments supplémentés employant la notion « d'eau » soient claires dans les outils d'interprétation afin qu'il soit interdit d'utiliser l'appellation « eau » pour tous types de boisson considérée comme un aliment supplémenté ou contenant un ingrédient stimulant.

Conclusion

Le désir d'encadrer de manière indépendante les aliments supplémentés, dont les boissons énergisantes, répond à certaines préoccupations concernant ces produits. Le tout doit se faire en respect des meilleures pratiques préventives liées à la consommation des boissons « énergisantes ». On se doit donc de garder l'œil ouvert et une oreille attentive aux répercussions à long terme des mesures législatives prises actuellement, particulièrement dans le domaine de la vente de boissons « énergisantes » et de boissons sucrées.

Agissons préventivement et préférons la promotion d'aliments sains. Nous croyons que la bonne énergie ne devrait pas s'obtenir au détriment de la santé.

Sommaire des recommandations

Adopter un nouveau Règlement sur les boissons sucrées et les boissons stimulantes qui inclut :

- l'interdiction de l'usage des termes « énergisante », « énergétique », « énergie », « performance », « pour sportif » pour désigner des boissons;
- l'utilisation du terme « boissons contenant des stimulants » pour désigner les boissons additionnées de caféine ou d'ingrédients stimulants comme la taurine, la guarana et le ginseng;
- l'interdiction de vendre de boissons « énergisantes » aux mineurs;
- la taxation les boissons sucrées et énergisantes;
- l'interdiction des promotions de type 2 pour 1 de boissons sucrées et énergisantes;
- l'interdiction de faire de la publicité d'aliments et de boissons riches en sucre, sel et gras auprès des enfants de moins de 13 ans;
- l'interdiction de promouvoir ou de publiciser les BEC et de boissons additionnées d'ingrédients stimulants aux moins de 18 ans;
- l'interdiction de distribuer gratuitement des boissons sucrées et « énergisantes »;
- l'interdiction d'associer les BEC avec le sport;
- l'interdiction de vendre des boissons contenant des ingrédients naturellement caféinés mélangées avec de l'alcool.

Encadrer l'ensemble des boissons énergisantes contenant de la caféine et des stimulants.

Limiter la concentration de caféine permise à 100 mg par contenant non refermable de BEC.

Bonifier les mises en garde dont :

- apposer les mises en garde sur le devant des produits;
- ajouter une mise en garde sur la consommation de BEC avec la pratique d'activités physiques et sportives;
- augmenter à 18 ans la mise en garde déconseillant la consommation BEC.

Interdire dans les promotions et la publicité des BEC les allégations relatives à la performance physique et aux bienfaits pour la santé.

Interdire l'utilisation de l'appellation « eau » pour tous types de boissons considérées comme un aliment supplémenté ou contenant un ingrédient stimulant.

Références

[1] Visram S, Cheetham M, Riby DM, Crossley SJ, Lake AA (2016). Consumption of energy drinks by children and young people: a rapid review examining evidence of physical effects and consumer attitudes. BMJ Open.

[2] https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/medicaments-produits-sante/naturels-sans-ordonnance/activites/groupe-experts-boissons-energisantes-cafeinees/rapport-groupe-experts-boissons-energisantes-cafeinees-2011.html#a17

[3] Braën, André. « La santé et le partage des compétences au Canada », Commission sur l'avenir des soins de santé au Canada, étude No 2 (Juillet 2002) au paragraphe 25. http://publications.gc.ca/collections/Collection/CP32-79-2-2002F.pdf

[4] https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/medicaments-produits-sante/naturels-sans-ordonnance/activites/groupe-experts-boissons-energisantes-cafeinees/rapport-groupe-experts-boissons-energisantes-cafeinees-2011.html#a17

[5] Tessier S., April N. (2016). La consommation excessive d'alcool chez les jeunes Québécois : interventions efficaces de prévention, Institut national de santé publique du Québec, 53 p.

[6] Dubé, Pierre-André, Plamondon, Laurie et Tremblay, Pierre-Yves (2010). *Synthèse des connaissances. Boissons énergisantes : risques liés à la consommation et perspectives de santé publique*. https://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/1167_BoissonsEnergisantes.pdf

[7] Coalition québécoise sur la problématique du poids (2012). « Les dessous du marketing des boissons sucrées. Tome 1. Le produit : une offre variée pour répondre à un marché segmenté. Repéré en ligne au https://www.cqpp.qc.ca/documents/file/2012/Rapport_Marketing-boissons-sucrees_Tome1-Produit_2012-01.pdf.

[8]Institut national de santé publique (2013). Topo. Les boissons énergisantes : entre menace et banalisation, numéro 6. https://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/1666_BoissonsEnergisantes.pdf

[9]Boulay, Pascale F. (2016). *Rapport d'investigation du coroner concernant le décès de Zachary Mitchell*. Bureau du coroner du Québec.

[10]Bwenge, Alexandra, Côté, Manon, De Macar, Alexia et Poirier, Paul (2019). *Énoncé de position : Les boissons énergisantes et le sport*. Association québécoise des médecins du sport et de l'exercice. https://cdn.aqmse.org/files/2020/05/28144132/boissons-energisantes-et-le-sport-mise-a-jour-finalmbr.pdf

[11]Red Bull (2021). *Produits*. En ligne, https://www.redbull.com/ca-fr/energydrink

[12]Coalition québécoise sur la problématique du poids (2012). « Les dessous du marketing des boissons sucrées. Tome 1. Le produit : une offre variée pour répondre à un marché segmenté. https://www.cqpp.qc.ca/documents/file/2012/Rapport_Marketing-boissons-sucrees_Tome1-Produit_2012-01.pdf.

[13]Agence canadienne d'inspection des aliments (2021). *Autorisations d'essais de mise en marché et autres autorisations. Lettre d'autorisation de mise en marché temporaire*. http://www.inspection.gc.ca/aliments/exigences-et-directives/etiquetage/industrie/essai-demise-en-marche/fra/1394481525962/1394481573609?chap=2

[14]Agence canadienne d'inspection des aliments (2019). *Choisir un nom usuel approprié*. http://www.inspection.gc.ca/aliments/exigences-et-directives/etiquetage/industrie/nomusuel/fra/1354906212164/1354906290936?chap=3

[15]Coalition Poids (2019). *Consultation sur les modifications réglementaires proposées dans le cadre de l'Initiative de modernisation de l'étiquetage des aliments. Encadrer davantage l'industrie alimentaire pour protéger les Canadiens du marketing trompeur*. https://cqpp.qc.ca/app/uploads/2019/09/Avis_CoalitionPoids_ACIA-1.pdf