

**La construction de la consommation des boissons sucrées alcoolisées Four Loko et  
FCKD UP chez les jeunes comme problème public au Québec**

**Yannick Masse**

Thèse soumise à l'Université d'Ottawa  
dans le cadre des exigences du programme  
de maîtrise en sociologie

École d'études sociologiques et anthropologiques  
Faculté des sciences sociales  
Université d'Ottawa

## Résumé

La consommation de boissons sucrées alcoolisées chez les jeunes a suscité de nombreux débats dans les médias et auprès des gouvernements québécois et canadien. L'arrivée des boissons Four Loko et FCKD UP sur les tablettes au Québec a mené à la problématisation (à la définition d'une pratique comme un problème social) de la consommation de boissons sucrées alcoolisées qui s'est soldée par deux politiques publiques restrictives. Dans cette thèse, nous analysons en détail le parcours de construction de ce problème public à travers le discours des acteurs influents dans le milieu de l'alcool. Par une contextualisation historique de l'arrivée des boissons sucrées alcoolisées, nous sommes en mesure de bien comprendre comment ces boissons sont arrivées sur le marché québécois. Par la suite, nous présentons le positionnement des différents acteurs ayant eu une influence considérable sur la problématisation. Ceci nous permet de bien saisir les interrelations entre les acteurs et de présenter en détail les intérêts en jeu. Finalement, nous analysons le discours des acteurs à travers les médias, les documents gouvernementaux et des entretiens réalisés avec les acteurs les plus influents sur le problème. Nous concluons qu'il y aurait une sensibilité particulière à la protection de la jeunesse au Québec, particulièrement accentuée en ce qui a trait à la consommation d'alcool. Nous expliquons également qu'une réflexivité sur le processus d'élaboration des politiques publiques serait intéressante dans ce domaine pour repenser la place des acteurs. Nous disons également quelques mots sur la distinction du Québec en matière de gestion et de consommation d'alcool.

Nous nous inspirons de la théorie sur les comportements collectifs comme problème social de Blumer afin d'offrir une chronologie systématique et fine de la problématisation de la consommation des boissons sucrées alcoolisées. Également, notre analyse du positionnement des acteurs est construite à partir de la théorie des constellations développée par Stevens et Zampini. Nous sommes ainsi mieux en mesure de comprendre les relations entre les acteurs et de les classer en fonction des enjeux défendus. Nous faisons également un clin d'œil aux contributions des théories anthropologiques sur la culture de l'alcool en montrant les différentes représentations sociales de la consommation d'alcool dans la société civile québécoise.

## **Abstract**

*The consumption of sweetened alcoholic beverages (also known as alcopops) by young people has been the subject of many debates in the media and among governments in Quebec and Canada. The arrival of Four Loko and FCKD UP beverages on the market in Quebec led to the problematization (to the definition of a practice as a social problem) of the consumption of sweetened alcoholic beverages that resulted in two restrictive public policies. In this thesis, we analyze in detail the construction process of this public problem through the discourse of influential actors in the alcohol field. Through a historical contextualization of the arrival of sweetened alcoholic beverages, we can fully understand how these beverages arrived on the Quebec market. We then present the positioning of the various players who had a considerable influence on the problematization. This allows us to understand the interrelationships between the actors and to present in detail the interests at stake. Finally, we analyze the actors' discourse through media articles, government documents and interviews with the most influential actors in this problem. We conclude that there would be a sensitivity to youth protection in Quebec, particularly accentuated with respect to alcohol consumption. We also explain that reflexivity on the public policy development process would be interesting in this area in order to rethink the place of the actors. We also say a few words on Quebec's distinction in terms of alcohol consumption and public management.*

*We draw on Blumer's theory on social problems as a collective behaviour to provide a systematic and detailed chronology of the problematization of the consumption of sweetened alcoholic beverages. Also, our analysis of the positioning of actors is built on the constellation theory developed by Stevens and Zampini. We are thus better able to measure the relationships between the actors and to classify them according to the stakes defended. We also make a nod to contributions of anthropological theories on alcohol culture by showing the different social representations of alcohol consumption in Quebec civil society.*

## **Remerciements**

Un merci particulier à E.-Martin Meunier pour son soutien inconditionnel et ses commentaires pertinents tout au long de mon parcours. Je tiens également à remercier les membres de mon comité, Brieg Capitaine, André Tremblay et Lilian Negura pour leurs bons conseils. J'exprime également mes plus sincères remerciements aux personnes qui m'ont aidé à obtenir des informations primordiales sur mon étude, afin d'améliorer mon analyse. Mes remerciements vont aussi à ma famille et à mes amis, ainsi qu'à Rosa qui m'ont soutenu du début à la fin de cette thèse. Finalement, je souhaite remercier le Conseil de recherche en sciences humaines du Canada (CRSH) et les Bourses d'études supérieures de l'Ontario (BESO) pour leur appui financier.

## Table des matières

Résumé.....	i
Abstract.....	iii
Remerciements .....	iv
Liste des sigles .....	x
AVANT-PROPOS.....	xi
<b>Les débuts de la boisson Four Loko</b> .....	xi
<b>Les boissons Four Loko et FCKD UP au Québec</b> .....	xii
INTRODUCTION .....	xix
<b>CHAPITRE I – La problématisation de la consommation excessive de l’alcool au Québec : aperçu scientifique</b> .....	1
<b>La construction des problèmes sociaux et l’élaboration des politiques publiques</b> .....	2
<i>Définition d’un problème et données probantes</i> .....	3
<b>La consommation excessive d’alcool chez les jeunes et les femmes</b> .....	5
<b>Stratégie de recherche</b> .....	7
<i>Approches théoriques</i> .....	7
<i>Le concept de problème public</i> .....	10
<i>Les concepts de culture du goût et de culture de l’ivresse</i> .....	10
<i>L’étude de cas</i> .....	12
<i>Entretiens et analyse de documents</i> .....	13
<i>Analyse des données</i> .....	16
<b>CHAPITRE II : Histoire de l’alcool, des boissons sucrées alcoolisées et de leur gestion étatique au Québec (1919-2020)</b> .....	17
<b>De la tempérance en route vers la modération : Référendum, Commission des Liqueurs et Régie des alcools (1919-1971)</b> .....	18
<i>Tempérance et référendum de 1919 : Volonté d’affirmation du Québec</i> .....	18
<i>Gestion étatique de l’alcool : Conservatisme et contrôle étatique sévère</i> .....	19
<i>Industrie alcoolique : la longue libéralisation du marché</i> .....	23
<i>Consommation d’alcool : Bière, gin et tavernes</i> .....	25
<b>La Société des alcools du Québec et le goût (1971-2005)</b> .....	26
<i>Gestion étatique de l’alcool : Libéralisation et ouverture des marchés</i> .....	26

<i>Industrie alcoolique : une nouvelle vocation pour la Société des alcools du Québec</i> .....	32
<i>Consommation d'alcool : les Québécois, champions de la consommation de vins</i> .....	36
<b>L'apogée de la libéralisation du marché de l'alcool (2005-2017)</b> .....	38
<i>Gestion étatique de l'alcool : limiter la réglementation</i> .....	38
<i>Industrie alcoolique : l'impact d'une concurrence au sein du monopole de la Société des alcools du Québec</i> .....	41
<i>Consommation d'alcool : craintes et inquiétudes face aux BSA</i> .....	48
<b>La crise des BSA et la réévaluation du libre marché (2017-2020)</b> .....	57
<i>Gestion étatique de l'alcool : repenser les pratiques de l'industrie</i> .....	57
<i>Industrie alcoolique : les BSA, plus encadrées, mais encore plus populaires</i> .....	58
<i>Consommation d'alcool : les BSA, une tendance éphémère ?</i> .....	62
<b>CHAPITRE III – Positionnement des acteurs impliqués dans le cas des BSA : enjeux et intérêts dans le milieu de l'alcool au Québec</b> .....	64
<b>Enjeux principaux et forme du discours dans le cas des BSA</b> .....	66
<b>Positionnement des acteurs dans le cas des BSA</b> .....	70
<i>Santé publique : des acteurs qui demandent une meilleure écoute</i> .....	70
<i>Éduc'alcool : un modèle particulier de prévention et de promotion de l'alcool</i> .	78
<i>Représentants de l'industrie : défendre la responsabilité sociale des entreprises</i>	81
<i>Experts et chercheurs : Prévention, contexte social et éducation</i> .....	86
<i>Organisations gouvernementales : l'influence des décideurs publics</i> .....	88
<b>CHAPITRE IV — Construction de la consommation de BSA comme problème public : Analyse</b> .....	94
<b>Reconnaître l'influence des acteurs autour des problèmes publics</b> .....	97
<b>La construction du problème public des BSA au Québec : Étapes et sous-étapes</b> .....	98
<i>Émergence de la problématisation des BSA dans les sphères médiatiques et politiques</i> .....	100
<i>Légitimation du problème des BSA : le rôle des médias et du décès d'Athena Gervais</i> .....	105
<i>Mobilisation des acteurs auprès des gouvernements</i> .....	112
<i>Répétition et réactualisation des discussions autour du problème des BSA.</i> .....	119

<i>Formation du plan d'action par deux politiques publiques .....</i>	<i>123</i>
<i>Mise en place concrète des politiques publiques sur les BSA .....</i>	<i>131</i>
<b>CONCLUSION/DISCUSSION.....</b>	<b>137</b>
<b>Limites et possibilités de recherche futures.....</b>	<b>142</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>145</b>
<b>ANNEXE A – Liste des contributions des acteurs au cas des BSA.....</b>	<b>164</b>
<b>ANNEXE B – Liste des documents consultés et analysés .....</b>	<b>168</b>
<b>ANNEXE C – Ligne du temps de la construction du problème public des BSA, Québec, 2015-2020 .....</b>	<b>183</b>

## Liste des tableaux

<b>Tableau 1</b> Prix moyens et minimums par consommation standard selon le type de boissons alcoolisées, États-Unis, 2012 .....	47
<b>Tableau 2</b> Prix minimum de la bière vendue par les titulaires de permis d'épicerie par consommation standard, Québec, 2017 et 2020 .....	48
<b>Tableau 3</b> Liste des participants au comité consultatif sur la révision du <i>Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs</i> en matière de boissons alcooliques, février 2020.....	58
<b>Tableau 4</b> Liste des principales BSA disponibles au Québec (non exhaustive), 2020	61

## Liste des encadrés

<b>Encadré 1</b> Exemples de publicité de la boisson Four Loko sur les réseaux sociaux..	xiii
<b>Encadré 2</b> Exemple de publicité de la boisson FCKD UP sur les réseaux sociaux.....	xv
<b>Encadré 3</b> Les boissons Four Loko et FCKD UP .....	xvi
<b>Encadré 4</b> Succursales de la Commission des liqueurs, 1921 et de la Société québécoise du cannabis, 2018.....	21
<b>Encadré 5</b> Succursale de la Régie des alcools, Sherbrooke, 1960.....	23
<b>Encadré 6</b> Proportion du volume en alcool absolu des ventes de boissons alcooliques dans les points de vente au détail, selon le type de boissons, personne de 15 ans et plus, Québec, 1951 à 2019 .....	25
<b>Encadré 7</b> Volume en litres d’alcool absolu des ventes de boissons alcooliques dans les points de vente au détail, de 15 ans et plus, Québec et Ontario, 1960 à 2019 .....	27
<b>Encadré 8</b> Capture d’écran d’une publicité de la Société des alcools du Québec, 1980 .....	33
<b>Encadré 9</b> Capture d’écran d’une publicité de la Société des alcools du Québec, 1985 .....	34
<b>Encadré 10</b> Les boissons alcoolisées à la limonade Tornade et Boomerang .....	36
<b>Encadré 11</b> Les produits Zaroff et Peach Snapps .....	40
<b>Encadré 12</b> Les différentes bouteilles de Romeo’s Gin .....	43
<b>Encadré 13</b> Nombre de permis émis par la Régie des alcools, des courses et des jeux selon le type d’activité dans l’industrie alcoolique, (RACJ, 2004-2019).....	45
<b>Encadré 14</b> Les boissons Octane 10.0 et Madjack .....	51
<b>Encadré 15</b> Publicité en ligne pour la boisson alcoolisée à l’eau gazéifiée Nütrl.....	60
<b>Encadré 16</b> Positionnement des acteurs dans le cas des BSA au Québec selon les quatre enjeux principaux identifiés.....	69
<b>Encadré 17</b> Publicités pour les médias sociaux des boissons Kokomo Cocktail et Cherry River Hard Saltzer .....	135

## Liste des sigles

*Les sigles sont utilisés principalement dans les citations, les tableaux et encadrés, la bibliographie et les annexes.*

ABQ : Association des brasseurs du Québec

ADAQ : Association des détaillants en alimentation du Québec

ASPQ : Association pour la santé publique du Québec

BSA : Boissons sucrées alcoolisées

CCDUS : Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances

CISUR : Canadian Institute on Substance Use Research

HESA : Comité permanent de la santé de la Chambre des communes du Canada

ICIS : Institut canadien d'information sur la santé

INSPQ : Institut national de santé publique du Québec

RACJ : Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec

SAQ : Société des alcools du Québec

SQDC : Société québécoise du cannabis

## AVANT-PROPOS

Avant d'expliquer nos intentions pour cette thèse, il est approprié de mettre en contexte le cas à l'étude. Notre recherche se base sur une période précise où les boissons sucrées alcoolisées (BSA) Four Loko et FCKD UP ont été mises en marché jusqu'à leur interdiction quelques mois plus tard. La thèse qui suit propose une analyse des événements, des acteurs impliqués et de la problématisation de la consommation de ces boissons dans l'espace public. Les événements se déroulent essentiellement entre mai 2017 et mars 2020. Dans cet avant-propos, nous présentons ces événements. Commençons toutefois par discuter de la création de la boisson Four Loko, déjà disponible aux États-Unis, avant sa problématisation au Québec.

### Les débuts de la boisson Four Loko

La boisson Four Loko est créée par Phusion Projects en 2005, une entreprise fondée spécifiquement pour la mise en vente de cette boisson par trois universitaires d'Ohio State. La boisson Four Loko devient extrêmement populaire (nous le verrons plus loin) dans les années suivant sa sortie aux États-Unis. Elle est cependant rapidement critiquée par les instances gouvernementales américaines, ainsi que par certains médecins et experts en dépendance pour son taux d'alcool et ses ingrédients stimulants (Siegel, 2011). La boisson alcoolisée Four Loko contient alors un taux d'alcool par volume (alc./vol.) de 12 %<sup>1</sup> et est vendue à l'unité à bas prix, généralement en bas de 4 \$. Elle est composée d'un mélange en formule prêt-à-boire, c'est-à-dire une boisson à base de malt déjà mélangée à l'embouteillage, qui contient de l'alcool, de la taurine, du guarana et de la caféine dans des canettes de 700 millilitres (ml). Ces quatre ingrédients ont inspiré le nom de la boisson : *Four* pour ses quatre ingrédients vedettes et *Loko* comme altération du mot *loco* signifiant « fou » en espagnol.

En 2009, une série d'interdiction de vente oblige le retrait de la Four Loko dans certains états et universités américaines. Plusieurs autorités médicales dénoncent le fait

---

<sup>1</sup> Selon les États américains, la boisson contient entre 6 % et 14 % alc./vol., mais est majoritairement à 12 % d'alc./vol..

que cette boisson contienne un mélange de produits énergisants ce qui camouflerait l'effet de l'alcool et inciterait à boire davantage (Siegel, 2011). Suite à ces inquiétudes, la *United States Food and Drugs Administration* envoie un avertissement sévère aux différentes entreprises produisant des boissons alcoolisées énergisantes, dont Phusion Projects (Federal Trade Commission, 2010). L'entreprise décide par elle-même de retirer la caféine, la taurine et le guarana de sa boisson en 2010 (Four Loko, 2019 ; Siegel, 2011).

En 2018, l'entreprise Phusion Projects comptait parmi les 40 plus grands vendeurs d'alcool aux États-Unis (Beverage Industry, 2019). La même année, leurs ventes se sont chiffrées à 156 millions \$ US. Elle possède encore 5,4 % du marché des boissons prêt-à-boire aux États-Unis (Euromonitor, 2019b).

## **Les boissons Four Loko et FCKD UP au Québec**

Avec une présence mondiale déjà importante, vendant leurs produits dans plus de 20 pays (Phusion Projects, 2019), la boisson Four Loko devient disponible graduellement à travers le Canada en 2015, mais essentiellement au Québec. C'est l'entreprise québécoise Blue Spike qui a la charge de distribuer et de commercialiser le produit et l'entreprise Embouteillage Solar s'occupe de produire la boisson. Au Québec, la boisson Four Loko vendue dans les épiceries et les dépanneurs contient 11,9 % alc./vol., le maximum permis pour les boissons à base de malt vendues en dépanneur et épicerie, mais dans un format de 568 ml. La recette est identique aux boissons Four Loko vendues aux États-Unis après les changements apportés au produit à la suite de la mise en garde de la *Food and Drugs Administration* : une boisson avec un taux d'alcool élevé à différentes saveurs de fruits ainsi qu'un taux de sucre semblable aux boissons gazeuses classiques.

Dès 2017, la boisson Four Loko gagne en popularité dans la province. Le volume de vente de la boisson atteint des sommets en raison de l'augmentation de sa présence sur les médias sociaux, de son marketing accrocheur et agressif et de l'étendue de sa distribution à travers le Québec. Cette hausse du volume de vente interpelle alors l'Association des brasseurs du Québec (ABQ), organisme représentant les intérêts des

trois plus grandes entreprises brassicoles de la province (Sleeman, Molson Coors, Labatt). Selon eux, la capacité de production d'Embouteillage Solar ne serait pas assez grande pour le volume de vente actuel, si l'entreprise respecte les lois en matière de production d'alcool. Au printemps 2017, l'Association des brasseurs du Québec rencontre la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) pour discuter de ses craintes quant à la légalité du processus de brassage d'Embouteillage Solar. L'organisme croit que les boissons Four Loko ainsi que les autres BSA produites par l'entreprise ne passent pas par un procédé de fermentation du malt. Ainsi, les BSA ne seraient pas à base de bière, ce qui représente une obligation pour être vendu en dépanneurs et épicereries au Québec. Celles-ci seraient plutôt à base d'alcool éthylique, un procédé plus rapide, mais qui peut seulement être vendu à la Société des alcools du Québec (SAQ). Nous verrons que ces craintes seront justifiées lors d'une vérification de la Régie des alcools, des courses et des jeux en décembre 2017.

*Encadré 1 Exemples de publicité de la boisson Four Loko sur les réseaux sociaux (Facebook Four Loko Canada, 2017)*



La boisson Four Loko ne crée toutefois pas que des remous chez les entreprises concurrentes. En effet, à l'été 2017, certains experts et groupes de pression apparaissent dans les médias pour dénoncer ce qu'ils considèrent comme une boisson dangereuse et nocive pour la santé. De plus, Blue Spike est critiquée pour ses campagnes de publicité

promouvant son haut taux d'alcool et s'adressant directement aux jeunes adultes ; certains considérant que leurs publicités, notamment sur les médias sociaux, sont également attrayantes pour les mineurs (Lacroix, 2017b).

Devant la popularité accrue de cette boisson, le Groupe Geloso, un producteur d'alcool québécois, met en marché la boisson FCKD UP à l'automne 2017. Le président de l'entreprise, Aldo Geloso, affirmera s'être senti obligé de répliquer avec un produit similaire voyant les ventes de ses produits avec un taux d'alcool moins élevé baisser drastiquement (Touzin, 2017b). L'entreprise québécoise a en effet un rôle de leader dans le marché des boissons prêt-à-boire au Québec. Le Groupe Geloso produit notamment les boissons Poppers (6,9 % alc./vol.), les bières aromatisées Boris (de 8 à 10 % alc./vol.) ainsi que les breuvages Pepito Sangria (7 % alc./vol). La boisson FCKD UP a été mise en marché pour compétitionner directement la boisson Four Loko. Elle possède un taux d'alcool identique à son opposant et se vend dans des canettes de même format. Elle contient toutefois du guarana<sup>2</sup>, un des quatre ingrédients de la Four Loko originale. Le nom de la boisson provient de l'expression anglaise « *get fucked up* » qui se traduit par « se détruire, s'intoxiquer, être désorienté ». L'entreprise sera aussi la cible de critiques notamment pour ses campagnes de marketing promouvant la consommation chez les jeunes. Les deux boissons se démarquent également chez les jeunes pour une autre raison : la Four Loko et la FCKD UP se vendent généralement entre 3,50 \$ et 4 \$ la canette.

Les critiques dans les médias demandent l'intervention du gouvernement pour réglementer ces boissons. Le 26 octobre 2017, le Gouvernement du Québec adopte une motion pour qu'un avis scientifique sur la situation des BSA au Québec soit produit par le Ministère de la Santé et des Services sociaux. Ce dernier donnera la tâche à l'Institut national de santé publique du Québec d'écrire ce rapport.

En décembre 2017, la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec annonce que la boisson Four Loko, ainsi que les autres breuvages produits par Embouteillage Solar ne sont pas issus de la fermentation du malt, mais contiennent

---

<sup>2</sup> Le guarana est une source naturelle de caféine retrouvée fréquemment dans les boissons énergisantes. Son effet est similaire à celui de la caféine. Contrairement à la caféine toutefois, il est légal pour les producteurs d'alcool de le mélanger à des boissons alcoolisées au Canada (Dubé et al., 2010).

plutôt de l'alcool éthylique (Touzin, 2017c). Deux semaines plus tard, Embouteillage Solar déclarait faillite<sup>3</sup>. L'entreprise Blue Spike annonçait toutefois que la boisson Four Loko allait « revenir en force », l'année suivante (Agence QMI, 2017a). Plusieurs critiques sont portés à l'égard des épiceries et dépanneurs, alors que plusieurs d'entre eux font fi du règlement et continuent à vendre les stocks de boissons restants.

*Encadré 2 Exemple de publicité de la boisson FCKD UP sur les réseaux sociaux (Site web FCKD UP, 2017)*



Le 26 décembre 2017, Pierre Parent, un homme de 30 ans, décède. Sa famille prétend qu'il serait décédé à la suite de la consommation excessive de boissons Four Loko (qui, par ailleurs, faisaient l'objet d'un rappel comme mentionné plus tôt). Le décès n'est pas discuté dans les médias. Seul un média numérique, Vingt55, à la suite d'une demande de la famille, rapporte la nouvelle afin de prévenir des méfaits possibles de la consommation de boissons telles Four Loko et FCKD UP (Vingt55, 2017). L'histoire de Pierre Parent sera toutefois traitée dans les médias populaires à la sortie du rapport du coroner, en août 2018 (Radio-Canada, 2018).

---

<sup>3</sup> Il peut sembler étrange que l'entreprise ait déclaré faillite quelques semaines après le retrait des boissons considérant les revenus de la boisson Four Loko. Toutefois, Embouteillage Solar était un sous-traitant de Blue Spike, qui devait garder une grande part des profits. De plus, ce ne sont pas seulement les boissons Four Loko qui ont été rappelées, mais bien toutes les boissons alcoolisées produites par Embouteillage Solar. C'est toutefois, les ventes des boissons Four Loko qui ont sonné l'alarme à l'Association des brasseurs du Québec et à la Régie des alcools, des courses et des jeux.

Encadré 3 Les boissons Four Loko et FCKD UP



Exactement deux mois plus tard, Athena Gervais, une jeune adolescente de 14 ans de Laval, décède par noyade dans un ruisseau derrière son école. Dans les jours après sa mort, de nombreux articles de journaux, éditoriaux et reportages discutent de ce décès puisque les autorités rapportent que la jeune adolescente aurait en effet volé et consommé des boissons FCKD UP avec ses amis, dans un dépanneur non loin de l'école. Un an plus tard, le rapport du coroner le confirme. La jeune fille aurait bu près de trois canettes de boisson FCKD UP en moins de 30 minutes (l'équivalent de 12 verres de vin) avant de décider de quitter l'école durant l'heure du dîner. Elle aurait alors trébuché dans le ruisseau et fut retrouvée quelques jours plus tard, décédée (Larocque, 2018).

Dès les jours suivant la mort d'Athena Gervais, le Groupe Geloso annonce le retrait permanent de la boisson FCKD UP. Le gouvernement du Québec confirme la mise en place d'un amendement dans le projet de loi sur la *Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques* (nommé projet de loi n° 170 ci-après) prohibant la vente des boissons alcoolisées mélangées de plus de 7 % dans les dépanneurs et épiceries. Le projet de loi était déjà en cours d'écriture et cette interdiction a été ajoutée

rapidement. Résultat : le 12 juin 2018, la loi est adoptée et les BSA, telles que FCKD UP et Four Loko, sont désormais interdites à la vente dans les dépanneurs et épicerie de la province (Québec, 2018). La motion est adoptée à l'unanimité. Malgré l'intention montrée par le gouvernement québécois dans les journaux de restreindre la publicité sur l'alcool (Bourdon, 2018 ; Parent, 2018b), aucun changement à ce niveau n'a été apporté au *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques*. Toutefois, le gouvernement annonce au même moment qu'un comité consultatif sur la réforme de ce règlement est créé.

L'Institut national de santé publique du Québec publie au mois de mars son rapport sur les BSA au Québec. Les auteurs de ce rapport indique qu'il y aurait eu une hausse des hospitalisations des jeunes intoxiqués par l'alcool et que ceci pourrait être dû à la popularité des boissons Four Loko et FCKD UP en 2017, mais ne peuvent le confirmer. Les auteurs du rapport recommandent donc d'imposer un prix minimum sur toutes les boissons alcoolisées et de limiter la publicité sur l'alcool, particulièrement sur les réseaux sociaux (April et al., 2018).

Certains groupes, tel Educ'alcool et l'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ), continue de militer en faveur d'une loi plus restrictive et demande à Santé Canada d'intervenir pour restreindre la vente des BSA et d'encadrer de meilleures façons les publicités sur l'alcool (Caillou, 2018 ; Dumas, 2018). À ce sujet, le gouvernement fédéral adopte une motion pour que le Comité permanent de la santé de la Chambre des communes du Canada (HESA) produise un rapport afin d'étudier le cas des BSA. Ce rapport est publié en juin 2018. Leur première recommandation est de limiter à un verre standard d'alcool<sup>4</sup> les contenants dans lesquelles sont vendues les BSA (Casey, 2018).

Santé Canada décide de lancer des consultations publiques en décembre 2018 et annonce une proposition de règlement. C'est en mai 2019 qu'est adopté le *Règlement*

---

<sup>4</sup> Une consommation ou verre standard d'alcool provient d'un calcul effectué en fonction de la moyenne de pourcentage d'alcool des breuvages standard proposé par l'Organisation mondiale de la santé. Ainsi, une consommation d'alcool standard correspond à une bière de 340 ml avec 5 % alc./vol., un verre de vin de 140 ml à 12 % alc./vol. ou bien un verre de spiritueux de 45 ml avec 40 % alc./vol. (Butt et al., 2011).

*modifiant le Règlement sur les aliments et drogues (alcool purifié aromatisé)* et qui restreint à 25,6 ml la quantité d'alcool dans un contenant, peu importe le format, sauf si le contenant est en verre et de plus de 750 ml<sup>5</sup>. En d'autres termes, chaque contenant qualifié d'alcool purifié aromatisé, c'est-à-dire un alcool qui a été purifié sans distillation et ensuite aromatisé, peut contenir 1,5 consommation standard par contenant maximum (Canada, 2019)<sup>6</sup>. Ainsi, les recommandations des différents groupes de travail n'ont pas été retenues, notamment ceux sur le verre standard par contenant et sur la publicité.

Le 4 février 2020, Blue Spike, Embouteillage Solar et leurs dirigeants respectifs sont poursuivis pour un total de six millions de dollars pour fraude fiscale notamment pour reprendre les taxes reliées à la vente de spiritueux, alors qu'ils n'ont payé que la taxe, plus basse, pour la vente de boisson à base de malt. Durant le même mois, deux articles de journaux sont publiés dans le Journal de Québec, où il est indiqué que des conflits sont présents au sein du comité consultatif sur le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs* à la Régie des alcools, des courses et des jeux. L'Institut national de santé publique du Québec, le Ministère de la Santé et des Services sociaux et le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances quittent alors le comité en raison, selon eux, de l'influence trop grande des représentants de l'industrie et du climat tendu de travail.

Cette contextualisation du cas à l'étude permet de bien comprendre la problématisation des BSA et mettre en lumière le rôle des acteurs. Chacun des événements décrits ici aura une importance primordiale dans la construction du problème public de la consommation de BSA au Québec — thème central de cette thèse de sociologie.

---

<sup>5</sup> Le règlement a prévu une exemption pour les contenants en verre de 750 ml ou plus basé sur le fait que « les bouteilles de verre de 750 ml et plus sont un format à plusieurs portions couramment utilisé pour les boissons alcooliques traditionnelles [...]. En raison de leur longue histoire d'utilisation les consommateurs sont susceptibles d'identifier ces formats comme renfermant plusieurs portions (verres standard) d'alcool » (Canada, 2019). Nous reviendrons sur cette exception au chapitre IV.

<sup>6</sup> Ainsi, en termes de capacité des contenants, voici le taux d'alcool possible dans une BSA depuis le règlement : « 7,5 % alc./vol. si elle est vendue dans un contenant de 341 ml ; 7,2 % alc./vol. si elle est vendue dans un contenant de 355 ml ; 5,4 % alc./vol. si elle est vendue dans un contenant de 473 ml ; 4,5 % alc./vol. si elle est vendue dans un contenant de 568 ml ; 3,6 % alc./vol. si elle est vendue dans un contenant de 710 ml » (Canada, 2019), etc.

## INTRODUCTION

En septembre 2015, le *Sac de chips*, la section médiatique alternative du Journal de Montréal, publie un vidéo mettant en vedette six adultes dans la vingtaine et la trentaine, qui goûte pour la première fois la fameuse boisson Four Loko<sup>7</sup>. Leur capsule humoristique commence sur une mise en garde : « L'équipe du journaldemontreal.com tient à vous rappeler que la consommation abusive d'alcool peut être néfaste, et que la modération a bien meilleur goût ! » En groupe de deux, les « goûteurs » testent à tour de rôle la Four Loko. Dès la première gorgée, les réactions portent sur le goût sucré de la boisson : « ça sent la gomme Hubba Bubba » dit un des goûteurs visiblement dégoûtés par l'odeur et la saveur de melon d'eau de la boisson. Un autre goûteur associe le goût à un bonbon Jolly Rancher. Après quelques gorgées, les goûteurs font allusion à la sensation d'ivresse qui les affecte déjà : « Je sens déjà l'alcool pour vrai », dit un des participants avec son verre encore presque plein à ses côtés. Un des duos constate que le rire devient facile : « Tu *feels* tu *chaudaille* un peu ? » dit-il à son acolyte en riant. L'autre lui répond : « Je sens que dans 10 minutes, ça ne sera pas chic ». Un autre duo décide de caler le reste de la boisson et l'un des deux lance un sacre en finissant sa longue gorgée.

Le vidéo indique que 20 minutes ont maintenant passé. Les goûteurs nous donnent leurs impressions, visiblement sous l'effet de l'alcool. « C'est épouvantable ! » annonce une goûteuse à sa partenaire. Les deux portent des colliers hawaïens, des lunettes de plongée et tiennent une bouée de sauvetage pour enfant en riant hystériquement de leur état d'ivresse. « J'ai pris une "bière" là, dit un des goûteurs en pointant la canette, un 568ml, mais je ne conduirai jamais. Aucune chance. Donc, ça, c'est vraiment traître ». Le vidéo se termine sur un dernier commentaire : « Si tu as le goût de te mettre souriant rapidement là, c'est un bon choix, mais c'est sûr que tu ne verras pas tes petits-enfants grandir. » Pour accompagner ce conseil humoristique, le numéro de téléphone d'Éduc'alcool est présenté à l'écran.

---

<sup>7</sup> Lien : <https://youtu.be/QLD1Gv-d7ko> (À GO ON GOÛTE ! Le Four Loko, *Les vidéos du Journal*, 2015).

Le court vidéo que nous venons de décrire est intéressant à plusieurs égards. Premièrement, la mise en garde montre déjà un aperçu de la relation des Québécois à l'alcool : « La modération a bien meilleur goût ! » ; ce slogan d'Éduc'alcool met en lumière ce à quoi l'État semble s'attendre de la consommation des Québécois : une consommation modérée, fréquente, mais sans exagération<sup>8</sup>. C'est toutefois tout le contraire de ce que présentent les boissons Four Loko et FCKD UP, selon plusieurs acteurs du milieu de l'alcool. En outre, les goûteurs dans le vidéo font part de leur crainte quant à l'aspect traître de la boisson qui cache le goût de l'alcool derrière des saveurs fruitées. C'est un élément que critiqueront de nombreux représentants de la santé publique dans la province.

C'était la première fois que la boisson Four Loko faisait l'objet de discussion dans les médias. Les goûteurs ne savaient certainement pas que ce ne serait pas la dernière, et de loin. Il faudra attendre 21 mois avant de revoir une publication médiatique sur les BSA Four Loko et FCKD UP. Cette fois-ci, les commentaires y sont beaucoup plus sévères. Les critiques fusent à l'égard des deux entreprises qui ont mis en marché ces boissons qui, selon plusieurs acteurs, visent expressément les jeunes adultes et les mineurs. Les craintes quant à la hausse des entrées à l'urgence chez les jeunes consommateurs intoxiqués se font sentir. La réglementation qui suivra quelques mois plus tard, tout d'abord du gouvernement provincial et ensuite du fédéral, sera la réponse au tollé créé par ces boissons.

Dans cette thèse, nous nous intéressons particulièrement à ce processus de construction du problème allant des premières critiques sur les BSA Four Loko et FCKD UP dans les médias jusqu'à leur interdiction par les gouvernements. Nous comptons de cette façon comprendre le rôle des acteurs dans la problématisation de ces boissons, les événements qui ont contribué à cela et saisir le contexte qui a permis d'arriver à l'élaboration de deux politiques publiques limitant la quantité d'alcool dans les BSA. Nos questions de recherche se posent donc comme suit : A) *Comment la consommation des BSA Four Loko et FCKD UP chez les jeunes a-t-elle été construite comme un*

---

<sup>8</sup> Ce slogan sera vendu par la Société des alcools du Québec à Educ'alcool lors de sa création pour la symbolique somme d'un dollar. Nous reviendrons sur la création de cet organisme.

*problème public au Québec ? B) Comment les acteurs impliqués sont-ils intervenus pour construire la consommation de ces boissons comme problème public ?*

Notre étude montre que la problématisation de la consommation de BSA a émergé à partir d'un problème déjà existant, soit la consommation excessive chez les jeunes. Ce problème a été identifié tel au début des années 1990. Depuis, cette thématique n'a cessé d'être réutilisée, réappropriée et mise de l'avant pour permettre l'élaboration de solutions, de plans d'action et de politiques publiques en vue de limiter la consommation d'alcool chez les jeunes. Le cas des BSA Four Loko et FCKD UP représente un sous-problème particulièrement efficace pour mettre en lumière le problème de la consommation excessive. Notre analyse montre que des acteurs influents dans le milieu de l'alcool ont été interpellés par les médias et les gouvernements pour apporter leurs points de vue, leurs enjeux et leurs intérêts afin de bien définir le problème de la consommation de BSA. La présence de ces acteurs dans l'espace public semble déjà avoir été acquise avant cette problématisation sociale. Le problème des BSA a donc pu émerger à travers les actions d'une multitude d'acteurs : médias, santé publique, représentants de l'industrie, experts scientifiques et organismes indépendants et gouvernementaux.

Nous verrons que le cas a pris toute sa légitimité essentiellement par le malheureux décès de la jeune Athena Gervais. Sa mort engendra de vives réactions dans la société civile, se soldant par une multiplication de consultations publiques. L'analyse de ces consultations et des événements entourant les BSA nous mènera à plusieurs constats. Premièrement, les acteurs qui vont participer aux consultations seront choisis selon leur influence politique, leur légitimité et les enjeux qu'ils supportent. Par exemple, le Groupe Geloso, créateur de la boisson FCKD UP, ne pourra participer aux témoignages lors des consultations sur le projet de loi n° 170. Le gouvernement du Québec indiquera que leurs intérêts seront défendus par un organisme auquel ils sont membres, l'Association des microbrasseries du Québec. Cet organisme a décidément refusé de défendre le point de vue du Groupe Geloso, alors qu'aucune allusion au cas des BSA sera exprimée de la part de l'organisme.

Deuxièmement, les jeunes, principaux intéressés du problème de la consommation de BSA, n'ont participé à aucune consultation au fil du processus de construction du problème. Nous démontrons au fil de notre analyse que les acteurs impliqués rapportent que les jeunes ne seraient pas toujours conscients de leurs gestes en ce qui a trait à la consommation d'alcool et que les BSA augmenteraient davantage les risques à une intoxication indésirée. Les jeunes n'auraient pas la capacité de prendre conscience des dangers reliés à leur consommation d'alcool, ce qui justifierait l'interdiction des BSA. Notre recherche démontre qu'il existerait une sensibilité particulière à la protection de la jeunesse en ce qui a trait à leur consommation d'alcool au Québec. La médiatisation massive du cas d'Athena Gervais et l'absence dans les médias nationaux du cas de Pierre Parent en témoignent. De plus, la rapidité avec laquelle les BSA ont été réglementées est très évocatrice : entre le début des critiques dans les médias sur la boisson Four Loko et l'adoption de l'interdiction de vente dans les dépanneurs des BSA de plus de 7 % d'alc./vol., il ne s'est écoulé que 11 mois.

Troisièmement, les nombreuses consultations publiques et l'élaboration des politiques publiques pour restreindre la vente et la consommation de BSA ont fait ressortir l'importance des données probantes et des preuves scientifiques dans la problématisation d'un phénomène relativement nouveau. En effet, les études sur les BSA sont peu nombreuses au Québec et au Canada. Comme nous le verrons, les preuves et les données probantes basées spécifiquement sur le cas problématisé sont primordiales, selon les décideurs publics, pour choisir une politique publique efficace qui cible directement le problème soulevé. Cependant, cette approche est à son tour grandement influencée par le jeu politique des acteurs. Par exemple, le rapport produit par l'Institut national de santé publique du Québec pour faire la lumière sur le cas des BSA conclut qu'il n'est malheureusement pas possible de faire un lien clair et net entre l'augmentation des entrées à l'urgence chez des jeunes intoxiqués au Québec et la hausse de la vente de BSA (April et al., 2018). Ce rapport sera toutefois repris par plusieurs acteurs impliqués pour justifier leur point de vue et la mise en place d'une politique publique au Québec. Du côté de Santé Canada, la limitation du nombre de consommations standards à 1,5 par contenant de BSA a été justifiée par le « danger à la

population» que pouvait causer la présence de BSA à haut taux en alcool. Nous remarquerons toutefois que la politique publique adoptée par Santé Canada cadre avec des valeurs sociales qui font référence à une vision spécifique de la consommation d'alcool basé sur la modération, que le règlement a subi une influence politique de la part des acteurs sociaux dans son élaboration et que certains acteurs n'ont pas été entendus pour faire valoir leur point de vue et leurs expériences. Cependant, ces éléments sont souvent retirés de la justification de la politique publique alors qu'ils sont essentiels à son élaboration. Nos conclusions suggèrent qu'il importe d'amorcer une discussion sur l'élaboration des politiques publiques, particulièrement sur celle touchant à l'alcool. Celle-ci est nécessaire pour contester la place de certains acteurs, montrer que d'autres pourraient également avoir un point de vue pertinent et que le rôle des données probantes peut aussi être remis en question (du moins, relativisé).

Finalement, nous voyons à travers notre étude de cas que cette problématisation sociale révèle certaines particularités du Québec dans son modèle de gestion de la vente d'alcool et des modalités de consommation particulière. Notre analyse montre que le marché de l'alcool au Québec a permis la mise en marché des BSA. Toutefois, le contexte de la consommation d'alcool était spécifiquement construit pour que les BSA touchent une sensibilité particulière à la protection de la jeunesse dans la société civile. Il existerait donc, selon nous, une contradiction entre deux cultures de la consommation d'alcool — la culture du goût et la culture de l'ivresse, que nous décrirons plus loin — et qui permettrait, en même temps, la mise en marché des BSA et leurs critiques sévères.

Afin de répondre spécifiquement à nos questions de recherche, nous adoptons une approche constructionniste<sup>9</sup> des problèmes sociaux. Cette approche sera développée à travers le cadre théorique de Blumer (1971) sur les problèmes sociaux comme comportement collectif. Ce cadre théorique en cinq étapes, auquel nous ajoutons une étape supplémentaire, permet de bien analyser l'émergence du problème social, sa légitimation, la mobilisation de l'action autour du problème, la répétition et la

---

<sup>9</sup> Les études constructionnistes font partie de l'approche constructiviste, mais se distinguent des études constructivistes critiques (Gaudet et Robert, 2018).

réactualisation de l'action et du problème (notre étape supplémentaire), la formation du plan d'action et sa mise en place concrète.

Nous analysons également le positionnement des acteurs à l'aide de la théorie des constellations proposée par Stevens et Zampini (2018). Cette théorie prétend que différents acteurs puissent être regroupés dans des constellations en raison de leurs intérêts communs. Ces constellations peuvent ensuite être classées en fonction des enjeux qu'ils supportent. Ceci permettra de bien comprendre les interrelations lors de la problématisation du cas.

Nous nous inspirons également des approches anthropologiques sur la culture dans le milieu de l'alcool. De nombreux auteurs (Alasuutari, 1992 ; Douglas, 1987 ; Marshall, 1979 ; Spradley, 1979) ont permis de mieux comprendre les relations sociales dans un contexte de consommation d'alcool et ceci nous aidera à comprendre pourquoi la consommation excessive et de BSA est vue comme risquée et problématique chez une partie de la population.

Afin de produire notre recherche, nous avons analysé des articles de journaux nationaux, des documents gouvernementaux (rapports, mémoires, projet de loi, règlement, témoignages, etc.) en plus d'avoir conduit des entrevues avec des acteurs importants de l'industrie, de la santé publique, du milieu scientifique et des gouvernements. Au total, 126 articles de journaux, 36 documents gouvernementaux et huit entrevues ont fait l'objet d'une analyse de discours, inspiré par le modèle de Prior (2004). Ce modèle d'analyse de discours reprend l'approche de Foucault sur le discours pour s'assurer que le contexte social du document est pris en compte.

\* \*

\*

Notre thèse est séparée en quatre chapitres. Dans le premier chapitre, nous présentons les recherches actuelles et passées sur les problèmes sociaux, l'élaboration de politiques publiques et la consommation excessive d'alcool. Nous définissons également ce que nous entendons par « problème public ». Nous terminons ce chapitre en précisant davantage notre cadre théorique et notre stratégie de recherche.

Dans le deuxième chapitre, nous discutons de l'histoire de la gestion et de l'encadrement social ainsi que de la vente et de la consommation de l'alcool au Québec, entre la création de la Commission des liqueurs en 1921 et l'arrivée de nouveaux produits alcoolisés dans les dernières années. Nous allons notamment mettre l'accent sur les changements historiques dans la gestion de l'alcool, le développement du marché de l'industrie alcoolique et l'évolution des pratiques sociales de la consommation d'alcool d'hier à aujourd'hui.

Dans le troisième chapitre, nous décrivons le positionnement des acteurs impliqués dans la problématisation du cas des BSA. Tout d'abord, nous présentons les enjeux principaux qui font débat dans la définition du problème en plus de discuter en profondeur de la place des données probantes dans l'élaboration de politiques publiques et de documents. Par la suite, nous décrivons systématiquement les constellations d'acteurs ainsi que les acteurs les plus importants, leurs intérêts et l'influence qu'ils ont eus sur le cas.

Dans le dernier chapitre, nous retrouvons le cœur de notre analyse. Nous montrons comment nous avons procédé pour reconnaître quels acteurs et événements furent les plus influents dans la construction du problème. En séparant le reste du chapitre avec les différentes étapes du cadre théorique de Blumer, nous présentons les événements les plus importants pour chaque étape, le rôle des acteurs influents durant ces moments en plus de notre analyse des interrelations entre les acteurs.

L'ensemble de ces chapitres nous donnera un portrait complet et clair de la problématisation des BSA et contribuera à mieux comprendre pourquoi ces boissons ont été problématisées plutôt qu'une autre et comment le contexte social a influencé grandement le parcours du problème vers une réglementation restrictive.

## **CHAPITRE I – La problématisation de la consommation excessive de l’alcool au Québec : aperçu scientifique**

Notre premier chapitre présente la littérature scientifique existante sur les problèmes sociaux et sur la consommation d’alcool excessive au Québec afin de bien situer le cas. Ceci nous permet de montrer les avancements qu’apporte notre recherche et de mieux définir notre cadre d’analyse. Les problèmes sociaux et la consommation excessive d’alcool revêtent une importance capitale pour notre cas. En effet, notre analyse nous a démontré l’importance de la consommation excessive comme problème central au sous-problème de la consommation de BSA. Il importe que nous présentions les écrits actuels sur ce type de consommation afin d’avoir l’heure juste sur la position des BSA dans cette consommation excessive. Également, la façon dont s’est développé le problème nous a poussés à baser notre analyse sur l’approche constructionniste des problèmes sociaux.

