

Le Guide Montréal-Nord - Sports

À l'assaut des boissons énergisantes



Publié le 8 Février 2011
Thierry Bourdeau

Le RSEQ lance sa campagne « Gobes-tu ça ? »

Après la campagne *De facto*, visant à contrer l'usage du tabac, le Réseau du sport étudiant du Québec (RSEQ) se concentre maintenant sur le volet alimentation. La première phase du projet *Gobes-tu ça ?*, lancée la semaine dernière à l'école secondaire Calixa-Lavallée, propose de conscientiser les jeunes sur les effets et la composition des boissons énergisantes.

Sujets : [Gatorade](#) , [école Calixa-Lavallée](#) , [Québec](#)

Mijoté depuis trois ans, ce projet vise une approche différente de celle de la campagne *De facto*, qui bannissait la consommation d'un produit. « Cette fois-ci, nous ne proposons plus un discours moralisateur. Nous voulons donner des outils aux élèves pour qu'ils soient conscients de ce que contiennent les boissons énergisantes », précise Marie-Claude Miousse, responsable en saines habitudes de vie pour le RSEQ Montréal.

« Ce serait illusoire de se battre contre *Red Bull* demain matin, poursuit-elle. C'est pourquoi l'idée n'est pas de bannir le produit, mais simplement de dire aux élèves : "faites attention!" »

« Ce serait bien si on pouvait enrayer le *Red Bull* chez nos élèves pour une boisson comme le *Gatorade*, qui est sans danger et bon pour l'activité physique », ajoute Jasmine Gravel, responsable des sports scolaires à l'école Calixa-Lavallée.

À qui la plus belle canette?

La première de trois étapes du projet *Gobes-tu ça ?* dénonce la promotion des boissons énergisantes, ainsi que les moyens pour les rendre plus attirantes. C'est pourquoi des efforts en ce sens sont déployés à travers le Québec par le biais d'affiches et d'activités promotionnelles. Parmi celles-ci, un concours visant à créer le meilleur design d'une canette de boisson énergisante a été lancé jusqu'au mois de mai.

En visitant le site Internet www.moncarburant.ca, tous les élèves âgés de 13 à 17 ans auront la chance de créer le produit le plus attirant pour l'œil du consommateur.

« Avec ce concours, nous pouvons mettre les élèves dans la peau des producteurs, afin qu'ils comprennent leurs stratégies de marketing. La canette qui obtiendra le plus de votes sera utilisée par la suite sur de vraies bouteilles d'eau », explique Marie-Claude Miousse.

Le grand gagnant remportera aussi un chèque-cadeau d'une valeur de 500 \$ dans une lingerie. Plusieurs autres prix seront distribués à travers les 14 instances régionales du RSEQ.



Les élèves de l'école secondaire Calixa-Lavallée ont participé activement au lancement du projet visant à dénoncer la promotion des boissons énergisantes. (Photo: Patrick Deschamps)