



Communiqué de Presse

Paris, le 1er octobre 2013

Boissons énergisantes : la culture "chimique" de la performance

Les données communiquées ce jour par l'agence nationale de sécurité sanitaire (ANSES) confirment la forte consommation des boissons énergisantes à tous les âges et à toutes les occasions (sport, conduite, études, travail, jeux nocturnes sur internet, loisirs...), dans la ligne de ce que promeuvent leurs slogans publicitaires. Leurs marques remplacent celles du tabac dans le sponsoring des sports « à risque » et autres aventures. Elles véhiculent l'image des nouveaux héros, du saut dans le vide de 39 km à la course dans la boue, et récupèrent une part du prestige de la potion magique, qui donne des pouvoirs illimités.

Cet engouement pour « un surplus d'énergie », plus que pour la récupération ou l'entraînement, en phase avec l'idée de performance rapide et de compétitivité, se retrouve dans certaines pratiques de consommation des jeunes, où l'association fréquente de ces boissons à l'alcool vise aussi la performance.

Consommées dès le plus jeune âge, dans une logique d'adaptation à du « toujours plus » elles font avec d'autres le lit d'une quête « d'être à la hauteur » qui se poursuit dans les substances, qu'elles soient licites ou illicites.

Nous devons donc considérer ces liens sur les comportements à risque, notamment avec l'alcool, et clarifier nos messages à destination des jeunes et des moins jeunes.

Au-delà des statuts légaux et/ou des effets modificateurs d'état de conscience du produit (statuts auxquels échappent ces boissons), promouvoir et favoriser les compétences personnelles permettant régulation et adaptation aux contraintes de la vie doit rester une priorité de l'action éducative.

Et pour cela, il nous faut oser repenser la place que nous laissons à ces boissons : vendues souvent à côté des alcools, parées par le marketing de toutes les vertus, elles sont un des symboles d'une culture de la performance magique qu'il n'est pas inutile de contenir. Certains veulent en interdire la vente aux mineurs, d'autres les taxer, d'autres en limiter la publicité... Osons regarder le signal qu'envoie leur étonnant succès, pour ne pas nous piéger une nouvelle fois en interdisant d'une main ce que nous encourageons de l'autre, risquant par-là même de ne plus être entendus par ceux auxquels nous nous adressons.

Informations complémentaires

www.irbms.com/boissons-energisantes/

www.anses.fr/fr/content/boissons-energisantes

Contacts presse

Jean-Pierre Couteron, Président de la Fédération Addiction

Nathalie LATOUR, Déléguée Générale

Tél. : 01 43 43 72 38 – 06 12 21 07 25

Email : infos@federationaddiction.fr

9, rue des Bluets - 75011 PARIS

Tél. : 01 43 43 72 38 - Fax : 01 43 66 28 38

Courriel : infos@federationaddiction.fr

SIRET : 529 049 421 00017 - NAF : 9499Z