Nous éliminons d’emblée la possibilité de discuter de cette étude de cas avec une analyse des mouvements sociaux. Malgré la mobilisation entourant le problème des BSA, nous verrons que le problème s’est construit à travers un jeu d’actions politiques de la part d’acteurs déjà impliqués et influents. Le problème s’est bâti essentiellement par des acteurs ayant une place déjà acquise et non pas par un mouvement émergent

souhaitant modifier le processus d'élaboration de politiques publiques. Nous décrirons plus loin pourquoi ces acteurs ont été choisis, mais limitons-nous, pour lors, à identifier leur position dans les enjeux touchant l'alcool. Nous considérons que le problème de la consommation des BSA relève plutôt d'un processus de construction déjà acquis et approuvé par la société civile, que le problème fait généralement consensus et que c'est ce qui constitue la pertinence de ce phénomène et toute sa portée sociologique, comme nous le verrons tout au long de notre thèse.

Nous présenterons finalement nos stratégies de recherche ainsi que le cadre théorique à notre analyse.

## **La construction des problèmes sociaux et l'élaboration des politiques publiques**

L'éclosion de la vision constructionniste des problèmes sociaux aux États-Unis au début des années 1980 a donné lieu à de nombreux ouvrages traitant de comportements jugés comme problématiques autant sur la consommation d'alcool, les gangs de rue et bien d'autres (Best, 1995 ; Cohen, 2002 ; Gusfield, 2009). Cette vision constructionniste s'est concrétisée dans certains champs de la sociologie, particulièrement en sociologie politique. Les recherches de ce champ portent sur le processus qui entraîne la mise en place de politiques publiques. Bref, la sociologie politique cherche à comprendre la concrétisation de la définition d'un problème social dans une société. Hilgartner et Bosk (1988) présentent un modèle intéressant de reconnaissance des problèmes sociaux, où l'accent est mis sur le concept « d'arène publique ». Les auteurs montrent qu'il importe d'analyser les interrelations entre les acteurs responsables de l'implantation de politiques publiques et les interrelations entre différents groupes qui défendent divers intérêts. L'approche politique des problèmes sociaux va être notamment reprise dans de nombreuses études dans la sociologie européenne (Campana et *al.*, 2007 ; Neveu, 2015). Loseke (2003) travaillera plus tard à peaufiner l'étude de ces interactions en se concentrant sur l'aspect identitaire des problèmes sociaux. Elle démontre que certains groupes tentent de légitimer leur vision

de la société en cherchant une reconnaissance politique afin de définir certains problèmes sociaux.

Dorvil et Mayer (2001) présenteront un modèle interventionniste de l'approche constructionniste des problèmes sociaux au Québec. Les auteurs ont démontré notamment l'importance de l'étude de cas dans l'étude du processus de définition des problèmes sociaux. Ils ont proposé que certaines recherches puissent permettre une généralisation pour comprendre la construction de différents problèmes sociaux, même si l'étude de départ ne traite pas spécifiquement de cette généralisation.

Pour cette thèse, nous utiliserons plus spécifiquement le terme de « problème public » puisque notre cas à l'étude s'accorde avec un mouvement de médiatisation et de jeux politiques par l'entremise de l'espace public (Cefaï & Terzi, 2012).

#### Définition d'un problème et données probantes

Si en sociologie, le débat sur la teneur des problèmes sociaux est relativement clos, cette discussion reste encore vive entre plusieurs disciplines scientifiques, particulièrement en ce qui a trait aux substances psychoactives (Fortin, 2016). Nous devons donc considérer la conversation scientifique qui a lieu entre la sociologie et d'autres sciences qui considèrent encore les problèmes sociaux comme des entités objectives ou pathologiques. Également, il importe de comprendre l'influence de cette vision des problèmes sociaux sur l'opinion publique — qui plus est en matière d'alcoolisme ou d'ébriété.

Cette conversation scientifique entre la sociologie et d'autres sciences sur les problèmes sociaux reliés à l'alcool mérite une attention particulière et notre recherche montre en partie les confrontations principales qui ont lieu. Bien que la sociologie constructionniste traite les problèmes sociaux comme des construits sociaux qui proviennent d'un contexte particulier, d'autres sciences, autant dans le milieu médical qu'en psychologie sociale ou parfois même en criminologie, se concentrent sur d'autres aspects pour définir ledit problème social. Durant notre recherche, nous avons dû particulièrement analyser et consulter la littérature scientifique utilisée pour justifier l'élaboration de politiques publiques pour encadrer la consommation de BSA. Cette littérature est basée grandement sur des données quantitatives du domaine sociomédical.

Les acteurs qui souhaitent apporter au débat à l'aide de preuves scientifiques devaient justifier leur point de vue avec des données probantes, qui représente l'approche favorisée dans l'élaboration de politiques publiques au Canada et ailleurs en Occident. Ceci est d'ailleurs particulièrement vrai pour Santé Canada qui ont justifié leur décision partiellement à l'aide de ces données, alors que l'amendement au projet de loi n° 170 du Gouvernement du Québec semble plutôt avoir été justifié par le décès d'Athena Gervais. Cette approche particulière basée sur les données probantes (mieux connue sous son nom anglophone *evidence-based practice*) influence grandement la façon dont les politiques publiques sont construites<sup>10</sup>.

L'approche basée sur les données probantes met de l'avant, lors de la démonstration des preuves recueillies, un objet spécifique, une variable responsable d'un phénomène. Par exemple, dans notre cas, la quantité d'alcool a été la variable retenue pour réglementer les BSA. Ceci s'est fait au détriment d'autres variables, tel le taux de sucre, la publicité visant les mineurs, le prix minimum sur l'alcool, etc. Une variable devient probante lorsqu'on peut empiriquement la lier à un phénomène particulier par inférence en association. La preuve qu'elle est la cause du problème est évidente. L'explication provenant de l'adoption d'une politique publique est souvent basée sur une seule variable et atténue l'importance des autres. Pourtant, comme l'explique Ritter et *al.* (2007), les données probantes ne sont qu'une partie de l'élaboration des politiques publiques. Notre analyse permettra d'ailleurs de mettre en lumière l'utilisation de données probantes ainsi que de comprendre les autres facteurs qui influencent la mise en place d'une politique publique.

Mais, au juste, qu'est-ce qu'une donnée probante et pourquoi devons-nous nous y intéresser ? Une donnée probante consiste en une preuve qui se base généralement sur l'expérimentation ou la corrélation de variables, en vue d'obtenir des résultats précis qui servent à calculer l'efficacité d'une méthode, d'une pratique ou d'une politique (Maunier, 2019). L'objectif dans l'utilisation de données probantes est d'éviter de conseiller les décideurs politiques sur des suppositions ou des réflexions théoriques désancrées du réel. Il est important de s'intéresser à cette approche puisque dans notre

---

<sup>10</sup> Pour un historique de l'utilisation de cette pratique, voir le texte de Maunier (2019).

cas, son utilisation dans l'élaboration des politiques publiques a limité le nombre et le type d'acteurs participant activement à la définition du problème à ceux qui étaient en mesure de fournir ce type de données, rejetant de ce fait le point de vue des jeunes et d'autres acteurs faisant reposer leur savoir sur d'autres aspects qui mettent l'accent sur d'autres aspects (expérience, tradition, etc.).

En reprenant les explications de Davies et *al.* (2000) ainsi que Hassenteufel (2011), Maunier résume bien les enjeux de la présence dominante de cette approche dans l'élaboration de politiques publiques : « la politique est ultimement... politique. Autrement dit, les décisions prises sont le résultat d'un processus complexe où agissent de multiples acteurs et où d'autres en sont exclus. [...] [L'utilisation de l'approche des données probantes] soulève des questions sur le fonctionnement démocratique de nos sociétés où la participation des citoyens serait réduite à une peau de chagrin au nom de la supériorité des données probantes » (Maunier, 2019, p. 79-80). Notre analyse propose donc une description de l'utilisation de ces données et des enjeux politiques qui montrent que cette approche est sujette à une influence politique considérable. Ceci est particulièrement vrai dans des domaines émergents, comme celui de la recherche sur les nouveaux produits alcoolisés. L'importance de comprendre la construction d'un problème devient d'autant plus importante dans ce contexte politique et social. Le rôle des acteurs, les connaissances mises de l'avant dans l'élaboration d'une politique et le discours dominant doivent donc faire l'objet d'une analyse approfondie pour mettre en perspective l'utilisation de données probantes et ne pas prendre pour acquis leur présence et celle de nombreux acteurs (Lancaster, 2014).

## **La consommation excessive d'alcool chez les jeunes et les femmes**

Nous souhaitons également aborder les études récentes sur la consommation des jeunes, particulièrement ceux qui mettent l'accent sur l'excès, la problématisation de la consommation et la dimension festive associée à l'alcool. Ces éléments sont centraux dans la représentation sociale des BSA chez les acteurs impliqués. La consommation excessive soulève également la question de la consommation des femmes qui ont été la cible de critiques au début des années 1970, notamment en regard à l'augmentation de

leur consommation d'alcool en public (Berridge et al., 2009). Toute une littérature s'est développée autour de leur consommation. La consommation de BSA qui est vue, par certains acteurs comme affectant particulièrement les jeunes femmes. Nous traiterons plus en détail des écrits sur les BSA dans le chapitre II.

Au Québec, les recherches sur la consommation excessive d'alcool ont porté sur la fréquence, sur les modalités de consommation et sur les interventions sociales nécessaires. En effet, plusieurs études ont présenté des données en vue de dresser un portrait de la consommation excessive et, ainsi, montrer ses méfaits (April et al., 2013 ; Brunelle et Bertrand, 2010 ; Joubert et al., 2015 ; Tessier et al., 2014). La plupart des auteurs souhaitent ainsi interpeller les centres d'interventions et les autorités publiques pour mettre en place des moyens afin de réduire et d'encadrer la consommation excessive des jeunes. Ces moyens passent par l'apprentissage des méfaits liés à l'alcool (Gagnon et al., 2012), la mise en place de politiques publiques pour limiter la vente d'alcool chez les jeunes (Callaghan et al., 2014) et la promotion de la consommation à faible risque (Paradis et al., 2010).

Une autre partie importante des études concerne le contexte social et ritualisé de la consommation excessive d'alcool. L'accent dans ces études est mis sur l'endroit choisi pour consommer, la relation avec les autres jeunes et les comportements reliés à la consommation d'alcool (consommation de drogues, jeux de hasard, activités sportives, etc.) (Brunelle et al., 2015 ; Denault et Poulin, 2017 ; Fortin, 2016 ; Rouvès et Poulin, 2014). Ces études font également le lien dans les différences d'habitude de consommation entre les sexes. Cet aspect est particulièrement important dans le cas des BSA où ce type de boissons est reconnu par les acteurs comme visant les jeunes femmes et où les rapports publiés discutent fréquemment des risques de la consommation des jeunes femmes<sup>11</sup>. L'ensemble de ces écrits, jumelés à au phénomène de la consommation

---

<sup>11</sup> Prenons les exemples des récents rapports de l'Institut canadien d'information sur la santé (ICIS) sur les méfaits de l'alcool (ICIS, 2017) et le rapport annuel de l'administratrice en chef de la santé publique (Tam, 2018) publiés durant les récents événements entourant les boissons Four Loko et FCKD UP. Dans le rapport de l'ICIS, nous retrouvons un encadré indiquant les craintes reliées aux méfaits de l'alcool chez les jeunes filles, alors que les hospitalisations sont plus fréquentes que chez les garçons âgés entre 10 et 19 ans. De plus, les hospitalisations chez les femmes seraient en plus grande hausse (3 %) que chez les hommes (0,6 %), tout comme les décès reliés à l'alcool entre 2015-2016 et 2016-2017. Plusieurs articles dans les médias sont publiés sur ces faits saillants (Boutroy, 2018 ; Colleta, 2018 ; Gibson, 2018 ; Young,

de BSA, soulèvent des questionnements sur le contexte social entourant la consommation des jeunes et leur problématisation par des acteurs influents.

Dès lors, ceci nous amène à nous poser des questions auxquelles nous répondrons au cours de notre thèse : A) *Comment la consommation des BSA Four Loko et FCKD UP chez les jeunes a-t-elle été construite comme un problème public au Québec ? B) Comment les acteurs impliqués sont-ils intervenus pour construire la consommation de ces boissons comme problème public ?*

## **Stratégie de recherche**

### Approches théoriques

Pour répondre à ces questions, l'approche des problèmes sociaux développés par Blumer (1971) nous permet de mettre en lumière l'émergence du problème des boissons Four Loko et FCKD UP et comment celui-ci s'est construit à travers les interrelations entre les différents acteurs impliqués. Blumer explique que les sociologues fonctionnalistes omettent de traiter les problèmes sociaux en fonction du contexte social

---

2018) avec des titres plus frappants les uns que les autres : « Canadian women increasingly drinking themselves to death : report » (Young, 2018). Du côté du rapport de la Dre Tam, son rapport de 2018 fait état de la consommation d'alcool à risque chez les jeunes et la volonté de les protéger. Ce rapport met également l'accent sur le fait que les décès reliés à l'alcool chez les femmes ont augmenté de 26 % depuis 2001 contrairement à 6 % chez les hommes (Tam, 2018). Ces propos précis sont rapportés dans les médias (Boutroy, 2018).

Pourtant, ces données font également état des hospitalisations dues à l'alcool selon les tranches d'âge et le sexe. Les hospitalisations sont plus fréquentes chez les personnes ayant eu une consommation élevée à long terme. Ainsi, les hospitalisations chez les hommes de 55-59 ans sont de 552 (par 100 000 habitants) contrairement à 220 chez les femmes du même âge. Ces hospitalisations descendent par la suite pour les tranches d'âges plus élevés (60 ans et plus). Chez les jeunes de 15-19 ans, les taux d'hospitalisation sont de 72 (par 100 000 habitants) chez les hommes et 101 chez les femmes (ICIS, 2017). Bref, les taux d'hospitalisation sont généralement plus bas chez les femmes et les jeunes que chez les hommes, surtout âgés de plus de 50 ans.

Quant au décès, bien que les femmes aient connu une augmentation du taux de décès plus accentuée que les hommes depuis 2001, ces derniers ont quand même plus de deux fois plus de chances d'avoir une cause de décès reliée à l'alcool que les femmes (Statistique Canada, 2020a). Ces experts ajoutent également qu'ils se concentrent surtout sur les jeunes parce qu'ils sont à risque de développer des problèmes de santé plus tard. Cependant, comme nous le verrons au chapitre II, les mesures utilisées ne permettent pas d'expliquer adéquatement les risques de santé à long terme sur la santé de la consommation excessive (Berridge et al., 2009 ; Dalleau, 2019). Il semble clair que l'augmentation d'un comportement risqué touche une plus grande part de la population, même si certains groupes spécifiques demeurent plus à risque. Le cas des BSA en est un exemple frappant, alors que la consommation de ce type de boissons est minimale et que les méfaits reliés aux spiritueux, par exemple, sont plus courants (April et al., 2018 ; Paradis, 2019).

et affirment plutôt qu'ils seraient objectivement observables. Blumer montre alors que les problèmes sociaux « n'existent pas en eux-mêmes » et que, de ce fait, ils sont construits dans un contexte social particulier. L'utilité de se servir de cette approche près de 50 ans plus tard réside dans le fait que l'objectivation des problèmes sociaux demeure encore présente dans la littérature scientifique. En effet, plusieurs « problèmes sociaux » sont traités de manière pathologique encore aujourd'hui et le contexte social est souvent négligé dans la façon d'étudier ces « problèmes sociaux », notamment en ce qui a trait à la consommation d'alcool (Griswold et *al.*, 2018 ; Paradis, 2016 ; Tessier et *al.*, 2014).

Blumer définit donc un processus en cinq étapes auquel nous ajoutons notre étape supplémentaire spécifique à notre cas et qui nous permet de comprendre la construction comme problème public de notre étude de cas.

**1) L'émergence du problème social.** Pour Blumer (1971), les problèmes sociaux sont graduellement identifiés comme tels par la société. Le problème social n'existe pas tant qu'il ne fait pas l'objet d'une discussion dans les différentes sphères de la société. **2) La légitimation du problème.** À la suite de l'émergence d'un problème, celui-ci doit être reconnu par des instances légitimes comme le milieu politique et les médias pour rester pertinent. **3) La mobilisation vis-à-vis ce problème.** À cette étape du processus de construction d'un problème social, l'opinion publique contribue à définir le problème. Les médias de masse discutent fréquemment du problème et les différents gouvernements s'organisent pour traiter de la situation. **4) La répétition et réactualisation de l'action et du problème (notre étape).** Afin de rester présent dans l'espace public, le problème est remis de l'avant par les acteurs impliqués. Ceci permet de repenser le problème, de mobiliser l'action à nouveau pour s'assurer, du côté des décideurs publics, d'avoir le plus de témoignages et de données possibles pour bien définir le problème et, du côté des acteurs impliqués, de remettre sur la table leurs intérêts et enjeux à travers le cas. Le problème devient ainsi un tremplin pour la mise en lumière d'autres enjeux et intérêts. **5) La formation d'un plan d'action officiel pour le traiter.** Par la suite, différentes instances prennent maintenant part à la définition du problème en cherchant un compromis entre les parties. Il existe donc un écart entre la définition du problème à son émergence et sa définition lors de la formation d'un plan d'action officiel. **6) La**

**transformation de ce plan dans sa mise en action concrète.** Finalement, certains groupes, entreprises et institutions verront comment s'est formé le plan d'action officiel et souhaiteront intervenir pour en bénéficier, le transformer ou éviter que la définition officielle du problème affecte leurs « avantages ».

L'approche de Blumer nous permet de reconnaître les acteurs importants, les interrelations qui ont eu lieu dans la définition du problème de notre étude de cas et de voir les différences entre l'émergence du problème et son application officielle dans la loi.

Alors que la théorie de Blumer nous aide à bien reconnaître les acteurs, la théorie des constellations de Stevens et Zampini nous a permis de les classer et de comprendre les enjeux que porte leur discours. Ces enjeux sont supportés par des groupes d'acteurs, que les auteurs appellent « constellations ». Pour ces auteurs, les constellations sont constituées « d'un ensemble fluide d'acteurs qui gravite l'un vers l'autre sur la base de normes et d'intérêts communs » [traduction libre] (Stevens et Zampini, 2018, p. 62). Les constellations rapportent donc aux connexions entre les différents acteurs leur permettant d'avoir une influence plus grande dans le processus d'élaboration de politiques publiques. Les relations avec les acteurs d'autres constellations sont à l'origine des conflits au sein des discussions autour des politiques publiques. C'est par la reconnaissance des différentes interactions et des enjeux portés que nous serons en mesure de comprendre l'influence, les relations et la position des acteurs dans le milieu de l'alcool.

Également, l'approche culturelle nous permet de montrer les différentes modalités de consommation entre certains groupes afin de comprendre les divergences de plusieurs acteurs face à la consommation excessive des jeunes. Cette approche provenant de la tradition anthropologique montre que la consommation des jeunes s'ancrerait dans une logique d'interaction qui a été grandement étudiée à travers les relations sociales autour de l'alcool. Des auteurs comme Spradley évoque que l'alcool s'intègre dans les pratiques d'une culture comme des rituels qui sont formés autour de structures sociales informelles et complexes (Spradley, 1970 ; 1979). Bien que le contrôle des jeunes sur leur propre consommation est souvent vu comme limité (April

et al., 2018), ces auteurs (Cavan, 2011 ; Douglas, 1987 ; Marshall, 1979 ; MacAndrew et Edgerton, 2003 ; Spradley, 1970) rappellent que peu importe le degré d'acceptation sociale d'un groupe, les pratiques sociales de consommation d'alcool sont ancrées dans des structures complexes qu'il est nécessaire d'étudier pour comprendre les motivations de leur consommation et leur rapport avec le discours et les modalités de consommation dominante sur l'alcool.

### Le concept de problème public

Le concept de problème public permet de mettre en lumière le processus qui entraîne l'élaboration de politiques publiques dans une situation sociale. Nous nous servons de ce concept pour comprendre comment s'est défini le cas des boissons sucrées alcoolisées au Québec comme un problème tout en analysant son impact dans l'espace public. Nous définissons le concept de problème public comme un phénomène social reflétant une transgression de normes établies et définies par certains acteurs de la société (Blumer, 1971). Quand une société reconnaît un problème public, elle porte un regard sur les actions de certains individus ou groupes sociaux à travers un processus de légitimation et de définition d'une situation sociale. Les individus de cette société consentent à la définition du problème en agissant pour l'encadrer. Certaines contraintes s'imposent sur les individus ou groupes qui dérogent de l'ordre social (Negura et al., 2016). Cette légitimation d'un problème public se passe par la médiatisation du problème et sa reconnaissance par les autorités concernées.

### Les concepts de culture du goût et de culture de l'ivresse

Deux concepts seront particulièrement importants pour comprendre les dynamiques sociales qui sous-tendent la consommation d'alcool au Québec. La culture du goût est un terme fréquemment mis en lumière dans la dégustation du vin et qui a été popularisé par la SAQ et plus tard par l'organisme Éduc'alcool. La culture de l'ivresse quant à elle, dans l'opinion publique, réfère à la consommation d'une grande quantité d'alcool en peu de temps. Les consommateurs dans la culture de l'ivresse ont un but précis : ressentir les effets inhibiteurs de l'alcool. Ces deux termes ont été construits par plusieurs acteurs publics. Par exemple, cette distinction entre culture du goût et culture

de l'ivresse a été primordiale au modèle d'affaires de la SAQ au détriment d'autres modèles de l'industrie alcoolique dont font partie les BSA. Il a également été au centre de la mission d'Éduc'alcool qui doit « valoriser la culture du goût au détriment de celle de l'ivresse » (Éduc'alcool, 2020).

À partir de ces termes, nous avons défini précisément cette opposition par un processus de théorie ancrée. Nos différents matériaux d'analyse nous ont permis d'en arriver à ces définitions.

Les concepts de culture du goût et de l'ivresse sont à la fois des façons de boire et des moments historiques. La culture du goût est un phénomène qui, comme nous le verrons, commence dans les années 1970, avec la création de la SAQ où la consommation de vins, la dégustation et la modération sont mises de l'avant. La culture du goût se traduit aujourd'hui par la diversité exponentielle de produits alcooliques sur le marché afin de proposer aux consommateurs de nombreuses avenues de goûts toujours dans un esprit de modération, de « bons consommateurs ». De nombreuses industries, même hors de la SAQ se sont accaparé l'esprit de la culture du goût, comme les microbrasseries pour ne nommer que celles-ci.

Le concept de culture de l'ivresse, quant à lui, est intimement relié à la culture du goût. Il est défini par les acteurs sociaux, comme Éduc'alcool, par son opposition à la culture de l'ivresse. Il fait référence à un mode de consommation en « excès » où les consommateurs cherchent à s'enivrer sans égard au type de produits alcooliques qui leur permet d'atteindre cet état. Le terme de culture de l'ivresse apparaît dans les années 1990, au moment où la culture du goût s'est bien établie dans le milieu alcoolique au Québec. L'abus, l'excès, la consommation des jeunes et même des femmes sont souvent associés à la culture de l'ivresse durant cette période. Bien que pratiquement n'importe quels produits alcooliques peuvent faire partie de la culture de l'ivresse, certaines boissons reproduisent davantage l'esprit de cette culture. C'est le cas des BSA, des bières aromatisées et des cocktails alcoolisés dont le goût de l'alcool est masqué ce qui facilite la consommation rapide. Bref, nous verrons que l'interdiction des BSA Four Loko et FCKD UP est une marque que laisse ce combat entre les deux cultures.

## L'étude de cas

Notre recherche constitue une étude d'un cas singulier. Nous croyons que l'étude de cas permet de refléter une situation sociale, d'en arriver à l'explicitation de théories, et ainsi permettre une montée en généralité, en plus d'être un outil excellent pour développer des aptitudes de recherche autant pour le chercheur que pour les lecteurs (Flyvbjerg, 2006).

L'objectif principal d'une étude de cas est de déceler les particularités d'un phénomène social. Ainsi, il importe de comprendre en détail le cas par une « description dense » du phénomène étudié (Stake, 1995). Pour y arriver, il est nécessaire de se poser des questions sur la problématique de notre cas. Nos questions de recherche nous donnent un portrait général des questionnements reliés à notre étude. Elles doivent être spécifiques à notre cas et il est essentiel de se poser plusieurs questions qui touchent à des interrogations spécifiques du chercheur. Afin d'arriver à répondre à nos interrogations et à nos questions de recherche, nous avons établi nos intentions de recherche par trois objectifs spécifiques proposés par Stake (1995) pour produire notre étude. Le premier objectif de notre étude de cas était de recréer le contexte social dans lequel le problème public de la consommation des boissons sucrées alcoolisées s'est construit. Ceci nous a permis de comprendre l'expérience humaine derrière le cas étudié et ainsi saisir les interrelations entre les acteurs à travers les éléments existants dans notre étude. Il s'agit ainsi non pas de comprendre une cause à effet entre les différents événements, mais plutôt de saisir notre cas dans son ensemble. Ceci nous amène à notre deuxième objectif qui a été de comprendre la perception des différents acteurs, bref, les réalités multiples rattachées à notre étude de cas. Il importe d'insister sur l'importance du « traitement holistique » du phénomène à l'étude. Le cas doit être compris en détail selon une approche historique, politique, social, culturel, économique et personnel. Le troisième objectif de notre recherche était d'interpréter le cas à partir de l'expérience du chercheur. Ainsi, le chercheur doit se baser sur sa propre intuition durant le processus de recherche. L'accent est mis sur l'interprétation du cas et des différentes réalités observés. La recherche doit alors se baser sur une interaction entre le chercheur, son objet de recherche et les intervenants rencontrés (Stake, 1995). C'est pour cette raison

que la recherche a évolué durant notre terrain, nous faisant découvrir ou comprendre des évènements et nous mettant en contact avec différents acteurs.

Pour ce faire, la recherche par étude de cas doit tout de même montrer en quoi le cas choisi est utile à analyser et pertinent (Flyvbjerg, 2006; Stake, 1995). Tout d'abord, les politiques publiques pour restreindre la vente de BSA ont été appliquées rapidement après l'émergence du problème dans la sphère publique et médiatique. Des évènements « fortuits » comme les deux décès ont modifié le processus de définition du problème public. L'utilisation de l'interdiction et de la législation, au lieu de la sensibilisation par exemple, est un autre point intéressant à prendre en compte. Enfin, le lien à la jeunesse dans l'étude et la possible sensibilité accrue à la protection de la jeunesse concernant la consommation d'alcool viennent renforcer la pertinence du cas pour une recherche sociologique.

Enfin, il importe que la recherche par étude de cas soit empirique, qu'elle mette l'accent sur les éléments observables et assure une description exemplaire. Deux outils particuliers nous permettront de répondre à ces critères : l'analyse de document et l'entretien. Il nous était donc nécessaire de connaître les acteurs spécifiques qui ont été présents dans la définition du problème public. De plus, la portée des documents a dû être prise en compte.

#### Entretiens et analyse de documents

Pour comprendre le rôle de chaque acteur, nous avons interviewé plusieurs acteurs qui ont contribué ou représentent un groupe qui a contribué à la construction du problème public de la consommation des boissons Four Loko et FCKD UP. Les acteurs qui ont joué un rôle dans la construction du problème public ont soit conçu les boissons, en ont discuté dans les médias, ont fait du lobbying auprès du gouvernement ou ont produit eux-mêmes des mémoires, des rapports et des communiqués de presse en lien avec la situation. D'autres ont mis en place des lois, ont nourri une part de l'opinion publique ou ont vendu les boissons visées par l'étude. Certains acteurs n'ont toutefois pas pu être rencontrés en raison d'un refus (Groupe Geloso, Blue Spike et plusieurs journalistes), d'une politique de confidentialité au moment du terrain de recherche

(Régie des alcools, des courses et des jeux) et d'une impossibilité de se rencontrer lors de la recherche (Horacio Arruda, directeur de la santé publique du Québec).

Nous avons pu ressortir à travers ces entretiens le rôle précis des acteurs dans la construction du problème public en plus d'obtenir différentes perceptions du problème et de comprendre les interrelations entre les acteurs. Ceci nous a permis de comprendre la construction du problème et l'influence des acteurs dans ce processus.

Voici donc la liste des acteurs sociaux que nous avons rencontrés.

- **Hubert Sacy**, Directeur général d'Éduc'alcool
- **Catherine Paradis**, Analyste au Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances
- **Patrice Léger-Bourgoin**, Directeur général de l'Association des brasseurs du Québec
- **Tim Stockwell**, professeur à l'Université de Victoria et Directeur du Canadian Institute for Substance Use Research (CISUR)
- **Association pour la santé publique du Québec**<sup>12</sup>
- **Réal Morin**, Institut national de santé publique du Québec
- **Marie-Josée Bolduc**, Agente de liaison à Santé Canada, Direction des aliments
- **Lucie Charlebois**, Ex-ministre de la Santé et des Services sociaux du Québec

Nous avons auparavant conçu une liste des acteurs impliqués à partir des acteurs intervenants fréquemment dans les médias. En scrutant les différents articles de journaux, nous avons trouvés les porte-parole des différents gouvernements, associations et organisations. Au cours de notre recherche, nous avons pu préciser la liste à l'aide des documents consultés et des personnes interviewées. Outre les journalistes, nos entrevues ont permis de rencontrer des acteurs de toutes les constellations identifiées lors de notre recherche soit la santé publique, les experts-chercheurs, les représentants de l'industrie, Éduc'alcool et les organisations gouvernementales.

Autrement, plusieurs documents qui ont été produits dans le but d'influencer la définition du problème public de la consommation de Four Loko et de FCKD UP ont fait l'objet d'une analyse. Ces documents ont été produits par les acteurs dans les constellations présentées plus haut. Ces documents consistent en des articles de journaux, des communiqués de presse, des rapports scientifiques et gouvernementaux,

---

<sup>12</sup> Nous omettons de mentionner la personne interviewée puisqu'elle a quitté l'organisation depuis.

des témoignages, des mémoires et des politiques publiques. Ces documents nous ont permis de comprendre l'ensemble du cas et de bien classifier les acteurs. Les entrevues nous ont permis d'ajouter et de préciser plusieurs informations, points de vue et intérêts chez les acteurs rencontrés.

Nous avons recueilli ces documents publiés entre 2017 et 2019, soit entre le moment où la boisson Four Loko a suscité des inquiétudes dans les médias québécois et l'entrée en vigueur du règlement canadien sur les boissons purifiées aromatisées. Les articles de journaux ont été recueillis à l'aide de la banque de données *Eureka.cc*. Les médias consultés contiennent autant des articles en version papier qu'en version numérique qui a parfois été modifiée, mis à jour et dont nous possédons la dernière version disponible. Nous nous sommes concentrés sur les médias québécois les plus consultés : *La Presse*, *Le Devoir*, *Radio-Canada*, *TVA Nouvelles* et *Le Journal de Montréal*. Nous avons choisi de consulter les médias qui offraient une couverture provinciale du phénomène puisque ces médias sont plus susceptibles d'avoir influencé la définition du problème public et traitent du problème dans son ensemble et non régionalement.

De plus, nous avons également recueilli des documents qui proviennent, pour la plupart des consultations gouvernementales pour le projet de loi n° 170, pour le comité permanent de la santé et sur la création du *Règlement modifiant le Règlement sur les aliments et drogues (alcool purifié aromatisé)*<sup>13</sup>. D'autres documents ont été obtenus par l'entremise des acteurs rencontrés ou jugés utiles pour notre étude en raison de leur influence dans le cas (par exemple, les rapports des coroners concernant le décès de Pierre Parent et d'Athena Gervais ont été analysés). Notre analyse prend donc en compte 126 articles de journaux, 22 mémoires et lettres, quatre rapports gouvernementaux, sept consultations gouvernementales, deux projets de loi et un point de presse. Certains de ces documents n'ont relaté que sur quelques pages ou quelques lignes le cas des BSA, d'autres ne portaient que sur cette question.

---

<sup>13</sup> La liste des acteurs et des documents auxquels ils ont participé se retrouve à l'annexe A. La liste des documents consultés se retrouve à l'Annexe B.

## Analyse des données

Notre analyse part de l'objectif d'établir une chronologie fine de notre cas. Nous souhaitons décrire en profondeur les événements qui ont eu lieu entre le moment où les médias se sont intéressés au cas des boissons Four Loko et FCKD UP et la création de politiques publiques.

Nous sommes arrivés à nos résultats en nous servant d'une approche de l'analyse de discours développée par Prior (2004). Les documents qui ont été consultés sont perçus, sous cette approche inspirée de l'analyse de discours foucauldienne, comme des textes permettant de mieux comprendre le discours autour du processus de construction du problème. Un texte, tels un article médiatique ou un témoignage, ne peut représenter une situation sociale que s'il est mis dans un contexte sociohistorique particulier. Ainsi, un texte ne doit pas seulement être vu comme une représentation de la réalité sociale, mais comme une production contextualisée (Negura, 2006) et rattachée à un discours. C'est ce qui se doit d'être analysé à travers les différents thèmes du discours qui ont été produits autour du cas des BSA. Les discours ordonnent et restreignent les représentations sociales. Les textes sont produits et « conjurent le hasard du discours » (Foucault, 1971, p. 27). Ainsi, ce qui est discuté, raconté et calculé pour définir un problème social est éminemment une production dirigée par le discours (Prior, 2004). Les acteurs sont guidés par ces discours pour représenter le monde social et montrer ce qu'ils considèrent comme problématique. Dans cette perspective, les documents analysés sont des textes venant d'une production qui a été influencée par le discours dans un processus de définition d'un problème public.

À partir de ce cadre, nous serons en mesure de produire un sens pour obtenir une description dense de notre cas (Gaudet et Robert, 2018). L'objectif premier n'est pas de produire une théorie, mais bien d'en arriver d'abord à comprendre dans tous ses aspects notre cas, afin que notre recherche puisse servir à expliciter un phénomène social au Québec, portant sur la consommation d'alcool des jeunes et sur l'élaboration de politiques publiques.

## **CHAPITRE II : Histoire de l'alcool, des boissons sucrées alcoolisées et de leur gestion étatique au Québec (1919-2020)**

Dans ce chapitre, nous parcourons l'histoire du Québec en matière d'alcool. La gestion étatique unique du Québec en Amérique du Nord a mené à un type de consommation particulière chez le peuple québécois notamment dans sa relation avec le vin. La vente et la consommation de nouveaux types de boissons ont été possibles dans ce contexte. Nous démontrons également comment l'industrie alcoolique du Québec était particulièrement attirante pour les producteurs de BSA en raison du contexte historique en matière de gestion de l'alcool dans la province. Nous séparons ce chapitre en quatre moments de l'histoire. Premièrement, nous décrivons le début de la gestion étatique de l'alcool au Québec avec la création de la Commission des liqueurs en 1921 jusqu'à l'arrivée de la Société des alcools en 1971. Deuxièmement, nous montrons comment la Société des alcools du Québec a libéralisé le marché de l'alcool en mettant de l'avant la représentation sociale de la culture du goût. Troisièmement, nous discutons de la montée en popularité en 2005 des BSA jusqu'à l'arrivée des boissons Four Loko et FCKD UP en 2017. Ce moment de l'histoire représente l'apogée de la libéralisation alors que nombre de produits apparaissent sur le marché. Finalement, nous expliquons la réflexion sur la consommation des BSA entre 2017 et 2020, où ce marché semble être

réapproprié par la Société des alcools du Québec afin d'éviter les excès associés à ces boissons. Chaque section discutera de la gestion étatique de l'alcool, de l'industrie alcoolique et de la consommation d'alcool afin de mieux comprendre l'émergence du marché des BSA et la réglementation qui en découlera.

## **De la tempérance en route vers la modération : Référendum, Commission des Liqueurs et Régie des alcools (1919-1971)**

### Tempérance et référendum de 1919 : Volonté d'affirmation du Québec

Commençons notre parcours historique en 1919, année du référendum sur la vente d'alcool au Québec. L'idée de la prohibition totale de l'alcool s'est propagée des États-Unis vers le Canada et a suscité des réflexions sérieuses chez les autorités étatiques. Alors que les campagnes antialcooliques parcouraient déjà du chemin depuis près de 80 ans au Québec, le gouvernement provincial décide d'organiser un référendum sur la vente libre de l'alcool. Deux groupes s'affrontent : d'un côté, les fidèles protestants, surtout anglophones, et les ligues antialcooliques tentent d'interdire la vente d'alcool au Québec ; alors que de l'autre côté, des partisans politiques défendant les libertés individuelles, en plus de quelques membres du clergé, se rangent dans le camp du Oui. Bien que discrets durant la campagne, ces membres du clergé craignaient de ne plus pouvoir s'approvisionner en vins de messe et adoptèrent une position antiprohibitionniste. Du côté des ligues antialcooliques catholiques, plus conservatrices, elles restèrent passablement silencieuses. Voyant que la vente de l'alcool semblait inévitable considérant la popularité de cette option chez les Québécois, les membres de ces ligues, souvent d'autres membres du clergé, voulaient éviter de se mettre à dos une grande partie des tenants du Oui. Le 10 avril 1919, le camp du Oui l'emporte : le Québec devient le premier territoire en Amérique du Nord à opter pour un modèle qui n'est pas basé sur la prohibition. L'arrivée de ce modèle tenant sur la tempérance plutôt que la prohibition émet des indices sur la future gestion de l'alcool au Québec.

## Gestion étatique de l'alcool : Conservatisme et contrôle étatique sévère

Ce mouvement de tempérance amène l'État à accaparer la gestion des boissons alcooliques. Le gouvernement du Québec lance un commerce nouveau genre en Amérique du Nord : la Commission des liqueurs, ancêtre de la Société des alcools du Québec, voit le jour. La Commission des liqueurs du Québec est le premier modèle de gestion étatique de l'alcool en Amérique du Nord. La Commission des liqueurs obtient de nombreux rôles pour s'assurer qu'un contrôle étroit de la vente d'alcool régit les différents points de vente dans la province allant de la vente d'alcool à la surveillance des débits de boissons, en cohérence avec l'idée de tempérance. Les succursales ont une allure grave, rappelant les tabous qui entouraient encore la consommation d'alcool. L'expérience client n'est pas au rendez-vous. Les Commissions des liqueurs agissent plutôt comme contrôle que comme service public. L'aménagement des succursales en fait part :

Le client pénètre dans un local sombre et passe au guichet aménagé au-dessus du comptoir de bois massif. Seule une liste de prix est affichée au mur. Les commis n'ont aucune formation spécifique et le pauvre client ne peut même pas voir la marchandise puisqu'un grillage métallique surplombe le comptoir ; il passe sa commande à travers une ouverture pratiquée dans cette grille. (Godin, 1991, p.78 dans Tremblay-Pépin et Schepper-Valiquette, 2019).

Les clients doivent également se limiter à une bouteille de spiritueux par semaine. Un contrôle intense et individuel est donc nécessaire pour assurer le respect de ces règles, l'objectif étant de limiter la consommation, et surtout, de contrôler les individus « alcooliques ».

Dès la première année de fonctionnement, la Commission des liqueurs compte 64 succursales à travers le Québec. Elle présente un nombre limité de produits par succursale. 383 produits sont disponibles dans son catalogue entier. À titre comparatif, la Société des alcools du Québec, de nos jours, vend plus de 14 000 produits à travers la province (SAQ, 2019b). Ce modèle de vente rappelle curieusement celui de la Société québécoise du cannabis (SQDC) instauré en 2018 où les clients ne peuvent toucher aux produits et où les employés sont formés pour éviter de favoriser la vente des produits.

La *Loi des liqueurs alcooliques* de 1921, qui a permis la création de la Commission des liqueurs, donne également des pouvoirs à l'État sur la production, la gestion et la distribution de l'alcool alors que la contrebande reste présente au Québec.

L'État met en place la Police des liqueurs qui est chargée de s'assurer que les règles strictes concernant l'alcool sont appliquées à la lettre autant dans les bars que dans les succursales de la Commission. Au niveau de la gestion, l'État contrôlait les quantités et autorisaient seulement certains distillateurs à produire des spiritueux. Les boissons comme le vin et le cidre ne pouvaient être vendues dans les bars et les tavernes. La création d'une autorité policière de la sorte a comme but de s'assurer que la vente d'alcool se fasse dans les règles partout, sans exception. La Police des liqueurs sera en fonction jusqu'en 1961, année de la création de la Régie des alcools (Leclerc, 2005).

Ainsi, la Commission des liqueurs devient un pionnier dans le contrôle étatique des substances psychoactives qui ne se basent pas sur un modèle principalement criminel en Amérique du Nord. Les différentes mesures de contrôle permettront la vente d'alcool, ce qui est interdit dans les autres provinces canadiennes, au début des années 1920. Par exemple, l'Ontario adoptera un modèle de la sorte en 1927 avec la création du *Liquor Control Board of Ontario* (LCBO). La vente d'alcool sera toutefois plus restrictive alors que l'achat de permis d'alcool sera nécessaire pour se procurer des produits. De plus, contrairement au Québec, les bières ne pourront être vendues dans des points de vente hors des succursales appartenant à l'État.

L'État québécois ne gère ainsi plus ce que les individus ne peuvent pas boire, par l'interdiction de l'alcool, mais *contrôle plutôt ce qu'ils peuvent boire*. Autrement dit, malgré la disponibilité de certains produits, ceux-ci sont grandement contrôlés, leur quantité est mesurée, les tavernes et les bars font l'objet de nombreuses inspections et les individus reconnus comme ayant des problèmes d'alcool sont ciblés par l'État avec des limites sur l'achat de spiritueux. Dans le cas des BSA, l'État fera sensiblement de même. Les mesures ne toucheront pas la limitation de la consommation d'alcool en général, mais l'application de restrictions sur un produit particulier.

Dès 1921, l'État se concentre donc sur ces mesures de contrôle externe à la consommation d'alcool. Ce type de contrôle ne sera pas étranger au sort qui sera réservé à certains produits alcooliques soit mis de l'avant ou soit écarté par la Commission des liqueurs. Des membres de l'industrie alcoolique, comme nous le verrons, sauront éviter

certaines restrictions sur leur production ce qui redirigera la consommation d'alcool des Québécois vers leurs produits plutôt que d'autres.

Encadré 4 Succursales de la Commission des liqueurs, 1921 et de la Société québécoise du cannabis, 2018



Tout comme à la Commission des liqueurs, les succursales de la Société québécoise du Cannabis placent les produits derrière le comptoir d'achat. Une liste de prix sur un écran ou dans un cartable est disponible dans la file d'attente. *Source : ledevoir.ca et SQDC*

*Régie des alcools : renouveau du modèle de contrôle de l'État*

La Commission des liqueurs poursuivra son cours sous ce modèle jusqu'à la sanction de la loi 34 en 1961. Une réforme était demandée par la population québécoise

et plusieurs experts pour revoir certaines règles concernant le marché de l'alcool. Notamment, l'ouverture du marché et la restriction de la publicité et de la vente aux jeunes étaient au cœur du débat. Cette loi créera donc la Régie des alcools du Québec qui aura deux fonctions distinctes. D'un côté, elle remplacera la Commission des liqueurs et s'occupera de la vente d'alcool. De l'autre côté, elle sera responsable de l'octroi des permis d'alcool. Ce modèle de gestion de l'alcool ne durera que 10 ans.

Le contrôle par l'État du commerce de l'alcool semble marquer de grands changements dans les années 1960. L'esprit libéral qui teintait le discours des antiprohibitionnistes des années 1910<sup>14</sup>, lors du référendum sur la vente d'alcool au Québec, définit la nouvelle gestion de l'alcool au Québec. La Régie des alcools du Québec doit jouer un rôle corporatif au sein de l'État québécois qui permettra de rapporter des revenus substantiels. Elle possède toujours les rôles de surveillance et de contrôle qui définissaient la Commission des liqueurs, mais souhaite tout de même libéraliser le marché afin de renflouer les coffres de l'État.

En 1968, la Commission d'enquête sur le commerce des boissons alcooliques, dirigée par Lucien Thinel et chargée de faire la lumière sur la Régie des alcools, jugera que les deux fonctions de l'organisme sont contradictoires. Le fait qu'elle doit distribuer des permis de vente en plus d'avoir une vocation commerciale doit mener à la séparation de ces fonctions dans deux entités distinctes (Quesnel et *al.*, 2003) qui mènera à la création de la Société des alcools du Québec et de la Commission de contrôle des permis d'alcool du Québec<sup>15</sup> en 1971. L'État réduira davantage le contrôle sur la quantité et se concentrera tranquillement vers la qualité des produits...

---

<sup>14</sup> Revenons légèrement dans le temps en 1919 où un référendum sur la légalisation de l'alcool est tenu. Les partisans de la vente libre de l'alcool prônent l'élément culturel rattaché à l'alcool et l'esprit de distinction qui émane de la vente libre. Dans une analyse des journaux de l'époque, Mélanie Fournier (2018) analyse bien comment les éléments culturels reliés à l'alcool et son statut de marqueur identitaire permettaient de répliquer aux défenseurs de la prohibition dans les années 1910. Les journaux prônant l'autorisation de la vente d'alcool expliquaient que « l'alcool participe quotidiennement à la culture du Québec. Les boissons sont présentes dans les rituels religieux et elles ont une valeur sociale puisqu'elles s'intègrent à la vie domestique et collective » (Fournier, 2018, p. 151). Ceci ressemble drôlement à l'approche libérale de la Régie des alcools en 1961 défendu plusieurs décennies auparavant par certains partisans du libéralisme économique.

<sup>15</sup> Maintenant nommé Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec (RACJ).

*Encadré 5 Succursale de la Régie des alcools, Sherbrooke, 1970*



Contrairement aux succursales de la Commission des liqueurs, les nouveaux points de vente de la Régie des alcools du Québec permettent aux clients de magasiner tout près des bouteilles dans les premières succursales libre-service.

Il s'est donc passé 40 ans entre le début de la Commission des liqueurs et l'arrivée d'une vente en libre service qui permettait aux clients de prendre les bouteilles de vins et de spiritueux avant de les acheter. L'État semblait vouloir établir quels impacts sociaux, économiques et culturels auraient l'alcool avant d'en permettre une vente plus accessible. Cette ouverture graduelle des marchés et des points de vente au Québec notamment dans les épicerie et les succursales de l'État mènera à une très grande confiance envers les producteurs d'alcool par l'État et une latitude à l'égard de ceux-ci. Cette ouverture au marché sera synonyme de la création de nouveaux produits dans lesquelles l'État n'aura pas un contrôle aussi serré sur sa vente lors de son arrivée sur les tablettes. Ce sera le cas des boissons Four Loko et FCKD UP.

Industrie alcoolique : la longue libéralisation du marché

Les ventes à la Commission des liqueurs et à la Régie des alcools du Québec ont considérablement augmenté suivant la lente libéralisation du marché de l'alcool dans la province. Malgré sa vocation de contrôle étatique, la Commission des liqueurs rapporte gros : entre 1921 et 1945, les ventes de la société d'État passent de 15 millions à 50 millions de dollars, des chiffres de vente énormes à l'époque (Tremblay-Pépin et

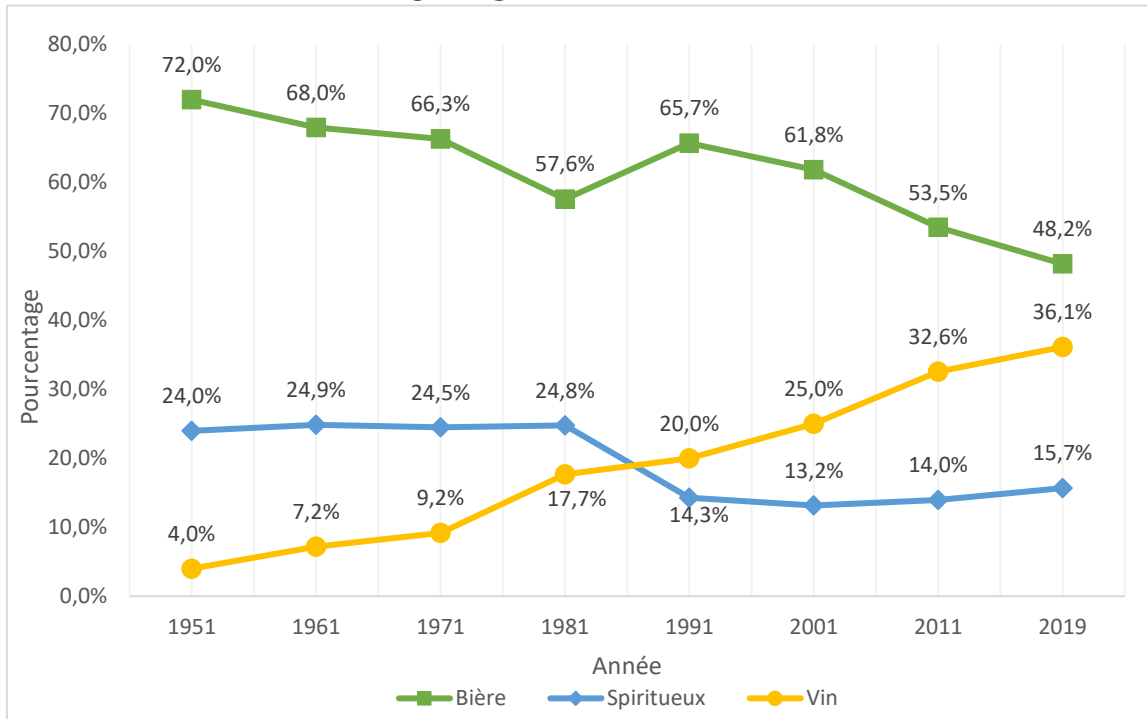
Schepper-Valiquette, 2019). Le nombre de succursales lors de la création de la Régie des alcools passe à 215.

En ce qui a trait au point de vente à l'extérieur de la Commission des liqueurs, ceux-ci vendent de la bière, le seul produit permis dans les magasins. Le passage de la Commission des liqueurs à la Régie des alcools du Québec permet une croissance des ventes de vin et de spiritueux, mais également dans la consommation à domicile, dans les restaurants et dans les bars. En effet, l'arrivée de la Régie des alcools permet de réduire les contraintes sur la possession d'un permis d'alcool pour les restaurateurs et les magasins. La vente d'alcool a donc substantiellement augmenté durant les 10 années de fonctionnement de la Régie des alcools (De Koninck, 1993).

La proportion de spiritueux vendue aux Québécois augmente de 24 % à 24,5 % entre 1951 et 1971, date de la création de la Société des alcools du Québec. Quant au vin, sa proportion de vente passe de 4 % à 9,2 % durant la même période (encadré 6). C'est une augmentation substantielle pour l'industrie vinicole considérant que les succursales de la Régie des alcools serviront encore leurs clients derrière des comptoirs grillagés jusqu'aux premières succursales libre-service en 1970 (De Koninck, 1993).

Malgré cette croissance dans la vente de vins, l'industrie de l'alcool est grandement dominée par la bière. Les grandes brasseries du Québec, en grande partie à Montréal, n'ont pas à subir un contrôle aussi étroit de la part de la Commission des liqueurs. De plus, les bars et tavernes servent essentiellement de la bière, un produit étroitement relié à la classe ouvrière (Bélanger et Sumner, 2011). L'industrie de la bière n'a pas eu à s'inquiéter durant cette période où la popularité des vins a monté en flèche considérant que les ventes de bières ont également augmenté grandement. Entre 1960 et 1971, la vente de bières au Québec augmente de 13 % (Roy, 1990). La longue histoire brassicole au Québec et la latitude du gouvernement sur le contrôle de sa production ne sont pas étrangères à cette popularité pour la bière.

*Encadré 6 Proportion du volume en alcool absolu des ventes de boissons alcooliques dans les points de vente au détail, selon le type de boissons, personne de 15 ans et plus, Québec, 1951 à 2019<sup>16</sup>*



### Consommation d'alcool : Bière, gin et tavernes

La consommation au début de la Commission des liqueurs était relativement populaire chez la classe ouvrière. Deux boissons étaient particulièrement appréciées chez les hommes ouvriers : le gin et la bière.<sup>17</sup> Dans les années 1920, la bière constitue donc la boisson de choix particulièrement en raison de la présence de nombreuses tavernes et de grandes brasseries à Montréal qui voyaient une opportunité de marché devant la popularité de cette boisson chez les Canadiens français (Bélanger et Sumner, 2011 ; Myre McCallum, 2013).

La consommation dans les tavernes était présente surtout chez les hommes et sa popularité ne faisait qu'augmenter, comme en témoignent les 600 tavernes que l'on pouvait retrouver à Montréal au début des années 1930. Jusqu'à 700 tavernes étaient

<sup>16</sup> Données compilées à partir de Roy (1990), Quesnel et al. (2003) et Statistique Canada (2020b)

<sup>17</sup> Historiquement, les Canadiens français buvaient essentiellement des spiritueux et de l'eau-de-vie jusqu'à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle où la popularité de la bière chez les anglophones a changé les habitudes des francophones (Bélanger et Sumner, 2011 ; De Koninck, 1993).

même dénombrées à Montréal dans les années 1970 (Bélanger et Sumner, 2011). La consommation dans les tavernes permettait la rencontre d'ouvriers souvent d'une même usine ou d'un même quartier. La taverne comme endroit public servait de lieu d'échange à l'extérieur des milieux de travail et du domicile. La consommation était généralement plus grande dans les tavernes qu'à la maison. Le choix de bières était limité ; seulement un ou deux fûts étaient présents derrière le comptoir du bar. Bref, la consommation est généralement associée à des groupes de travailleurs et non pas aux repas ou aux rassemblements familiaux. La consommation d'alcool était associée aux loisirs et aux plaisirs (Bélanger et Sumner, 2011).

En ce qui a trait à l'achat de boissons alcoolisées en dehors des tavernes et des bars, durant les années 1960, la consommation au Québec est relativement faible. Par exemple, en comparaison avec l'Ontario, le Québec consomme beaucoup moins. La popularité grandissante pour les spiritueux en Ontario explique en partie cette tendance (Roy, 1990).

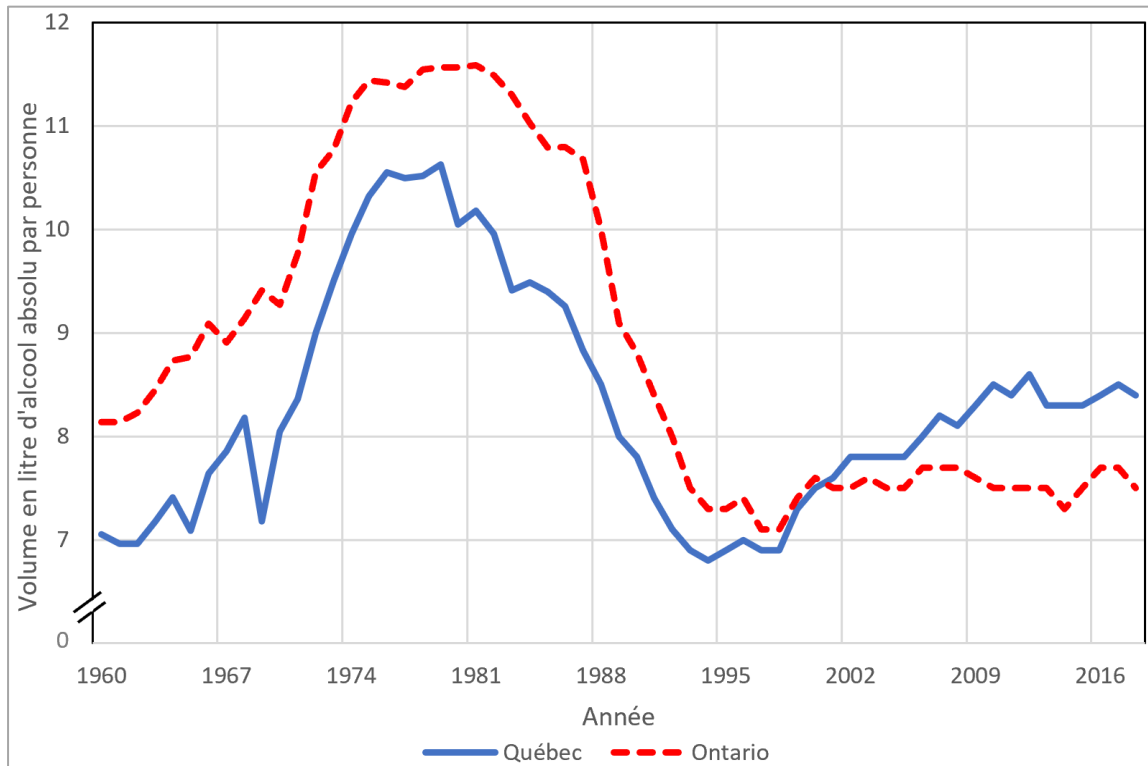
Au Québec, la consommation de boissons alcoolisées achetées dans des points de vente au détail (magasins, succursales de la Commission des liqueurs) se situe à 7,05 litres par personne en 1960. En Ontario, la consommation se chiffre à 8,14 litres, soit 13,4 % de plus que le Québec. En 1970, l'Ontario consomme encore 9,8 % plus d'alcool que le Québec (encadré 7). Bref, la consommation des Québécois n'était pas particulièrement élevée lors des années de la Régie des alcools. L'arrivée de la Société des alcools du Québec et de sa vocation commerciale plus claire changera non seulement la consommation d'alcool générale des Québécois, mais également les mœurs associées à certains types de produits alcooliques.

## **La Société des alcools du Québec et le goût (1971-2005)**

### Gestion étatique de l'alcool : Libéralisation et ouverture des marchés

Avec la création de la Société des alcools du Québec en 1971, le Québec étend l'offre de succursales en vente libre-service dans toute la province. Ces points de vente auront peu à peu une offre diversifiée de produits, spécialement de vins, provenant de partout dans le monde. Les Québécois avaient déjà eu un aperçu de l'étendue mondiale

*Encadré 7 Volume en litres d'alcool absolu des ventes de boissons alcooliques dans les points de vente au détail, de 15 ans et plus, Québec et Ontario, 1960 à 2019<sup>18</sup>*



des produits alcooliques lors de l'Expo 67 et qui avait suscité curiosité et intérêt dans la population (Ferland, 2015). De plus, le rapport de la Commission Thinel avait démontré l'écart entre les pratiques de gestion alcooliques et les mœurs associées à l'alcool chez les Québécois. En effet, ces nouvelles mœurs font particulièrement référence à un nouveau type de consommateur communément appelé le « buveur social » (Thinel, 1968). Afin de réduire cet écart, la Société des alcools du Québec décide de prendre un virage jeunesse dans la composition de sa direction. Jacques Desmeules, alors âgé de 36 ans, prend le rôle de président-directeur général de la Société des alcools du Québec. Durant son mandat, la Société des alcools du Québec augmente considérablement son offre en vins et délie toutes les succursales qui avaient encore l'allure sombre des Commissions des liqueurs. Durant sa première année d'existence, la Société des alcools

<sup>18</sup> Données compilées à partir de Roy (1990), Quesnel et al. (2003) et Statistique Canada (2020b)

du Québec augmente ses ventes de 18 % en comparaison avec la dernière année de la Régie des alcools. L'objectif est alors de rejoindre et de sensibiliser les Québécois, spécifiquement les buveurs sociaux, à adopter la modération où le plaisir de goûter est au centre de leurs pratiques de consommation.

Ce changement dans les habitudes de consommation doit passer, selon la Société des alcools du Québec, par la promotion des vins. La Société des alcools du Québec met de l'avant une « culture du goût », un terme maintenant utilisé par les médias et par des organismes comme Éduc'alcool pour décrire les pratiques de promotion de la dégustation d'alcool. Cette culture s'agit plutôt d'une représentation sociale de la consommation d'alcool qui répondrait aux objectifs sociaux et commerciaux de la Société des alcools du Québec. La culture du goût promeut la distinction de produits alcooliques par le goût dans un contexte de consommation dite « responsable ». La culture du goût rejette l'aspect enivrant de l'alcool pour plutôt axer sur les saveurs, le savoir-faire, les bonnes manières et la découverte de produits étrangers reliés à la consommation d'alcool. Cette culture met de l'avant la consommation lors de souper en famille, entre amis ou dans des événements particuliers, comme des festivals ou des fêtes.

C'est cette culture du goût qui sera le pilier des pratiques commerciales de la Société des alcools du Québec. Cette approche avait alors pour objectif d'inverser les tendances quant à la consommation des produits alcooliques au Québec. En effet, lors de la création de la Société des alcools du Québec, la bière est de loin la boisson la plus populaire, suivi des spiritueux, particulièrement des gins. Le vin est alors perçu généralement par les Québécois comme une « boisson enivrante ». Bref, elle est peu associée à la consommation modérée (De Koninck, 1993, p. 89). L'offre de vins est généralement faible à la Société des alcools du Québec dans les années 1970. Un marché avec un potentiel énorme est toutefois dans les mains de la Société des alcools du Québec, qui, déjà dégagée en partie de son rôle de régulateur, peut accaparer un marché dont elle a déjà le monopole.

L'État québécois et la Société des alcools du Québec se préparent également à ouvrir le marché de l'industrie alcoolique à d'autres produits jusque-là interdits à la

vente. Dès 1970, le cidre est légalisé dans la province. En 1978, Québec légalise la vente de certains vins dans les épiceries. L'État choisira spécifiquement une trentaine de vins qui sera disponible pour la vente libre-service. Cette décision est en symbiose avec la promesse du gouvernement de permettre un « libre-choix » dans la consommation des Québécois. En effet, l'État ne souhaite pas limiter la consommation d'alcool pour la population malgré les problèmes d'alcoolisme qui subsistent. À cet effet, elle adopte les recommandations du rapport Thinel qui explique que « l'abus dans la consommation des boissons alcooliques relève de causes beaucoup plus profondes qui échappent au contrôle d'un simple organisme de surveillance ou de commercialisation de ces boissons » (Thinel, 1968, p. 33). Le cidre et le vin pourront également être vendus en fût dans les bars et restaurants dès 1981. L'État réduira ses restrictions sur la quantité de vins dans les épiceries en 1986. Les ventes de vins atteignent leur apogée à la fin des années 1980 alors que la vente d'alcool pur provenant du vin atteint 2,14 litres par personne en 1986. La vente générale d'alcool au Québec baisse à partir de cette période si bien qu'en 1992, la vente d'alcool pur passe à 1,4 litre par personne. La Société des alcools du Québec souhaite dès lors axer sa vocation sur la rentabilité de ses succursales. Tout en axant la vente de produits sur le goût, elle devient une véritable entreprise à vocation commerciale qui cherche à compétitionner dans l'industrie alcoolique.

#### *Réglementation des BSA dans le monde<sup>19</sup>*

Regardons brièvement l'arrivée des BSA et la façon dont ils ont été réglementés sur le marché mondial de l'alcool afin de mieux saisir comment ces boissons sont apparues sur les tablettes des épiceries et dépanneurs au Québec. Pendant, que la Société des alcools du Québec augmentait son offre de produits en vin et tendait vers une libéralisation du marché, en parallèle, plusieurs pays faisaient face à la problématique des BSA dès le début des années 1990.

---

<sup>19</sup> Dans cette section, nous nous concentrerons spécifiquement sur les pays (France, Grande-Bretagne, Australie, Suisse, États-Unis, Allemagne) qui ont adopté des mesures à l'égard des BSA (contrôle du prix, interdiction, avertissement). D'autres pays ont également des BSA sur les tablettes de leurs épiceries, mais nous souhaitons comparer les pays ayant pris certaines mesures pour limiter la vente de ce genre de produits.

Les BSA font leur apparition sur les tablettes à la fin des années 1980 aux États-Unis et en Europe. Elles sont généralement à base de malt ou de spiritueux, parfois classifiées comme « mélange à la bière » et ont une quantité de sucre qui est équivalente aux boissons gazeuses standards. Dans notre définition d'une BSA, nous laissons de côté les cidres et les panachées (*coolers*) à base de vin, qui bien que sucrés et similaire aux BSA, ne visent pas nécessairement les jeunes comme public cible et, c'est surtout le cas pour les cidres, sont représentés comme étant plus raffinés. Les BSA ont un goût sucré distinctif, mais légèrement amer, parfois désagréable et qui laisse un arrière-goût d'alcool avec une prédominance du sucre. La plupart des BSA sont associées à une saveur fruitée artificielle. Par exemple, une BSA à saveur de melon d'eau goûte la saveur artificielle du melon d'eau que l'on retrouve dans les friandises. Les BSA sont habituellement « lourdes » en comparaison à la texture et la sensation légère des bières commerciales de type *lager* principalement en raison de la présence de sucre.

Aux États-Unis, la création du *Breezer* en 1986, un produit de Bacardi constitue le premier produit dans la catégorie des BSA (Precieuse et al., 2018). D'autres produits tels *Two Dogs* et *Hooper's Hooch* font leur entrée sur les tablettes également aux États-Unis et en Australie (Forsyth et al., 1997 ; Romanus, 2000). Aux États-Unis, l'apparition de tels produits à base de malt est due à l'augmentation de la taxe sur le vin ce qui a diminué le nombre de produits fruités à base de vins (*wine coolers*) sur le marché (Precieuse et al., 2018). Ailleurs, en Angleterre, en Écosse, en Suisse, en France et en Australie, les *wine coolers* et les cidres tels *Maddog 20/20* et *Ice Dragon* font compétition aux produits à base de malt. Ces produits ont une teneur en alcool variant entre 4 % et 7 %, environ deux fois moins que les boissons Four Loko et FCKD UP (Forsyth et al., 1997 ; Precieuse et al., 2018 ; Wicki et al., 2006). Le terme d'*alcopops* est utilisé pour désigner tous ces types de produits en Europe.

Bien que les produits de malt soient arrivés en premier aux États-Unis, ils tardent à devenir populaires en Amérique contrairement à la situation en Europe. En Écosse, véritable terrain de recherche sur les BSA dans les années 1990 (Forsyth et al., 1997 ; Hughes et al., 1997 ; McKeganey, 1998 ; McKeganey et al., 1996 ; McKibben, 1996), près de 80 *alcopops* sont disponibles à travers la nation au milieu de la décennie

(McKibben, 1996). Ces auteurs concluent que ces boissons ont été spécifiquement conçues pour les jeunes et que la consommation de ces boissons concerne généralement ceux entre 14 et 16 ans. Également, McKeganey et *al.* émettaient déjà un avertissement en 1996 sur ces boissons mettant en garde face aux développements futurs que cette partie de l'industrie pourrait avoir. Forsyth et *al.* (1997) expliquent toutefois que le lien étroit tissé dans les médias entre l'intoxication à l'alcool des jeunes et les *alcopops* est quelque peu réducteur. Selon eux, les médias qui discutent fréquemment de ces boissons ne font que publiciser gratuitement ces produits. La mise en place de mesures contre les *alcopops* ne ferait qu'attirer les jeunes vers un autre produit.

Ailleurs dans le monde, de nombreuses mesures ont été mises en place. La France<sup>20</sup> impose dès 1996 une taxe sur les produits *de type alcopops*, ce qui comprend les mélanges à la bière ou aux spiritueux. Le gouvernement indique vouloir réduire la vente d'un produit qui s'adresserait essentiellement aux jeunes. En Suisse et en Allemagne, l'*alcopops tax* entre en vigueur en 2004. Ces taxes permettent dans certains cas de doubler le prix des BSA dans les points de vente (Müller et *al.*, 2010). L'Australie suit avec une taxe similaire qui augmente de 70 % le prix de ces produits en 2008 ce qui a comme objectif de réduire la quantité de BSA vendues (Lensvelt et *al.*, 2016). La Grande-Bretagne adopte une mesure similaire à travers le pays, mais qui s'applique à toutes les boissons (Ally et *al.*, 2014)

L'efficacité de ces mesures est mitigée chez les experts. Du côté de Skov et *al.* (2011), les auteurs expliquent que bien que la taxe imposée en Australie diminue la consommation des *alcopops*, les mesures sur l'alcool, pour être pleinement efficace, devraient prendre en compte le taux d'alcool de chaque produit pour que le coût de chaque consommation standard soit sensiblement égal pour chaque type de boisson. En effet, bien que l'impact de l'ajustement des prix sur des produits alcoolisés réduit généralement leur consommation (Skov et *al.*, 2011 ; Stockwell et *al.*, 2012), la consommation des jeunes tend à se diriger vers d'autres produits qui n'ont pas été affectés par les mesures. Bien que cet impact reste mitigé, les experts s'entendent sur

---

<sup>20</sup> En France, bien qu'une certaine popularité ait été associée à ces produits, aucune étude n'a été trouvée concernant l'impact sur la consommation des jeunes.

une chose : le meilleur moyen d'avoir une baisse de la consommation des jeunes est d'avoir des mesures complètes pour tous les produits autant sur l'étiquetage, le prix, l'éducation et la disponibilité, bref un lot complet et adapté de mesures qui ne dépend pas seulement sur le prix. Ally et *al.* (2014) expliquent qu'en Grande-Bretagne, malgré la mise en place d'une augmentation sur les taxes d'accise qui affectent tous les produits alcooliques, les produits à faible prix ont eu une augmentation de prix sous l'augmentation de la taxe tandis que les boissons plus dispendieuses ont connu une augmentation plus haute que l'ajustement de la taxe. Du côté de Müller et *al.* (2010), l'*alcopops tax* en Allemagne aurait mené à une substitution partielle chez les jeunes de la consommation de BSA vers les spiritueux. Le même constat est remarqué en Suisse. Les auteurs expliquent que les mesures sur l'alcool doivent s'attaquer à la consommation générale pour avoir un impact sur la quantité d'alcool consommée et ses impacts. (Müller et *al.*, 2010 ; Wicki et *al.*, 2006). Finalement, Stockwell et *al.* (2012), défendent que la hausse du prix minimum sur toutes les boissons alcoolisées, par l'exemple de la Colombie-Britannique, aurait un impact substantiel sur la consommation générale d'alcool dans une population. Bref, les mesures appliquées sur le prix, spécifiquement sur les *alcopops*, ont eu certains effets indésirables et collatéraux dans la consommation d'autres produits selon ces auteurs.

#### Industrie alcoolique : une nouvelle vocation pour la Société des alcools du Québec

Dès 1971 au Québec, la vente de vin augmente rapidement jusqu'au milieu des années 1980. Ceci marque une évolution dans l'industrie alcoolique qui s'exprime par l'augmentation de la variété de produits sur le marché. Ce dernier se limite tout de même à trois grandes catégories de boissons : la bière, le vin et les spiritueux. Le cidre commence à prendre une place dans l'industrie alcoolique, mais qui reste très marginale. Malgré l'essor de la Société des alcools du Québec dans le marché de l'alcool, sa place comme concurrent dans l'industrie alcoolique s'accroît au milieu des années 1980 où la consommation des Québécois est à son plus fort (voir encadré 7). La baisse des ventes de la Société des alcools du Québec affectée par la diminution de la consommation au début des années 1990 concrétisera toutefois l'approche commerciale de la Société des alcools du Québec (Quesnel et *al.*, 2003). La place particulière du vin dans la promotion

des produits de la Société des alcools du Québec saura faire accroître les revenus de la société d'État.

En effet, la Société des alcools du Québec ajuste ses prix en fonction du prélèvement effectué par les gouvernements fédéral et provincial si bien que le prix des vins excède de 15 % à 30 % le prix des vins en Ontario (De Koninck, 1993). La Société des alcools du Québec profite grandement de son monopole et continue à mettre de l'avant les produits vinicoles. Afin de mieux parvenir à jouer son rôle commercial dans le marché alcoolique, la Société des alcools du Québec se sépare de son rôle de régulateur social de la consommation. Les programmes éducatifs de la Société des alcools du Québec sur la consommation modérée d'alcool sont transférés à un nouvel organisme, Éduc'alcool, créé en 1989 par la Société des alcools du Québec en collaboration avec des acteurs de l'industrie alcoolique<sup>21</sup> (SAQ, 2019a). La Société des alcools du Québec pratiquera tout de même certaines activités d'éducation à la consommation, mais qui resteront secondaires (Quesnel et *al.*, 2003).

Après l'affirmation de la Société des alcools du Québec au début des années 1990 de mieux assumer cette vocation commerciale, les ventes de la société d'État connaissent une croissance importante. Entre 1992 et 2001, les ventes totales de la Société des alcools du Québec passent de 92,3 millions de litres à 203,2 millions. De plus, après une baisse marquée de la consommation de spiritueux, la Société des alcools du Québec retrouve une croissance dans la vente de ce type de produit pour la première fois en 15 ans. Ceci est essentiellement dû à l'augmentation des promotions. Ces derniers ont eu

*Encadré 8 Capture d'écran d'une publicité de la Société des alcools du Québec, 1980*

---

<sup>21</sup> Actuellement, Éduc'alcool compte sur son conseil d'administration et parmi ses membres, l'Association des vignerons du Québec, Les Producteurs de cidres du Québec, Spiritueux Canada – Section Québec, l'Association du Québec des agences de bières, de vins et de spiritueux (A3), la SAQ et d'autres associations et producteurs qui vendent leurs produits à la SAQ.

Les messages de modération d'Éduc'alcool sont souvent critiqués par certains journalistes et experts en santé publique parce qu'ils portent à confusion sur la légitimité des propos d'Éduc'alcool. Cet organisme est parfois reconnu dans la population générale au Québec comme un organisme de santé publique alors qu'il n'en est pas un (Lussier, 2020). Le rapport de l'Ombudsman de Radio-Canada sur la question donne un bon aperçu sur la façon dont est représentée Éduc'alcool. (voir Gendron, 2018, <https://cbc.radio-canada.ca/fr/ombudsman/revisions/2018-07-27>)



Source : <https://www.youtube.com/watch?v=fMxtXr40PiY> Dans cette publicité, le narrateur met l'accent sur l'expertise des conseillers en succursales et sur la variété des vins. On y décrit des pratiques sociales liées au vin comme la façon de « servir un Mâcon ». La publicité se termine avec le narrateur qui dit le fameux slogan « la modération a bien meilleur goût ».

*Encadré 9 Capture d'écran d'une publicité de la Société des alcools du Québec, 1985*



Source : <https://www.youtube.com/watch?v=VQk2zX4RgpQ> Dans cette publicité, où l'on voit un conseiller de la Société des alcools du Québec proposer un vin à un groupe d'amis, l'aspect éducatif est absent contrairement à la publicité illustrée à l'encadré 8. La sélection de vins « dont la moitié sont à moins de 5,50 \$ » est mise de l'avant. La publicité se termine en invitant le téléspectateur à un festival de vins et de fromages, une pratique pour mettre de l'avant la dégustation qui sera particulièrement présente dans les années qui suivront.

un impact substantiel sur le volume de vente. Entre 1993 et 2000, les promotions à rabais dans les Sociétés des alcools du Québec passent de 2 à 40 par année (Quesnel et *al.*, 2003).

À l'extérieur de la Société des alcools du Québec, la consommation de bières stagne durant les années 1990. Ceci n'empêche pas l'apparition des premières microbrasseries<sup>22</sup> en 1986. Dès 1990, l'Association des microbrasseurs du Québec est créée et montre que la représentation de la culture du goût mis de l'avant par la Société des alcools du Québec s'est déplacée dans d'autres industries alcooliques. Cette ascension de la culture du goût dans le domaine de la bière prendra toutefois du temps à se mettre en place. Durant les années 1990, le nombre de microbrasseries ne dépassera pas la dizaine (Association des microbrasseries du Québec, 2015).

Quant aux BSA, elles apparaissent pour la première fois sur les tablettes au Canada vers 1995 avec la boisson Mike's Hard Lemonade. Cette boisson s'adresse toutefois essentiellement au marché anglophone. Les premières boissons qui marqueront l'émergence des BSA au Québec seront les boissons Boomerang (Labatt) et Tornade (Molson) qui tenteront de percer le marché des BSA dans la province alors que la croissance de ce nouveau type de boisson alcoolisée en Europe laisse croire une opportunité de créer un nouveau marché dans l'industrie alcoolique québécoise. Ces boissons, décrites comme des limonades alcoolisées, sont vendues dans des bouteilles de bière standards à un taux d'alcool de 6,1 %. Elles visent les jeunes consommateurs de bières qui souhaitent un produit moins amer (Strategy, 1999). Ces boissons mettront la table pour la création d'un nouveau marché de l'alcool au Québec.

---

<sup>22</sup> Une microbrasserie est une entreprise brassicole qui produit au maximum 300 000- 500 000 hectolitres de bières par année, selon les définitions. À titre de référence, Molson Coors produit mondialement 92 000 000 hectolitres de bière (Molson Coors, 2020), tandis que la plus grande microbrasserie de la province, Boréale, produit environ 100 000 hectolitres (Bérubé, 2017)

Encadré 10 Les boissons alcoolisées à la limonade Tornade et Boomerang



Ces deux boissons, vendues dans des bouteilles historiquement pour la bière, se sont fait compétition dans les tous débuts du marché des BSA au Québec en 1999. Source : *Le journal de Montréal*

Consommation d'alcool : les Québécois, champions de la consommation de vins

Malgré les mesures mises en place pour promouvoir la consommation modérée et intégrer la culture du goût dans la vie des Québécois, la consommation de vins dans la population reste principalement associée à des vins de basse qualité. Il faudra attendre en 1986 pour voir le vin dépasser les spiritueux comme deuxième boisson la plus populaire chez les Québécois, toujours derrière la bière. Le Québec consomme alors plus de vins que la moyenne nationale, un résultat en concordance avec les objectifs de la Société des alcools du Québec (De Koninck, 1993). La consommation des Québécois connaît une hausse en 1994, une première depuis la fin des années 1970. C'est principalement l'augmentation de la consommation de vins qui définit cette période (voir encadré 6). Les Québécois boivent 26 % plus de vin que l'ensemble du Canada en 2000 (April *et al.*, 2003). Cette tendance, causée notamment par l'approche commerciale plus intensive de la Société des alcools du Québec, se définirait comme un bénéfice de

la culture du goût. En effet, non seulement les Québécois boivent plus de vins, mais ils sont proportionnellement plus nombreux à consommer de l'alcool. Le pourcentage de consommateurs d'alcool de 15 ans ou plus au Québec entre 1988 et 1998 passe de 84,9 % à 86 % chez les hommes et de 74,8 % à 77 % chez les femmes (Roy, 1990). La culture du goût de la Société des alcools du Québec cherche à développer un goût à la consommation chez un grand nombre de Québécois, à condition que cette consommation soit « responsable »; la croissance du nombre de Québécois qui consomment, autant chez les femmes que les hommes, concorde avec les objectifs de la culture du goût.

#### *Culture de l'ivresse, actualisation d'une représentation sociale*

Bien que la consommation jugée excessive ou pathologique n'est pas nouvelle, la représentation de la culture du goût a permis de bien distinguer une consommation acceptable et responsable d'une consommation excessive et marginale, voire dangereuse.

Le terme « consommation excessive » est une traduction de l'expression anglaise « binge drinking ». Le *binge drinking* est lui un dérivé d'une autre expression, « going on a binge » qui serait apparu dans les années 1940 en Angleterre. À l'époque, *going on a binge* faisait référence à une personne ayant consommé de l'alcool en grande quantité sur plusieurs jours. Le terme était plutôt utilisé pour désigner des « hommes, alcooliques et sans-abri » (Berridge et al., 2009, p. 599). Ces personnes étaient généralement associées à une sous-culture particulière, où l'alcool semblait occuper un grand rôle, les arrestations policières étaient fréquentes et leur consommation était perçue comme marginale et pathologique (Spradley, 1970). Le terme de *binge drinking* évoquait également une consommation élevée d'alcool dans une soirée ou un court laps de temps, la définition utilisée aujourd'hui. Cependant, cette dernière définition devient dominante au courant des années 1990 dans les médias et les études scientifiques (Berridge et al., 2009 ; Dalleau, 2019). Cette définition s'est construite autour de la consommation d'alcool de deux groupes : les femmes et les jeunes.

La consommation excessive telle que définie aujourd'hui a émergé au même moment où les premières BSA sont apparues au Canada. Ce mode de consommation a

été représenté comme une opposition à la consommation responsable à travers la culture de l'ivresse. Cette dernière se définit en opposition au goût et met plutôt l'accent sur les effets de l'alcool. Les individus qui appartiennent à la culture de l'ivresse vont chercher à boire de l'alcool de manière rapide afin de profiter des effets enivrants de l'alcool sans les désagréments de son goût amer. Les BSA sont associées par la santé publique et les médias à la consommation excessive puisqu'elles sont caractérisées par cette absence de goût en plus de viser les jeunes dans leur commercialisation. Les BSA sont partie intégrante de la culture de l'ivresse puisque leur consommation se fait essentiellement dans le but de s'enivrer (Forsyth et *al.*, 1997 ; Jones et Reis, 2012).

La culture de l'ivresse, bien qu'ayant émergé dans les années 1990, a été plus ardemment critiquée dans les années suivant la certaine popularité des BSA. En effet, malgré l'arrivée des BSA au pays et la montée des inquiétudes en Europe quant à ces boissons, les critiques à l'égard des BSA n'ont qu'émergé en 2006 au Québec (Benoit, 2006). Des pratiques sociales et certains rituels (calage d'alcool, jeux d'alcool, consommation dans des espaces privés, diminution de la fréquentation des bars) entourant la consommation excessive et la culture de l'ivresse sont apparus parallèlement à ces critiques de la part de la santé publique. Les BSA seront à l'image des contrecoups de la libéralisation du marché de l'alcool, une libéralisation menée par la culture du goût.

## **L'apogée de la libéralisation du marché de l'alcool (2005-2017)**

### Gestion étatique de l'alcool : limiter la réglementation

Les premières critiques à l'égard des BSA ont été adressées à des entreprises qui concevaient des imitations de spiritueux pour les vendre en dépanneur et en épicerie (Benoit, 2006). Le marché des BSA, alors que ces produits sont tout nouveau sur les tablettes au Québec, est relativement peu réglementé et certaines entreprises en profiteront pour proposer des produits à haute teneur en alcool, mais plus accessible que les spiritueux de la Société des alcools du Québec. Ces BSA peuvent être vendues dans les dépanneurs et épiceries du Québec à des taux d'alcool pouvant varier de 1,5 %

à 19,9 %. Certaines boissons sont vendues dans des bouteilles de verre utilisées pour les spiritueux dans les Sociétés des alcools du Québec. La disponibilité en épicerie et dans les dépanneurs inquiète toutefois les autorités publiques et la Société des alcools du Québec (Benoit, 2006 ; Morin, 2009). C'est par cette problématique que commence le branle-bas entre l'industrie et les experts en santé publique sur les BSA dans la province.

Deux entreprises vont principalement se lancer dans ce marché : La Maison des Futailles et le Groupe Geloso. Ces deux entreprises utilisent deux techniques pour mousser leur vente en raison de « failles » dans la loi : 1) elles produisent des boissons de malt qui peuvent aller jusqu'à 19,9 % de taux d'alcool qu'elles vendent dans les dépanneurs pour en faciliter l'accès ; 2) elles associent leurs boissons à des spiritueux vendus dans les Sociétés des alcools du Québec en reprenant ou modifiant légèrement le nom des boissons imitées sans conséquence légale. En effet, rien n'interdit à ce moment que les alcooliers fassent la mention de spiritueux sur l'étiquetage de leur produit. Ainsi des boissons comme « Crème de menthe » peuvent être vendues en épicerie et dans les dépanneurs sans toutefois que le contenu corresponde à la crème de menthe originale ; ces boissons sont en fait des mélanges aromatisés à base de bière, des BSA « déguisées » en spiritueux. La Maison des Futailles, utilise d'ailleurs ce genre de tactiques pour mettre l'accent dans la publicisation de leurs produits sur le fait qu'ils contiennent moitié moins d'alcool qu'une bouteille vendue à la Société des alcools du Québec et à la moitié du prix (Morin, 2009). Il existe de nombreux exemples de produits de cette teneur.

Le gouvernement du Québec a clairement dénoncé cette concurrence et plusieurs experts de la santé publique ont également fait part de leurs inquiétudes à l'égard de ces produits dans les médias (Morin, 2009). En 2009, ces boissons sont soumises au *Règlement sur les boissons alcooliques composées de bières*. Ceci touche ainsi toute boisson « obtenue par le seul mélange de la bière avec du jus de fruits, de l'eau, du gaz carbonique ou une substance aromatique, et dont le produit fini n'est pas de la bière, du cidre, du vin, un alcool ou un spiritueux » (Québec, 2009). Dès lors, ces boissons à base de malt ne doivent pas dépasser 11,9 % et l'étiquetage ne doit pas faire référence à des spiritueux. Les boissons comme le « Snapps aux pêches » qui avaient un taux d'alcool

de 14 % devront avoir un pourcentage d'alcool moindre, un nom modifié ne faisant pas référence au Schnapps aux pêches et porter une mention équivalente à « mélange alcoolique à base de bière » sur les bouteilles.

Les BSA n'ont été assujetties à aucun règlement limitant leur vente ou leur contenu de la part des gouvernements fédéral ou provincial entre 2009 et 2018. C'est l'arrivée de Four Loko et FCKD UP qui a été l'élément déclencheur à la mise en place de nouvelles politiques pour limiter la vente des BSA dans la province. Le goût fruité, le contexte social et le marketing entourant ces boissons ont nécessairement sonné l'alarme des autorités et des experts.

*Encadré 11 : Les produits Zaroff et Peach Snapps*



La boisson Zaroff à « l'arôme de vodka » et le Snapps aux pêches tous deux du Groupe Geloso contiennent 14 % de taux d'alcool et sont des imitations de spiritueux vendus à la Société des alcools du Québec. Source : IGA.net et La Presse

Outre cet exemple, une décision du gouvernement fédéral concernant les boissons énergisantes a tout de même affecté le marché des BSA. En 2012, le gouvernement canadien change le classement des boissons énergisantes de « produits naturels » à « aliments ». Dans ce changement, l'ajout de boissons énergisantes dans de

l'alcool prémélangé est dès lors interdit. Seuls les aliments contenant naturellement de la caféine pourront être mélangés à l'alcool (café, chocolat, guarana).<sup>23</sup>

Ceci affecte indirectement le marché des BSA et particulièrement la culture de l'ivresse. La consommation de boissons énergisantes serait partie prenante dans la culture de l'ivresse et son mélange avec l'alcool serait courant. Selon Reid *et al.* (2015), il existe un lien fort entre la consommation d'alcool excessive et de boissons énergisantes. Ce lien serait particulièrement important chez les jeunes mineurs. Du côté de Luneke *et al.* (2019), leur revue de littérature sur la consommation d'alcool et de boissons énergisantes a démontré que la combinaison des deux boissons serait reliée à la consommation de drogues et à la conduite avec faculté affaiblie. De plus, ces boissons seraient particulièrement populaires chez les jeunes hommes. L'ajout de substances caféinées serait particulièrement attirant pour ces derniers, alors que la plupart des BSA sans caféine s'adressent généralement aux jeunes femmes.

Outre ces changements législatifs, la réglementation de la consommation d'alcool, de sa vente ou de sa production était dirigée vers la libéralisation du marché. Ces politiques publiques devaient alléger le fardeau sur les producteurs d'alcool, les vendeurs et les restaurateurs, comme l'a fait le projet de loi n° 170, où l'intérêt économique de l'industrie de l'alcool était l'enjeu principal.

#### Industrie alcoolique : l'impact d'une concurrence au sein du monopole de la Société des alcools du Québec

Avec l'apparition de BSA dans de grands formats ressemblant à des spiritueux, la Société des alcools du Québec s'est tout de suite prononcée pour empêcher la vente de ce type de produits. Ceci entrerait directement en concurrence avec ses produits et permettrait une accessibilité réduite à des produits hauts en alcool et de moins bonne qualité. Ces produits étaient également en contradiction avec la culture du goût proposée à la Société des alcools du Québec.

---

<sup>23</sup> C'est ce qui a permis au Groupe Geloso de mélanger du guarana dans les boissons FCKD UP. La présence de Guarana était toutefois très faible (Karen McIntyre, Santé Canada, Témoignage – HESA – 103, 2018). Nous en discuterons dans le chapitre IV.

Dès lors, la Société des alcools du Québec renforce sa représentation de la culture du goût en 2007 avec la création d'une classification des vins nommée « Pastilles de goût ». Le concept sera étendu à l'ensemble des succursales en 2009. Ces rondelles de couleur avec des indications gustatives comme « fruité et généreux » ou bien « aromatique et charnu » sont apposées près des étiquettes en magasin pour indiquer au consommateur le type de vins qu'il achète. Cette stratégie qui est devenue très populaire chez la clientèle de la Société des alcools du Québec a porté un nouveau souffle à la culture du goût en proposant aux consommateurs d'essayer plusieurs vins similaires à leurs achats habituels (SAQ, 2009).

La Société des alcools du Québec augmente considérablement ses ventes durant la période 2005-2017 : les ventes brutes passent de 2,54 à 3,1 milliards de dollars. La société d'État élargit également son offre de boissons alcoolisées alors que le nombre de produits disponibles durant cette période passe de 7633 à 13 300 produits (SAQ, 2005, 2019b). L'adoption de la culture du goût par la vente de vins a été particulièrement efficace. Le rapport annuel de 2013 ajoute que : « Le vin est d'ailleurs toujours le meilleur vendeur, car les clients l'ont adopté pour toutes les occasions » (SAQ, 2013). Le vin s'est ancré solidement dans les pratiques sociales des Québécois en très grande partie en raison des pratiques commerciales de la Société des alcools du Québec. Entre 2005 et 2017, la proportion de vente du vin dans les Sociétés des alcools du Québec passe de 71,7 % à 79 % (SAQ, 2005 ; 2019).

La Société des alcools du Québec continue de vouloir permettre aux clients de profiter d'un marché de l'alcool très diversifié en plus d'augmenter ses parts de marchés. Une concurrence au sein même de la Société des alcools du Québec s'est construite durant ces années. Deux stratégies utilisées par la Société des alcools du Québec illustrent bien cette concurrence : les produits Cellier et la carte de points-rabais Inspire. Les deux stratégies définissent bien la libéralisation du marché dans le contexte monopolistique de la Société des alcools du Québec<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Les produits Cellier sont une sélection de près de 9000 produits déterminés par la Société des alcools du Québec qui sont soit en quantité limitée ou dans un espace réservé en magasin pour promouvoir certains produits. Les prix des produits, en 2020, variaient entre 2,25 \$ et 3800 \$. Ces produits sont mis de l'avant dans les succursales dans l'espace Cellier, une section qui profite d'un très bon placement en magasin.

Bref, le contexte de la Société des alcools du Québec durant cette période en est un de compétition, de libéralisation du marché et de nombreuses promotions. Le monopole de la Société des alcools du Québec ne permet pas seulement de gruger des parts de marché aux produits vendus en épicerie et en dépanneur, mais également de créer une véritable compétition dans ses succursales obligeant certaines entreprises à opter de créativité pour bien faire reconnaître leurs produits que ça soit par des ententes avec la Société des alcools du Québec ou d'autres idées uniques. Prenons un dernier

Encadré 12 Les différentes bouteilles de Romeo's Gin<sup>25</sup>



exemple pour montrer les stratégies utilisées pour la promotion de produits à la Société des alcools du Québec. En 2016, le produit Romeo's Gin, un gin québécois, se démarque en adoptant des étiquettes colorées et changeant annuellement. Devant l'offre grandissante de gins, ce produit a permis de faire l'objet de plusieurs articles dans les

---

Les vins, spiritueux et autres boissons alcoolisées qui s'y retrouvent sont une sélection « d'arrivages, de trouvailles et de découvertes de partout à travers le monde qui feront le bonheur des curieux et amateurs » (SAQ, 2020). La présence de certains produits, la présentation de plusieurs vins en ligne dans cette section de produits « reconnus et sélectionnés » et la vente dans une section en succursale bien en vue a permis une compétition féroce à l'intérieur même de la Société des alcools du Québec entre certains vins et certains spiritueux.

La carte Inspire, quant à elle, est un système de points qui permet à un client d'accumuler de l'argent sur sa carte afin de profiter de produits à rabais ou gratuit lors de prochains achats. Alors que tous les achats effectués à la Société des alcools du Québec rapportent un minimum de points, certains produits vont spécialement donner un nombre de « points boni ». Ces produits sont mis de l'avant dans la succursale, dans les circulaires et sur le site web de la Société des alcools du Québec. Cette carte, en plus de permettre l'achat de produits alcoolisés gratuitement avec l'accumulation de points, une pratique interdite dans les épiceries et dépanneurs, crée une concurrence entre produits au sein même de la Société des alcools du Québec.

<sup>25</sup> Source : Duvernois.com

médias (Buchinger, 2016 ; Dumas, 2016 ; Pâris, 2017) et d'être tape-à-l'œil en succursale.

#### *La dégringolade des bars et de la consommation de bières*

Même si la proportion de bière vendue au Québec sur l'ensemble des boissons alcoolisées passe de 65,7 % en 1991 à 48 % en 2017 (voir encadré 6), ce n'est paradoxalement pas un signe de désintérêt de la part des consommateurs pour ce produit. En effet, malgré la baisse continue de consommation de bières, le nombre de microbrasseries a augmenté considérablement dans la province depuis la création des premières microbrasseries en 1986. Avec 8 microbrasseries actives en moyenne dans les années 1990 (Association des microbrasseries du Québec, 2015), ce nombre bondit à 33 en 2002 et atteint en 2017 un total de 190 microbrasseries (Association des microbrasseries du Québec, 2019).

Cet intérêt marqué pour les microbrasseries et les bières de qualité montre comment la représentation de la culture du goût s'est véritablement ancrée dans la manière de consommer de l'alcool chez les Québécois. Cette culture a modifié également les pratiques entourant la consommation. Alors que la consommation en famille et entre amis a été particulièrement mise de l'avant avec les principes de dégustation de l'alcool initiés par la Société des alcools du Québec, la consommation dans les bars et les autres débits de boissons a été quelque peu délaissée. Le nombre de débits de boissons (bar, tavernes, club) a diminué de 13 170 à 11 280 entre 2003 et 2016.<sup>26</sup> Durant cette période, le nombre de permis pour les brasseries et les distilleries est passé de 211 à 537.

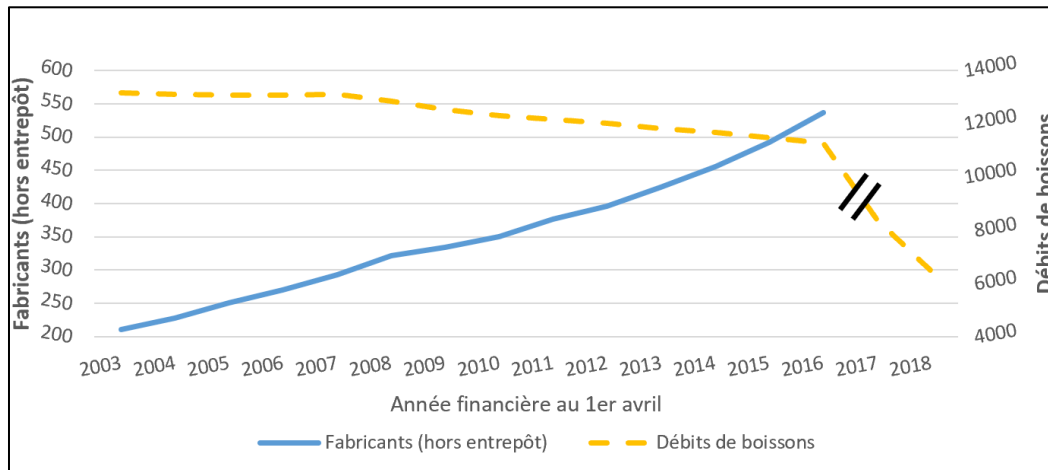
#### *La croissance des BSA : un nouveau marché extravagant, mais marginal*

Quant au BSA au Canada et au Québec, ce marché tient ses fondations sur trois compagnies qui détiennent 50,4 % des parts de marché : Diageo, Bacardi et Labatt Brewing. La BSA la plus vendue au Canada est la Smirnoff Ice (5 % d'alcool) qui prend à elle seule 23 % du marché des BSA (Euromonitor, 2019a).

---

<sup>26</sup> Il peut sembler contradictoire de voir une baisse des permis de débits de boisson et la hausse des microbrasseries. Toutefois, plusieurs microbrasseries adoptent le modèle des broues-pubs où ils offrent leurs produits brassés dans leur restaurant. Les permis de restaurant pour la vente de l'alcool sont différents des permis de débits de boissons.

*Encadré 13 Nombre de permis émis par la Régie des alcools, des courses et des jeux selon le type d'activité dans l'industrie alcoolique, (RACJ, 2004-2019)<sup>27</sup>*



Ces compagnies vendent des BSA qui, pour la plupart, dépassent rarement les 5 % d'alcool. Les produits ayant plus de 5 % d'alcool ont de très faibles parts de marché dans la catégorie des BSA. À titre d'exemple, la boisson Four Loko aux États-Unis prend 4,6 % des parts de marché dans la catégorie des BSA en 2019. Elle est la boisson à plus de 5 % d'alcool la plus populaire dans cette catégorie. C'est le même constat au Canada, bien que les données sur les boissons Four Loko et FCKD UP n'ont pas été rendues publiques, lors de l'année 2017, les boissons REV (7 %) et REV UP (10 %) avaient une part de marché de 4 % dans les BSA. Elles étaient les BSA de plus de 5 % d'alcool les plus populaires au pays (Euromonitor, 2019a).

Également, la popularité d'une nouvelle BSA semble toujours connaître un pic assez rapidement après sa mise en marché pour ensuite connaître d'importantes baisses dans les ventes (Euromonitor, 2019a ; Mojica-Perez et *al.*, 2020 ; Romanus, 2000). L'arrêt des entrées aux urgences reliées aux BSA après décembre 2017 selon une étude de cas à Sherbrooke semble confirmer cette tendance (Paradis, 2019)

Ces boissons obtiennent toutefois, lors de leur mise en marché, une popularité quasi instantanée. Certaines études confirment les stratégies entreprises par les

<sup>27</sup> Un changement dans l'émission des permis, notamment par l'abolition des permis de taverne et de brasserie a causé la chute des permis entre 2016 et 2017. Entre 2017 et 2018, le nombre de débits de boissons a diminué de 23 %.

producteurs pour mettre de l'avant leur produit, du moins dans les premières années de sa mise en vente (Mosher et Johnsson, 2005 ; A. Smith et *al.*, 2005 ; K. C. Smith et *al.*, 2014). La stratégie des BSA se résumerait dans les « 4 P » du marketing : Produit, promotion, placement/disponibilité et prix (Mosher et Johnsson, 2005).

Les BSA proposent un *produit* haut en couleur et qui jumelle les saveurs des boissons gazeuses et de l'alcool. Les producteurs de ces boissons affirment qu'ils ne visent pas les jeunes (Touzin, 2017b) malgré qu'ils avouent que les BSA sont particulièrement conçues pour les « nouveaux buveurs » (Mosher et Johnsson, 2005). Ce genre de boisson reste toutefois particulièrement populaire chez les jeunes et est reconnu chez les adultes comme une boisson visant les jeunes (Jones et Reis, 2012 ; Mosher et Johnsson, 2005 ; A. Smith et *al.*, 2005).

La *promotion* des BSA semble également viser les jeunes. Des sites internet colorés, une présence massive sur les médias sociaux et des associations avec des artistes populaires chez les jeunes caractérisent la promotion des BSA (Bergeron, 2018 ; Lacroix, 2017b ; Mosher et Johnsson, 2005). Bien que désuète, l'étude de Mosher et Johnsson (2005) montre que les jeunes aux États-Unis avaient trois fois plus de chances de faire face à une publicité sur les BSA que les adultes. De plus, les messages de consommation responsable publicisée par l'entremise de ces produits semblent souvent cacher la promotion des BSA aux États-Unis (K. C. Smith et *al.*, 2014).

Au niveau du *placement* de produit, les BSA ont la particularité d'être bien visibles dans les points de vente. Comme au Québec, les BSA sont vendues à travers le monde généralement dans les dépanneurs, épiceries et stations-service exposées dans des présentoirs colorés ou des réfrigérateurs vitrés bien en vue (A. Smith et *al.*, 2005).

Finalement, le *prix* constitue certainement l'aspect le plus important dans la stratégie marketing des producteurs de BSA. Ces boissons sont disponibles pour un faible prix, et ce, peu importe le lieu de la vente (Rossheim, Thombs et *al.*, 2019). Dans un marché aussi compétitif, le prix des BSA représente l'avantage principal pour leurs consommateurs (Jones et Reis, 2012 ; Rossheim, Thombs et *al.*, 2019 ; Skov et *al.*, 2011). Le manque d'études canadiennes sur le prix des boissons alcoolisées ne nous permet pas de faire une comparaison systématique des prix, mais l'étude américaine de

DiLoreto et al. (2012) nous permet de comprendre comment les BSA ont un prix par consommation standard faible en comparaison à d'autres boissons.

*Tableau 1 Prix moyens et minimums par consommation standard selon le type de boissons alcoolisées, États-Unis, 2012, (DiLoreto et al., 2012)<sup>28</sup>*

Type de boissons	Prix moyen par consommation standard (US \$)	Prix minimum par consommation standard (US \$)
<b>Bière</b>	0,62	0,44
<b>Boissons sucrées alcoolisées</b>	1,01	0,31
<b>Gins</b>	1,26	0,32
<b>Vins de table</b>	7,71	0,42
<b>Vodka</b>	1,05	0,31

Comme indiqué dans le tableau 1, aux États-Unis, les BSA sont le type de boissons le moins dispendieux par consommation standard sur le marché quand on regarde le prix minimum, à égalité avec la vodka. En considérant la moins grande accessibilité de la vodka et du gin, tous deux à des prix minimums très bas, les boissons sucrées alcoolisées représentent une boisson particulièrement efficace dans la culture de l'ivresse. Non seulement les prix des boissons sont bas, mais elles peuvent être achetées dans des formats individuels à consommation ponctuelle limitant le prix total de l'achat alors que les spiritueux sont généralement vendus dans de grands formats pour consommation sur plusieurs occasions.

Bien que ce type d'information ne soit pas disponible au Québec, les prix minimums sur la bière peuvent nous indiquer le meilleur prix auquel une BSA pouvait être vendue. En effet, les BSA sont assujetties au prix minimum sur la bière parce qu'elles sont généralement faites à base de malt.

<sup>28</sup> L'étude de DiLoreto et al. liste le prix de 17 différents types de boissons. Nous avons fait une sélection pour comparer les boissons les moins dispendieuses.

*Tableau 2 Prix minimum de la bière vendue par les titulaires de permis d'épicerie par consommation standard, Québec, 2017 et 2020 (RACJ, 2017 ; 2019)*

Pourcentage d'alcool	Prix minimum par consommation standard en dollar canadien (\$)	
	2017	2020
<b>moins de 4,1 % d'alcool par volume</b>	<b>1,24</b> (4 % d'alcool)	<b>1,32</b> (4 % d'alcool)
<b>au moins 4,1 % et au plus 4,9 %</b>	<b>1,29</b> (4,1 % d'alcool)	<b>1,37</b> (4,1 % d'alcool)
	<b>1,08</b> (4,9 % d'alcool)	<b>1,14</b> (4,9 % d'alcool)
<b>plus de 4,9 % et au plus 6,2 %</b>	<b>1,09</b> (5 % d'alcool)	<b>1,16</b> (5 % d'alcool)
	<b>0,91</b> (6,2 % d'alcool)	<b>0,93</b> (6,2 % d'alcool)
<b>plus de 6,2 % d'alcool par volume</b>	<b>0,47</b> (11,9 % d'alcool, maximum permis pour les BSA)	<b>0,88</b> (7 % d'alcool, maximum permis pour les BSA)

Le prix minimum sur la bière au Québec n'est pas ajusté pour les boissons ayant plus de 6,2 % d'alcool par contenant. Ainsi, en 2017, avant l'arrivée de la boisson FCKD UP, le prix minimum par consommation standard pouvait descendre jusqu'à 0,47 \$. Pour une canette de 568 ml à 11,9 % d'alcool, il était permis de vendre une BSA pour 1,89 \$. Le prix est donc un avantage particulièrement intéressant pour les producteurs de BSA et le système de prix minimum du Québec offrait l'opportunité de vendre des BSA à des prix très compétitifs.

#### Consommation d'alcool : craintes et inquiétudes face aux BSA

La consommation de vins a augmenté de 21 % chez les Québécois entre 2005 et 2017. C'est tout le contraire du côté de la bière alors qu'elle a connu une diminution de 12,8 %. La proportion de la consommation de bière descend drastiquement atteignant 49 % en 2017 alors que cette proportion était à 59 % en 2005 (voir encadré 6). La consommation d'alcool a toutefois augmenté depuis 2005, principalement en raison de

la hausse de la consommation de vins. En effet, en 2005 la vente d'alcool pur par personne de 15 ans et plus est de 7,8 litres, un nombre qui oscille entre 8,3 et 8,6 durant les années 2010. C'est un niveau de consommation qui n'a pas été atteint depuis 1988 lors de la baisse de la consommation d'alcool des années 1980. Les Québécois ont donc dépassé et agrandi l'écart avec l'Ontario en ce qui a trait à la consommation d'alcool : en 2017, les Québécois consomment 9,4 % plus d'alcool que les Ontariens (voir encadré 7). La libéralisation du marché et la hausse des promotions et des stratégies pour mousser les ventes de la Société des alcools du Québec ne sont certainement pas étrangères à ce constat.

### *Le façonnement de la culture de l'ivresse*

Les BSA, bien que marginales, sont de plus en plus présentes sur les tablettes à partir de 2005, aux États-Unis comme au Canada. Ceci a mené à des questionnements et des inquiétudes concernant ces boissons qui ont rapidement fait l'objet d'études scientifiques. En plus d'avoir une offre de produits intéressante, les consommateurs de BSA peuvent profiter de prix avantageux. Ces éléments font des BSA une boisson représentant très bien les caractéristiques de la culture de l'ivresse pour certains chercheurs en santé publique. Les pratiques associées à la culture de l'ivresse sont grandement étudiées alors que plusieurs chercheurs croient que cette consommation dite excessive chez les jeunes aurait de grandes conséquences néfastes à court terme (intoxication grave, hospitalisations, accidents, blessures) et à long terme (cirrhose, dépendance, problèmes sociaux et familiaux, décès).

Pour Jones et son groupe de recherche (Jones et *al.*, 2012 ; Jones et Barrie, 2011 ; Jones et Reis, 2012), plusieurs facteurs expliquent le choix des BSA comme boisson favorite chez bien des jeunes. Le goût serait de loin la raison principale suivie du taux d'alcool (surtout chez les garçons) et du prix. C'est principalement l'ajout de sucre qui rend le goût de ces boissons attirant pour les jeunes. Dans les boissons Four Loko et FCKD UP, le taux de sucre est de 114 grammes pour un litre (114 g/L). À titre d'exemple, une autre boisson de malt plus courante, la Smirnoff Ice en contient 78 g/L.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> À titre indicatif, une bouteille de Coca-Cola original contient 109 g/L de sucre.

De plus, les jeunes qui consomment des BSA dénotent des bénéfices sur leur capacité à fêter plus tard, à avoir un regain d'énergie avant de sortir dans les bars et à être ivre plus rapidement (Jones et *al.*, 2012). Pour ces chercheurs, il existerait deux grandes catégories de BSA en Australie, une catégorie populaire chez les jeunes femmes et l'autre chez les jeunes hommes. Les boissons plus fortes en alcool seraient plus populaires chez les hommes alors que les femmes préféreraient les boissons colorées, à saveur de fruits prononcés et avec un plus faible taux d'alcool.

Dans le contexte québécois, il existerait également une distinction entre des boissons plus « féminine » et plus « masculine ». Au Québec, les boissons destinées aux jeunes femmes sont non seulement fruitées, mais l'emballage met l'aspect fruité de l'avant. Le pourcentage d'alcool est généralement plus faible et ces BSA sont vendues dans des canettes de bière standards (petite et grande). Chez les boissons destinées aux jeunes hommes, bien que les saveurs fruitées soient parfois dominantes, l'emballage est généralement moins coloré. De plus, l'inscription de la saveur fruitée et son image sont absentes ou mises au second rang. Le pourcentage de l'alcool est généralement plus élevé et est vendu parfois dans des canettes de type *Red Bull* (canette allongée) avec du guarana dans le but de ressembler à des boissons énergisantes.

Selon Metzner et Kraus (2008), malgré que ces auteurs supportent que les jeunes aient développé une attirance pour ces boissons en raison de leur goût fruité, leur taux d'alcool et leur prix compétitif, il n'y aurait pas d'évidence scientifique qui permettrait de dire que ces boissons sont nécessairement plus dommageables pour la santé publique que toute autre consommation d'alcool.

Enfin, Rossheim, Greene et *al.* (2019), pense tout le contraire et croit que les BSA, surtout ceux dans de grands formats, comme Four Loko, doivent être sévèrement réglementé parce qu'ils posent un danger pour les jeunes. Ces auteurs démontrent que la grande majorité des consommateurs de BSA vont commencer à boire ce genre de boissons avant l'âge légal.

Encadré 14 Les boissons Octane 10.0 et Madjack



La boisson Octane 10.0, en 2017, contenait du guarana et 10 % d'alcool dans une canette sombre sans saveur mise de l'avant sur l'emballage tandis que la boisson Madjack au melon d'eau et kiwi contenait 5 % d'alcool dans une canette colorée où les saveurs fruitées sont mises en valeur. Source : bluespike.com et iga.net

Bien que ces études soient intéressantes pour comprendre les raisons qui poussent à boire des BSA chez les jeunes, le contexte social est souvent mis de côté pour expliquer la consommation de ce type de boisson. La construction de la culture de l'ivresse et la place des BSA dans cette culture sont très complexes.

*Jeunes, BSA et consommation excessive*

La consommation des jeunes de BSA semble refléter des changements sociohistoriques qui tendent à justifier incorrectement les raisons pour lesquelles les jeunes consomment ce genre de produits alcoolisés. Il est difficile d'établir que la consommation d'alcool est à présent « plus dangereuse » (ASPQ, 2018a ; Vaillancourt, 2017), plus « à risque » (Albers et *al.*, 2015) ou « nouvelle » (Measham et Brain, 2005).

En général, la consommation d'alcool des jeunes bousculerait l'ordre public (Berridge et *al.*, 2009) selon les autorités légitimées (Blumer, 1971). Gusfield (1984) l'a

d'ailleurs démontré dans ses études sur la construction comme problème public de l'alcool au volant. Il montre comment ce phénomène s'est transformé en problème en portant le blâme sur les individus ayant consommé au volant plutôt que sur les actions (ou inactions) de l'État.<sup>30</sup>

En effet, le contexte social dans lequel les jeunes consomment semble s'être modifié et dès lors, les comportements des jeunes sont devenus problématiques pour les autorités et une partie de la population. Pensons au fait que les jeunes qui consomment des BSA affirment le faire généralement dans des endroits privés (Jones et Reis, 2012). Leur épisode de consommation se fait dans des environnements non ou peu contrôlés ce qui ne plaît pas non plus aux experts en santé publique (Hughes et *al.*, 1997). Chez ceux qui se rendent dans les bars, leur présence dans les centres-villes est habituellement précédée d'un rituel social appelé « *predrinking* » où des consommateurs vont se rassembler dans un endroit privé pour s'enivrer avant d'aller au bar (Labhart et *al.*, 2014). Ceci permet d'économiser alors que les prix des boissons au bar sont habituellement plus élevés que ceux en magasin. Des jeunes peuvent donc passer le reste de leur soirée dans des bars sans se commander un seul verre d'alcool sur place. D'ailleurs, les BSA sont rarement disponibles dans les bars au Québec. Les boissons Four Loko et FCKD UP n'ont jamais été destinées aux bars et restaurants. Cependant, la présence des jeunes près des bars dans les centres urbains dérange le voisinage et les autorités publiques qui doivent contrôler leurs comportements (Berridge et *al.*, 2009).

L'ensemble de ces éléments ont contribué à classer les BSA comme une boisson faisant partie de la culture de l'ivresse et favorisant la consommation excessive. Ces boissons, dans plusieurs cas, ont des quantités d'alcool qui dépassent les limites recommandées par la santé publique. Ainsi, certaines études montrent que la consommation de ce type de boisson amène les jeunes à sous-estimer leur taux

---

<sup>30</sup> Par exemple, Gusfield (1984) indiquait que l'alcool au volant était criminalisé et construit comme un méfait individuel. Pourtant, le choix est limité pour les personnes qui ont consommé de l'alcool et qui souhaitent se déplacer. En effet, durant la nuit, malgré une industrie basée sur la fête nocturne, les taxis sont très dispendieux, les services d'autobus sont indisponibles et les bars n'ont aucune responsabilité quant au retour à la maison de ses clients. De plus, les routes sont mésadaptées pour la conduite avec facultés affaiblies (par la fatigue, l'alcool ou d'autres substances) et les voitures sont également conçues pour une conduite avec des facultés complètes, même si le mode de vie en demande autrement.

d'alcoolémie (Rossheim, Greene et *al.*, 2018 ; Rossheim et Thombs, 2018). Les jeunes consommateurs seraient également plus enclins à subir des blessures ou à avoir des problèmes de santé (Albers et *al.*, 2015 ; Lensvelt et *al.*, 2016). Autrement, ces boissons feraient partie de la culture de l'ivresse, portées par le risque et l'excès, un risque qui passe par une évaison du corps, le repoussement des limites par la consommation d'alcool (Le Breton, 2013).

#### *L'émergence de la construction sociale d'une consommation excessive chez les jeunes*

Ce lien étroit entre la consommation des jeunes et la consommation excessive s'est construit dans les dernières années après l'actualisation du terme « consommation excessive » (*binge drinking*). Il importe de bien comprendre l'émergence de ce lien et de la construction sociale de la consommation excessive comme problème social dans les dernières années.

Toutefois, il est nécessaire, avant d'expliquer cette émergence, de différencier le concept de consommation excessive de la mesure de la consommation excessive. **Le concept de la consommation excessive** réfère à une modalité de consommation qui pose des risques pour la santé mentale, augmente les risques de blessures à soi et à autrui, peut causer des difficultés académiques chez les jeunes, des risques liés à la santé sexuelle, des problèmes neurocognitifs et peut mener à long terme à une dépendance à l'alcool (Tessier et *al.*, 2016). Ce sont les conséquences rapportées et utilisées pour décrire la consommation excessive et ses risques par l'Institut national de santé publique du Québec et Santé Canada. **La mesure de la consommation excessive** réfère, quant à elle, à la consommation de 5 verres standards d'alcool pour les hommes et 4 pour les femmes lors d'une même occasion, calculée généralement sur son occurrence au cours d'une année (Statistique Canada, 2019). Nous expliquons maintenant l'émergence du concept de la consommation excessive, suivi de l'histoire de la mesure de la consommation excessive.

Du côté de la consommation d'alcool spécifique aux jeunes, l'augmentation de leur présence dans les centres urbains dans les années 1990, liée particulièrement à la revitalisation des commerces et des bars et l'embourgeoisement de certains centres-villes, entraîne des conflits entre les autorités, les résidents et les jeunes consommateurs

qui s'y rendent la nuit. La création d'un désordre public « hors de contrôle » oblige les autorités et les commerçants à investir pour assurer un contrôle social et éviter les désagréments causés par l'industrie du *nightlife* (Jayne et *al.*, 2006). Cette situation amène à l'émergence d'une problématique sur la consommation des jeunes (Berridge et *al.*, 2009). Rappelons-nous également que c'est dans ces mêmes années que les premières BSA arrivent dans différents pays occidentaux, des boissons qui visent les jeunes et les femmes particulièrement.

La « consommation excessive » des jeunes ne serait toutefois pas nécessairement nouvelle. Aucune preuve à cet effet ne montre que, sur le long terme, la consommation des jeunes serait relativement plus élevée qu'avant les années 1990. Certains ouvrages datant du début du XXe siècle mettent de l'avant déjà la propension des jeunes à tester les limites de leur consommation (Dalleau, 2019). Ce même constat apparaît également au XIXe siècle alors que « le problème social de l'alcool » apparaît pour permettre de développer les centres urbains en essayant d'éliminer les désagréments causés par des individus alcooliques qui occupaient certains de ces endroits (Jayne et *al.*, 2006).

Du côté des statistiques sur la consommation d'alcool, il n'existe pas de données au Canada sur la mesure de la « consommation excessive » avant 1994. Ce terme a commencé à être utilisé au Canada dans les années 1990, au même moment où la consommation des jeunes est depuis peu perçue comme problématique et à risque. Dans le cas des BSA, cette mesure a été utilisée à de nombreuses reprises pour expliquer comment que ces boissons participaient à un mode de consommation excessive. Nous pensons toutefois que la mesure de la consommation excessive ne peut expliquer à elle seule le contexte entourant la consommation de BSA. De plus, autant chez les chercheurs que dans les médias, le concept de consommation excessive et sa mesure sont souvent confondus (April et *al.*, 2010 ; Boutroy, 2018 ; Daoust-Boisvert, 2016 ; Tessier et *al.*, 2014, 2016).

#### *Consommation excessive au Québec et au Canada : courte histoire d'une mesure*

Il est important de comprendre cette histoire de la mesure de consommation excessive puisqu'elle est centrale à l'émergence du problème de la consommation des jeunes, mais également à celle des BSA. C'est avec l'Enquête nationale sur la santé de

la population (ENSP) au Canada en 1994 que les statistiques sur la mesure de consommation excessive, soit la « consommation de 5 verres standards lors d'une occasion » commencent à être compilées (Statistique Canada, 2010). L'appellation de la mesure devient plus couramment utilisée en 2004 après l'officialisation par le *National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism* (NIAAA) aux États-Unis de la notion de *binge drinking* en référant à la consommation de 5 verres standards d'alcool pour les hommes et 4 verres standards pour les femmes dans l'espace de deux heures. Le Canada va adopter ce standard qui précise le nombre de verres selon le sexe pour sa mesure en 2013<sup>31</sup>. La mesure canadienne de la consommation excessive référera tout de même à la consommation lors d'une « occasion » et non sur deux heures. De plus, l'utilisation du terme « consommation abusive » devient plus courante à partir de 2013 par Statistique Canada. Dès lors, l'abus d'alcool semble se rapporter davantage à une faute individuelle qu'à une mauvaise utilisation de l'alcool comme le laissait entendre le terme de « consommation excessive ».

Durant ces nombreuses années d'utilisation, la mesure est toutefois mal interprétée par certains chercheurs et certains médias qui voit dans la mesure de consommation excessive, une pratique nécessairement à risque, dangereuse et comparable pour différents individus et groupes d'individus. En effet, cette mesure ne réfère pas à la modalité complète de la consommation excessive, donc à son concept, mais plutôt à la consommation d'un nombre de verres dans un temps indéterminé. Cette mesure n'informe pas de l'aspect subjectif de l'intoxication et ne prend pas en compte le poids, la capacité à absorber l'alcool et l'âge des consommateurs. Des liens entre la violence, le suicide, les problèmes de santé sont tout de même souvent tissés par les différents experts avec cette mesure. Bien qu'il soit possible que la consommation excessive, telle que le concept le définit, puisse mener à des conséquences graves, la mesure de consommation excessive est un outil incomplet pour déterminer les

---

<sup>31</sup> Il faut toutefois noter que même si le Canada a pris des calculs similaires pour mesurer la consommation excessive, les verres standards américain et canadien sont différents. Le verre standard américain est de 14 grammes (g) d'alcool et celui du Canada est de 13,6 g. Plusieurs pays en Occident utilisent toutefois le verre standard de l'Organisation mondiale de la santé qui est de 10 g (Kalinowski et Humphreys, 2016).

problèmes de consommation chez les jeunes. Voici quelques exemples d'études scientifiques décrivant la mesure de la consommation excessive.

La consommation excessive des jeunes mérite une attention particulière. Ce mode de consommation<sup>32</sup> est plus fréquent chez les jeunes adultes que dans les autres groupes de la population (Statistique Canada, 2010). La consommation excessive est associée à des traumatismes intentionnels, c'est-à-dire à la violence interpersonnelle et aux suicides (WHO, 2011). (Tessier et al., 2014)

Cette façon de boire [la mesure de la consommation excessive] est associée à une augmentation des comportements ayant des conséquences nuisibles pour la santé des individus (notamment l'hépatite aiguë alcoolique pouvant conduire à la défaillance hépatique et au coma, voire à la mort) ou des conséquences sociales (Dubé et al., 2007, p. 84).

La consommation excessive d'alcool est un mode de consommation fréquemment rapporté par les adolescents et les jeunes adultes. En plus, des comportements à risque souvent associé à l'alcoolémie élevée comme dans les cas de conduite avec les facultés affaiblies, les bagarres ou les relations sexuelles à risque, la consommation excessive d'alcool chez les jeunes peut engendrer des effets chroniques à long terme comme des problèmes de développement neurologique, des problèmes de sommeil ainsi que de la dépendance à l'alcool. Des impacts sociaux tels que les difficultés et le décrochage scolaire sont également liés à ce comportement. (Tessier et al., 2014)

Ce mode de consommation, généralement défini comme la consommation de 5 verres ou plus par occasion chez les hommes et de 4 verres ou plus par occasion chez les femmes, élève la concentration d'alcool dans le sang à des niveaux dangereux autant pour le buveur que pour la société et est associé à des conséquences sociales et de santé importante. (Tessier et al., 2016)

Malgré les dires de ces experts, cette mesure ne se rapporte non pas à un mode particulier de consommation, mais tout simplement à un nombre de consommations standards dans un temps indéterminé. Bien que cette mesure ne soit pas anodine, elle ne permet pas de comprendre entièrement la consommation excessive et encore moins de différencier les jeunes consommateurs ayant « une ivresse dite “simple” (phase d'excitation et d'incoordination psychomotrice) [d'une ivresse dite] “pathologique” (violence, amnésie [*blackout*]) » (Dalleau, 2019, p. 66).

Malgré les difficultés à établir une relation entre la consommation excessive et un mode de consommation particulier chez les jeunes, la représentation sociale de la consommation excessive est bien ancrée dans la culture de l'ivresse et les BSA perpétuent cette représentation. Les boissons Four Loko et FCKD UP représentaient très bien la culture de l'ivresse ce qui permet de construire la consommation des BSA rapidement comme un problème public.

---

<sup>32</sup> Nous surlignons.

## **La crise des BSA et la réévaluation du libre marché (2017-2020)**

### Gestion étatique de l'alcool : repenser les pratiques de l'industrie

L'année 2017 marque le début des inquiétudes sur les BSA Four Loko et FCKD UP au Québec. L'amendement ajouté au projet de loi n° 170 et le règlement adopté par Santé Canada ont mené à des réflexions dans le milieu de l'alcool autant en santé publique, dans l'industrie et dans les gouvernements.

En même temps que l'amendement du projet de loi n° 170 sur les BSA, les ministres de la Sécurité publique et de la Santé et des Services sociaux du Québec ont ordonné la création d'un comité consultatif à la Régie des alcools, des courses et des jeux pour repenser le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs* en matière de boissons alcooliques. L'objectif de ce comité était de réfléchir aux pratiques des entreprises concernant la vente d'alcool, notamment en ce qui a trait aux mineurs suivant la mort d'Athena Gervais. Le comité s'est rencontré à partir de l'été 2018 et les rencontres du comité se sont terminées avant le 31 mars 2020. Ce comité s'est rencontré de façon confidentielle et aucune information concernant les décisions prises sur ce comité n'a pu être obtenue. En date du 12 février 2020, nous avons mis la main sur la liste des organismes présents dans le comité consultatif.

Parmi les organismes présents, 13 représentent l'industrie en plus d'Éduc'alcool, un seul est un organisme communautaire de santé publique et trois ministères assistent également aux rencontres. Au début de l'année 2020, deux articles du Journal de Québec font part du retrait de l'Institut national de santé publique du Québec. On y indique que : « la Régie des alcools, des courses et des jeux a perdu de vue l'objectif initial des consultations. L'Institut national de santé publique du Québec a également admis s'être retiré du groupe devant "les difficultés d'arrimage entre les motivations des organismes à mission sociale ou de santé et celles de l'industrie de l'alcool" » (Lajoie, 2020). Ils ne sont toutefois pas le seul groupe à s'être retirés du comité. Le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances en plus de la Direction générale de la santé publique du Ministère de la Santé et des Services sociaux se sont également retirés.

Tableau 3 Liste des participants au comité consultatif sur la révision du Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques, février 2020

Association des brasseurs du Québec	Restaurants Canada
Association des détaillants en alimentation du Québec	Conseil canadien du commerce de détail
Association des marchands, dépanneurs et épiciers du Québec	Conseil de la transformation alimentaire du Québec
Association des microbrasseries du Québec	Corporation des propriétaires de bars, brasseries et tavernes du Québec
Association des négociants embouteilleurs de vins	Éduc'alcool
Association restauration Québec	Fédération canadienne de l'entreprise indépendante
Association pour la santé publique du Québec	Ministère de l'économie et de l'Innovation
Association québécoise des dépanneurs en alimentation	Ministère des Finances
Producteurs de cidre du Québec	Ministère du Conseil exécutif (Secrétariat à la jeunesse)

Les bouleversements de ce comité consultatif expriment bien les conflits qui existent entre la santé publique et l'industrie alcoolique. Les inquiétudes de la santé publique sur la place de l'industrie dans les décisions pour la promotion de l'alcool montrent également qu'une situation similaire au cas des boissons Four Loko et FCKD UP pourrait se reproduire. Les recommandations du rapport de la Régie des alcools, des courses et des jeux n'ont pas été divulguées encore. Ils semblent toutefois qu'une réévaluation du libre marché, notamment en ce qui a trait à la publicité et l'étiquetage, pourrait se perpétuer à la suite de l'interdiction de vente des BSA de plus de 7 % d'alcool.

Industrie alcoolique : les BSA, plus encadrées, mais encore plus populaires

Entre 2017 et 2020, la proportion de vente de vins à la Société des alcools du Québec connaît une baisse passant de 79 % à 77,9 %. Ceci s'explique par la montée en

popularité des BSA à base de spiritueux et des gins. En 2018, les BSA à base de spiritueux et les *coolers* comptaient pour 4,2 % des ventes de la Société des alcools du Québec et passent à 4,9 % en 2019. Du côté des gins, leur part de vente à la Société des alcools du Québec passe à 1,21 % en 2019, une hausse de 10,6 %. La soudaine popularité des gins québécois explique cette tendance. Du côté des BSA à base de spiritueux, l'arrivée de deux types de produits a changé le profil du marché dans les Sociétés des alcools du Québec : les boissons de type *hard saltzer* et les BSA à base de spiritueux québécois nommées « prêt-à-boire » dans les Sociétés des alcools du Québec.

Les boissons de type *hard saltzer* sont des breuvages alcoolisés à l'eau pétillante à différentes saveurs fruitées qui ressemblent curieusement aux BSA, mais sans le sucre et les additifs énergisants. Ces boissons sont soit à base de malt ou à base de spiritueux. Elles ont été particulièrement populaires en 2019 aux États-Unis et la tendance semble se développer au Québec. Les producteurs des *hard saltzers* mettent l'accent sur la « pureté de l'eau » et l'aspect « naturel » et « santé » de ce type de boissons. Tout comme les BSA, les *hard saltzers* visent à créer un nouveau marché. La compétition directe des *hard saltzers* sont les bières sans alcool ou à faible teneur en alcool qui mettent également l'accent sur l'aspect santé de leurs produits, souvent en décrivant leur produit comme faible en calorie. Les *hard saltzers* semblent s'intégrer à la culture du goût où la consommation reste dans un cadre « responsable ».

Quant aux BSA à base de spiritueux, ces produits vendus dans les Sociétés des alcools du Québec ne cessent d'augmenter en popularité et sont mis de l'avant par la Société des alcools du Québec comme un produit ayant « un intérêt marqué » et « dont les gammes ne cessent de se diversifier et de charmer » (SAQ, 2019, p. 21). La Société des alcools du Québec vend à présent 18 BSA à base de spiritueux québécois avec une saveur de fruits (7 % d'alcool) et qui ressemblent aux BSA que l'on retrouve en épicerie. Cependant, leur consommation doit, pour la Société des alcools du Québec, appartenir à la culture du goût. La vente de ces produits semble montrer une volonté de la part de la Société des alcools du Québec d'entrer les BSA comme produit de la culture du goût. En effet, à l'égard des *hard saltzers*, les fabricants de ces boissons affirment qu'elles sont de « qualité supérieure », « naturel » et « pure ».

*Encadré 15 Publicité en ligne pour la boisson alcoolisée à l'eau gazéifiée Nütrl*



Cette publicité de la boisson à base de malt Nütrl, vendue en dépanneur, met l'accent sur les activités qui peuvent entourer la consommation de cette boisson, soit le sport et le bricolage DIY (do it yourself). L'emballage épuré sert à montrer la pureté et le naturel rattaché à la boisson.

Le dernier élément qui montre comment la Société des alcools du Québec s'est approprié certaines pratiques adoptées par la culture de l'ivresse est leur page web de recettes Espace cocktail. Sur cette page web, plus de 890 cocktails sont présentés, souvent très sucrés, et ayant des goûts similaires aux BSA. La Société des alcools du Québec explique que « les initiatives commerciales mises de l'avant au cours des dernières années pour favoriser la découverte des cocktails et des spiritueux fins ont contribué à la croissance [des spiritueux] » (SAQ, 2019, p. 30). L'Espace cocktail a fait l'objet de publicités et offre la chance à qui le souhaite de consulter des recettes de cocktails en fonction des types boissons alcoolisées, de divers thèmes comme « soirée de gars » ou bien « Halloween ». La Société des alcools du Québec souhaite continuer à mettre de l'avant l'aspect du goût, mais à travers des pratiques de la culture de l'ivresse. La libéralisation du marché, bien que freiné par le cas des boissons Four Loko et FCKD UP, continue son

cours, mais les BSA semblent avoir été réappropriées par la Société des alcools du Québec pour changer les habitudes entourant cette boisson.

*Tableau 4 Liste des principales BSA disponibles au Québec (non exhaustive), 2020<sup>33</sup>*

BSA aromatisées	BSA avec présence de guarana  (haut taux d'alcool, visent les jeunes hommes)	BSA avec prédominance de saveurs fruitées  (faible taux d'alcool, visent les jeunes femmes)	BSA à base de spiritueux québécois
Bacardi Breezer <b>Beach Day Every Day</b> Bulles de nuit Hey Y'all thé glacé <b>Kamouraska Soda</b> Original Clubtails <b>Pepito</b> Pepito Sangria Poppers Ice Smirnoff Ice <b>Westcoast Sangria</b> <b>Tiki Bar</b> <b>Shaker Mixologie</b>	Octane 7.0 Rev	Twisted Tea <b>Palm Bay</b> Madjack Bella Amari <b>Self</b>	<b>Waxwing Bohemian Gin et Tonic</b> <b>BleuRoyal Gin et Tonic</b> <b>Les Spiritueux Iberville Amermelade Spritz</b> <b>Menaud Drav D98</b> <b>Monsieur Cocktail</b> <b>Noroi</b> <b>Oshlag Ginto</b> <b>Pur Vodka Moscow Mule</b> <b>Seventh Heaven Fizz</b> <b>Spritz Les Îles</b> <b>Wabasso Gin Ginger</b> <b>Beach Bum</b>

<sup>33</sup> Les boissons indiquées en gras ont été lancées dernièrement ou ont mis sur le marché de nouveaux types de boissons (ex. Palm Bay Tropix, Kokomo cocktail).

## Consommation d'alcool : les BSA, une tendance éphémère ?

La consommation de BSA dans les dernières années a fait l'objet de quelques recherches, mais il reste difficile de quantifier l'impact ainsi que la croissance de ce marché hors des Sociétés des alcools du Québec. Le contexte social entourant sa consommation évolue toutefois et permet de comprendre certaines pratiques sociales de la culture de l'ivresse au Québec comme ailleurs.

Rossheim, Gonzalez-Pons et *al.* (2019) ont compilé des vidéos de calage de BSA sur YouTube et démontrent que la consommation rapide en quelques minutes, voire quelques secondes est partie prenante dans la consommation de BSA, particulièrement la boisson Four Loko. Rossheim et Thombs affirmaient en 2013 que ce genre de pratique était possible chez les jeunes par l'absence de réactions de vomissement et de haut-le-cœur chez les jeunes parce que le goût de l'alcool était masqué. Le fait que ce genre de pratiques se trouve sur YouTube agirait comme « publicité » pour les BSA chez les jeunes. Paradis (2019) pense toutefois qu'au Québec, ce genre de vidéos, en plus de la présence massive des BSA dans les médias auraient découragé la consommation de ces boissons.

Il serait intéressant pour compléter le portrait de la consommation d'alcool des jeunes depuis le retrait des BSA Four Loko et FCKD UP de comprendre les changements dans la consommation des jeunes au Québec. Certaines études récentes ailleurs dans le monde nous donnent un aperçu de l'impact du retrait de certains types de BSA à haute teneur en alcool. Du côté de Mojica-Perez, Callinan et Livingston (2020), leur étude sur les différences de consommation d'alcool chez les jeunes avant et après l'implémentation de l'*alcopop tax* en Australie montre que la baisse de la consommation de BSA avait commencée avant même l'arrivée des politiques publiques. Ceci appuie l'hypothèse de Paradis (2019) qui indique qu'au Québec, dans une étude de cas à Sherbrooke, la baisse des entrées à l'urgence reliées aux BSA aurait commencé en juillet 2017, bien avant l'interdiction des boissons Four Loko et FCKD UP.

Le contexte québécois actuel en matière d'alcool reste tout de même un des modèles de ventes d'alcool les plus libéralisés au Canada et en Amérique du Nord. Pour

mieux saisir l'impact des BSA sur la consommation des jeunes, il importe de mieux étudier le contexte social duquel les jeunes consomment.

\* \*

\*

Avec la mise en place de la Commission des liqueurs en 1921, le Québec adoptait un modèle de réglementation qui se différenciait de tout ce qui existait en Amérique du Nord en termes de gestion de l'alcool. Cette approche a grandement influencé la consommation des Québécois pour les années à venir. La latitude laissée à certaines industries, comme celle de la bière, a mené à des produits alcooliques qui ne cadraient pas avec la représentation de la consommation d'alcool normative. La présence de ces produits a mis en lumière l'opposition entre la culture du goût et la culture de l'ivresse où les motifs à consommer et les pratiques sociales entourant la consommation sont grandement différents. Le cas de l'interdiction de certaines BSA au Québec tend à montrer que certains changements dans la législation de la publicité, la vente et dans les pratiques d'éducation à la consommation responsable pourraient être révisées pour encadrer davantage les « excès » de la culture de l'ivresse.

### **CHAPITRE III – Positionnement des acteurs impliqués dans le cas des BSA : enjeux et intérêts dans le milieu de l’alcool au Québec**

Le cas des BSA au Québec permet de comprendre davantage quels acteurs possèdent une influence substantielle sur les décideurs publics dans les différents paliers de gouvernement. Certains acteurs ont des relations particulièrement étroites avec certains organismes gouvernementaux, ce qui peut avoir un impact considérable sur le sort de certaines politiques publiques. Ces acteurs, qu’ils aient une grande influence ou non, ont tout de même le privilège d’être entendus lors de réflexions entourant la mise en place de politiques publiques. D’autres acteurs n’ont toutefois pas cet avantage.

Autour de la réglementation des BSA au Québec et au Canada, au moins 17 représentants de l’industrie, sept organismes de santé publique, quatre (groupes de) chercheurs, 9 organisations gouvernementales, Éduc’alcool, plusieurs médecins, individus et organisations diverses ainsi que quelques jeunes ont participé à la discussion dans l’espace public (médias, consultations, rencontres, rapports)<sup>34</sup>. À cela, il faut

---

<sup>34</sup> La liste des acteurs et des documents auxquels ils ont participé se retrouve à l’annexe A. La liste des documents consultés se retrouvent à l’annexe B. — Nous souhaitons rappeler que les consultations sont le résultat de la demande des acteurs d’avoir un espace pour témoigner de leurs connaissances à propos du cas des BSA et de la consommation excessive. Nous avons repris l’ensemble des consultations sur le cas des BSA pour les analyser et repérer les acteurs. Le même travail a été fait avec les médias. Les rapports proviennent quant à eux soit des consultations ou de demandes gouvernementales. Dans certains des documents recueillis, la discussion sur les BSA est parfois courte. Nous avons seulement pris en

ajouter les 60 soumissions privées envoyées à Santé Canada durant le processus de consultations. Malgré la consultation auprès des gouvernements ou la prise de parole dans les médias, peu d'entre eux (Éduc'alcool, Tim Stockwell, Groupe Geloso, Association des brasseurs du Québec) ont eu une influence importante sur les politiques publiques qui ont été mises en place et plusieurs n'ont pas été consultés.

Les acteurs qui participent au processus d'élaboration de politiques publiques semblent choisis parce qu'ils cadrent avec le discours en place. Nous avons repéré certains acteurs qui sont particulièrement liés à ce discours et qui, dès lors, ont eu une influence plus importante sur la mise en place de politiques publiques, que nous présenterons dans ce chapitre. Leur place dans les discussions ne s'est toutefois pas obtenue par hasard. Selon Colebatch (2010), le système d'élaboration des politiques publiques se base sur le fait que certains acteurs ont une voix plus importante que d'autres, qu'il existe des contestations entre les acteurs les plus influents et que ces derniers renforcent davantage le discours. Ceci est possible dans le contexte où ces acteurs sont en mesure de fournir des données probantes et des connaissances qui cadrent avec le discours en place. Pour Lancaster (2014), l'élaboration des politiques passe par la relation étroite entre les connaissances, les acteurs et le discours en place. En reconnaissant de prime abord les acteurs et ce qu'ils défendent, il est possible de comprendre pourquoi ils participent à l'élaboration sachant que les décideurs publics se concentrent autour d'un discours en particulier. Du côté de Stevens (2011), l'élaboration des politiques publiques se base sur un discours particulier et sur le fait que les données probantes utilisées sont sélectionnées pour cadrer avec ce discours. Sans que les acteurs aient à falsifier les données ou apporter une réponse purement politique qui cadre avec leurs intérêts, le fait que certains acteurs soient privilégiés sur d'autres et que ce choix d'acteurs ait été tenu pour acquis influence la façon dont les données probantes ont été sélectionnées et utilisées.

Ces données probantes sont considérées comme des preuves tangibles permettant d'affirmer ou d'infirmer certaines pratiques qui seraient efficaces pour un problème

---

compte les acteurs ayant spécifiquement émis une opinion, un point de vue, des recommandations, etc. à propos des BSA.

donné. Outre les données probantes, la prise en compte du marché économique s'avère importante dans ce discours, comme nous le verrons. Ainsi, cet appel à se fier à ces connaissances précises est, dans les mots de Foucault (1971) : « mis en œuvre dans une société, valorisé, distribué, réparti et en quelque sorte attribué » (p.19-20). Ceci tend à mettre une certaine forme de contrainte sur d'autres formes de discours qui sont basés sur de différents types de connaissances et qui sont écartés. On peut penser aux formes de connaissances pratiques des consommateurs, à l'expérience individuelle ou au contexte culturel de la consommation. Les formes et les mécanismes du discours (processus de consultation, choix des participants, choix de la pertinence des données), qui dans notre cas, sont grandement contrôlés par Santé Canada et la Régie des alcools, des courses et des jeux, déterminent le type de connaissances privilégié.

## **Enjeux principaux et forme du discours dans le cas des BSA**

Nous avons établi que, par notre analyse du discours, quatre enjeux particuliers ressortent du discours sur les politiques publiques portant sur l'alcool et dont les connaissances sur le cas ont été produites autour de celui-ci. Ces enjeux sont supportés par des groupes d'acteurs, que Stevens et Zampini (2018) appellent « constellations ». Nous appliquerons ce modèle afin d'expliquer comment les acteurs agissent sur le processus d'élaboration des politiques publiques et afin de les positionner dans le milieu des politiques sur l'alcool. Cependant, contrairement au modèle de Stevens et Zampini, nous établissons que ces constellations ne sont pas construites que sur des normes de pouvoir, mais sur la reconnaissance d'un discours établi et renforcé par certains acteurs et dont les différents enjeux qui y sont présents ont mené à des consensus autour de connaissances légitimées. Autrement dit, les acteurs qui réfléchissent à ces enjeux défendent des intérêts similaires cadrant avec leur vision du milieu de l'alcool.

Le premier enjeu supporté par certains acteurs est l'enjeu **sanitaire**. Ces acteurs supportent le fait qu'il faut à tout prix prendre en compte les risques et dangers que peut apporter l'alcool sur la santé de la population. Cet enjeu est habituellement supporté par des preuves scientifiques qui affirmeraient que le danger des BSA est éminemment

causé par la consommation d'alcool risquée. Les acteurs qui défendent cet enjeu souhaitent que les politiques publiques puissent avoir un impact sur l'intoxication involontaire à l'alcool des jeunes. Ils considèrent que la capacité des jeunes à évaluer les risques est limitée et qu'il faut penser les politiques publiques en tenant compte de cet aspect.

Le deuxième enjeu, que nous nommons **sociopédagogique**, met de l'avant des pratiques éducatives visant à informer les consommateurs des politiques publiques et des conséquences associées à la consommation d'alcool en prenant en compte le contexte social, bref les pratiques sociales reliées à l'alcool au Québec. Cet enjeu met également au centre de ses priorités une réforme de la relation des Québécois à l'alcool en évitant la banalisation de ce produit. Il met au second plan l'analyse de données sur la consommation d'alcool à risque. Les défenseurs des intérêts entourant l'enjeu sociopédagogique affirment que le consommateur a une capacité de contrôle de sa consommation qui ne peut être réduite par des mesures sanitaires, comme la réduction du taux d'alcool d'une boisson, mais par une éducation sur les méfaits de la consommation et un choix individuel sur les risques à prendre. Il est important pour certains acteurs qui supportent cet enjeu que les consommateurs soient au courant et suivent les lois sur la consommation d'alcool (ne pas boire avant d'atteindre l'âge majeur, par exemple).

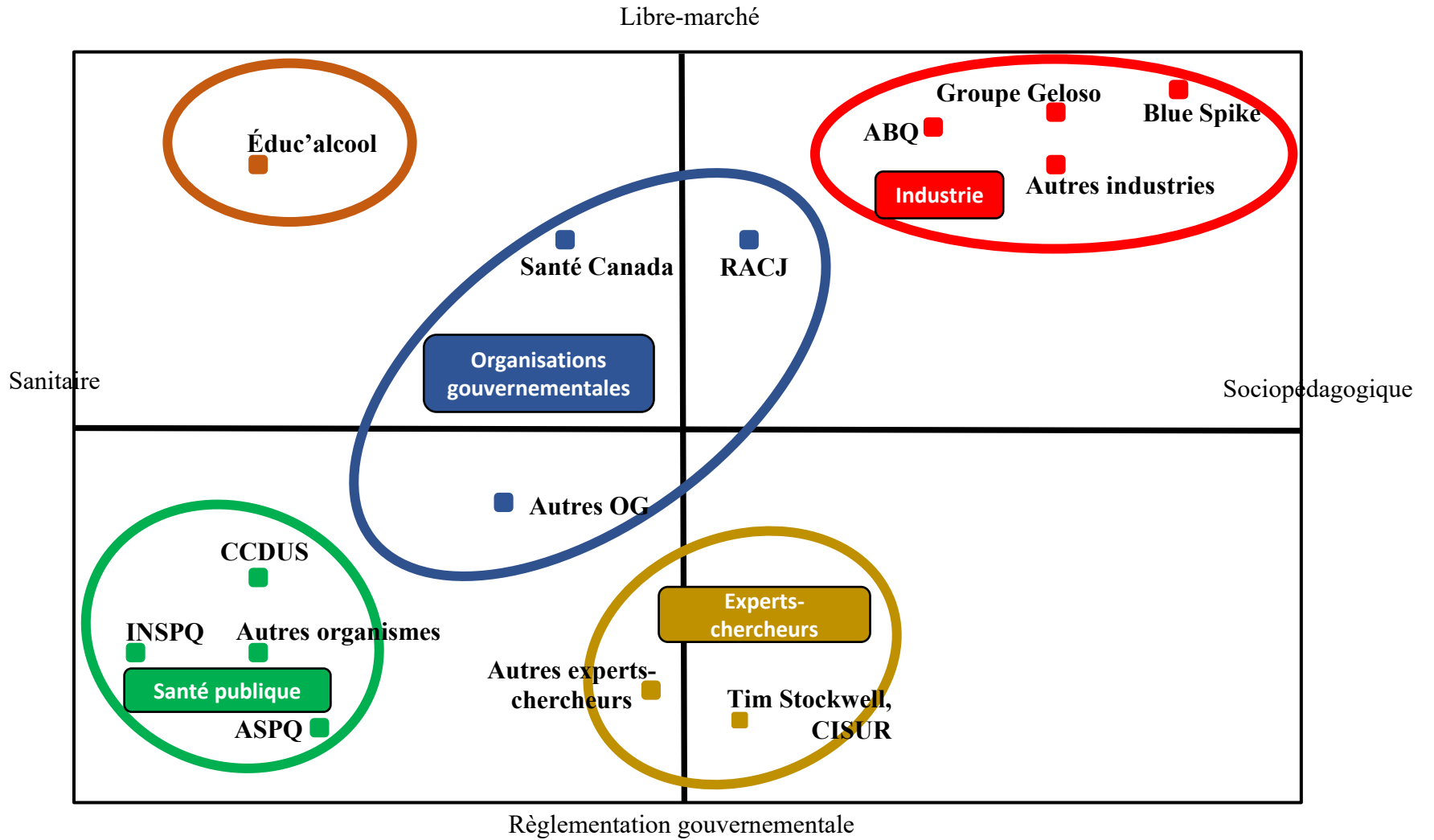
Le troisième enjeu met l'accent sur la **réglementation gouvernementale** dans l'élaboration de politiques publiques sur l'alcool. Les réflexions autour de la façon de réglementer le marché de l'alcool sont partie prenante de cet enjeu. La réglementation qui est généralement mise de l'avant vise à informer le consommateur de ce qu'il boit (valeur nutritive, nombre de consommations standard, problèmes de santé possibles, etc.), d'ajuster les prix sur l'alcool afin de réduire au maximum le coût par consommation standard de tout type de boisson et de limiter la publicité sur l'alcool. Les acteurs qui défendent le plus les intérêts associés à cet enjeu demandent généralement des mesures pour la vente d'alcool qui s'apparente aux mesures prises pour la vente de tabac (interdit de publicité, étiquetage plus neutre, message de la santé publique sur les

contenants, etc.). Ces intérêts s'opposent à la libéralisation de la vente qui promeut plutôt l'autoréglementation du marché par les producteurs d'alcool.

Le dernier enjeu regroupe des acteurs qui mettent de l'avant le **libre-marché**. Cet enjeu est supporté par des intérêts entourant l'autoréglementation par les entreprises, la diminution des contrôles auprès des producteurs et des vendeurs d'alcool et, pour certains, le frein de la monopolisation du marché par la Société des alcools du Québec. Les acteurs qui défendent ces intérêts souhaitent une égalité dans les politiques publiques sur la vente d'alcool pour tous les joueurs de l'industrie. Également, ils mettent de l'avant le manque de preuves pour réglementer certains pans du marché de l'alcool et défendent le fait que les entreprises font preuve d'une responsabilité sociale suffisante pour réduire les méfaits associés à la consommation d'alcool.

Ces quatre enjeux se trouvent sur un spectre où l'enjeu sanitaire s'oppose tantôt à l'enjeu sociopédagogique tantôt à l'enjeu de libre-marché tantôt à l'enjeu de réglementation gouvernementale et vice versa. Un jeu fin d'alliance momentané est aussi visible. Aucun acteur n'adopte des intérêts qui cadrent uniquement avec un enjeu, mais développe des intérêts qui peuvent avoir une tendance vers un enjeu particulier, tout en prenant en compte d'autres intérêts divergents. Nous avons cartographié la position des acteurs les plus influents dans le cas des BSA au Québec, selon leur position face à ces quatre enjeux (encadré 16). Notre analyse a permis de déterminer pourquoi les acteurs défendent certains enjeux spécifiques en examinant leur historique, leur relation avec d'autres acteurs, le pouvoir qu'ils occupent sur la place publique et la façon dont ils se positionnent sur certains enjeux. Afin de mieux comprendre les intérêts de chaque acteur, nous avons regroupé ces acteurs selon des constellations : représentant de santé publique, Éduc'alcool représentant de l'industrie, experts-chercheurs et organisations gouvernementales. En montrant la position de chaque acteur face aux enjeux de notre cas, il sera possible de mieux comprendre pourquoi et comment le problème public de la consommation de BSA chez les jeunes s'est construit. En outre, cela servira à mieux identifier les impasses et tensions dans le milieu de l'alcool, afin de remettre en question l'élaboration de politiques publiques concernant l'alcool, ou du moins réfléchir sérieusement aux divers mécanismes de cette pratique.

*Encadré 16 Positionnement des acteurs dans le cas des BSA au Québec selon les quatre enjeux principaux identifié*



## **Positionnement des acteurs dans le cas des BSA**

### Santé publique : des acteurs qui demandent une meilleure écoute

Les organisations de santé publique défendent généralement les intérêts entourant les enjeux sanitaires et de réglementation gouvernementale. Les trois organisations de santé publique qui ont été les plus impliquées dans le cas des BSA sont l'Institut national de santé publique du Québec, le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances et l'Association pour la santé publique du Québec. Malgré leurs intérêts similaires, la différence de statut (indépendant, gouvernemental) entre les organisations de santé publique amène parfois des divergences, qui restent toutefois superficielles. La collaboration entre ces organisations est en fait possible en raison de leurs intérêts communs. Dans tous les cas, ces organisations dénoncent la place de l'industrie dans les décisions qui concernent la santé publique. Ces acteurs privilégient que la santé des individus doit dominer le discours dans le milieu de l'alcool. Le cas des BSA a permis pour les représentants de la santé publique de défendre certains intérêts qu'ils promeuvent depuis plusieurs années. Le cas des BSA a pu être l'occasion pour eux de faire reconnaître certains intérêts auprès des décideurs publics.

### *Institut national de santé publique du Québec*

L'institut national de santé publique du Québec, créé en 1998, est un organisme gouvernemental qui offre une expertise sur divers enjeux en santé publique. L'Institut national de santé publique du Québec :

contribue, à titre de courtier d'expertises, à la définition et à la compréhension des enjeux de santé publique ainsi qu'à l'identification d'interventions favorables sur les déterminants de la santé de la population, jugées appropriées en fonction des contextes pertinents à la prise de décision. (INSPQ, 2020)

Nous classons l'Institut national de santé publique du Québec comme un organisme de santé publique, parce qu'il cadre avec le rôle d'expertise et de promotion sur la santé de la population. Il reste qu'un de leur rôle reste d'appuyer le gouvernement québécois avec des données portant sur la santé publique.

D'ailleurs, l'implication de l'Institut national de santé publique du Québec dans le cas des BSA commence concrètement avec la demande du gouvernement de produire un avis scientifique sur la question à la direction de la santé publique du Ministère de la

Santé et des Services sociaux (MSSS) du Québec où ce dernier a demandé à l'Institut national de santé publique du Québec de se charger de ce rapport. L'objectif de ce rapport était d'offrir des données probantes et des recommandations sur le cas des BSA afin de donner des outils au gouvernement pour élaborer des politiques afin de réduire les méfaits associés à ces boissons (April et al., 2018). Les données sur le rapport sont toutefois restreintes parce que peu de mécanismes sont mis en place pour bien évaluer les entrées à l'urgence, les accidents et tout autre méfait associés à une boisson en particulier.

L'Institut national de santé publique du Québec est donc allé chercher notamment l'expertise de Catherine Paradis, analyste principale sur l'alcool au Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances, qui avait cumulé certaines données spécifiques grâce à son projet de recherche sur la consommation d'alcool au postsecondaire à Sherbrooke.

L'Institut national de santé publique du Québec défend particulièrement l'enjeu sanitaire en raison de son rôle de référence en matière de données probantes sur la santé publique. Leur rôle principal dans le cas des BSA a été d'analyser et d'évaluer la situation à l'aide des données disponibles sur ces boissons. Le rapport a d'ailleurs été cité dans de nombreux autres documents ou consultations autant au gouvernement provincial que fédéral. L'utilisation de données probantes sur la santé publique concernant ces boissons n'a toutefois pas permis de « conclure que les produits à haute teneur en sucre et alcool sont la cause principale des cas d'intoxications aiguës vus aux urgences du Québec en 2017 » (April et al., 2018, p. 2). Le rapport a toutefois permis de mettre en lumière certains pans de la consommation des jeunes qui avaient été jusqu'ici peu étudiés au Québec, notamment en ce qui a trait à des périodes d'intoxication à l'alcool récurrentes annuellement et aux efforts de publicité des producteurs d'alcool pour rejoindre un public jeune.

Le rapport de l'Institut national de santé publique du Québec ne recommande aucune mesure spécifique aux BSA. Les recommandations font plutôt référence à des mesures qui toucheraient à tous les produits alcooliques, comme l'instauration d'un prix minimum sur les boissons alcoolisées et la restriction de la publicité. Quelques recommandations touchent aussi à l'intervention auprès des jeunes qui consomment de façon excessive. Toutefois, pour l'Institut national de santé publique du Québec, son rôle doit rester au niveau des recommandations sur la réglementation et participer à l'enjeu sanitaire. L'Institut national de santé publique du Québec n'était pas en mesure d'évaluer l'impact des BSA lors de l'émergence de certaines inquiétudes sur ces boissons en octobre 2017, avant que la production du rapport leur soit confiée. L'Association des brasseurs du Québec et Educ'alcool était déjà au courant de la problématique depuis plusieurs mois. Pour l'Institut national de santé publique du Québec, la vérification des produits sur le marché de l'alcool n'est toutefois pas leur travail.

Il est connu dans le domaine de l'alcool que l'industrie est toujours en avance dans son offre de produits et dans ses pratiques marketing sur ce qu'on peut étudier scientifiquement. [...] [L'industrie] est au courant de tout ça, c'est leur travail, ils font je ne sais pas quel genre d'espionnage [pour connaître la production des concurrents, les produits à venir], il y a du monde à temps plein là-dedans, nous on n'est pas là et on n'a pas d'affaire-là» (Entrevue, Réal Morin, INSPQ).

## Réal MORIN



Réal Morin est médecin chercheur à l'INSPQ. Il travaille sur les questions d'alcool, mais il a également participé aux réflexions sur la légalisation du cannabis au Canada. Il a coécrit le rapport *Intoxications aiguës à l'alcool et boissons sucrées alcoolisées* demandées par le gouvernement du Québec. Il est également intervenu aux consultations du projet de loi n° 170 et du Comité permanent de la santé.

## Nicole APRIL



Nicole April est médecin-chercheuse à l'INSPQ. Elle traite essentiellement des questions sur la consommation d'alcool. Elle compte à son actif de nombreuses publications et rapports sur la consommation d'alcool, dont plusieurs sur la consommation des jeunes. Elle a participé activement à l'élaboration du rapport demandé par le gouvernement du Québec sur les BSA et a participé aux consultations du projet de loi n° 170 et du Comité permanent de la santé.

L'objectif de l'Institut national de santé publique du Québec vise à offrir une expertise scientifique sur divers pans de la santé publique. Ceci explique d'ailleurs leur retrait du comité consultatif de la Régie des alcools, des courses et des jeux sur la réforme du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs*. L'enjeu de pouvoir serait devenu trop important pour offrir un avis scientifique de santé publique qui cadre avec les objectifs de l'Institut.

On avait l'impression qu'on allait être marginalisé là-dedans et qu'on n'allait pas être entendu et que finalement [les réflexions entourant l'alcool], c'est un enjeu de pouvoir. Ce n'est pas un enjeu scientifique et dans l'idée du gouvernement, l'alcool c'est un produit de consommation. On est dans la logique économique, on n'est pas du tout dans le même esprit avec lequel on a travaillé à faire un projet de loi sur le cannabis. Jamais on n'aurait accepté une influence de cette ampleur-là du côté de l'industrie (Entrevue, Réal Morin, INSPQ).

L'Institut national de santé publique du Québec cadre donc bien dans l'enjeu sanitaire, mais souhaite le rester et, de leur point de vue, l'interférence politique freinerait son influence sur certains intérêts touchant la santé publique.

#### *Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances*

Le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances a été créé en 1988 à la suite d'un projet de loi du gouvernement canadien. Il s'agit toutefois d'un organisme indépendant, mais qui reçoit son financement du gouvernement fédéral. Le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances décrit sa mission comme étant d'offrir :

des conseils aux décideurs en profitant du pouvoir des recherches, en recueillant et en organisant les connaissances et en rassemblant divers points de vue. L'organisation occupe une place unique en établissant divers types de partenariats avec des associations sans but lucratif, des agences gouvernementales (en particulier dans les secteurs de la santé publique et de l'application de la loi) et l'industrie. (CCDUS, 2020)

Le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances agit donc autant comme un organisme qui promeut la recherche, mais également comme partenaire avec tous les acteurs du milieu de l'alcool. Leur travail le plus connu dans le milieu de l'alcool est celui sur les directives de consommation à faible risque qui a permis de mieux définir l'approche canadienne sur la consommation responsable, en partenariat avec les différents gouvernements provinciaux, des chercheurs, des représentants de l'industrie et des organismes de santé publique (Butt et *al.*, 2011). Contrairement à l'Institut national de santé publique du Québec, le Centre canadien sur les dépendances et l'usage

de substances approuve la présence de tous les membres du milieu de l'alcool pour en arriver à un consensus sur les directives de consommation à faible risque.

Dans le cas des BSA, le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances s'est impliqué dans le rapport produit par l'Institut national de santé publique du Québec avec l'apport de Catherine Paradis. Un mémoire a été produit dans le cadre des consultations au Comité permanent de la santé et qui propose de changer le processus de fabrication des BSA à partir d'alcool éthylique plutôt qu'avec de l'alcool de malt. Ceci obligerait les fabricants à payer une taxe d'accise sur les spiritueux et retirerait toute boisson de malt des épicereries et des dépanneurs afin qu'elle ne soit vendue que dans les Sociétés des alcools du Québec. Le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances propose également de déterminer ce qu'est une

BSA par le seuil d'édulcoration, sans toutefois que cela affecte les autres types d'alcool.

Cette approche du Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances est en opposition avec celle de l'Institut national de santé publique du Québec qui proposait des mesures plus larges qui ne visaient pas particulièrement les BSA. Pour Catherine Paradis toutefois, elle propose des mesures élargies qui viseraient le reste de l'industrie également comme le montrent d'ailleurs les recommandations du rapport de l'Institut national de santé publique du Québec auquel elle a participé. Elle croit d'ailleurs que la publicité sur l'alcool devrait être interdite et que des étiquettes de mise en garde devraient être apposées sur les contenants

d'alcool. L'alcool serait le problème principal, même si le mémoire du Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances propose des solutions qui touchent également au sucre.



**Catherine  
PARADIS**

Catherine Paradis travaille au Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances depuis 2014. Elle agit comme analyste principale des questions sur l'alcool. Elle a notamment travaillé sur la Stratégie nationale sur l'alcool et copréside le Partenariat en éducation postsecondaire — Méfaits de l'alcool (PEP-MA). Elle a auparavant travaillé à Éduc'alcool comme professionnel de recherche de 2009-2014.

À mon avis, toutes ces questions sur le sucre et la caféine ne sont que des distractions. Athena Gervais ne s'est pas ramassée dans un ruisseau derrière son école parce qu'elle avait pris trop de sucre ou trop de caféine, mais parce qu'elle avait près de 100 grammes d'alcool dans son sang. C'est à l'alcool qu'il faut s'attaquer. (Catherine Paradis, CCDUS, HESA — témoignage — 103, 2018, p. 13)

Comme le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances le montre dans ses objectifs, de nombreux points de vue sont établis pour définir la vision du Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances sur un phénomène donné. Les divergences entre le mémoire du Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances et les propos de Catherine Paradis le montrent. C'est toutefois cette dernière qui a mené le bal au sein de l'organisation en ce qui a trait au cas des BSA au Québec. Elle a été très impliquée dans ce cas et a eu une influence considérable sur les discussions qui ont eu lieu au sujet des BSA. Tout comme l'Institut national de santé publique du Québec, le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances s'est retiré du comité consultatif à la Régie des alcools, des courses et des jeux. Aucune information sur ce retrait n'a pu être obtenue au moment d'écrire ces lignes.

#### *Association pour la santé publique du Québec*

Créée en 1943 comme la Société des hygiénistes de la province de Québec, l'Association pour la santé publique du Québec prend son nom et sa forme actuelle en 1974 en élargissant ses objectifs à la recherche, l'éducation et la promotion de la santé dans la population et auprès des gouvernements. Parmi leurs objectifs, l'Association pour la santé publique du Québec souhaite notamment démocratiser le droit à la santé pour tous. L'organisme demande notamment de plus grands investissements en santé et un accès de proximité pour les services de santé communautaires pour tous les Québécois.

Leur implication dans le cas des BSA commence en octobre 2017 à la suite de la publication de plusieurs articles de journaux où ils ont exprimé leurs craintes face à ce phénomène. L'Association pour la santé publique du Québec a participé aux consultations publiques du Comité permanent de la santé de la Chambre des communes du Canada et a soumis un mémoire à Santé Canada, lors de la publication de l'avis d'intention de modification du règlement. L'Association pour la santé publique du Québec, malgré sa présence active dans les journaux et leurs mémoires bien documentés

et analysés, n'a pas été invité à participer à des rencontres à huis clos avec Santé Canada, suivant les différentes rondes de consultations publiques. L'Association pour la santé publique du Québec a toutefois participé au comité consultatif à la Régie des alcools, des courses et des jeux et a choisi de rester dans le comité pour défendre ses intérêts. L'organisme a toutefois passé par les médias en février 2020, deux ans jour pour jour après le décès d'Athena Gervais pour souhaiter que la révision du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs* se fassent plus rapidement :

L'Association espère un encadrement plus strict de la publicité des produits de l'alcool dans les espaces publics. Marianne Dessureault, chargée de dossiers à l'Association pour la santé publique du Québec, a observé que les publicités sur l'alcool sont omniprésentes dans les milieux de vie et qu'elles sont visibles par des mineurs et des personnes en situation de dépendance à l'alcool. (Denoncourt, 2020)

Malgré ces nombreuses présences dans l'espace public, l'Association pour la santé publique du Québec semble ne pas bénéficier d'un traitement similaire aux deux organismes de santé publique présentés ci-dessus. L'approche très critique de l'Association pour la santé publique du Québec semble y être pour quelque chose dans le fait qu'elle n'a pas été présente dans les consultations finales à Santé Canada et que leurs recommandations ont été écartées dans l'élaboration des politiques publiques sur le cas des BSA. L'Association pour la santé publique du Québec soutient un militantisme sanitaire qui souhaite bousculer, comme en fait foi le titre de leur mémoire envoyé à Santé Canada : « Alcopops, jeunesse sacrifiée et filles ciblées » (Dessureault et Jalbert, 2019).

Dans le cas des BSA, l'Association pour la santé publique du Québec a ardemment critiqué la présence de l'industrie dans les consultations et leur influence sur les décisions en santé publique. Selon l'Association pour la santé publique du Québec, l'approche partenariale adoptée par le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances serait toujours perdante pour la santé publique. L'organisme demande donc une réglementation sévère de l'industrie qui se traduirait par un contrôle intensif de la publicité et de la promotion ainsi qu'une application plus systématique des politiques publiques sur l'alcool. Pour l'organisme, l'autoréglementation de l'industrie serait particulièrement nuisible pour la santé des consommateurs :

Quand on regarde toutes les industries de l'alcool, pour nous, elles sont toutes problématiques. Elles sont toutes dangereuses dans la façon de faire la mise en marché de leur produit, dans la

publicité, et puis elles contournent les lois, ça c'est clair. Elles contournent les lois. Elles savent très bien qu'elles n'ont pas le droit de faire des promotions, des deux pour un. Quand je parle de l'industrie, il y a aussi les détaillants, les commerçants et toutes les associations de détaillants et c'est un réseau, c'est un réseau assez particulier. Il y a ça, et il y a Éduc'alcool. Et nous l'autre danger c'est Éduc'alcool, avec ses messages qui des fois, empruntent les messages de santé publique et il les masque avec ceux de l'industrie. [...] Éduc'alcool, c'est l'industrie. Et il est là pour défendre l'industrie et tous ces messages qu'il fait, c'est toujours pour promouvoir la consommation et non pas réduire la consommation. (Entrevue, ASPQ<sup>35</sup>)

La présence d'Éduc'alcool dans le décor du milieu de l'alcool dérange aussi à l'Association pour la santé publique du Québec. Les deux organisations avaient des opinions similaires sur la façon de restreindre la consommation de BSA, mais selon l'Association pour la santé publique du Québec, le rapport à l'industrie d'Éduc'alcool masquerait des intérêts qui pousseraient la consommation d'autres produits alcooliques vendues par des membres du conseil d'administration d'Éduc'alcool. L'Association pour la santé publique du Québec évite de faire des partenariats avec d'autres membres du milieu de l'alcool. L'organisme aurait une relation plus étroite avec l'Institut national de santé publique du Québec, mais le fait de garder son indépendance lui est primordial et, de ce fait, l'Association pour la santé publique du Québec ne s'inscrit dans aucun projet de type partenarial en ce qui a trait à l'alcool.

L'Association pour la santé publique du Québec mise également sur l'éducation à la consommation et la transparence quant au contenu des boissons alcoolisées auprès des consommateurs. Cet aspect n'a toutefois pas beaucoup été présenté dans les mémoires remis lors des différentes consultations. La réglementation sévère de l'industrie et la mise en place d'une surveillance plus étroite de la publicité et la production d'alcool seraient les éléments les plus urgents à mettre en place selon l'organisme.

#### *Autres organismes de santé publique*

D'autres organismes de santé publique ont offert leur point de vue sur les BSA lors des consultations à Santé Canada et au Comité permanent de la santé (liste complète à l'annexe A). Les deux points litigieux, pour la plupart des organismes, concernent la limitation du nombre de consommations standards dans les BSA et les restrictions sur

---

<sup>35</sup> Nous éviterons de mentionner la personne que nous avons interviewée à l'Association pour la santé publique du Québec, parce qu'elle a depuis quitté ses fonctions.

la publicité. Les organismes de santé publique utilisent généralement des données et des arguments qui mettent de l'avant l'enjeu sanitaire.

Par exemple, du côté de l'Association canadienne de santé publique, les références aux blessures liées à l'alcool, la facilité de se procurer de l'alcool chez les jeunes et les risques d'intoxication qui en découlent sont au cœur des préoccupations. Le constat est le même du côté de l'organisme Families for Addiction Recovery qui critique également la décision de Santé Canada de limiter à 1,5 consommation standard par contenant la limite pour les BSA, alors que la limite d'une consommation standard semblait la plus logique selon eux : « when does 1=1,5? Only when Health Canada is protecting our youth from the alcohol industry » (Families for Addiction Recovery, 2019).

Les autres organismes de santé publique qui ont participé aux consultations ont amené des points de vue similaires aux organismes présentés plus haut. Leur implication et leur influence furent cependant moindres alors que leurs recommandations ont été peu reprises dans les explications de Santé Canada pour défendre son nouveau règlement.

#### Éduc'alcool : un modèle particulier de prévention et de promotion de l'alcool

Éduc'alcool a été créé par la Société des alcools du Québec et par certains membres de l'industrie alcoolique en 1989, afin de séparer le volet de responsabilité sociale du volet de la vente d'alcool de la société d'État. L'organisme définit le but de sa création comme « la volonté de ses membres fondateurs de mener des actions de prévention et d'éducation afin de contribuer à faire des Québécois qui choisissent de boire de bons consommateurs plutôt que de gros consommateurs » (Éduc'alcool, 2020). Ses membres fondateurs, qui sont des représentants de l'industrie, regroupent des entreprises qui vendent des produits alcooliques à la Société des alcools du Québec. La consommation dite modérée est au centre de la mission d'Éduc'alcool.

Nous voyons Éduc'alcool comme un acteur unique dans sa propre constellation en raison de sa position originale. En effet, sa présence dans les consultations pour la santé publique donne lieu à une confusion dans la population sur les objectifs d'Éduc'alcool qui semble appartenir à la santé publique, mais dont le message principal de l'organisme est associé à la culture du goût. La présence d'Éduc'alcool est donc

critiquée par certains organismes de santé publique qui voit Éduc'alcool comme un « imposteur de l'industrie ». Le fait que l'organisme a une présence constante dans les médias et dans les consultations publiques renforce ces critiques.

## Hubert SACY



Hubert Sacy est directeur général d'Éduc'alcool depuis 1990. Il en est également le porte-parole dans les médias. Il a notamment collaboré avec le Centre canadiens sur les dépendances et l'usage de substances à divers rapports et a été partenaire pour la Stratégie nationale sur l'alcool. En 2015, il a reçu l'Ordre du Canada pour « son leadership dans le domaine de la prévention de l'abus d'alcool » (Lévesque, 2015).

Dans le cas des BSA, Éduc'alcool a été cité dans 28 des articles médiatiques que nous avons consultés, et ce, plus que tout autre acteur. Il a également été l'un des premiers à s'exprimer sur la question en critiquant les BSA en juillet 2017 dans les médias. Il a aussi participé aux consultations sur le projet de loi n° 170 et au Comité permanent de la santé. Éduc'alcool a participé également à des rencontres à huis clos avec Santé Canada. Lors de l'application du règlement de Santé Canada, Hubert Sacy, directeur général d'Éduc'alcool, nous a affirmé avoir reçu un appel de la ministre de la Santé, Ginette Petitpas-Taylor pour clarifier les décisions de Santé Canada.

Éduc'alcool évoquait dès le départ que ce type de boissons devait tout simplement être interdit. L'organisme explique que ces boissons sont trompeuses et amènent les jeunes à boire en grande quantité sans qu'ils aient conscience de leurs actes.

La bière, ça goûte la bière, le vin, ça goûte le vin, le gin, ça goûte le gin. [Les BSA] c'est des produits spéciaux où l'alcool est camouflé. Je sais que dans l'histoire de l'humanité, on a toujours mélangé de l'alcool avec du sucre. Le *rhum and coke*, c'est quoi ? C'est de l'alcool avec une boisson sucrée, mais les gens se le mélangent eux-mêmes (Entrevue, Hubert Sacy, Éduc'alcool).

Devant les réticences des gouvernements d'interdire cette boisson, Éduc'alcool propose de réduire la quantité d'alcool à une boisson individuelle par contenant, de réglementer l'étiquetage pour éviter que les BSA soit attirantes pour les jeunes et de faire des groupes de discussion avec des jeunes pour déterminer le danger que poserait ces boissons. Éduc'alcool propose donc plusieurs recommandations qui concordent avec certaines des inquiétudes posées par la santé publique, mais qui visent toujours les BSA, et non à

l'industrie de l'alcool dans son entièreté. Comme le montre la précédente citation, la critique envers les BSA revient souvent à proposer une alternative à ces boissons, bref à promouvoir une consommation ancrée dans la culture du goût. Le goût distinctif de l'alcool revient constamment dans les propos d'Éduc'alcool comme l'élément de base qu'une boisson alcoolisée devrait contenir.

Cette vision, perçue comme contradictoire par plusieurs acteurs, amène à questionner la santé publique sur la place d'Éduc'alcool dans les enjeux qu'ils défendent. En promouvant un libre-marché de l'alcool, mais dans un contexte de consommation modérée, certains acteurs se questionnent sur l'intention même d'Éduc'alcool à vouloir interdire ce type de boisson. Les actions d'Éduc'alcool ne sont pas nécessairement disqualifiées par les acteurs, mais sa place dans les décisions de santé publique est parfois questionnée.

Éduc'alcool did very well to promote standard drinks and the low-risk guidelines. [...] But it is also one-sided, not acknowledging any of the controversy around health matter. [...] In fact, what they are manufacturing to do is to stop more effective policy and more important advice about alcohol being a cancer risk. He will oppose that message coming out. I see it, I like the guy, enjoyed what he was doing, but he shouldn't be at the table because, if you represent the industries, we can't work together anymore, you represent different interests. (Entrevue, Tim Stockwell, CISUR)

On se parle régulièrement, on l'invite à des comités, on n'est pas partenaire, on ne fait jamais rien ensemble, mais on veut qu'il soit là. On veut savoir ce qu'il dit, ce qu'il en pense. Il connaît ça. On sait c'est quoi ses biais à Hubert Sacy. Il est contre les prix minimums, il est contre l'étiquetage, mais sur bien des affaires on est d'accord. Il est respectueux et n'a pas de problème, mais il n'a pas signé rien avec nous autres. On peut cosigner un rapport avec Manon Niquette (Université Laval) ou avec Catherine Paradis (CCDUS), mais on ne signera pas un rapport avec Hubert Sacy parce que ce n'est pas du tout le même rôle. On n'a pas les mêmes indépendances scientifiques. (Entrevue, Réal Morin, INSPQ)

Éduc'alcool représente un modèle unique de prévention de l'alcool au Québec. Le cas des BSA a montré que sa présence est parfois considérée comme illégitime, même s'il présente un argumentaire similaire à la santé publique. Les intentions différentes derrière certaines des recommandations d'Éduc'alcool poseraient des doutes sur l'efficacité de sa présence dans l'espace public concernant la réglementation de l'industrie alcoolique. Le très grand poids qu'a eu Éduc'alcool dans les consultations de santé publique et dans l'émergence des critiques sur les BSA en témoignent.

Au Québec, la présence d'Éduc'alcool montre comment la relation à l'alcool des Québécois est particulière. Un acteur qui jongle entre des messages de santé publique et

Patrice  
LÉGER-  
BOURGOIN



Patrice Léger-Bourgoin est directeur général de l'Association des brasseurs du Québec depuis 2015. Il a notamment présenté la vision de l'Association des brasseurs du Québec durant les consultations du projet de loi n° 170 et a participé au comité consultatif de la RACJ. Il a auparavant travaillé comme chef des communications au Casino de Montréal.

un conseil d'administration issu essentiellement de l'industrie pousse encore davantage la culture du goût au Québec. Nous y reviendrons.

Représentants de l'industrie : défendre la responsabilité sociale des entreprises

Les représentants de l'industrie prônent généralement le libre-marché et une éducation à la consommation qui ne doit pas affecter la liberté de vente de l'industrie. Nous discuterons précisément de l'Association des brasseurs du Québec, le Groupe Geloso et Blue Spike/Phusion Projects. La différence générale qui existe entre le plus grand représentant de l'industrie et les deux

vendeurs des BSA critiquées se pose autour de la responsabilité sociale qu'une entreprise est en mesure de prendre pour éviter des débordements. L'objectif principal serait donc dans ce cas d'éviter d'alerter la santé publique et les gouvernements avec des produits controversés. Certains, comme Blue Spike, évitent toutefois de s'impliquer dans le débat et affirment que la production d'une boisson, peu importe son contenu et la promotion de sa vente, peut résulter en une controverse comme celle de la mort d'Athena Gervais. Pour eux, la population devrait plutôt être éduquée à une consommation responsable et aux risques de la consommation d'alcool.

*Association des brasseurs du Québec*

L'Association des brasseurs du Québec est une organisation qui représente les intérêts des trois plus grandes brasseries au Québec, soit Labatt, Sleeman et Molson Coors. Ces trois entreprises, bien connues pour leur production brassicole, mettent également en marché des BSA. Sur leur site web, l'organisation indique que ces trois entreprises : « font preuve d'un engagement soutenu en matière de développement durable et de consommation responsable et s'impliquent activement dans la vie socioculturelle, communautaire et sportive du Québec » (ABQ, 2020). Non seulement les BSA Four Loko et FCKD UP représentaient un concurrent direct pour l'Association

des brasseurs du Québec, mais les controverses autour de ces boissons affecteraient également les parts de marché de l'Association des brasseurs du Québec.

L'implication de l'Association des brasseurs du Québec dans le cas des BSA a commencé avant même le début des craintes évoquées dans les médias. Notre entrevue avec Patrice Léger-Bourgoin, directeur général à l'Association des brasseurs du Québec, nous révèle qu'il aurait averti la Régie des alcools, des courses et des jeux de ses doutes quant à la légalité de la production des boissons Four Loko au Québec, brassé par Embouteillage Solar et distribué par Blue Spike dès mai 2017 :

Je vais passer volontairement sur la manière qu'on a agi pour faire saisir le gouvernement que ce n'était pas du produit de malt là-dedans [mais plutôt de l'alcool éthylique], [...] mais disons que la manière dont je vais l'amener c'est que j'ai dit au gouvernement : « vous devriez regarder ce qu'il y a dans la canette et après ça, faites ce que vous avez à faire » (Entrevue, Patrice Léger-Bourgoin, ABQ).

C'est pourtant à la suite de cet avertissement de la part de l'Association des brasseurs du Québec que la boisson FCKD UP a été mise en marché ce qui a alimenté la concurrence et l'agressivité des campagnes de publicité entre les deux entreprises mettant en vedette ces BSA. L'Association des brasseurs du Québec aurait à ce moment décidé d'interpeller le gouvernement de nouveau :

On a monté un dossier très étoffé et on est allé le présenter à la RACJ et au cabinet du ministre de la Santé de l'époque, Monsieur Gaétan Barrette, en disant ça n'a aucun bon sens, pour plusieurs raisons : le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs* n'est pas respecté et je vais dire, quand tu es un fabricant d'alcool, tu as une certaine retenue là et cette retenue-là n'est plus du tout appliquée (Entrevue, Patrice Léger-Bourgoin, ABQ).

Quand la Régie des alcools, des courses et des jeux a décidé d'intervenir et de retirer les boissons Four Loko du marché, l'Association des brasseurs du Québec a commencé à donner des entrevues dans les médias.

L'Association des brasseurs du Québec défend l'enjeu de libre-marché et souhaiterait que des entreprises comme le Groupe Geloso puisse s'autoréglementer suffisamment pour éviter des controverses dans les médias et auprès des gouvernements. La relation étroite qu'entretient l'organisme avec le gouvernement du Québec montre que de respecter certaines règles quant à la promotion, d'éviter de favoriser la consommation excessive et de tenter de viser un public majeur est clairement bénéfique pour eux, même si certains débordements sont survenus à l'occasion dans l'histoire de l'Association des brasseurs du Québec. Cette organisation nous a relaté certaines de ces

techniques de promotion en indiquant que, bien que certaines stratégies de promotion soient utilisées par l'Association des brasseurs du Québec, il y a place à réflexion au Québec sur la façon dont on gère la promotion et la publicité sur l'alcool. Le cas des BSA aurait soulevé cet enjeu, selon l'organisme.

Cependant, le cas des BSA et le traitement inégal de la Régie des alcools, des courses et des jeux quant à la publicité et la promotion mettraient en lumière un cas qui serait plus « grave » encore selon l'Association des brasseurs du Québec : le monopole de la Société des alcools du Québec et le fait que les règlements de la Régie des alcools, des courses et des jeux ne s'appliquent pas à la société d'État. Selon eux, la présence de BSA, la promotion faisant référence aux rabais et l'augmentation de la vente de spiritueux due à la popularité des cocktails refléteraient un problème bien plus grand. Bref, le cas des BSA ne serait que la pointe de l'iceberg des problèmes reliés à la vente d'alcool au Québec. Leur grande influence sur les gouvernements n'est cependant pas suffisante pour exiger de limiter la concurrence de la Société des alcools du Québec, alors que le milieu brassicole est en perte de vitesse en comparaison avec les produits vendus à la Société des alcools du Québec. Le fait de freiner la croissance des BSA Four Loko et FCKD UP aurait cependant permis de limiter la concurrence.

#### *Le Groupe Geloso*

Le Groupe Geloso est dans la production d'alcool depuis 1965, mais leur arrivée dans le marché des BSA se fait à la fin des années 1990. Avec des boissons populaires comme Poppers et Pepito, le Groupe Geloso s'est placé comme leader dans les BSA au Québec. L'entreprise a toutefois été critiquée à de multiples reprises notamment dans la création de boissons à base de malt ressemblant à des spiritueux et avec la boisson FCKD UP.

Leur implication dans le cas des BSA controversées débute avec la création de la boisson FCKD UP. Dès l'arrivée de la boisson, les critiques fusent de toute part, attaquant le marketing de l'entreprise et le contenu de la boisson. Le Groupe Geloso répond aux inquiétudes par l'envoi de communiqué de presse dans les médias. Le président de l'entreprise, Aldo Geloso, n'accordera que deux entrevues dans les médias consultés. Il affirmera alors : « [qu'il] aurait aimé rester loin de ce genre de produits »

(Touzin, 2017a), mais que la concurrence féroce de la Four Loko a obligé l'entreprise à répliquer.

Le reste des communiqués de presse de l'entreprise, ainsi que les mémoires qui ont été publiés lors des consultations du projet de loi n° 170 et au Comité permanent de la santé montre que l'entreprise prône la mise en place d'efforts pour limiter la vente aux mineurs et pour encourager la consommation responsable. Le président de l'entreprise évoque cette pensée suivant la mort d'Athena Gervais : « La mort d'Athena Gervais est une véritable tragédie. Il est évident qu'elle aurait consommé, le cas échéant, une boisson alcoolique qu'elle n'aurait jamais dû avoir en sa possession » (TVA Nouvelles, 2018b). Il propose d'ailleurs de mettre sur place une table de concertation pour essayer de limiter la consommation d'alcool chez les mineurs (TVA Nouvelles, 2018c).

Le Groupe Geloso a émis certaines recommandations auprès du Comité permanent de la santé et au projet de loi n° 170, quant à la façon de restreindre la consommation des BSA chez les mineurs, afin d'éviter la consommation excessive. L'entreprise a proposé notamment une canette refermable qui donnerait ainsi l'impression que ces produits ne doivent pas être consommés en une seule occasion. Elle s'est également positionnée en faveur d'un prix minimum sur toutes les boissons alcoolisées et a affirmé qu'elle souhaiterait également bannir l'ajout de guarana. Le Groupe Geloso a également critiqué l'unicité de la restriction qui affecte seulement les BSA, bouleversant ainsi son industrie au profit des autres.

Le point de vue du Groupe Geloso a tout de même été particulièrement entendu auprès du gouvernement fédéral. Certains députés, ministres et conseillers de Santé Canada ont rencontré à plusieurs reprises l'entreprise pour comprendre ces intérêts. Du côté du Québec toutefois, l'entreprise était représentée par l'Association des microbrasseurs du Québec, par l'entremise de leur filiale Broue-Alliance. L'association des microbrasseries du Québec a toutefois décidé de ne pas défendre les intérêts du Groupe Geloso aux consultations du projet de loi n° 170. Le marché de l'entreprise a été particulièrement affecté par les politiques publiques mises en place, mais ils ont quand même eu l'occasion d'exprimer leur opinion sur la réglementation à plusieurs reprises.

### *Blue Spike/Phusion Projects*

Blue Spike décide en 2015 de commencer à distribuer la boisson Four Loko de Phusion Projects au Québec. C'est toutefois seulement en 2017 que cette boisson fait l'objet de critiques dans les médias. Autant Phusion Projects que Blue Spike répondront aux critiques par des communiqués de presse. Aucune apparition publique ou conférence de presse ne sera organisée de leur part. La production de la boisson Four Loko arrête en décembre 2017. Le retour de la boisson était prévu pour mars 2018, mais la mort d'Athena Gervais a brisé le plan de l'entreprise.

En distribuant la boisson Four Loko Blue Spike avait pour objectif d'augmenter sa présence dans le marché des BSA. Blue Spike avait une opportunité d'aller prendre des parts de marché aux boissons phares de leur entreprise rivale, le Groupe Geloso. Blue Spike produisait tout de même avant la tragédie du décès d'Athena Gervais des BSA similaires aux boissons Four Loko, telles que REV UP et Octane 10.0.

Dans les quelques communiqués de presse qui ont été cités dans les journaux, l'entreprise s'est peu exprimée sur les différents enjeux et s'est limitée à promouvoir une consommation responsable. Dans un courriel envoyé à La Presse, Phusion Projects répond aux inquiétudes et publicise leur vision et celle de Blue Spike : « notre message est clair, si vous avez l'âge légal de boire et choisissez de boire, faites-le de manière responsable. Si vous n'avez pas l'âge de boire, respectez la loi et ne buvez pas d'alcool » (Touzin, 2017b).

La structure légale de l'entreprise Blue Spike semble construite pour éviter de devoir répondre à ce genre de critiques, autant légales que sociales. En effet, l'entreprise Blue Spike est enregistrée comme une entreprise de distribution de breuvages et ne possède pas de permis d'alcool. La responsabilité était rejetée sur l'entreprise Embouteillage Solar qui produisait les boissons. À la suite de l'arrêt de la production demandé par la Régie des alcools, des courses et des jeux, Embouteillage Solar a fait faillite et l'entreprise Triani a racheté les actifs de l'entreprise et produit maintenant les boissons qui sont commercialisées par Blue Spike. Bref, Blue Spike ne s'est jamais impliqué dans le cas des BSA comme l'a fait le Groupe Geloso. En effet, le Groupe Geloso a soumis des mémoires aux gouvernements et a rencontré à plusieurs reprises Santé Canada ainsi que certains députés. Les dirigeants d'Embouteillage Solar et de

Blue Spike sont aujourd'hui poursuivis par Revenu Québec pour ne pas avoir remis la taxe de vente relative à la production de boissons de malt (Genois-Gagnon, 2020).

#### *Autres industries alcooliques*

Les autres membres de l'industrie alcoolique qui ont participé au cas regroupent des représentants de détaillants et des représentants d'autres types de boissons alcooliques (Liste complète à l'annexe A). Les opinions divergent sur la façon d'aborder le problème de ces boissons. Toutefois, tous ces représentants de l'industrie veulent s'assurer de protéger leur marché et éviter le plus possible les pertes dans leur secteur.

Chez ces représentants, leur participation aux consultations était axée sur leur responsabilité sociale et « les bonnes manières » des entreprises vendant ou produisant de l'alcool. À plusieurs reprises au cours des consultations ces représentants ont souhaité porter une partie du blâme sur la Société des alcools du Québec en demandant que les restrictions sur les BSA et sur l'alcool en général s'appliquent aussi à la Société des alcools du Québec et que la part de méfaits associés à de l'alcool provenant de la Société des alcools du Québec soit aussi exposée. Bref, ces représentants de l'industrie ont tenté de défendre leur marché et d'éviter qu'il soit réglementé trop fortement.

#### Experts et chercheurs : Prévention, contexte social et éducation

Les experts et chercheurs qui ont participé à l'élaboration des politiques publiques sur les BSA essaient généralement de prendre en compte les quatre enjeux dans leurs recommandations : le libre-marché, la réglementation gouvernementale, l'aspect sanitaire et l'aspect sociopédagogique. Certains ont toutefois des convictions scientifiques qui les poussent à pencher pour un enjeu plutôt qu'un autre. Les experts ayant contribué au cas des BSA recommandent particulièrement la mise en place de plusieurs politiques publiques qui permettraient d'éviter des débordements du côté de l'industrie. Toutefois, ces experts prennent généralement en compte les enjeux sociopédagogique et sanitaire en jumelant la prévention, la réduction des méfaits et des données liées à l'intoxication alcoolique chez les jeunes.

*Tim Stockwell, Canadian Institute for Substance Use Research, Université de Victoria*

Tim Stockwell a été approché pour participer aux consultations du Comité permanent de la santé. Selon l'entrevue que nous avons conduite avec lui, sa connaissance du dossier était limitée à ce moment, mais son expertise était demandée par Santé Canada sachant que ces travaux portent sur ce type de cas. Il a ensuite écrit une lettre conjointe avec la Société canadienne du cancer, le Centre de toxicomanie et



**Tim**  
**STOCKWELL**

Tim Stockwell est directeur du Canadian Institute for Substance Use Research (CISUR) et un des scientifiques les plus influents sur les politiques publiques portant sur l'usage de substances. Les travaux du CISUR traitent de l'usage de substances et la façon de réduire les effets de sa consommation sur sa santé. Stockwell travaille en particulier sur l'impact des politiques publiques sur la consommation d'alcool.

de santé mentale et l'Association pour la santé publique de l'Ontario à Santé Canada lors de la publication de l'avis d'intention de réglementer les BSA.

Dans le cas des BSA, Stockwell a soumis 10 recommandations qui visent autant les BSA que les produits alcoolisés en général. Ces recommandations portent sur le nombre de consommations standards dans les BSA, le taux de sucre, les restrictions à la publicité et sur le prix. Ces recommandations sont basées sur différentes études portant sur les causes des méfaits sur l'alcool au Canada et sur différentes réglementations ailleurs dans le monde. Stockwell proposait notamment de limiter à 1,5

consommation standard par contenant la quantité d'alcool dans les BSA, ce qui fut retenu par Santé Canada. La recommandation de limiter à une seule consommation standard dans les BSA était toutefois préférée chez la plupart des organismes de santé publique. Stockwell nous a expliqué cette décision en entrevue en affirmant qu'il est important de prendre en compte l'aspect pratique d'une politique publique. Pour Stockwell, la mesure de consommation standard n'est pas une mesure scientifique, mais plutôt un barème pour réduire les méfaits liés à la consommation d'alcool. Selon lui, la recommandation de 1,5 consommation standard comme limite pour les BSA reste arbitraire et une consommation standard serait mieux. Toutefois, il serait difficile, voire impossible pour les décideurs publics, d'appliquer une telle mesure sachant que cette

politique demanderait à un grand pourcentage d'entreprises de modifier le contenu de leurs BSA.

#### *Autres experts et chercheurs*

Quelques autres experts et chercheurs ont participé également aux consultations portant sur les BSA (voir la liste complète à l'annexe A). Ceux-ci évoquent des recommandations similaires à celle de Tim Stockwell. Certains, comme Manon Niquette, professeure en communication à Laval, met l'accent sur l'influence de la publicité dans la consommation d'alcool chez les jeunes. Alors que d'autres chercheurs, Jean-Sébastien Fallu de l'Université de Montréal, prône la prévention et l'éducation à la consommation auprès des jeunes. Ces chercheurs proposent des mesures complètes pour bien encadrer la consommation des jeunes, mais également leur relation à l'alcool.

#### Organisations gouvernementales : l'influence des décideurs publics

Deux organisations gouvernementales ont été particulièrement impliquées dans l'élaboration des politiques publiques sur les BSA : la Régie des alcools, des courses et des jeux et Santé Canada. D'autres organisations ont également participé en donnant des recommandations à ces deux entités, à titre de conseillers. Ces organisations gouvernementales sont composées d'experts et de décideurs publics qui se sont investis particulièrement sur le cas des BSA en donnant des conseils, en les récoltant ou en regroupant les recommandations de plusieurs acteurs afin de les évaluer et d'y produire une politique publique caractérisée par un certain consensus entre les recommandations des acteurs. On peut apercevoir une différence importante entre les acteurs gouvernementaux et les autres acteurs de la société civile quant au traitement du cas.

#### *Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec*

La Régie des alcools, des courses et des jeux relève du ministère de la Sécurité publique. Leur mission consiste à délivrer différents permis et à assurer une surveillance dans ses secteurs d'activités. Elle a également le pouvoir de donner des sanctions aux titulaires de permis et d'offrir des avis à son ministère. La Régie des alcools, des courses et des jeux nous a confirmé que des avocats au sein de leur organisation avaient écrit le projet de loi n° 170, ainsi que l'amendement sur les BSA.

La Régie des alcools, des courses et des jeux agit comme un agent de surveillance auprès des acteurs de l'industrie alcoolique. D'après les propos du ministre de la Sécurité publique de l'époque, Martin Coiteux, et les propos récoltés par différents acteurs, la Régie des alcools, des courses et des jeux agit entre les enjeux de réglementation et de libre-marché. « Un permis c'est un privilège, pas un droit » nous dit Joyce Tremblay, avocate à la Régie des alcools, des courses et des jeux dans un article de journal (Agence QMI, 2017b). Une latitude est laissée aux entreprises à la condition qu'elles respectent les conditions mises en place par la Régie des alcools, des courses et des jeux. La Régie des alcools, des courses et des jeux, selon notre analyse, souhaite limiter son contrôle sur les entreprises. Elle prône ainsi l'autoréglementation dans l'industrie tout en effectuant une surveillance de ce secteur d'activité.

Dans le cas des BSA, la Régie des alcools, des courses et des jeux et le ministre de la Sécurité publique se sont positionnés contre la mise en place d'un prix minimum sur toutes les boissons alcoolisées afin de limiter la consommation excessive des jeunes. L'ex-ministre Martin Coiteux a affirmé lors des consultations que « c'était beaucoup plus direct d'en interdire la vente dans les épiceries que de dire : “Bien regardez on va jouer sur le prix”. Le prix c'est très complexe » (Martin Coiteux, Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 - 254, 2018). Sachant que le reste du projet de loi donnait un répit aux entreprises en réduisant la lourdeur des démarches concernant les permis, en élargissant les heures de vente d'alcool et en mettant en place d'autres mesures d'assouplissement, l'amendement restrictif sur les BSA venait d'une certaine façon contrebalancer ce projet de loi et montrait du même coup les limites de l'autoréglementation.

Finalement, le comité consultatif sur la réforme du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs* confirment que l'enjeu sanitaire n'est pas au centre des préoccupations de la Régie des alcools, des courses et des jeux. La forte présence de l'industrie en témoigne. Il sera intéressant de voir les conclusions de ce comité à la sortie du rapport prévue d'ici la fin de 2020. Ceci permettra de mieux établir les limites de la Régie des alcools, des courses et des jeux en ce qui a trait à la publicité sur l'alcool. De plus, il est possible que ce comité, mis en place en raison du cas des

BSA, modifie la vision globale de la Régie des alcools, des courses et des jeux sur l'autoréglementation.

### *Santé Canada*

Au sein de Santé Canada, la Direction des aliments a été en charge d'analyser le cas des BSA et de le réglementer. Cette direction se définit comme :

l'autorité fédérale en matière de santé responsable d'évaluer les risques et les avantages pour la santé, d'établir les normes, les politiques et les règlements, et de fournir des conseils et de l'information relativement à la salubrité et à la qualité nutritionnelle des aliments. (Santé Canada, 2019)

Nous n'avons pas été en mesure de comprendre pourquoi c'est cette direction qui a été responsable du cas. Il semble que la Direction des aliments a des pouvoirs limités en termes d'étiquetage et ne possède aucune autorité en ce qui a trait à la publicité. Toutefois, il paraît dès lors clair que, dès le départ, l'objectif du gouvernement fédéral était de réglementer le contenu des BSA et non pas sa disponibilité, ni son emballage, ni son prix ou sa promotion.

Dans le cas des BSA, la Direction des aliments devait travailler à réglementer ces boissons en fonction des possibilités qu'offre la Loi sur les aliments et les drogues. C'est cette loi qui, dans le contexte choisi pour réglementer les BSA, avait autorité. Cette loi restreint la marge de manœuvre des décideurs publics, quant à la possibilité de réglementer un aliment.

La Loi sur les aliments et drogues, c'est une loi criminelle. Donc nous, il faut vraiment associer nos actions sur un danger [imminent] à la santé donc un danger à la santé ou une mort imminente. On ne peut pas... J'appelle ça un carré de sable, mais on ne peut pas faire ce qu'on veut, si vous voulez. Donc, il y a souvent des actions que nous on a de recommandations, mais il y a une autorité qui nous est donnée par la Loi sur les aliments et drogues sur ce qui nous ait permis de faire. [...] Il faut avoir des preuves scientifiques à ce niveau, parce que c'est une loi criminelle, [...] il fallait être cohérent avec notre système. (Entrevue, Marie-Josée Bolduc, Agente de liaison à la Direction des aliments de Santé Canada)

La présence de données probantes pour prouver que les BSA représentaient un danger public à la santé était nécessaire pour réglementer ce produit. Les acteurs qui souhaitaient participer à l'élaboration du règlement ont donc dû fournir des données probantes qui allaient confirmer la dangerosité de ce produit. Les BSA ont été considérées comme un produit alcoolisé dangereux par Santé Canada. Cet avis a également influencé l'élaboration de la politique publique, alors qu'il était important

pour Santé Canada d'avoir un moyen de retirer le plus rapidement possible les BSA considérées comme dangereuses des tablettes.

*Autres organisations gouvernementales*

D'autres organisations gouvernementales ont également participé aux réflexions sur les BSA (liste complète à l'annexe A). Contrairement à la Régie des alcools, des courses et des jeux et à Santé Canada, ces organisations se sont exprimées à titre de consultant. Leurs opinions divergent en fonction des objectifs même de l'organisation ou des recommandations qui ont été récoltées. En général toutefois, ces organisations avaient un discours similaire à celui de la santé publique. C'est lorsque la décision se transportait vers le bureau des ministres respectifs que l'aspect politique, la faisabilité des recommandations et la prise en compte d'autres acteurs entraient en jeu. C'est le cas notamment de la ministre de la Santé et des Services sociaux de l'époque, Lucie Charlebois, qui a affirmé que la concertation est nécessaire pour appliquer une telle politique publique.

On travaille avec plusieurs ministères. La Coalition Avenir Québec vient tout juste de découvrir ça. Ça fait qu'il faut travailler avec plusieurs ministères. Donc, j'ai rencontré Monsieur Coiteux sur la question du projet de loi n° 170 et j'ai aussi travaillé avec les fonctionnaires. [...] Je sais que la loi n'est pas parfaite, mais il faut toujours travailler pour l'adapter et l'améliorer. (Entrevue, Lucie Charlebois, ex-ministre de la Santé et des Services Sociaux du Québec)

Que ce soit à Santé Canada, au ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec ou à la Régie des alcools, des courses et des jeux, il semble que ce constat prédomine le processus d'élaboration de politiques publiques.

\* \*

\*

Dans ce chapitre, nous avons traité de différents enjeux qui formaient le discours sur le phénomène des BSA et de la consommation excessive chez les jeunes. Ces enjeux sont portés par des acteurs, certains avec une influence plus grande que d'autres. Ces enjeux sont toutefois choisis, tout comme les acteurs parce qu'ils cadrent avec le discours en place. Le discours actuel dirigé par les décideurs publics, ici la Régie des alcools, des courses et des jeux et Santé Canada, se base sur la preuve et les données

probantes scientifiques, ainsi que sur le contexte politique pour mettre en place des politiques publiques. Ces enjeux sont les seuls qui importent dans un cas comme le nôtre. Cependant, ce sont ces enjeux qui ont préséance dans les discussions et dans l'espace public. Les acteurs doivent s'adapter à ce discours pour être entendus, compris et pris en considération.

De ce fait, certains acteurs n'ont pas la légitimité pour faire débat dans l'espace public. C'est le cas des jeunes qui ont été absents des consultations. Selon plusieurs études (Le Hénaff, 2016 ; Richard et Beck, 2013), ces derniers adoptent plutôt un discours qui tend à composer davantage avec l'aspect culturel, l'apprentissage des pratiques sociales acceptables et une recherche du soi. En recherche de sensations, le *binge drinking* et la consommation de BSA deviennent des pratiques d'évaluation de ses propres limites et de celle d'autrui par rapport à ses comportements en état d'ivresse (Le Hénaff, 2016). Le rejet de cet aspect des discussions dans l'espace public sera justifié par l'incapacité des jeunes à se poser des limites claires, mais tout en vivant dans un milieu où l'alcool est omniprésent. Il semble toutefois primordial de se poser la question : est-ce que l'imposition de limites dans la consommation d'alcool par les voix politiques ne ferait que déplacer l'apprentissage de ses limites de consommation personnelles chez les jeunes ? Autrement dit, les jeunes participeraient à d'autres activités ou pratiques sociales qui testeraient leurs limites.

Autrement, les connaissances scientifiques utilisées dans l'élaboration des politiques publiques restent limitées. L'accent sur les données probantes restreint non seulement la prise en compte d'autres études scientifiques qui pourraient apparaître pertinentes, mais laisse également peu de marge de manœuvre aux décideurs publics pour prendre une décision en considérant toutes les options possibles. Au Québec, la consommation de BSA reste marginale et il n'existait pas d'études sur la question ni de statistiques pour compiler la consommation de ces boissons. Les acteurs que nous avons décrits ont des connaissances limitées du phénomène et le peu de temps qui a été laissé entre la prise en compte du phénomène et sa réglementation ne permettait pas de comprendre pleinement la situation au Québec. Cela est un indice de la façon dont a été conçu cette politique publique.

Il importe de se questionner sur la façon la plus souhaitable d'élaborer des politiques publiques. Assumer la place de certains acteurs et la pertinence de certaines connaissances limite les possibilités quant à la façon de mettre en place des mesures de contrôle. Ces acteurs et les connaissances qu'ils apportent, comme nous l'avons vu, sont particulièrement centraux dans la construction d'un problème public. Dans le but de broser un portrait complet de la construction des BSA comme problème public, il nous reste à analyser la façon dont ces acteurs s'y sont pris pour émettre leurs recommandations, mobiliser les gouvernements et élaborer des politiques publiques.

## **CHAPITRE IV — Construction de la consommation de BSA comme problème public : Analyse**

Dans ce chapitre, nous analyserons la construction du problème public des BSA au Québec en nous inspirant des cinq grandes étapes du modèle de Blumer (1971). Ces étapes permettent de bien séparer chronologiquement les événements qui ont permis de définir le problème de la consommation de BSA chez les jeunes. Toutefois, nous ajouterons au modèle une étape supplémentaire qui nous ait apparu particulièrement importante dans notre cas.

Le processus menant à la désignation de la consommation des BSA comme un problème social aurait pu se dérouler bien différemment de ce que nous montrerons. Les choix qui ont été effectués ici sont différents d'ailleurs et reflètent un rapport social spécifique à l'alcool, à la jeunesse et à la sécurité publique. Aux États-Unis, pour ne prendre que cet exemple, le problème de la consommation de boissons Four Loko s'est soldé par un simple avertissement aux producteurs de BSA. Ces derniers ont ensuite retiré les produits énergisants des BSA et ont continué à vendre le produit. Les BSA au Québec auraient certainement pu être sujettes à un contrôle sur le prix, comme ce fut le cas en Allemagne et en Australie. La Société des alcools du Québec aurait pu également décider de vendre les produits Four Loko et FCKD UP dans ses succursales, l'organisme n'étant pas sous l'égide des règlements de la Régie des alcools, des courses et des jeux. Mais tel ne fut pas le cas.

Au Québec et au Canada, la problématisation des BSA s'est plutôt résulté dans l'interdiction d'un marché niché de boissons alcoolisées. De plus, la Société des alcools du Québec a décidé de ne pas vendre les boissons Four Loko et FCKD UP et plutôt de développer un marché de BSA à base de spiritueux québécois. La volonté de la Société des alcools du Québec de promouvoir la culture du goût au profit de son propre marché semble avoir décidé du sort des BSA à haute teneur en alcool. Comme nous le verrons, le processus de problématisation des BSA a relevé une contradiction entre la volonté de l'État de promouvoir la culture du goût et la libéralisation du marché de l'alcool. D'un côté, l'État souhaite, par le biais de la Société des alcools du Québec, imposer une forme de consommation aux Québécois basée sur la modération et le goût. De l'autre côté, ce même État permet la libéralisation du marché de l'alcool en vue d'accroître le nombre et la variété des produits. Au regard de l'État, les boissons sucrées alcoolisées représentent l'appendice de cette libéralisation, elles seraient comme une tumeur qui vient en quelque sorte gêner la représentation sociale dominante de la consommation d'alcool au Québec. Dès l'interdiction des BSA Four Loko et FCKD UP, la Société des alcools du Québec s'est empressée de modifier la représentation sociale de ces boissons, afin que celles-ci fassent partie de la culture du goût, et ce, en vendant des boissons similaires (revampées par l'ajout de boissons locales et artisanales), mais en rejetant la promotion de la consommation excessive des nouveaux produits.

Peut-on croire que les politiques publiques mises en place par le gouvernement aient moins servi à normer la consommation des BSA qu'à promouvoir à nouveaux frais la culture du goût et la vente des BSA dans le contexte de vente privilégié par la Société des alcools du Québec? Le décès d'Athena Gervais a-t-il pu servir de tremplin pour que la consommation et la vente libre de BSA devienne un des problèmes publics les plus importants, à ce moment? Rappelons qu'avant cet événement, rien n'indiquait que la consommation de ces boissons représentait un danger plus grand que les autres alcools et bières. Or, grâce à la problématisation des BSA, leur réglementation permettait ainsi à la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec de montrer son intérêt pour la santé publique, alors que le projet de loi n° 170 était particulièrement axé sur la libéralisation du marché de l'alcool. La Société des alcools du Québec pouvait éliminer

une partie de sa concurrence tout en modifiant la représentation sociale de la vente de ce type de boissons. L'Association des brasseurs du Québec pouvait également faire de même, tout en mettant de l'avant ses différends avec la Société des alcools du Québec lors d'une table de négociation sur la question.

Le résultat final de cette problématisation et de cette réglementation des BSA au Québec et au Canada ne semble pas avoir mené à un changement dans la consommation d'alcool chez les jeunes eux-mêmes, du moins, rien ne tend vers cette conclusion. Il appert plutôt que la santé publique n'a pu défendre auprès des différents paliers de gouvernement des politiques publiques qui leur semblaient efficaces pour réduire la consommation d'alcool des jeunes. Pire, selon l'angle d'analyse, on peut même déduire que la réglementation en place aurait en bout de ligne servi qu'à faire valoir le caractère de bons «citoyens moral» de la Société des alcools du Québec, de la Régie des alcools, des courses et des jeux et même de l'industrie de l'alcool. À peu de frais, ceux-ci se ralliaient ainsi à une réglementation prétendant protéger la santé des consommateurs, mais qui avalisait des politiques publiques ayant, somme toute, qu'un faible impact sur la consommation des jeunes.

D'autres acteurs et constellations d'acteurs ont participé également à la construction de ce problème social. Or, c'est d'abord autour de cette trichotomie entre industrie, santé publique et organisations gouvernementales que s'est construite la définition du problème des BSA et plus largement, celles des problèmes touchant à la consommation d'alcool en général. Les consultations à Santé Canada en sont un exemple frappant. À la suite des consultations publiques, Santé Canada a organisé des consultations privées avec des acteurs de l'industrie et de la santé publique pour ensuite planifier des rencontres séparées entre les deux groupes. Il est important de garder en tête que le problème des BSA s'est construit autour de cette opposition entre santé publique et industrie avec un médiateur gouvernemental qui, dépendamment de l'organisation et de ses intérêts, a tantôt penché du côté de la santé publique tantôt de celui de l'industrie. Ici, nous analyserons le processus de la construction de la consommation de BSA comme problème public. Par une vue d'ensemble des différentes étapes à la construction du problème, nous serons en mesure de comprendre en détail les

interrelations entre les acteurs et l'impact des événements-clés à propos des BSA afin de répondre à nos dernières interrogations sur notre étude de cas.

## **Reconnaître l'influence des acteurs autour des problèmes publics**

Ces actions de la part des acteurs influencent grandement la perception du public et des autres acteurs sur le problème. Gusfield explique que la symbolisation qui émerge autour d'un problème et qui influence la perception du public est largement influencée par ce qu'il nomme « *ownership* ». Il s'agit du fait de « posséder » un problème, bref, qu'un acteur ait une grande influence sur la définition d'un problème public (Gusfield, 1984). Ainsi, les acteurs qui possèdent ces problèmes décident de la façon dont il est façonné et les événements et situations qui définissent le problème.

Pour Reinerman et Levine (1989), le rôle des médias est primordial dans la diffusion de la définition du problème par les principaux acteurs. Comme nous allons le voir dans notre analyse, les médias sont une plateforme importante dans la construction du problème public puisqu'ils permettent de rejoindre le public, de former une opinion publique et, ainsi, d'interpeller le gouvernement. Reinerman et Levine expliquent que les médias sont un médium qui tend également à exagérer le discours sur le problème en question, et à distordre la réalité sociale dans le but de mobiliser les acteurs et les décideurs publics autour du problème.

Toutes ces actions qui entourent le problème permettent de comprendre comment il a été construit et qui en ont été les auteurs principaux. Le cadre théorique de Blumer nous permet de systématiser cette analyse en regroupant certaines actions, mobilisations, décisions, discussions autour d'étapes chronologiques, ayant permis de construire le problème vers une définition officielle devant mener à la « solution ».

Nos recherches nous ont permis d'identifier les situations, sujets et événements les plus influents selon les acteurs consultés et leurs écrits, en plus de l'approche de la presse écrite sur notre problème. En reconnaissant que certains acteurs ont une influence plus importante, que certains enjeux sont mis de l'avant par des acteurs spécifiques et que le lien entre les connaissances proposées, la participation des acteurs et le discours

dominant est central à la problématisation, nous sommes en mesure de reconnaître les moments spécifiques ayant influencé le problème des BSA.

Certains discours, événements, acteurs et types de connaissances ont été mis de côté lors de la définition du problème public des BSA au Québec. Nous ne discuterons ici que des sujets et événements les plus influents. Nous pourrions par la suite analyser le fait que certaines thématiques ont été mises au second rang au profit d'autres. Reprenant le cadre de Blumer, nous indiquerons des sous-étapes qui correspondent à ces situations qui ont été traitées pour alimenter le processus de construction du problème public. Ces situations ont eu une influence primordiale dans le passage du problème à sa définition officielle. Notre choix des thèmes en fonction de notre analyse de discours systématique nous permet ainsi de reconnaître ce qui a influencé le cas, d'où provient le choix du plan d'action et de comprendre ce qui, de nos jours, semble recadrer le problème ou en préparer une redéfinition.

## **La construction du problème public des BSA au Québec : Étapes et sous-étapes**

Nous séparons notre analyse selon les cinq étapes de Blumer, en plus de la nôtre, à savoir 1) l'émergence du problème, 2) sa légitimation, 3) la mobilisation de l'action, 4) (notre étape) la répétition de l'action, 5) la formation du plan d'action et 6) la mise en place du plan d'action. Nous verrons que ces étapes sont relativement chronologiques. Tout d'abord, l'émergence d'un problème se fait rarement lors d'un événement précis et découle généralement d'un processus de construction d'un problème plus large. Cette émergence ne fait sens que si le problème est ancré dans son contexte social et historique. Autrement dit, un problème prend forme par un autre problème, souvent plus controversé. Par exemple, le mouvement #metoo de dénonciation des agressions sexuelles s'est construit comme un problème public par le problème des violences sexuelles. Ce mouvement a permis d'émerger en tant que problème la difficulté chez les victimes de discuter publiquement d'une agression subie tout en mettant en lumière un

problème déjà établi, soit les violences sexuelles, qui a repris une vigueur par ce mouvement (Brunsdon, 2018).

Dans notre cas, nous avons vu au chapitre II que l'émergence de la consommation excessive des jeunes semble être intimement liée à la consommation de BSA. L'émergence de la consommation excessive chez les jeunes remonte au début des années 1990, mais la définition de son problème ne s'est que rarement concrétisée de la façon dont certains acteurs, comme la santé publique et certains experts scientifiques, l'auraient souhaitée. Ainsi, le problème de la consommation excessive s'est transporté dans plusieurs « sous-problèmes », comme le montre le cas des BSA au Québec.

Le chapitre III nous a permis de voir que certains acteurs ne croient pas que la définition du problème des BSA par les gouvernements a permis de réellement freiner la consommation excessive. Bref, l'émergence de la consommation excessive continue son chemin, mais réémerge à travers des sous-problèmes, grâce à certains acteurs souhaitant défendre leurs intérêts. Nous aurions aussi pu mettre l'accent sur d'autres problèmes qui réémergent constamment dans l'espace public. Par exemple, la question du monopole de la Société des alcools du Québec vu comme un problème par certains acteurs, aurait pu être centrale à notre analyse. Cependant, à la lumière de nos recherches et, comme nous le verrons, les acteurs qui remettent en question le monopole de la Société des alcools du Québec n'ont pu légitimer ce problème sur la place publique autant qu'ils l'auraient souhaité. C'est plutôt la consommation des jeunes qui a été cruciale dans le discours et qui, malgré la pression d'autres enjeux et intérêts, a prédominé dans le processus de définition du problème des BSA au Québec des années 2017 à 2019

Il importe aussi de comprendre que la légitimité du problème tient à une constante mobilisation de la part des acteurs. Le problème perd son acuité sociale si peu ou prou se mobilisent pour vanter son importance. Dans l'annexe C, il est par exemple possible de voir que la présence active des acteurs dans les médias durant une longue période permet au cas des BSA de continuer à être discuté par les différentes instances légitimes. Cependant, la mort d'Athena Gervais a réellement contribué à concrétiser la

légitimation du problème. Le tableau à l'annexe C permet de comprendre l'avancement du processus de construction du problème des BSA tout au long de notre analyse par les moments-clés qui définissent le cas à l'étude.

Nous définissons, dans notre analyse, les moments charnières de la problématisation des BSA, comme la mort d'Athena Gervais et la médiatisation des BSA. Ceci nous permet de reconnaître systématiquement la construction du problème en mettant en lumière pourquoi les jeunes ne font pas partie du processus d'élaboration des politiques publiques et pourquoi que le caractère monopolistique de la Société des alcools du Québec a été écarté des discussions. Notre analyse permet également de comprendre en détail qu'une mauvaise interprétation de la présence de produits énergisants dans les BSA a été possible. Également, nous démontrons que l'Association des brasseurs du Québec et Educ'alcool ont exercé un contrôle sur la problématisation de certaines boissons alcoolisées, comme les BSA.

#### Émergence de la problématisation des BSA dans les sphères médiatiques et politiques

À notre connaissance, le problème des BSA au Québec s'est bâti à travers deux événements principaux : 1) la consommation excessive des jeunes et sa discussion dans les médias ; 2) les efforts de dénonciation de l'Association des brasseurs du Québec à la Régie des alcools, des courses et des jeux concernant le processus de brassage de Blue Spike. Avant même la médiatisation massive des BSA au début du mois d'octobre dans les journaux québécois, certains acteurs avaient déjà reconnu que ces boissons poseraient éventuellement un problème dans la province. C'est à travers cette reconnaissance et ce signal d'alerte par certains acteurs que les BSA « comme problème public » ont pu émerger.

#### *La consommation excessive des jeunes*

Dès les premières mentions des BSA dans les médias, leur lien à la consommation excessive paraît évident pour plusieurs acteurs. Ces derniers connaissaient déjà la boisson Four Loko, avant même sa montée en popularité également. Ils étiquetaient déjà les BSA comme une boisson destinée à la consommation excessive. En effet, les critiques sévères de la santé publique d'autres pays ayant vendu la boisson Four Loko ont certainement influencé leur opinion. Ces acteurs, l'Association

des brasseurs du Québec et Éduc'alcool en tête, y voient déjà un problème avant même la connaissance de ces produits par la santé publique. Ainsi, bien que le problème de la consommation excessive soit en émergence au Québec depuis plusieurs années<sup>36</sup>, le lien entre les BSA et la consommation excessive des jeunes était déjà tissé par le passé de la boisson Four Loko dans d'autres pays. Il ne faut cependant pas rejeter pour autant l'histoire de l'émergence du problème de la consommation excessive des jeunes dans la province de Québec. La popularité des BSA au sein des médias et la vive réaction de certains acteurs montre que le contexte sociohistorique du Québec sur la consommation d'alcool, notamment celui de l'opposition entre culture du goût et culture de l'ivresse, était propice à l'émergence d'une telle problématisation sociale de ce produit. Comme nous l'avons démontré, le contexte particulier sur la consommation d'alcool au Québec montre une contradiction, où les BSA étaient à la fois un marché potentiel intéressant pour les producteurs d'alcool, tout en étant un risque pour la santé publique.

Blumer explique que « la reconnaissance des problèmes sociaux par une société est un processus hautement sélectif, certaines situations n'attirant pas une once d'attention, d'autres échouant en route dans ce processus de reconnaissance » (2004, p.194). Le cas des BSA semble s'être trouvé un chemin jusqu'aux instances légitimes au détriment d'autres problèmes. Pour Hilgartner et Bosk (1988), trois éléments particuliers permettent l'émergence d'un problème dans l'espace public : 1) le drame entourant le problème ; 2) sa nouveauté ; 3) la conformité du problème aux valeurs sociales de la société en question.

Les médias ont particulièrement mis en lumière l'aspect dramatique entourant la problématisation des BSA : « Plusieurs cas d'hospitalisation ont été répertoriés, et le produit est surnommé aux États-Unis “black-out in a can” (perte de conscience en canette) » (Vaillancourt, 2017). Les différents médias analysés exacerbent l'éventualité qu'un drame survienne en raison du problème soulevé. Autrement dit, les médias expriment qu'un drame comme la mort ou l'hospitalisation de nombreux enfants est possible si cette boisson reste sur les tablettes. Effectivement, dans les premiers articles

---

<sup>36</sup> La publication de nombreux rapports par l'Institut national de santé publique en plus de l'utilisation plus systématique de la mesure de la consommation excessive en témoigne (Tessier et al., 2016 ; Tessier et April, 2017 ; Traoré et al., 2017).

de journaux sur les BSA, des cas d'intoxications et d'hospitalisations dramatiques faisaient les manchettes :

Le chef des urgences du CHU Sainte-Justine, le Dr Antonio D'Angelo, a récemment traité un adolescent de 14 ans qui avait perdu connaissance après avoir bu le contenu de deux canettes de Four Loko — soit l'équivalent de huit verres de vin — en moins de 30 minutes (Touzin, 2017b).

Additionnée à la nouveauté d'une boisson controversée et de l'accent sur la culture du goût au Québec concernant l'alcool, la composition du problème était structurée de telle façon à prendre une place importante dans l'espace public. Par exemple, cette situation rappelle la problématisation de la cigarette électronique au Canada où l'ambiguïté, quant à la légalité des pratiques de vente de ce produit, a mené à la restriction de ces pratiques (O'Loughlin, 2014). Dans la problématisation des BSA, l'absence de toute connaissance sur ces boissons a permis de les problématiser plus rapidement.

La problématisation des BSA venait également renforcer les valeurs sociales exprimées par l'État et l'opinion publique sur la consommation d'alcool dans la province. En d'autres mots, les BSA promouvaient la culture de l'ivresse aux dépens de la culture du goût : « Tout comme celui du Four Loko, le marketing entourant la boisson FCKD UP encourage la consommation abusive d'alcool chez les jeunes, dénonce Catherine Paradis [Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances] » (Touzin, 2017b).

Nous souhaitons toutefois ajouter un élément à cette liste qui semble capital dans l'émergence d'un problème. Non seulement le problème doit-il être particulièrement bien structuré pour émerger dans l'espace public, mais le problème doit également avoir *la capacité de transporter et transposer les enjeux et intérêts des acteurs influents souvent liés à d'autres problèmes*, aspect manquant également à la théorie de Blumer. Le cas des BSA a pris d'assaut les espaces médiatique et politique, notamment parce que différents acteurs aux intérêts divergents avaient la possibilité, à travers ce cas, de promouvoir des enjeux spécifiques. Autrement dit, des acteurs comme Éduc'alcool et l'Institut national de santé publique du Québec peuvent utiliser la problématisation des BSA pour montrer les intérêts de leur organisme sur la consommation excessive. Par exemple, la problématisation des violences conjugales dans les dernières décennies a agi

comme tremplin pour transporter les luttes féministes sur la place publique. Ceci a permis à plusieurs acteurs de transposer les enjeux féministes dans le problème de la violence conjugale (Lieber et Roca i Escoda, 2015). La problématisation des BSA a également agi comme tremplin, mais pour les intérêts d'acteurs de la santé publique et de l'industrie de l'alcool : « Même si le fabricant respecte les lois et règlements entourant sa mise en marché, “c'est un produit qui est conçu pour exacerber les sensations fortes chez les jeunes” » indique Hubert Sacy d'Éduc'alcool à TVA Nouvelles (Lacroix, 2017a). Les médias permettent aux acteurs du milieu de l'alcool d'exprimer leur désaccord avec les pratiques des commerçants de BSA. Dans ce même article, Nicole April de l'Institut national pour la santé publique du Québec exprime son intérêt pour l'imposition d'un prix minimum pour toutes les boissons alcoolisées : « Une politique de prix minimum sur l'alcool pour augmenter le coût des canettes de Four Loko pourrait régler les problèmes de surconsommation chez les jeunes. Ça éliminerait les produits bon marché, qui sont privilégiés » (Lacroix, 2017a). La production de ce type de boissons permettait d'amener des acteurs à interpeller les décideurs publics sur leurs intérêts par l'entremise du cas des BSA. Ceci a poussé des acteurs privés, notamment, à agir eux qui y voyaient des intérêts à problématiser ces boissons. Si le cas des BSA, malgré son impact que l'on peut qualifier de « limité » sur la consommation d'alcool excessive, a émergé aussi rapidement, c'est entre autres grâce à sa grande capacité à être un représentant et un porteur de plusieurs enjeux et intérêts chez des acteurs particulièrement près des instances légitimes. Il semble donc que la présence de tous ces éléments aurait permis au cas d'émerger, avant d'être légitimé.

*L'influence politique de l'Association des brasseurs du Québec à la Régie des alcools, des courses et des jeux*

L'intervention de l'Association des brasseurs du Québec auprès de la Régie des alcools, des courses et des jeux en ce qui a trait à la capacité de production de Blue Spike montre comment un problème peut émerger dans l'espace politique.

L'Association des brasseurs du Québec semblait déterminer à trouver un moyen de réduire l'impact de la boisson Four Loko sur le marché de l'alcool, alors que ces boissons obtenaient une croissance remarquable dans un marché relativement en baisse. Non seulement la demande de surveiller la production de Blue Spike permettrait à

l'Association des brasseurs du Québec de réduire la compétition sur le marché, mais également de mettre de l'avant une discussion axée sur la réduction de la consommation excessive chez les jeunes. L'Association des brasseurs du Québec semble avoir agi en connaissance de cause pour mettre en lumière une telle problématique en espérant pouvoir discuter du prix minimum sur l'alcool dans l'espace public, affectant déjà la bière.

L'objectif de l'Association des Brasseurs du Québec en s'impliquant dans la problématisation des BSA serait notamment que les politiques sur l'alcool soient les mêmes dans tous les pans de l'industrie. Autrement dit, l'organisme souhaiterait que la Société des alcools du Québec soit sensiblement soumise aux mêmes règlements que le reste de l'industrie et que les règlements en place soient appliqués plus systématiquement auprès des producteurs d'alcool. Par exemple, un des points litigieux dans les pratiques de la Société des alcools du Québec concerne la carte de points Inspire. Avec cette carte, les clients de la société d'État peuvent cumuler des points jusqu'à obtenir des produits gratuits : une pratique interdite pour tout autre commerçant. Ce serait, selon l'Association des Brasseurs du Québec, une pratique déloyale.

L'idée n'est pas d'être en porte-à-faux face au style de gestion de la SAQ. Les gens en place ont, comme leur loi leur permet, tous les pouvoirs de réaliser leur mandat commercial. Notre enjeu, c'est qu'on veut se battre, tout simplement, à armes égales, surtout s'il est question ici de santé et de sécurité publique. (Patrice Léger-Bourgoin, ABQ, Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 - 245, 2018)

Le fait que certaines entreprises dérogent des règlements de la Régie des alcools, des courses et des jeux (publicité visant les mineurs, incitation à la consommation excessive), en plus du statut particulier de la Société des alcools du Québec, ne permettrait pas à l'Association des brasseurs du Québec de « jouer avec les mêmes règles du jeu » que ses adversaires commerciaux. Également, pour l'Association des brasseurs du Québec, les produits vendus à la Société des alcools du Québec seraient les produits vers lesquels les consommateurs de BSA se tournent en raison des politiques publiques mises en place. « Le produit de substitution [aux BSA], en ce qui me concerne, n'est pas une bière de microbrasserie. Le produit de substitution est un spiritueux ou un vin » (Patrice Léger-Bourgoin, ABQ, Consultations particulières sur le projet de loi n° 170, 2018).

Ainsi, l'Association des brasseurs du Québec accuse en quelque sorte la Société des alcools du Québec de vouloir accaparer les revenus provenant de la consommation des jeunes adultes. Les jeunes consommateurs se tourneraient vers ces produits pour boire (selon les conditions de la culture de l'ivresse) en raison de l'absence d'un prix minimum adéquat évitant le choix d'un produit alcoolisé pour son bas prix et/ou sa capacité à intoxiquer rapidement. En d'autres mots, les producteurs d'alcool pourraient continuer à produire des boissons alcoolisées nocives sans l'imposition de mesures restrictives dans tous les secteurs de l'alcool, selon l'Association des brasseurs du Québec.

Il va toujours y avoir des entreprises qui vont vouloir profiter, entre guillemets, de la « naïveté de la jeunesse ». Alors, j'invite les parlementaires à être vigilants, à être vigilants parce qu'il va toujours y avoir un produit de substitution. Et on ne refait pas le passé, mais voilà pas si longtemps, c'était de la vodka dans du Red Bull, après ça on a eu de l'alcool en poudre<sup>37</sup>, on a eu des fausses vodkas faites à base de produits de malt (Patrice Léger-Bourgoin, ABQ, Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 – 245, 2018).

Le cas des BSA au Québec devenait ainsi un problème particulièrement efficace pour transposer les intérêts de l'Association des brasseurs du Québec sur le modèle de gestion de la Société des alcools du Québec et sur la vente de produits alcoolisés contournant les politiques publiques mises en place pour limiter la consommation excessive.

#### Légitimation du problème des BSA : le rôle des médias et du décès d'Athena Gervais

Après la reconnaissance d'un problème, il importe que celui-ci soit légitimé autant dans la population que chez les décideurs publics. Autrement dit, la société civile doit accepter que le problème en soit effectivement un. Sinon, le problème est destiné à mourir, à ne pas être défini. Un problème, pour être légitimé, doit se trouver dans le haut de la hiérarchie des problèmes (Neveu, 1999). En effet, il n'existe qu'un nombre limité de problèmes qui peuvent être traités au même moment dans l'espace public. Par exemple, le récent décès d'une jeune enfant à Granby dans un cas de négligence a permis de légitimer le problème de l'intervention dans les cas de maltraitance chez les enfants. Plusieurs acteurs comme les intervenants sociaux décriaient le problème du manque de ressources pour intervenir dans les situations de maltraitance d'enfants (Marin, 2019).

---

<sup>37</sup> L'alcool en poudre n'a jamais été commercialisé au Canada.

Au même moment, des études sur les problèmes de cyberdépendance des jeunes au Québec faisaient l'objet d'articles dans les médias (Giguère, 2019). Le manque de légitimation du problème a toutefois dissipé la discussion dans l'espace public. Quant au décès de la jeune fille, celui-ci a permis de pousser le problème de la maltraitance au haut de la hiérarchie des problèmes importants pour la société québécoise.

Dans la problématisation des BSA, la présence accrue dans les médias a permis d'avertir les gouvernements de la réticence du public et des acteurs face aux BSA. Cependant, malgré les efforts substantiels de plusieurs acteurs pour légitimer le problème, c'est malheureusement le décès d'Athena Gervais qui a été porté par les acteurs comme l'évènement le plus légitime à un changement dans la réglementation sur l'alcool.

#### *Présence des acteurs influents dans les médias*

Le cas des BSA est médiatisé activement au début du mois d'octobre 2017, au même moment où la boisson FCKD UP est lancée. Les médias ont réussi à amener le cas à un autre niveau au sein du processus de construction du problème en allant chercher le point de vue de différents acteurs. Autrement dit, les médias ont agi comme porte-parole du cas afin qu'il soit reconnu par la population québécoise et entendu chez les décideurs publics.

Cette médiatisation a permis de savoir que le gouvernement était peu au fait de l'existence des BSA à haut taux d'alcool. : « Au Québec, le ministère de la Santé et l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) n'ont pas de données sur le sujet et ne semblaient pas au courant de l'engouement pour cette boisson » indique TVA Nouvelles au mois de juillet 2017 (Lacroix, 2017a).

La médiatisation des BSA se poursuit au mois d'octobre avec un dossier-reportage de la journaliste Caroline Touzin à La Presse. Ce dossier a permis de légitimer le cas apportant des témoignages de plusieurs acteurs. Le reportage a notamment établi que les entrées à l'urgence chez les jeunes étaient en augmentation (même si la relation aux BSA ne pouvait être confirmée). « Des patients intoxiqués au Four Loko débarquent aux urgences convaincus que quelqu'un a mis du GHB (drogue du viol) dans leur verre

tellement ils sont assommés » explique l'urgentologue Sophie Gosselin dans le reportage (Touzin, 2017b).

Les médias sont un outil puissant pour les acteurs impliqués dans le problème afin de le faire reconnaître dans la société civile. En d'autres termes, les acteurs, comme les représentants de santé publique, tenteront de diffuser largement leurs intérêts. Par exemple, la problématisation de la conduite « dangereuse » chez les jeunes en fait foi. La présentation de nombreuses statistiques sur les décès et les hospitalisations reliés à la conduite des jeunes a permis d'amener le cas aux autorités législatives, en présentant même les données de façon sensationnaliste et erronée dans les médias afin de retenir l'attention du public (Best, 2008). Dans notre étude, les acteurs reconnaissent et utilisent les médias, afin de mettre de l'avant le problème :

C'est sûr que Caroline Touzin a eu un rôle clé à faire parce que c'est sûr que quand tu fais la une de La Presse puis que ça dit : « vous voyez les pédiatres sont dépassés à Saint-Justine, il y a des jeunes dans des comas éthyliques après avoir bu juste une canette », [cela montre que c'est] une chose qui n'a pas d'allure. (Entrevue, Catherine Paradis, CCDUS)

En voyant l'impact substantiel des médias sur le cas, les acteurs sont poussés davantage à vouloir se servir de cette plateforme à plusieurs reprises pour défendre leurs intérêts. « On sait tous que [la demande d'un rapport au gouvernement s'en vient] et en même temps qu'on sait que ça s'en vient, on continue à pousser dans les médias pour que ça sorte encore plus » (Entrevue, Catherine Paradis, CCDUS).

À l'Association pour la santé publique du Québec, les médias sont utilisés également pour mettre de l'avant certaines craintes par rapport aux BSA :

Quand il y a un décès, nous on réagit tout de suite. On était dans les médias par rapport à ça, on a fait part aussi de nos inquiétudes par rapport à ça, de notre mécontentement par rapport à l'industrie et aussi par rapport aux différents organismes fédéraux et provinciaux qui sont en arrière de l'industrie pour réglementer (Entrevue, ASPQ).

Le constat est le même du côté de l'Association des brasseurs du Québec qui a commencé à faire des apparitions dans les médias lors du rappel des boissons Four Loko : « l'Association des brasseurs du Québec, exhortait hier matin les intervenants à user de “sens civique” pour retirer les cocktails visés par un rappel de produits » (Dubuc, 2017).

Il semble que ce sont ces nombreuses interventions dans les médias qui ont poussé le gouvernement québécois à poser sa première action, soit la demande d'un

rapport sur la question des BSA au Ministère de la Santé et des Services sociaux. En effet, en juillet 2017, l'Institut national de santé publique du Québec affirme ne pas être courant de la présence de ces boissons sur les tablettes des dépanneurs (Lacroix, 2017a). Quelques mois plus tard, en octobre, nous remarquons une augmentation de la publication d'articles de journaux sur la question. Finalement, le 26 octobre 2017, une motion est adoptée à l'Assemblée nationale du Québec pour que le rapport soit produit. Il est dès lors demandé à l'Institut national de santé publique du Québec de produire le rapport, lui qui ignorait la situation quelques mois auparavant. Les médias semblent être, pour ce cas, la façon la plus efficace d'avertir le gouvernement quant à une situation décrite comme une « catastrophe de santé publique » dans les mots de Catherine Paradis (Touzin, 2017b). Il importe pour les acteurs toutefois de bien dramatiser le cas tout en offrant une vue objective du cas afin de déranger l'opinion publique et attirer les gouvernements. Pour Hilgartner et Bosk (1988) :

L'élaboration d'une définition au problème qui est simple et dramatique augmente les chances du problème de rester pertinent. Une explication du problème qui s'appuie sur une diffusion à grande échelle et sur des « mythes politiques » à l'allure théâtrale est plus encline à prendre place dans l'espace public qu'une analyse sophistiquée et subtile. (p. 62, notre traduction)

Les acteurs principaux dans notre cas à l'étude se sont servis à plusieurs reprises des médias pour rejoindre le public. Leurs propos se veulent parfois dérangeants, voire choquants, afin de bien graver dans l'opinion publique les caractéristiques du problème : « Quand on parle dans les médias, il faut des phrases chocs » (Entrevue, Catherine Paradis, CCDUS).

#### *Le décès d'Athena Gervais*

Le décès d'Athena Gervais a été l'évènement le plus médiatisé du cas, mais également celui qui a donné le plus de légitimité à la mise en problème des BSA. Autrement dit, le drame du décès a confirmé, dans la population et chez les décideurs publics, qu'il était nécessaire de réglementer les BSA. En effet, la mort d'Athena Gervais a été rapidement liée à la consommation de la boisson FCKD UP, précisément quatre jours après sa disparition et son décès :

Alors que la police privilégie la thèse de l'accident, tout indique qu'Athena était fortement en état d'ébriété au moment où elle a été vue pour la dernière fois. Avec des amis, elle se serait rendue au dépanneur du coin lundi midi. Ils y auraient volé des canettes de FCKD UP, une boisson sucrée qui comporte une forte teneur en alcool (11,9 %) (Lorange, 2018).

Le rapport du coroner, plus d'un an plus tard, expliquera les raisons du décès en mettant particulièrement l'accent sur l'intoxication de la jeune fille au moment où elle serait tombée dans le ruisseau dans lequel elle s'est noyée.

Il y a eu très peu de questionnements sur la mort d'Athena Gervais qui ne portaient pas sur le contenu des BSA. Il semblait extrêmement délicat, à ce moment, de mettre l'accent sur autre chose que les BSA qui étaient critiquées depuis plusieurs mois déjà. Prenons l'exemple de la conduite en état d'ébriété pour mieux comprendre notre cas à l'étude. La population accuse généralement le conducteur lorsque celui-ci était en état d'ébriété lors d'un incident. Il semble insensé de juger autrement la situation, par exemple en attribuant le blâme à la qualité des routes ou la déficience du service de transport en commun. Le conducteur en état d'ébriété est imputé d'une responsabilité individuelle dans la très grande majorité des incidents. Autant dans la société civile que dans les médias, il semble inconcevable de blâmer autre chose que le conducteur qui n'aurait pas respecté le Code de la route (Gusfield, 1984). C'est le même type de situation qui s'est produit dans le décès d'Athena Gervais. Les BSA ont été tout de suite accusées d'avoir causé la mort de l'adolescente. Le décès est venu confirmer les propos antérieurs des acteurs dans les médias sur la boisson. L'évidence de la situation était telle que les boissons ont été retirées dans la même semaine que la découverte du corps de la jeune fille : « C'est tragique, mais la mort d'Athena a plus fait avancer le dossier du danger de ces boissons hypocrites en une journée que nous, en une année » (Hubert Sacy d'Éduc'alcool dans Lagacé, 2019)

La gravité de l'évènement n'est pas en soit à l'origine de la légitimité qu'a pris le problème (Blumer, 1971). L'aspect dramatique de l'évènement joue un rôle dans la légitimation du problème, mais n'est pas nécessairement l'élément central de la problématisation. En d'autres mots, des évènements plus « graves » peuvent survenir, mais n'attireront peu ou prou l'attention du public. Par exemple, en moyenne au Canada, 42 décès attribués à l'alcool surviennent chaque jour (CCDUS, 2019). Certains évènements, comme le décès d'Athena Gervais, sont toutefois étiquetés par une urgence d'agir. Tim Stockwell, directeur du Canadian Institute on Substance Use Research croit que le décès d'Athena Gervais a posé le regard du public sur une boisson particulière

alors que le problème central serait l'alcool : « People focus on the product [BSA] but actually [the problem] is the ethanol. The cause of the death will be the ethanol » (Entrevue, Tim Stockwell, CISUR).

Les représentants de la santé publique sont également de cet avis :

Athena Gervais ne s'est pas ramassée dans un ruisseau derrière son école parce qu'elle avait pris trop de sucre ou trop de caféine, mais parce qu'elle avait près de 100 grammes d'alcool dans son sang. C'est à l'alcool qu'il faut s'attaquer (Catherine Paradis, CCDUS, HESA — témoignage — 103, 2018, p.13).

En fait, l'alcool est un enjeu de santé publique. On ne fait pas [un enjeu avec] un produit en particulier [...] Tous les produits devraient être considérés comme équivalents, au regard des risques qu'ils posent pour la santé (Entrevue, Réal Morin, INSPQ).

Le contraste est frappant entre le traitement médiatique du décès d'Athena Gervais et celui de la mort de Pierre Parent. L'absence de médiatisation de la mort de ce dernier semble révéler qu'il y a une sensibilité particulièrement importante à la protection de la jeunesse au Québec. Celle-ci qui se reflète grandement dans la problématique de la consommation excessive d'alcool. Dans les deux cas, les BSA ont été pointées du doigt par les coroners, mais ont reçu un traitement médiatique différent.

Le cas de Pierre Parent ne semble pas avoir atteint une légitimité suffisante dans les médias et les acteurs influents en raison de son âge. Pour les acteurs et les médias, un adulte acquiert une certaine responsabilité de sa consommation qui ne s'appliquerait pas chez les jeunes. Il existe donc une différence entre Pierre Parent, adulte, vu comme alcoolique et « accro » aux BSA avec des problèmes de santé et Athena Gervais, jeune adolescente, inconsciente de ses gestes, victime d'un accident, selon les acteurs et les médias. La responsabilité individuelle qui symbolise la mort de Pierre Parent n'a pas permis de donner au problème la même légitimité que celle d'Athena Gervais qui, en raison de son âge, n'aurait pas les capacités de contrôler sa consommation. En d'autres mots, l'aspect dramatique du décès d'Athena Gervais, alimenté par la sensibilité aux décès de mineurs dans l'opinion publique semble avoir été la recette parfaite pour légitimer le cas dans la population.

Il ne faut pas se le cacher, Athena Gervais, ça a pogné dans les médias parce qu'elle avait 14 ans, elle était belle comme un cœur. Ce n'était pas la fille du milieu défavorisé, du milieu abandonné, ce n'était pas ça. C'était vraiment l'idéal type d'une petite Québécoise de 14 ans : c'est pour ça que ça a pogné. Monsieur Parent, plus âgé, qui consommait déjà beaucoup d'alcool, les gens s'identifient moins à lui là. C'est malheureux, mais c'est ça. Athena Gervais [...] c'était du bonbon

pour les médias c'est sûr que ça allait émouvoir tout le monde, ça allait choquer tout le monde. (Entrevue, Catherine Paradis, CCDUS)

Le cas d'Athena Gervais montre qu'un problème prend une forme spécifique en raison de son contexte et du déroulement de son processus. Autrement dit, si le contexte avait été différent, par exemple, si les BSA n'avaient pas été autant médiatisées à l'automne 2017 ou qu'elle avait consommé un autre produit, son décès aurait pu passer sous le radar, comme l'a été celui de Pierre Parent.

Le décès d'Athena Gervais a également confirmé les propos de la santé publique. La confiance envers les producteurs de BSA était faible à ce moment. Comme nous l'avons dit plutôt, il aurait été insensé, selon l'opinion publique, d'accuser autre chose que les BSA dans le décès d'Athena Gervais. L'industrie, qui remet en question les accusations portées contre eux, avait alors très peu de chances de s'exprimer. Le directeur général de l'Association des brasseurs du Québec nous a toutefois donné son point de vue :

Qu'est-ce qu'on retient aussi du décès d'Athena Gervais et du rapport du coroner c'est, de un, le produit n'a pas été acheté. Donc ça, c'est une réalité là, donc cette réalité-là, je conviens qu'elle est délicate, mais elle existe et elle vient démontrer que tu as un contrôle, que tu as le contrôle au moment de l'acquisition, mais que peu importe ce qui arrive après, y compris la consommation à la maison achetée par un [adulte], ce volet-là devient un peu plus délicat où on perd un certain contrôle sur la question. (Entrevue, Patrice Léger-Bourgoin, ABQ)

Pour l'Association des Brasseurs du Québec, il serait insensé d'accuser l'industrie de l'alcool, puisqu'elle n'est pas en mesure de contrôler ce que les consommateurs font après avoir acheté de l'alcool. La population et la santé publique auraient voulu tout de suite accuser les BSA sans prendre en compte les éléments entourant le décès, toujours selon l'organisme :

L'autre élément du décès de Madame Gervais quand on lit le rapport du coroner, c'est qu'il y avait des gens avec elle et elle est retournée à l'école et elle est ressortie de l'école et personne n'est intervenu. Dans le rapport, c'est écrit qu'elle titubait, elle était incohérente et aucun adulte, aucun mineur n'est intervenu et elle était sur un terrain d'école. Ça, on a passé rapidement à côté de ça, c'était important de passer à d'autres choses. [...] Le monde était pressé de passer à d'autres choses, on était pressé de passer à l'autre chose. (Entrevue, Patrice Léger-Bourgoin, ABQ)

Cet extrait de notre entrevue avec le directeur de l'Association des brasseurs du Québec montre qu'il existait d'autres façons de percevoir le problème, de le légitimer, mais qui ne cadrerait pas avec la vision dominante du problème au moment de la mort d'Athena Gervais. En d'autres mots, au moment du décès de la jeune fille, il ne semblait pas

possible d'exprimer une opinion qui aurait pu remettre en question le rôle des BSA dans la tragédie, malgré que le rapport du coroner ne fût pas encore disponible. Nous verrons que l'opinion et le point de vue de l'industrie, même s'il a été écarté durant cette période, prend une place beaucoup plus importante lors des réflexions sur les politiques publiques.

### Mobilisation des acteurs auprès des gouvernements

La légitimation du cas des BSA a permis d'amener le problème aux instances étatiques. Autrement dit, de nombreuses consultations ont été planifiées auprès des décideurs publics alors que ces derniers avaient entendu parler de la problématisation des BSA. Dans le cas du problème des BSA, ce sont principalement la santé publique et l'industrie de l'alcool qui débattront des enjeux principaux au problème.

#### *La publication de l'avis scientifique de l'Institut national de santé publique du Québec sur les BSA*

La sortie du rapport de l'Institut national de santé publique du Québec a suivi le décès d'Athena Gervais. Le rapport avait déjà été achevé et remis au Ministère de la Santé et des Services sociaux, mais ce dernier ne l'avait pas encore rendu public. La sortie de ce rapport marque le début d'une série de propositions quant à la façon de réglementer les BSA. Il devient, à la lumière des récents événements, un document chargé d'une symbolique, d'un pouvoir de changements chez les acteurs souhaitant la réglementation des BSA. En d'autres mots, le rapport contient de nombreux éléments de réponses pour justifier le point de vue autant de l'industrie que de la santé publique.

Par exemple, les auteurs du rapport argumentent que la consommation de BSA n'est pas le seul élément à prendre en compte dans la problématisation de la consommation excessive chez les jeunes. En effet, à l'aide des données de l'étude de cas à Sherbrooke de Catherine Paradis, le rapport indique que « les notes inscrites aux dossiers médicaux [des jeunes hospitalisés pour une intoxication] révèlent que la vaste majorité des jeunes admis aux urgences (75 %) avait bu des boissons à forte teneur en alcool (spiritueux ou boissons prémélangées avec spiritueux) » (April et al., 2018, p. 9). Cet extrait a été utilisé par la santé publique pour justifier le fait qu'il est nécessaire de réglementer l'ensemble des boissons alcoolisées et non un seul type de produit.

Pourtant, ce même passage est repris par l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADAQ), un représentant de l'industrie. Cette dernière explique, après avoir cité le passage, que les spiritueux sont interdits sur leur réseau et qu'il serait dès lors injustifié de réglementer des boissons de plus de 7 % d'alcool vendues en épicerie :

Selon les données Nielsen obtenues par l'INSPQ, les produits contenant moins de 8 % d'alcool représentaient 83,7 % des ventes en 2017 dans le réseau épicerie-dépanneur. Il serait intéressant de connaître la proportion de produits alcoolisés à plus de 7 % vendus par la SAQ (ADAQ, 2018).

Également, les représentants de la santé publique vont citer ce rapport pour mettre en lumière la réglementation sur l'ensemble des produits alcooliques. Le rapport permet, par des recommandations similaires au discours de la santé publique, de légitimer davantage le point de vue de leurs représentants. L'Association pour la santé publique utilisera le rapport pour justifier que « globalement, la consommation excessive d'alcool chez les jeunes de 12 à 35 ans a augmenté d'environ 10 % depuis 2000-2001 » et que « les intoxications aiguës causées par l'alcool sont fréquentes au Québec » (ASPQ, 2018a, p. 8). Le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances utiliseront ce rapport pour les mêmes raisons : « Tristement, la mort d'Athena faisait elle-même suite à la publication d'études montrant que plusieurs jeunes sont vus chaque jour dans une urgence au Québec pour une intoxication aiguë à l'alcool » (CCDUS, 2018, p. 1).

Ce rapport est repris à multiples reprises par les acteurs lors des consultations au projet de loi n° 170. Les acteurs vont le citer pour alimenter les discussions, justifier leurs propositions et même, comme l'explique Blumer (1971), diverger le discours vers leurs propres intérêts. En d'autres mots, la santé publique et l'industrie tentent de reprendre les conclusions du rapport à leur avantage. Ils espèrent ainsi que les futures politiques publiques soient bénéfiques pour eux. Par exemple, reprenons le cas de la cigarette électronique. La publication d'articles sur l'utilisation de cigarettes électroniques au Canada est de plus en plus courante. Les mêmes conclusions de l'utilisation de ce produit sont vues par l'industrie comme bénéfique alors qu'elle considère que son utilisation réduit la quantité de fumeurs « traditionnels ». Cependant,

la santé publique utilise le même genre d'études pour exprimer des craintes quant à l'utilisation d'un produit encore méconnu (O'Loughlin, 2014).

Dans notre cas à l'étude, l'industrie utilisera le rapport pour diverger le point central du discours de la santé publique vers des intérêts qui n'ont pu être débattu jusqu'à présent. Par exemple, le Groupe Geloso utilise le fait que l'amendement proposé par le gouvernement du Québec pour réglementer la vente de BSA n'est pas une recommandation du rapport de l'Institut national de santé publique du Québec : « Il est important de se rappeler que l'INSPQ n'a jamais recommandé de bannir la vente en dépanneur des produits de plus de 7 % en alcool » (Groupe Geloso, 2018, p. 5). L'entreprise proposera donc des mesures alternatives qui ne se trouvent pas dans le rapport alors que l'Institut national de santé publique du Québec considérait vaguement qu'il était nécessaire d'« explorer des solutions à la préoccupation de la vente de canettes qui contiennent de grandes quantités d'alcool propices à la consommation abusive d'alcool » (2018, p.16) :

Un meilleur contrôle dans les points de vente est important pour prévenir le vol de boissons alcoolisées et rendre plus difficile l'accès aux mineurs. À titre d'exemple, les produits pourraient être disponibles près de la caisse pour que les commis puissent garder un œil sur les ventes et mieux prévenir le vol. Une autre option serait d'installer des dispositifs qui feraient du bruit à chaque fois qu'un produit serait pris d'un présentoir, similaire à ce qui est fait avec la vente de lames de rasoirs [sic]. (Groupe Geloso, 2018, p. 5)

L'Association des brasseurs du Québec utilise la même stratégie pour mettre de l'avant ses intérêts, notamment sur la restriction de la vente de spiritueux à la Société des alcools du Québec :

Rappelons aussi que le titre du récent rapport de l'Institut national de santé publique est *Intoxications aiguës à l'alcool ET boissons sucrées alcoolisées*. Donc, le « et » devient très important, puisqu'il est aussi question d'autres formes d'alcool que les produits qui ont fait la manchette. Illustration de cet état de fait, les ventes de spiritueux au Québec, en moins de 10 ans, ont augmenté, passant de 492 millions à 727 millions. La commercialisation de ces produits doit donc faire l'objet d'une attention particulière (Patrice Léger-Bourgoin, ABQ, Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 - 245, 2018).

Le détournement de l'enjeu principal d'un problème est courant dans la construction de celui-ci, surtout lorsque des constellations d'acteurs ont de nombreuses divergences d'intérêts (Blumer, 1971). En d'autres mots, les acteurs vont reprendre les mêmes arguments pour défendre des enjeux différents. Le rapport de l'Institut national de santé publique du Québec permettait de mettre de l'avant les enjeux de l'industrie qui

n'avait pas pu s'exprimer librement lors du décès d'Athena Gervais. Le rapport de l'Institut national de santé publique du Québec a toutefois permis d'alimenter grandement les débats et discussions lors des consultations sur le projet de loi n° 170. Les acteurs ont alors proposé une multitude de suggestions sur la réglementation de l'alcool dérogeant du problème principal initialement légitimé, soit la consommation de BSA, puisque les auteurs du rapport n'ont pas été en mesure de bien cibler le rôle des BSA sur la hausse des intoxications chez les jeunes dans les urgences au Québec.

#### *Consultations au gouvernement fédéral*

Le gouvernement fédéral a également procédé à des consultations à la suite du décès d'Athena Gervais. Le gouvernement fédéral a des compétences différentes en matière de réglementations de l'alcool. Notamment, il est en mesure d'interdire la vente de certains produits alcoolisés, d'imposer un étiquetage particulier, d'augmenter la taxe d'accise (ce qui augmente le prix des produits) et peut réglementer la publicité sur l'alcool.

Santé Canada a procédé à plusieurs types de consultations, notamment des consultations publiques et des rencontres privées. Ceci a donné l'occasion à de nombreux acteurs de discuter de leurs intérêts. Santé Canada a également rencontré à huis clos certaines organisations, dont plusieurs rencontres privées avec le Groupe Geloso.

Je sais qu'au niveau de la Direction des aliments [de Santé Canada], au niveau du sous-ministre adjoint, Le Groupe Geloso a fait une demande de rencontre, alors on les a rencontrés. Donc, il y a eu des discussions, [...] mais on les a rencontrés comme n'importe qui d'autre de l'industrie qui demande une rencontre. On a été principalement sur le mode écoute. (Entrevue, Marie-Josée Bolduc, Santé Canada)

Ces rencontres privées, dont on compte une centaine de communications, choquent des acteurs comme Éduc'alcool qui considère que leur voix n'est pas autant écoutée que celle de l'industrie : « C'est décevant de voir que l'on accorde davantage d'attention et d'écoute à une entreprise qui a fabriqué le produit, qui a tué, qu'à l'organisme qui essaie de faire en sorte qu'une telle situation ne se reproduise » (Hubert Sacy d'Éduc'alcool dans Blouin, 2019).

Obtenir des rencontres privées avec Santé Canada semble être un privilège accessible à seulement certains acteurs. Les acteurs impliqués qui ont une influence

politique considérable obtiennent des chances de défendre leurs intérêts et de faire des compromis avec les décideurs publics. En d'autres mots, les acteurs qui ont une relation étroite avec Santé Canada pourront tenter de chercher à ce que la politique publique soit avantageuse pour eux.

Par exemple, outre le Groupe Geloso, le directeur général d'Éduc'alcool, Hubert Sacy, a eu l'occasion de discuter avec la ministre de la Santé de l'époque, Ginette Petitpas-Taylor. La discussion a toutefois eu lieu après l'élaboration de la politique publique. Sinon, des groupes comme l'Institut national de la santé publique, le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substance, Éduc'alcool et l'Association des brasseurs du Québec ont participé à des rencontres à huis clos avec Santé Canada. L'Association pour la santé publique du Québec a été invitée à défendre leurs intérêts que durant les consultations publiques. La proximité des intérêts en plus de l'influence publique d'un acteur semble particulièrement influencer à quelles consultations un acteur pourra participer. Les consultations publiques à Santé Canada semblent permettre à toute personne ou organisme de remettre un mémoire, mais les témoignages publics, les rencontres privées et les rondes de discussions à huis clos semblent être réservées à des acteurs ayant une influence politique plus grande.

En plus des consultations à Santé Canada, le Comité permanent de la santé a également rencontré des acteurs et produit un rapport sur la question des BSA. La multiplication des consultations, autant aux gouvernements québécois que canadien, donne la chance aux acteurs de proposer de nombreuses « solutions » à la consommation excessive des jeunes. Cependant, du côté de Santé Canada, la décision de réglementer soit la taille des boissons et la limite d'alcool par contenant semblait déjà prise avant même toutes ces consultations, comme le montre cet extrait dans La Presse en date du 19 mars 2018 :

La ministre entend modifier le Règlement sur les aliments et les drogues et souhaite limiter la concentration en alcool dans les boissons sucrées, soit en réduisant la taille de la canette, soit en établissant une limite au ratio alcool/sucre dans ces boissons mélangées (Ruel-Manseau, 2018).

Le processus décisionnel, même si la forme du règlement est déjà connue, donne droit à la mise en lumière de différents enjeux et intérêts de la part des acteurs, qui eux espèrent mettre de l'avant une problématique plus large. Autrement dit, les nombreuses

consultations à Santé Canada ont permis de bien juger la réponse de l'opinion publique, des acteurs et des médias quant à la forme de la réglementation des BSA. Également, le processus a permis de préciser davantage la proposition de règlement.

### *Mobilisation et confusion autour de la présence de guarana dans les BSA*

Boissons sucrées alcoolisées ? Boisson énergisante à haute teneur d'alcool ? Boissons alcoolisées énergisantes ? Une grande confusion s'installe autour du cas des BSA concernant la présence de guarana dans la boisson FCKD UP. Alors que le mélange entre substance caféinée et alcool est vivement critiqué et reconnu comme dangereux par la santé publique (Brache et al., 2012), la présence de guarana dans certaines BSA fait craindre aux acteurs que celles-ci soient d'autant plus nocives. Le guarana est utilisé à des fins publicitaires comme le montre l'Association pour la santé publique du Québec dans son mémoire qui cite une publicité de la BSA Mojo de Blue Spike :

« Additionné de guarana, MOJO est le cooler idéal pour ceux qui aiment faire la fête jusqu'aux petites heures du matin et les gens branchés qui recherchent une alternative aux coolers traditionnels. Il s'agit d'autant plus d'une alternative sécuritaire pour les consommateurs qui aiment mélanger *energy drinks* et spiritueux puisque Mojo ne contient pas de taurine (une substance illégale lorsque mélangée à de l'alcool)<sup>38</sup> ». (ASPQ, 2018b)

Cependant, sa présence dans les BSA est très faible et sa présence se limiterait à attirer des consommateurs qui chercheraient une boisson alcoolisée contenant une substance « naturelle ».

Le produit lié à l'incident tragique au Québec a été décrit dans les médias comme une boisson énergisante alcoolisée et caféinée. Cette description est erronée. [...] Ces ingrédients aromatisants n'apportent toutefois qu'une très faible quantité de caféine dans une boisson alcoolisée. Par exemple, une portion régulière de café contient jusqu'à 180 mg de caféine par tasse de huit onces. Quand l'ACIA [Association canadienne d'inspection des aliments] a testé des échantillons du produit du Québec [FCKD UP], elle a déterminé que la quantité de caféine qu'elle contenait était beaucoup plus basse, moins de 5 mg par contenant. (Karen McIntyre, Santé Canada, HESA — témoignage — 103, 2018, p.4).

Le guarana était toutefois reconnu comme une substance dangereuse dans les médias alimentant les craintes à propos des BSA. Dans les journaux et chez certains acteurs, le danger que constituait le guarana dans les BSA a été grandement exagéré :

---

<sup>38</sup> Le mélange de n'importe quelle substance étant un dérivé de la caféine serait tout aussi nocif, peu importe sa forme (guarana, taurine, café, etc.) d'après les spécialistes entendus dans les témoignages analysés.

« Cette boisson est encore plus dangereuse que le Four Loko à cause du guarana qu'elle contient », dit pour sa part la porte-parole de l'Association pour la santé publique du Québec Émilie Dansereau-Trahan (Touzin, 2017d).

L'alcool dans ces produits astucieusement destinés aux adolescents est aussi combiné à un stimulant naturel, le guarana, ce qui rend la boisson encore plus dangereuse, mais toujours légale selon les critères de Santé Canada. Mais tout cela pourrait bien vite changer... (Parent, 2018a).

Les médias alimentent également la confusion quant à la définition de ce type de boisson : « Le robinet des boissons énergisantes sucrées à forte teneur en alcool pourrait être complètement fermé sur le marché québécois » (Saint-Arnaud, 2018).

Pour Blumer, ces confusions sont partie prenante de la mobilisation de l'action autour d'un problème. Les acteurs, dans l'objectif de construire rapidement le problème, vont distordre la réalité afin qu'elle cadre avec leur vision du problème souvent en limitant l'analyse du problème et en favorisant un discours-choc. C'est un moyen généralement utilisé dans la médiatisation de l'utilisation de « drogues dures », comme le crack. Le discours des médias dans l'utilisation de crack aux États-Unis a été vivement sensationnaliste et les journaux ont exagéré les conséquences de l'utilisation de cette drogue. L'exagération d'un problème diminuerait l'attention sur d'autres problèmes « plus urgents » (Reinarman et Levine, 1989). C'est relativement ce qui s'est produit dans le cas des BSA et de la confusion autour de la présence de guarana. En fait, les critiques autour de la présence de guarana de la part de certains acteurs ont permis d'appuyer le fait que ces boissons étaient dangereuses. En effet, les boissons énergisantes, comme Monster, Rockstar ou Red Bull, sont déjà perçues comme nocives par la population et le milieu scientifique (Dubé et *al.*, 2010 ; Picard-Masson et *al.*, 2014). Associer ces boissons aux BSA venait donner un point de repère dans l'opinion publique aux conséquences que peuvent causer les BSA. Du côté du Groupe Geloso, il était difficile de vouloir montrer la confusion quant à la dangerosité du guarana dans les boissons FCKD UP. En effet, il aurait été contre-intuitif pour le Groupe Geloso d'argumenter que le guarana était en présence minime alors que l'entreprise utilise les « bienfaits » de ce produit pour commercialiser sa boisson, comme le rappelle un de leurs slogans : « Mettre du guarana dans un nectar de raisin à 11,9 %, c'est comme

booster son char sport avec de la nitro. Si tu veux passer de zéro à party en quelques gorgées, bois le mauve ».

Bref, la mobilisation de l'action lors de la construction d'un problème peut amener les acteurs à couper les coins ronds, donc à limiter la profondeur de leur analyse d'une situation sociale et à exagérer certains éléments à propos du problème. Ainsi, les acteurs peuvent faire gagner une légitimité au problème, mais ceci ne garantit pas que le problème dans sa finalité traitera de cet aspect du problème. Plus concrètement, bien que le guarana est présent qu'en petite quantité dans certaines BSA, les règlements actuels permettent encore à un producteur d'alcool d'ajouter une grande quantité de guarana dans une boisson alcoolisée. Par exemple, l'Association canadienne des sociétés des alcools s'est autoréglementée pour limiter la quantité de guarana à 30 mg par consommation standard dans les produits vendus. Il devenait intéressant pour les acteurs de la santé publique de tenter d'interdire le guarana craignant de futurs débordements, ce qui a toutefois échoué.

#### Répétition et réactualisation des discussions autour du problème des BSA.

Nous souhaitons ajouter une étape à la théorie de Blumer qui est pertinente à notre cas. Dans le dossier des BSA, les témoignages et consultations ont été multipliés auprès de différentes organisations gouvernementales. Les mêmes acteurs ont été souvent invités et confrontés dans différentes consultations pour discuter de leurs intérêts, en plus de remettre de l'avant à plusieurs reprises la problématique dans les médias. Autrement dit, les acteurs vont répéter à de nombreuses reprises leur point de vue devant différents comités gouvernementaux. Ils vont également ramener au goût du jour le cas des BSA dans les médias. Ceci a pour objectif de s'assurer que le problème ne disparaîtra pas de l'espace public. C'est notamment ce qui a été remarqué dans le processus de légalisation du cannabis au Canada. De groupes de discussions, rencontres, documents de travail et témoignages ont été utilisés pour construire le projet de loi visant à légaliser la substance au pays (Beauchesne, 2018). La légalisation du cannabis a également été discutée à de nombreuses reprises dans les médias, à chaque phase de la légalisation. La multiplication des discussions dans les médias et les consultations dans notre étude montre que ce processus est capital dans la problématisation des BSA.

### *Répétition des consultations aux gouvernements*

La multiplication des témoignages, rencontres et consultations est un élément central à la problématisation des BSA. Les mêmes acteurs ont répété à de nombreuses reprises les mêmes arguments. Toutefois, le contexte, l'auditeur et les acteurs présents différaient selon les rencontres. Ceci a permis de scruter chaque argument, enjeu et intérêt des acteurs présents. Le discours de chaque acteur a été écouté par différentes instances publiques, soit Santé Canada, l'Assemblée nationale du Québec et la Régie des alcools, des courses et des jeux. La répétition des discussions aide à construire une définition plus complète du problème, à connaître toutes les facettes du problème. Précisément, cette répétition permet aux instances publiques de connaître l'opinion des acteurs, mais également de mieux comprendre les conflits entre la santé publique et l'industrie, de juger de la réponse des acteurs aux différentes options de politiques publiques et de la perception des acteurs à propos des instances publiques en plus de saisir les enjeux et intérêts de chaque acteur.

Le discours des acteurs n'a pas subi une évolution significative entre les différentes consultations. La répétition de l'action servait ici justement à mettre en lumière chaque angle, détail et point de vue des acteurs.

La répétition des discussions semble être désirée autant par les instances publiques que par les acteurs concernés. Du côté des instances publiques, cette répétition permet de connaître le cas selon tous ces points de vue. Du côté des acteurs impliqués, ceci permet de remettre de l'avant le cas et de s'assurer que le problème des BSA résultera bel et bien dans une politique publique. Cette étape a permis à Santé Canada et à la Régie des alcools, des courses et des jeux de mieux construire la politique publique en jugeant de l'impact social, politique et relationnel de leur organisation avec les acteurs et avec le public.

### *Effort de réactualisation du problème des BSA dans les médias*

Blumer (1971) mentionne qu'il importe qu'un problème reste légitime et qu'il mène à l'action afin d'éviter que le problème ne soit surpassé par d'autres avant la formation d'un plan d'action. Toutefois, Blumer n'établit pas que l'action ne doit pas seulement être mobilisée, mais doit être réactualisée à de nombreuses reprises. Autrement dit, un problème, selon nous, doit non seulement être reconnu par la

population et faire l'objet de consultations parmi les gouvernements, mais il doit également être rappelé à de nombreuses reprises, par l'entremise des médias notamment. Nous estimons qu'un moment de réactualisation est une période où un problème est revu, re-présenté, et mis en lumière dans des situations similaires après que le problème fût reconnu par la société civile. Plus concrètement, les médias publient donc à nouveau des articles sur le problème qui permettent de rappeler l'existence et l'importance de la problématique. Nous établissons que la phase de réactualisation du problème des BSA s'est déroulée entre le décès d'Athena Gervais (février 2018) et la mise en place du règlement par Santé Canada (mai 2019). Nous avons séparé la réactualisation du cas à l'étude en quatre moments-clés.

Le premier moment de réactualisation suit de très près le décès d'Athena Gervais de la mi-mars à mai 2018. La discussion porte sur les différentes propositions des acteurs à propos de la forme que prendront les politiques publiques. Même si les acteurs ont la possibilité de discuter de l'élaboration des politiques publiques devant les instances politiques, les acteurs se servent des plateformes médiatiques pour faire entendre leurs intérêts.

Le directeur général d'Éduc'alcool, Hubert Sacy, croit qu'il serait préférable que le gouvernement du Canada interdise lui-même directement la vente de boissons alcoolisées, sucrées et prémélangées (Parent, 2018a).

Outre Éduc'alcool, l'Institut national de la santé publique utilise également les médias pour présenter leurs arguments discutés dans leur rapport :

Selon [Réal Morin], il faut agir sur les principaux facteurs d'attrait des jeunes pour ces boissons. Parmi ces facteurs figurent en bonne place : Les emballages voulus particulièrement incitatifs ; les boissons sont en général proposées en différents saveurs dans des cannettes aux couleurs attrayantes ; le taux d'alcool masqué dans du sucre pour rendre la consommation plus facile pour les jeunes (Tchandem Kamgang, 2018).

Les représentants de l'industrie de l'alcool, comme l'Association des brasseurs du Québec, se servent également des médias aux mêmes fins :

L'Association des brasseurs du Québec estime pour sa part que le modèle de fixation du prix plancher de la bière, instauré en 1993, « mérite une réflexion », notamment en raison de l'apparition sur le marché des boissons sucrées à forte teneur en alcool (Lorange et Champagne, 2018).

Également, de nombreux acteurs et médias contestent la place dominante de l'alcool au Québec et le fait que d'autres BSA sont tout de même disponibles sur le

marché. « Les boissons sucrées alcoolisées demeurent populaires auprès des jeunes malgré les mises en garde qui ont suivi le décès d'une adolescente de 14 ans. Certaines de ses boissons sont d'ailleurs toujours disponibles dans certains dépanneurs » (Hallé, 2018). Les données du rapport de l'Institut national de santé publique du Québec sont également présentées lors de ce moment :

Leur analyse met en évidence une problématique préoccupante qui justifie de renforcer les actions de prévention », a analysé l'INSPQ. Selon l'INSPQ, « le volume de ventes des produits les plus alcoolisés (au moins 11 % d'alcool) a augmenté de plus du triple (319 %) entre 2016 et 2017 » (Agence QMI, 2018).

Le deuxième moment de réactualisation se passe durant l'été 2018. Les médias prennent alors le pouls de l'opinion publique sur les pratiques marketings du Groupe Geloso autour de certains de leurs produits controversés, toujours sur le marché – comme les bières Boris et les boissons Poppers. Par exemple, le slogan des bières Boris a été critiqué parce qu'il inciterait à la consommation excessive : « Si elle est trop forte, c'est que tu es trop faible ! ». Les médias utilisent alors ce sujet pour parler à nouveau du décès de la jeune fille et des BSA :

C'est le groupe Geloso, derrière la controversée boisson FCKD UP, qui exploite la marque de commerce Boris depuis quelques années au Québec. Le FCKD UP (11,9 % d'alcool) visait un jeune public et a été retiré des tablettes après la mort d'Athena Gervais, 14 ans (Teisceira-Lessard, 2018).

Éduc'alcool est notamment intervenu dans ces articles, tout comme d'autres acteurs durant cette période : « Il va sans dire que l'affiche incite à la consommation excessive et qu'elle joue sur le goût du risque qui attire tant les jeunes, ce qui est particulièrement mal venu car c'est un groupe fort vulnérable » (Teisceira-Lessard, 2018). Plusieurs mois après le décès d'Athena Gervais, les acteurs et les médias ont donc continué à discuter des pratiques du Groupe Geloso.

Le troisième moment de réactualisation du problème des BSA s'est déroulé de la fin de 2018 à janvier 2019 alors que Santé Canada publie sa proposition de règlement sur les BSA. Les critiques (ou les éloges) de certains acteurs sont alors soulignés dans les médias. Éduc'alcool est très critique à l'endroit du règlement de Santé Canada qu'il croit inefficace, alors que le maximum d'une consommation standard par contenant de BSA fût souhaitable selon l'organisme :

« Si Santé Canada souhaite éviter d'autres décès tragiques de jeunes, il doit amender son règlement. Sans quoi, on peut craindre qu'il y aura d'autre Athena Gervais. Et cette fois, on ne pourra pas dire que nous ne savions pas » (Hubert Sacy dans Agence QMI, 2019)

Les médias utilisent également ce moment pour revenir une fois de plus sur le cas d'Athena Gervais, rassérénant et légitimant plus encore le problème et la nécessité d'élaborer une nouvelle politique publique. Le père de la jeune défunte donne son opinion sur la proposition de règlement et parle de son deuil. Il présente une vision positive de l'arrivée de ce règlement : « “Ça a été inespéré. Ça a eu l'effet d'une bombe. On veut réduire les taux d'alcool, le format des canettes, ça m'a jeté à terre”, explique en souriant Alain Gervais » (TVA Nouvelles, 2018a). Ainsi, près d'un an après le décès d'Athena Gervais, les BSA obtiennent encore une place de choix dans l'espace médiatique.

Le quatrième et dernier moment de réactualisation concerne la publication du rapport du coroner à propos du décès d'Athena Gervais. Plusieurs éditoriaux sont publiés sur la question : « On peut apprendre à ses enfants à boire progressivement, avec modération et convivialité. On ne peut pas leur apprendre à composer avec une saloperie comme le FCKD UP » (Krol, 2019).

Le rapport du coroner est cité à plusieurs reprises, notamment sur la faute attribuée à la boisson FCKD UP :

Que ce soit la grande quantité de sucre qui masque le goût et les effets de l'alcool, les publicités colorées aux slogans « cool », le prix d'achat ou encore l'accessibilité dans les dépanneurs et épiceries : « l'ensemble de ces facteurs banalise les dangers réels » de ce type de boisson, selon [le coroner Larocque]. « Est-ce que Athéna aurait pris 12 verres de vin en 35 minutes ? La réponse est non » (Caillou, 2019).

La sortie de ce rapport vient confirmer chez les acteurs la nécessité de réglementer les BSA. À l'aube de la mise en place du règlement de Santé Canada, ce rapport a permis de donner le dernier élan d'assurance au cas des BSA pour que le problème soit bel et bien encadré.

### Formation du plan d'action par deux politiques publiques

Le plan d'action, pour contrer le problème des BSA, s'est formé autour des deux politiques publiques qui ont été mises en place par les gouvernements québécois et fédéral. La justification des mesures prises par les gouvernements permet d'identifier les compromis entre les différentes constellations d'acteurs et de mieux reconnaître le

regard des décideurs publics sur le problème. En d'autres mots, en examinant comment les politiques publiques ont été élaborées, il est possible d'analyser l'influence des acteurs d'une loi ou d'un règlement. En effet, les politiques publiques mises en place ont fait l'objet d'une influence politique et l'utilisation de données probantes n'a pas été le seul moyen employé pour élaborer ces politiques publiques.

*L'amendement au projet de loi n° 170 sur les BSA*

L'intention d'amender le projet de loi n° 170 pour limiter le taux d'alcool dans les BSA est annoncée dans un point de presse le 13 mars 2018. On y annonce du même coup la mise en place du comité consultatif sur la réforme du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs* à la Régie des alcools, des courses et des jeux. Les BSA de plus de 7 % seront interdites à la vente dans les dépanneurs et épiceries quelques mois plus tard. La rapidité avec laquelle les BSA ont été réglementées découle d'un certain hasard et d'une volonté de rapidement interdire leur vente. En effet, le projet de loi n° 170, écrit par des avocats de la Régie des alcools, des courses et des jeux pour le ministre de la Sécurité publique, devait déjà modifier la réglementation concernant la vente et la production d'alcool par le projet de loi n° 170. Même s'il n'était pas un projet de loi axé sur la santé publique, il devenait facile pour le gouvernement québécois de seulement amender le projet de loi sans avoir recours à un processus de consultations plus long. Cependant, la décision d'amender le projet de loi n° 170 montre la rapidité avec laquelle le gouvernement québécois souhaitait intervenir dans le cas des BSA. Le seul frein possible à l'adoption rapide du projet de loi n° 170 aurait été la réticence des partis d'opposition à l'Assemblée nationale. Toutefois, l'urgence d'agir sur le cas des BSA faisait partie du discours de l'opposition et le projet de loi n° 170 a été accepté à l'unanimité.

L'adoption d'une telle mesure, bien que louangée par certains acteurs, n'était toutefois pas assez efficace pour réellement attaquer le problème de la consommation excessive d'alcool, selon l'Institut national de santé publique du Québec et l'Association pour la santé publique du Québec. Pour ces deux organismes, la rapidité avec laquelle le problème a été formulé par le gouvernement québécois constituait un couteau à double tranchant : d'un côté, les BSA sont retirées du marché, de l'autre côté, les jeunes

s'adonnant à la consommation excessive peuvent se tourner vers d'autres produits qui adoptent une mise en marché similaire :

L'industrie nous dit que leur mise en marché et leurs campagnes de publicité visaient les jeunes adultes, mais quand on regarde, c'est surtout les jeunes, donc les adolescents et principalement les jeunes filles. La façon dont c'est promu, l'emballage, les logos et les slogans, tout ça on vise vraiment les jeunes. C'est ce qui était problématique (Entrevue, ASPQ).

La formation de ce plan d'action empêchait également de continuer la discussion sur l'imposition de mesures qui touchent à tous les produits alcooliques comme le prix minimum sur l'alcool. L'adoption de telle mesure semble plus difficile à justifier alors que le problème est perçu par le gouvernement comme étant spécifiquement sur les BSA. Autrement dit, l'adoption de cet amendement rapide ne permettait pas de mettre en place une politique publique englobant l'ensemble des produits alcoolisés ou restreignant plus sévèrement la vente de BSA. Ce dernier aspect était souhaité par Éduc'alcool :

Québec a été un peu moins con [que le fédéral], mais à peine. « OK on va interdire la vente de ça dans les épiceries à condition jusqu'à 6,9 % ». Deux jours après, les boissons à 6,9 % sont sorties. Ça reste des boissons trompeuses quand bien même que ce soit 6,9 %, ce n'est pas compliqué là. [...] Nous, on dit qu'il faudrait les interdire (Entrevue, Hubert Sacy, Éduc'alcool).

Éduc'alcool considère que cet amendement n'était pas assez sévère et permettait la continuation de la vente de produit à haute teneur en alcool dans de grands formats. L'Association pour la santé publique du Québec explique également que cette mesure n'est pas assez drastique notamment en raison de l'absence de changements sur les publicités.

Il devrait faire les mêmes lois que pour le tabac : ce n'est aucune publicité et pas le droit non plus de commanditer des émissions. Moi ça m'étonne toujours quand tu écoutes une émission, si ce n'est pas dans l'émission même qu'on te propose de l'alcool, c'est toutes les publicités qui sont en dehors de l'émission (Entrevue, ASPQ).

Cet extrait d'un échange entre le ministre de la Sécurité publique Martin Coiteux et Réal Morin de l'Institut national de santé publique du Québec lors des consultations au projet de loi n° 170 montre les divergences sur la formation du plan d'action où la santé publique et le bien-être économique des consommateurs sont deux intérêts qui s'opposent :

M. Morin (Réal) : Le prix minimum s'applique partout, mais en réalité l'appliquer partout ne signifie pas que tous les produits sont concernés. En fait, moins de 10 % des produits, quelques pour cent...

M. Coiteux : Oui, mais justement, alors là, nous, là, comme gouvernement, si on empruntait cette voie-là... Moi, j'ai quelques réticences pour toutes sortes de raisons. [...]C'est que je ne suis juste pas convaincu qu'on va atteindre le résultat en appliquant des prix minimums à 100 % des produits, alors que vous me dites que c'est 10 % qui est concerné.

M. Morin (Réal) : Bien, en fait, c'est de trouver une mécanique qui fasse en sorte qu'on ne peut pas acheter des produits d'alcool à trop bas prix. [...]

M. Coiteux : Bien, les indications qu'on a, c'est qu'on est un des endroits où l'alcool est le plus cher, presque au monde, dans plusieurs... peut-être pas pour tous les segments, là, mais dans un grand nombre de segments, on est parmi les endroits où c'est le plus cher au monde (Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 - 245, 2018).

La décision de réglementer que les BSA ne satisfaisaient pas à plusieurs des acteurs particulièrement en santé publique. Toutefois, l'intention de Santé Canada de réglementer à son tour les BSA a permis de continuer la mobilisation de l'action entre les deux mises en place des politiques publiques afin d'espérer que le problème soit défini différemment par les décideurs publics. En d'autres mots, les acteurs voyaient une chance supplémentaire de restreindre la consommation, la publicité ou l'étiquetage des BSA et d'autres produits alcoolisés par la volonté de Santé Canada de réglementer les BSA.

### *Le règlement de Santé Canada sur les boissons purifiées aromatisées*

#### LES DANGERS À LA SANTÉ ET LA RAPIDITÉ D'INTERVENTION

L'adoption du règlement de Santé Canada a permis de former davantage le plan d'action et d'avoir une définition encore plus précise du problème des BSA. Concrètement, Santé Canada ont justifié en détail leur décision de limiter à 1,5 consommation standard par contenant la quantité d'alcool dans les BSA. Ils ont permis de définir le problème pour de bon, du moins pour un moment. Même si certains acteurs sont restés critiques du règlement, cette politique publique allait stabiliser le problème dans la sphère publique.

Santé Canada a expliqué dans leur règlement que les BSA sur le marché constituaient un danger particulièrement pour les jeunes :

Des mesures réglementaires sont nécessaires pour atténuer les risques associés à ces produits et protéger les Canadiens — surtout les jeunes [15-24 ans] — contre une surconsommation involontaire pouvant causer des méfaits liés à l'alcool, y compris une intoxication aiguë à l'alcool (Canada, 2019).

Afin d'en arriver à cette conclusion, les représentants de Santé Canada ont mentionné qu'un changement à la *Loi sur les aliments et les drogues* ne peut se faire que

si des preuves tangibles et scientifiques permettent de croire qu'un danger pour la population existe.

J'appelle ça un « carré de sable », on ne peut pas faire ce qu'on veut. Donc, il y a souvent des actions que nous on a des recommandations, mais il y a une autorité qui nous est donnée par la Loi sur les aliments et drogues sur ce qui nous ait permis de faire. [...] Il faut avoir des preuves scientifiques parce que c'est une loi criminelle (Entrevue, Marie-Josée Bolduc, Santé Canada).

L'organisme fédéral cite donc dans les explications au nouveau règlement de nombreux propos rapportés par les acteurs tels le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances, Tim Stockwell, Éduc'alcool, des producteurs d'alcool et des experts.

Une étude distincte menée à Sherbrooke, au Québec, a également démontré qu'en 2017, 17 % des personnes âgées de 12 à 24 ans qui ont visité une salle d'urgence avaient consommé un type de boisson alcoolique purifiée aromatisée, alors qu'aucun dossier médical ne fait référence à ces types de produits entre 2012 et 2016 (Canada, 2019).

À 1,5 verre standard par contenant à portion individuelle, la consommation d'une femme serait inférieure au maximum quotidien recommandé et la consommation de 2 contenants de ces boissons (soit 3 verres standards) serait encore inférieure à la limite recommandée pour une seule occasion (Canada, 2019).

L'ensemble des consultations, rapports et articles scientifiques amènent Santé Canada à conclure que les BSA constituent bel et bien un danger pour la population :

Un certain nombre de boissons alcooliques purifiées aromatisées ont également une teneur élevée en alcool et beaucoup sont vendues dans de grands contenants à portion individuelle, une combinaison qui facilite une consommation excessive et accroît le risque d'intoxication involontaire (Canada, 2019).

L'élément central qui contribue à la dangerosité de ces produits est l'alcool, selon Santé Canada. Il est donc nécessaire de réglementer ces boissons sur cet aspect.

L'alcool, c'est le danger à la santé, c'est le taux d'alcool, on ne peut pas [restreindre] juste le sucre [dans la réglementation] parce que si on réglementait les arômes [par exemple, le sucre], [les fabricants] auraient pu mettre un autre arôme qui cache l'alcool. Donc, il fallait être cohérent : le problème, c'est l'alcool (Entrevue, Marie-Josée Bolduc, Santé Canada).

Ainsi, il importe pour Santé Canada de réglementer seulement la partie problématique selon l'organisme. Le sucre, par exemple, ne constitue pas le danger alors que sa présence ne fait qu'augmenter les risques de l'alcool, selon eux.

Il n'y a pas de seuil objectif de sucre ou de goût sucré en deçà duquel ces produits seraient moins attrayants pour les jeunes. [...] Compte tenu de cela, un seuil de sucre n'a pas été considéré comme un moyen approprié de prendre en compte les risques pour la santé et la sécurité (Canada, 2019).

Ceci justifierait également l'absence d'une réglementation touchant à la publicité, l'étiquetage et le prix. Selon Santé Canada, ces éléments ne sont pas le cœur du problème

associé aux BSA. Ce point de vue nous rappelle celui de l'ex-ministre Martin Coiteux sur le prix minimum sur l'alcool au Québec, notamment à la Société des alcools du Québec : « Dans le fond, on [devrait] se concentrer sur le 10 % [de boissons] problématiques. Les jeunes [...] ce n'est pas tant à la SAQ, là, qu'ils vont aller acheter le produit, c'est dans les dépanneurs » (Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 - 245, 2018).

L'utilisation de l'alcool dans un contexte spécifique et délimité peut être sujette à une réglementation, mais l'alcool dans sa globalité ne constitue pas un problème pour Santé Canada, la Régie des alcools, des courses et des jeux et l'ex-ministre Martin Coiteux.

Le goût de l'alcool pur va limiter la consommation. Les gens vont se limiter par eux-mêmes parce que l'alcool a quand même un goût. Un moment donné, il est discernable. Mais si tu as de l'alcool qui est purifié de la manière que le règlement le mentionne et qu'on ajoute un arôme par-dessus, ça fait qu'une personne pourrait carrément ne pas se rendre compte qu'elle boit de l'alcool (Entrevue, Marie-Josée Bolduc, Santé Canada).

Bien que Santé Canada affirme que le problème est l'alcool, le statut juridique de l'alcool au Canada diffère du point de vue des représentants de la santé publique qui considèrent que l'alcool est le danger, peu importe sa forme

Il y a un problème de laxisme chez Santé Canada alors le problème est là, et le problème comme je vous dis c'est que l'alcool est une substance psychoactive, mais qui n'est pas traitée comme une substance psychoactive. L'alcool est traité comme un aliment ; une boisson selon la *Loi des aliments*, et ça devrait débarquer de ça (Entrevue, ASPQ).

Le règlement adopté concorde toutefois avec la recommandation de Tim Stockwell sur la limite d'alcool dans les BSA, soit 1,5 consommation standard par contenant individuel. La limite d'une consommation standard par contenant était pourtant privilégiée par la santé publique, Éduc'alcool et même par certains représentants de l'industrie. Tim Stockwell justifie sa recommandation de cette façon :

This comes to the feasibility. What I've learned is, if you make a recommendation for a really major practical policy change, this is going to affect many, many people and things. You got to be careful you don't do something so impractical and different from where things are now. Or it will just flounder. [...] The government has his weak. The industries are more powerful and [...] the policymakers, I know them, I talk to them every day. They are isolated, they know they are outflagged by people in finance and industries and business and all these other sectors. If they can make it, and actually get all the lawmakers to support something, it mustn't piss too many people off. And this [recommendation] will raise the public health objectives (Entrevue, Tim Stockwell, CISUR).

La faisabilité et la protection des décideurs publics joueraient ici un rôle crucial dans la décision de limiter les BSA à 1,5 consommation standard d'alcool par contenant. Selon Tim Stockwell, descendre la limite jusqu'à une consommation standard aurait considérablement affecté un trop grand nombre de produits sur le marché. Ce dernier nous a expliqué que le choix de cette recommandation avait comme objectif de faciliter le travail des décideurs publics. Santé Canada s'est rangé derrière cette recommandation en justifiant que cette limite respectait les objectifs de santé publique et les limites à la consommation d'alcool par jour de deux verres pour les femmes et trois pour les hommes.

De plus, selon Santé Canada, l'augmentation des intoxications dans les urgences du Québec et le décès de deux individus, dont les BSA ont été les causes principales, justifiaient la mise en place rapide d'un règlement. Il devenait trop dangereux de laisser ces boissons circuler sur le marché.

Le Règlement entre en vigueur dès son enregistrement et aucune période de transition n'est prévue après son entrée en vigueur. — Les boissons alcooliques purifiées aromatisées de grand format à portion individuelle ont causé de nombreuses hospitalisations et deux décès dans la province de Québec depuis décembre 2017. Une période de transition permettant l'écoulement des stocks existants signifie qu'un plus grand nombre de ces produits seraient vendus aux Canadiens, mettant en danger leur santé et leur sécurité (Canada, 2019).

Une telle justification montre que les producteurs de BSA ont subi un sort particulier qui ne semble pas s'appliquer aux autres types de boissons alcoolisées produites. Comme nous l'avons déjà mentionné à plusieurs reprises, les décès reliés et les hospitalisations reliées à l'alcool sont grandement plus fréquents lors de la consommation d'autres types de boissons, particulièrement les spiritueux. Il semble clair que Santé Canada, malgré ses intentions, n'a pas réglementé les BSA sur la seule base de données probantes et scientifiques. Le contexte et la crise sociale entourant les BSA ont certainement influencé la mise en place d'une politique pour un produit encore en émergence et avec une part de vente minime dans le marché de l'alcool.

#### L'EXCEPTION GELOSO

Le règlement sur les BSA de Santé Canada a également éveillé les soupçons en raison d'une exception à la limite de 1,5 consommation standard par contenant à usage unique. En effet, au sein du règlement, il est indiqué que l'interdiction des produits de

plus de 1,5 consommation standard par contenant de moins de 1000 ml (jugé comme étant une portion individuelle) ne s'applique pas aux BSA « vendu[es] dans un contenant de verre dont la capacité volumétrique est égale ou supérieure à 750 ml » (Canada, 2019). Ainsi, il serait possible de vendre une BSA comme FCKD UP ou Four Loko, mais dans une bouteille en verre de 750 ml, c'est-à-dire un format de bouteille de vin. Cette exception n'a notamment pas plu à l'Association pour la santé publique du Québec qui explique que :

Le consommateur régulier peut aisément demeurer sous l'impression que : 1. une canette équivaut à une portion individuelle, peu importe la quantité, particulièrement si le contenant n'est pas refermable ; 2. une canette contient l'équivalent d'une consommation d'alcool standard ; 3. un contenant de verre de 750 ml ou plus constitue une portion individuelle (ASPQ, 2019, p.23-24).

Santé Canada a expliqué sa décision en justifiant que :

Les bouteilles de verre de 750 ml et plus sont un format à plusieurs portions couramment utilisé pour les boissons alcooliques traditionnelles, telles que le vin et les spiritueux. En raison de leur longue histoire d'utilisation, les consommateurs sont susceptibles d'identifier ces formats comme renfermant plusieurs portions (verres standards) d'alcool. L'intention de la politique n'est pas de viser les contenants à plusieurs portions. Bien qu'on puisse abuser des boissons alcooliques vendues dans ces contenants, le consommateur prendrait une décision éclairée de consommer plus d'alcool et serait plus conscient des conséquences (Canada, 2019).

Donc, pour l'organisme fédéral, il importe de ne pas affecter les contenants à plusieurs portions puisqu'ils ne seraient pas une partie du problème. Il semble toutefois que cette logique soit également affectée par un autre élément. Cette exception viserait spécifiquement un type de BSA qui serait en grande partie vendue par le Groupe Geloso. En effet, l'entreprise propose deux BSA dans des contenants de verres de plus de 750 ml, soit les boissons Pepito Sangria et Bulles de nuit. Bien que nous n'ayons pas suffisamment d'information pour confirmer ceci, il semble que les rencontres entre Santé Canada et le Groupe Geloso auraient porté en partie sur cette exception. En effet, de nos propres recherches, il n'existerait pas d'autres BSA vendues dans des bouteilles en verre de 750 ml ou plus au Québec que les deux boissons du Groupe Geloso.

C'est vraiment fait, c'est vraiment manufacturé de la manière d'une boisson aromatisée purifiée, mais c'est dans un contenant similaire à une bouteille de vin, de champagne. Donc, il n'est pas perçu comme étant, à ce point-là, un contenant à usage unique (Entrevue, Marie-Josée Bolduc, Santé Canada).

Même si un acteur, comme Santé Canada, tente de justifier par des preuves scientifiques la mise en place d'une réglementation, il semble que les intérêts d'autres

acteurs peuvent influencer la formation même d'une politique publique. Cette exception pourrait s'agir d'un compromis ou d'une argumentation bien ficelée par le Groupe Geloso. Le fait que le Groupe Geloso ait eu la chance de consulter à de nombreuses reprises Santé Canada et de nombreuses personnalités politiques a peut-être influencé la forme finale du règlement.

### Mise en place concrète des politiques publiques sur les BSA

Pour Blumer (1971), un plan d'action ne donne que très rarement le résultat désiré et résulte habituellement en une déformation, une restructuration et peut bénéficier de nouveaux arrangements si des acteurs critiquent encore la définition du problème. Autrement dit, malgré la mise en place de deux politiques publiques, l'application de celles-ci peut mener à une situation différente du résultat escompté.

Afin de mieux comprendre, prenons pour exemple la saga de la réglementation du tabac aromatisé au Canada. La consommation de cigarillos, des petits cigares (*super slim*) à différentes saveurs fruitées ou aux friandises inquiètent en raison de leur popularité chez les jeunes Canadiens. Certaines études remarquent une augmentation chez la tranche d'âge des 15-24 ans de l'utilisation de ces petits cigares en complément de cigarettes et de cannabis (Yates et al., 2014). Les ventes de ce produit ont d'ailleurs augmenté de 760 % entre 2001 et 2007 au Canada (Lasnier et Cantinotti, 2007). Le gouvernement décide d'interdire les cigares *super slim* aromatisés en 2010. Dès l'interdiction de ce produit, les fabricants de produits du tabac mettent en marché de nouveaux cigares aromatisés, cette fois un peu plus longs pour contourner le nouveau règlement. Santé Canada doit donc retravailler son règlement et interdira, en 2015, les saveurs fruitées et aux bonbons des cigares. À nouveau, l'industrie du tabac décide de mettre leurs efforts dans les produits du tabac à base de menthol. Le menthol offrirait un goût rafraîchissant plus agréable que le simple goût du tabac. Le menthol est particulièrement apprécié des jeunes et augmenterait la quantité de tabac consommée chez ce groupe (Azagba et al., 2014). En 2017, le Canada interdit également le menthol de tout produit du tabac afin de réduire la consommation de cigares et de cigarettes chez les jeunes (Canada, 2017). Durant la même période où les produits au menthol sont définitivement interdits, certains fabricants se lancent dans des alternatives pour

aromatiser les cigares et les cigarettes en commercialisant des « cartes de saveurs ». Celles-ci, qui sont disponibles en plusieurs saveurs fruitées, se glissent dans les paquets de cigarettes ou de cigares. En attendant plusieurs minutes, les produits du tabac s'imprègnent de la saveur donnant à la cigarette ou au cigare un goût ressemblant à celui des cigarillos, maintenant interdits (Lavallée, 2016).

L'histoire de la réglementation des BSA ressemble étrangement au cas des produits du tabac aromatisés (Lencucha et *al.*, 2018). Après une réglementation en 2009 pour limiter à 11,9 % le taux d'alcool dans les BSA vendues en dépanneurs et épiceries, les nouvelles politiques publiques des gouvernements québécois et canadien sont venues restreindre davantage leur vente. L'exemple du tabac aromatisé montre que, même après une réglementation, un problème public peut se transformer à nouveau, amener la création de nouveaux marchés et mener à de nouvelles consultations auprès des acteurs impliqués. Il semble clair que ce processus est en voie de se reproduire avec les BSA par deux moyens : le comité consultatif de la Régie des alcools, des courses et des jeux sur la réforme du *Règlement sur les promotions, les publicités et les programmes éducatifs* et par l'arrivée d'un nouveau marché de boissons alcoolisées similaires aux BSA.

#### *Publicité, médiatisation, conflits au comité consultatif de la Régie des alcools, des courses et des jeux*

Le comité consultatif à la Régie des alcools, des courses et des jeux a fait suite au décès d'Athena Gervais. Il constitue en quelque sorte une continuité au cas des BSA, mais qui concerne également la publicité pour divers types d'alcool. Comme nous avons discuté au chapitre III, plusieurs représentants de la santé publique ont décidé de quitter le comité en raison des possibles pressions de l'industrie alcoolique.

Ce comité revêt une importance particulière sur les cas des BSA parce que ces boissons se basent généralement sur un marketing qui s'adresse aux jeunes adultes (et selon certains acteurs, aux mineurs) souvent par les réseaux sociaux et des émissions télévisées. Une possible restriction de la publicité sur internet promouvant la consommation excessive, les partys et tout ce qui touche à la culture de l'ivresse pourrait venir redéfinir le problème de la consommation de BSA. Plusieurs acteurs nous ont fait part de leurs recommandations à l'égard de la publicité considérant que les producteurs

de BSA ont des stratégies marketing qu'ils jugent agressives. Un des exemples souvent donnés est celui de l'émission québécoise « Occupation Double ». Dans cette télé-réalité particulièrement populaire chez les jeunes Québécois, l'organisation de fêtes thématiques où les concurrents boivent de l'alcool en excès est courante. L'émission est particulièrement frappante pour ses nombreux placements de produits, dont ceux du Groupe Geloso.

Occupation Double, cette année, était une véritable info pub pour les produits de Geloso. Je trouve ça scandaleux que l'entreprise dont le produit a contribué au décès d'Athena Gervais puisse de manière aussi éhontée faire la promotion de ses produits dans une émission dont le public cible est les mineurs. C'est hallucinant. [...] J'ai été en mesure de trouver des documents où que Canal V décrit vraiment son groupe cible pour Occupation Double et ce sont les 12-24 ans alors il dit ça, mais il se commande par l'industrie de l'alcool. Ça n'a pas de bon sens, ça n'a pas de bon sens. Alors moi ça, ça me choque tu n'as pas idée (Entrevue, Catherine Paradis, CCDUS).

L'Association pour la santé publique du Québec nous a également mentionné que le Groupe Geloso était conscient du public cible d'Occupation Double et que l'entreprise cherchait assurément à viser les jeunes mineurs avec ces publicités.

C'est sûr que Geloso est marqué au fer rouge. Juste par le nom des produits, l'emballage des bouteilles et des canettes ça attire les jeunes et ils vont vers les jeunes. Et qui écoute les émissions comme Occupation double? C'est souvent des jeunes adolescents, ils le savent (Entrevue, ASPQ).

Le comité consultatif de la Régie des alcools, des courses et des jeux pourrait arriver à des recommandations limitant ce genre de pratiques dans son rapport final. L'usage d'émissions télévisées, de groupes de musique et de publicité mettant en scène des actions loufoques sous l'effet de l'alcool<sup>39</sup> sont des moyens utilisés pour publiciser les BSA. L'interdiction de ce genre de pratiques pourrait amener les producteurs d'alcool à user de ruse pour afficher leurs produits différemment.

Le comité consultatif semble également avoir créé une rupture dans la collaboration entre l'industrie alcoolique et la santé publique lors de consultations ou témoignages auprès des autorités publiques. Il sera intéressant de voir l'impact que ceci

---

<sup>39</sup> La publicité du Groupe Geloso pour la boisson Pepito Light, une BSA à faible taux d'alcool, est un parfait exemple de l'association entre consommation d'alcool et gestes ludiques. Cette publicité a été lancée pour être diffusée lors de l'émission Occupation Double. <https://www.youtube.com/watch?v=BnP8MN2cTsU> (Prends les choses à la légère avec Pepito Light, 2019)

pourrait avoir sur la construction du problème de la consommation excessive chez les jeunes et si cette rupture viendra redéfinir le problème entourant les BSA.

*Arrivée de nouveaux produits alcoolisés sur le marché*

Blumer explique que la mise en place du plan d'action est « modifiée, déformée et refaçonnée dans sa mise en œuvre concrète » (2004, p. 197). Toutefois, dans notre étude de cas, il semble que le plan d'action du problème peut également faire l'objet d'un *détournement* de la part des acteurs. Autrement dit, il est possible que certains acteurs prennent d'autres moyens pour arriver à leur fin. C'est le cas des producteurs d'alcool, qui, malgré l'interdiction des BSA à haut taux d'alcool, ce sont tournés vers des produits similaires afin d'augmenter leur part de marché et de rejoindre les jeunes consommateurs.

Un nombre impressionnant de BSA sont sorties sur le marché depuis l'adoption du projet de loi n° 170, particulièrement à la Société des alcools du Québec (voir le tableau 4 au chapitre II). De plus, l'arrivée de produits alcoolisés à base d'eau gazéifiée (*hard saltzer*) semble très populaire. Ces nouveaux produits attirent autant des consommateurs s'intégrant dans la culture du goût que dans la culture de l'ivresse, bref autant chez les consommateurs plus âgés cherchant une boisson rafraîchissante que chez les jeunes cherchant à s'enivrer. Également, une lignée de produits « sans sucre », aux « vrais fruits », de « qualité supérieure » et « faible en calories » augmente le nombre de consommateurs pouvant être attiré par ces boissons. Ces dernières semblent viser un plus grand nombre de consommateurs passant de ceux souhaitant une boisson peu calorique aux jeunes souhaitant une boisson qui goûte peu l'alcool, mais dont l'effet d'ivresse est présent. Effectivement, les boissons à base d'eau gazéifiée, au même titre que le sucre dans les BSA, masquent en partie le goût de l'alcool. Au même titre qu'avec les alternatives aux cigares aromatisés, les producteurs ont trouvé un moyen de rejoindre tout de même les jeunes avec des produits qui goûtent peu l'alcool. Catherine Paradis, lors de son intervention au Comité permanent de la santé, était consciente de cette possibilité de nouveaux produits masquant le goût de l'alcool :

Encadré 17 Publicités pour les médias sociaux des boissons Kokomo Cocktail et Cherry River Hard Saltzer



Ces deux boissons contiennent toutes les deux de l'eau gazéifiée, des saveurs à base de fruits, peu de sucre (respectivement 5 g et 2 g), des arômes naturels, mais visent clairement des consommateurs différents.

L'industrie a toujours démontré qu'elle était composée de très fins renards. J'ai des collègues à Santé Canada qui diraient que, même si on mettait une interdiction sur la base du sucre ou de la caféine, les gens de l'industrie trouveraient un autre type de substances qui permettraient de masquer le goût de l'alcool. On se retrouverait avec le même problème. (Catherine Paradis, CCDUS, HESA — témoignage — 103, 2018, p.13).

Ainsi, des BSA et des *hard saltzers* ont pris une place tout de même significative dans le marché de l'alcool. Il est difficile pour l'instant de mesurer l'ampleur de l'impact sur le marché en raison de la nouveauté du phénomène. Il semble toutefois que le marché de l'alcool est porté, depuis environ une dizaine d'années, à se modifier par l'arrivée de nouveaux produits, la mise en marché de produits visant une nouvelle clientèle et le délaissement de certains produits alcoolisés plus « classiques ».

L'impact sur la définition du problème des BSA et de la consommation excessive d'alcool ne semble pas pour l'instant être relativement significatif. Toutefois, au même titre que la boisson Four Loko, les BSA et son dérivé, le *hard saltzer*, ont

encore des possibilités de promouvoir la consommation excessive. De plus, le fait que la boisson est mélangée avec de l'eau peut laisser croire aux consommateurs que la boisson est hydratante et qu'elle réduit les risques de la consommation d'alcool. Par exemple, des défis de calage d'alcool, très popularisés par la boisson Four Loko (Rossheim, Gonzalez-Pons, et *al.*, 2019), semblent se déplacer vers les nouveaux produits disponibles. En effet, le *hard saltzer* White Claw, très populaire aux États-Unis vient tout juste d'être importé au Québec. Cette boisson est à l'origine d'un défi qui consiste à boire le plus de canettes possibles de cette boisson en un court laps de temps ou jusqu'à évanouissement<sup>40</sup>. Le traitement scientifique qui a eu lieu avec la Four Loko sur les défis d'alcool et la sous-estimation de l'effet de l'alcool chez les consommateurs (Rossheim et Thombs, 2018 ; Rossheim, Gonzalez-Pons, et *al.*, 2019 ; Rossheim, Greene, et *al.*, 2019) pourrait être transporté vers les *hard saltzers*. Il sera intéressant de voir si le problème associé à la consommation de BSA réapparaîtra dans les prochaines années et si certains producteurs d'alcool dépasseront les limites sociales et les « règles du jeu » établies par les autres acteurs du milieu de l'alcool.

---

<sup>40</sup> Ces défis, qui cumulent parfois des millions de fois sur YouTube, ressemblent particulièrement aux défis entourant la consommation de BSA en quelques secondes. En voici quelques exemples allant de vidéos « professionnels » à des vidéos amateurs : <https://youtu.be/fTw3L57Hp-M?t=283> (WHITE CLAW CHALLENGE!, Stevewilldoit, 2019), <https://youtu.be/24OL4I1dyXs?t=77> (WHITE CLAW CHALLENGE!, Sommagod, 2019), [https://youtu.be/mMr\\_0Tts7k?t=177](https://youtu.be/mMr_0Tts7k?t=177) (WHITECLAW CHALLENGE, PUKE WARNING !!!! | EPISODE 8, Devin Pauley, 2020). Des dizaines de vidéos de défis avec la boisson White Claw sont disponibles sur YouTube.

## CONCLUSION/DISCUSSION

La précédente analyse nous a permis de comprendre le processus de construction du problème public de la consommation de BSA chez les jeunes. Ces boissons et leur problématisation mènent vers trois enjeux sociologiques intéressants sur : 1) la relation particulière des Québécois à l'alcool ; 2) la sensibilité de la société civile à la consommation excessive des jeunes et 3) la réflexivité des acteurs eux-mêmes quant au processus d'élaboration des politiques publiques.

1) Un des éléments qui caractérisent plusieurs recherches en sciences sociales sur le Québec est leur volonté de mieux comprendre la spécificité du Québec par rapport au reste du Canada. Nous n'avons qu'effleuré la question du Québec dans notre analyse. Or, notre recherche montre toutefois une relation particulière des Québécois à l'alcool et dont la problématisation des BSA a fait ressortir. En effet, la relation à l'alcool chez les Québécois semble parfois tendue face à la culture du goût. Cette dernière permet une libéralisation du marché, et la disponibilité d'une diversité de produits avec différents goûts et saveurs sur le marché. La culture du goût est promue par plusieurs acteurs sociaux importants, comme la Société des alcools du Québec et Éduc'alcool et se caractérise par sa consommation dite modérée, où l'alcool ne représente pas un tabou, mais plutôt une occasion et où sa présence dans divers rituels sociaux est acceptée. Mains intervenants de la santé publique sont critiques de cette vision, considérant plutôt que toute consommation d'alcool comporte sa part de risques. Ces derniers s'appuient sur diverses études pour tenter de réduire l'omniprésence de l'alcool dans les différentes sphères sociales (Griswold et *al.*, 2018). Le cas de la problématisation de la consommation de BSA a permis de montrer les limites et contradictions que pose l'ancrage de la culture du goût dans le paysage de la consommation d'alcool au Québec et qui ont été vivement critiquées par la santé publique. Proportionnellement, le Québec a le plus grand nombre de buveurs au pays. Le Québec a également un marché de bières de microbrasseries florissant et une société d'État en la Société des Alcools du Québec qui possède une offre de produits impressionnante. En même temps, les Québécois boivent moins et réduisent leur nombre de consommations par occasion. La consommation d'alcool est, et nous le reconnaissons, présentes dans plusieurs

plateformes culturelles. Elle fait l'objet d'une présence particulièrement marquée dans divers événements et rituels sociaux, si bien que l'abstinence fait l'objet de pression sociale marquée, bien qu'en diminution (Harvengt, 2006 ; Tsakpinoglou et Poulin, 2017). Dans ce contexte où l'alcool est partie prenante de la vie des Québécois et où sa banalisation, selon la santé publique, exacerbe ses risques, les BSA ont fait l'objet d'un scandale mobilisant bon nombre d'acteurs et de gouvernements. Ces derniers ont mis en place des politiques publiques sur la limitation de produits alcooliques, une première depuis de nombreuses années ce qui rompt avec la tendance des dernières années.

Cette contradiction relevée par notre étude se distingue par l'absurdité de l'opposition existant entre la culture du goût et la culture de l'ivresse. La libéralisation du marché de l'alcool et le laisser-aller quant à certaines pratiques publicitaires chez les producteurs d'alcool ont permis l'introduction de BSA. Ces aspects étaient toutefois nécessaires afin de poursuivre la promotion de la culture du goût afin d'augmenter l'offre de produits et les revenus de la Société des alcools du Québec. Le Québec se distingue donc dans sa relation à l'alcool par cette contradiction entre ces deux cultures de la consommation d'alcool : la présence et la diversité des produits de l'alcool sont importantes, mais les limites sociales quant à l'excès d'alcool chez les jeunes sont considérables.

Ainsi, le Québec semble avoir un modèle de gestion de l'alcool — à la fois formel et informel — unique qui s'est développé à partir de cette approche singulière au début de l'instauration de la Commission des liqueurs dans les années 1920. Les modalités de consommation des Québécois ne sont pas pour autant exceptionnelles et uniques au monde. En effet, le Québec, dans ses tendances de consommation, suit généralement le même parcours que de nombreux autres provinces et pays occidentaux : fermeture de nombreux bars, consommation en diminution et dans des espaces privés, hausse de la consommation de BSA, popularité des bières de microbrasseries, etc. (Manthey et al., 2019 ; Nielsen, 2015 ; Office of National Statistics, 2018) Le Québec se distingue toutefois du reste du Canada dans sa consommation de produits alcooliques, priorisant le vin aux spiritueux démontrant, encore une fois, le fort ancrage de la culture du goût au Québec. Le contexte québécois expliqué au chapitre II n'y est certainement

pas étranger et la gestion des BSA a permis de faire ressortir cet écart, en y constatant la sensibilité toute particulière des Québécois face à la mise en marché d'un nouveau produit alcoolique issu de la culture de l'ivresse.

2) Cette sensibilité est d'ailleurs présente dans le type de consommation d'alcool préconisé par les jeunes au Québec. La rapidité avec laquelle un plan d'action a été formé pour répondre au problème met en lumière la volonté de l'État et de la société civile d'intervenir rapidement au cœur des problèmes possibles touchant à la jeunesse. En revanche, les acteurs n'ont pas considéré que le discours des jeunes consommateurs méritait une attention approfondie dans l'examen du problème public. Les jeunes ont été exclus du processus de définition du problème, même s'ils étaient alors les principales victimes dudit produit. Ceci remet en question, une fois de plus cette distance entre les deux cultures de la consommation d'alcool au Québec alors que les jeunes préconisent la culture de l'ivresse. Considérant les jeunes comme des consommateurs inconscients de leurs propres actes, les acteurs ont aussi délégitimé le discours des jeunes en évitant soigneusement d'inclure dans leur mémoire en études des témoignages mettant en scène le point de vue des jeunes consommateurs concernés.

Cette sensibilité a également été exprimée dans le traitement médiatique des deux décès associés à la consommation de BSA. En effet, le décès d'Athena Gervais a fait l'objet d'un nombre impressionnant d'articles dans lesquels de nombreux acteurs se sont exprimés et où des chroniqueurs ont donné leurs opinions sur la question tout comme la famille d'Athena Gervais, très active dans les médias. Tous ont pris le parti sans détour d'un lien entre la consommation de BSA et la mort de la jeune fille (Masse, 2020). Le décès de Pierre Parent a été peu et tardivement médiatisé, un an après sa mort, lors de la sortie du rapport du coroner. Nous voyons ainsi que la mort d'une jeune fille comme Athena Gervais ne nécessitait pas d'une légitimité supplémentaire pour associer les BSA à son décès parce qu'elle représentait les conséquences de la culture de l'ivresse. Son décès a été vu comme un accident et celui de Pierre Parent comme les conséquences de l'alcoolisme, ce qui ne semble pas toucher à des niveaux de sensibilité similaire. Comme si l'une était morte d'intoxication alimentaire alors que l'autre serait morte des conséquences funestes de l'obésité. Cet écart dans le traitement médiatique des

deux décès avalise le préjugé voulant que les jeunes n'aient pas conscience de leurs gestes touchant la consommation d'alcool. Selon plusieurs acteurs, il devenait dès lors important de limiter la présence de boissons jugées « trompeuses » afin de « protéger » les jeunes. Ceci tendait à délégitimer les pratiques de la culture de l'ivresse perçues comme favorisant la prise de risques, les amenant ainsi à consommer davantage, parfois jusqu'à mettre en danger leur vie.

3) Le cas des BSA a également montré certaines facettes dans l'élaboration de politiques publiques sur l'alcool au Canada et au Québec. L'importance que prennent les données probantes dans la justification des politiques publiques nuit à la mise en place de mesures plus globales sur la réglementation de la vente d'alcool. De plus, les données probantes ne semblent pas suffisantes pour justifier la mise en place de règlements visant de nouveaux produits qui ont été peu étudiés et qui sont peu connus de la part des scientifiques et des autres acteurs. Par exemple, le rapport de l'Institut national de santé publique du Québec n'a pas été en mesure de corréler l'augmentation des entrées dans les urgences au Québec et la consommation de BSA. Le rapport a toutefois fait l'objet de nombreuses discussions lors des différentes consultations gouvernementales. La preuve évoquée par Santé Canada pour limiter le nombre de consommations standard dans les BSA met en lumière que la définition des notions de « danger à la population » et de « risque à la santé » change en fonction de l'influence politique, cadre avec des valeurs sociales précises, mais qui sont souvent masqué laissant croire que les politiques publiques sur la santé sont construites uniquement sur la base de preuves scientifiques probantes. Il importe ainsi de se demander s'il est possible pour les acteurs et les gouvernements d'avoir une réflexivité sur le processus d'élaboration des politiques publiques, lors de l'enclenchement de ce type de procédure. Notre analyse a permis de bien saisir le processus d'élaboration d'une politique publique à partir du cas des BSA. Nous pensons effectivement que notre étude est utile afin de remettre en question la place des acteurs, repenser certaines pratiques et amener à ne pas réduire la mise en place de politiques publiques sur l'alcool à un débat sans fin entre les représentants de l'industrie et de la santé publique. Il faut pour se faire contester le rôle des données probantes dans les politiques publiques sur l'alcool et permettre une

réflexion sociétale plus inclusive et plus transparente sur la relation des Québécois à l'alcool. Il importe ainsi de ne pas tenir pour acquise la place des acteurs qui ont été impliqués dans le cas des BSA. Une réflexion sur le processus même de l'élaboration d'une politique publique permettrait de mieux cibler quel rapport à l'alcool est le plus souhaitable au Québec.

\* \*

\*

Notre étude a permis de faire un portrait exhaustif, descriptif et précis de la construction de la consommation de BSA comme problème public au Québec. Notre portrait historique de l'alcool au Québec a montré comment l'arrivée de nouveaux produits alcooliques a trouvé sa place dans le marché de l'alcool québécois. Notre chapitre sur le positionnement des acteurs a permis de bien repérer les acteurs impliqués et quelle a été leur influence sur la construction des BSA comme problème public. Finalement, notre chapitre d'analyse nous a montré le processus de construction du problème des BSA en repérant les moments marquants et l'influence des acteurs afin de bien montrer le processus menant à la mise en place de politiques publiques.

Nous sommes ainsi en mesure de répondre à notre question de recherche. Le problème de la consommation de BSA découle d'un problème social plus large, à savoir la consommation excessive chez les jeunes. Ce problème, qui s'est bâti sensiblement au début des années 1990, a émergé à travers le cas des BSA. La consommation excessive s'est posée depuis les années 1990 comme une part importante de la culture de l'ivresse, opposition à la culture du goût mise en place par la Société des alcools du Québec. L'arrivée des BSA au Québec à la fin des années 1990 a mené, près de 20 ans plus tard, à la commercialisation de deux boissons controversées. Des acteurs de la santé publique déjà actifs depuis plusieurs années ont pris la parole sur la place publique pour dénoncer la vente de la Four Loko et de la FCKD UP. C'est lors de la mort d'Athena Gervais, jeune adolescente de 14 ans, que le problème prend sa légitimité et qui mène à une multitude de consultations publiques et privées entre différents acteurs influents afin de définir le problème de la consommation de BSA au Québec. Après de nombreux débats,

dénonciations, témoignages et confusions, deux politiques publiques sont élaborées pour limiter la vente et le nombre de consommations standard dans les BSA au Québec et au Canada. Au fil de ce parcours, il a été possible de comprendre l'influence de certains acteurs, le rapport politique entre les gouvernements et certains membres de l'industrie et le fait que de nombreuses limites se posent dans l'élaboration d'une politique plus globale sur l'alcool. La création d'un comité consultatif sur le *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs* à la Régie des alcools, des courses et des jeux pourra peut-être venir redéfinir le problème de la consommation des BSA, mais également remettre de l'avant la problématique de la consommation excessive chez les jeunes. L'arrivée de nombreux dérivés aux BSA pourrait également venir redéfinir ces deux problèmes.

## **Limites et possibilités de recherche futures**

Malgré notre effort pour rapporter le cas le plus systématiquement possible, nous reconnaissons néanmoins certaines limites à notre étude. La plus grande limite porte sur l'absence de certains documents et en ce qui a trait à certains acteurs dans notre analyse. En effet, plusieurs documents comme les procès-verbaux des rencontres privées à Santé Canada et le contenu des rencontres au comité consultatif de la Régie des alcools, des courses et des jeux n'ont pu être consultés. Nous n'avons pas été en mesure de rencontrer certains acteurs importants comme le Groupe Geloso, Blue Spike et la Régie des alcools, des courses et des jeux qui ont refusé nos demandes d'entrevues. Également, nous avons réussi à entrer en contact avec le bureau du directeur de la santé publique du Québec, Horacio Arruda, mais la rencontre a dû être annulée. Nous aurions aussi souhaité discuter avec les journalistes qui ont permis au cas d'émerger. L'accès à ces données et aux propos de ces acteurs aurait pu changer quelque peu la façon dont nous avons raconté le fil des événements et ainsi modifier ou du moins clarifier nos conclusions.

Une autre limite à notre étude concerne la qualité de certaines informations reçues. Nos entrevues avaient comme objectif d'enquêter sur les événements. Certains propos des acteurs interviewés n'ont pu être corroborés. Nous avons, dans la mesure du

possible, évité de discuter d'éléments qui ne pouvaient être vérifiés, mais certaines informations ont servi à notre enquête en se basant sur la bonne volonté des personnes interviewées. Par exemple, les rencontres entre la Régie des alcools, des courses et des jeux et l'Association des brasseurs du Québec pour discuter des capacités de production de l'entreprise Blue Spike n'ont pu être corroborées. Cette limite doit donc être considérée pour ne pas remettre totalement en question ces événements, mais savoir que les dates sont peut-être inexactes et que certains événements ont été décrits selon le point de vue d'un seul acteur.

Une dernière limite que nous souhaitons aborder concerne la place des études de cas dans les recherches sur les problèmes sociaux et les politiques publiques. Bien que nous croyions que notre étude est pertinente et intéressante, le champ d'études des problèmes sociaux regorge d'études de cas qui permettent d'obtenir des informations précises sur des situations particulières. Notre étude de cas permet en effet de bien saisir le contexte actuel de la problématisation de la consommation excessive et donne un aperçu très clair des relations entre acteurs dans l'élaboration des politiques publiques sur les BSA, mais ne permet pas d'englober dans son ensemble la construction du problème social de l'alcool au Québec. Les études de cas sont un excellent moyen également d'apprendre le métier de chercheur et d'améliorer ses capacités de description, de synthèse et d'enquête. Cependant, les études constructionnistes en problèmes sociaux méritent d'être renouvelées considérant leur grande importance sur la compréhension du processus d'élaboration des politiques publiques, de la représentation sociale et de l'interrelation des acteurs dans un contexte social problématique. Comme l'affirme Best (2018), les études sur les problèmes sociaux doivent maintenant faire l'objet d'une synthèse des nombreuses études de cas qui ont été produites et arriver à conduire des recherches plus globales sur des représentations sociales et des problèmes sociaux. Par exemple, une étude sur le problème social de l'alcool au Québec dans son ensemble, regroupant les sous-problèmes qui ont émergé au fil de l'histoire donnerait une vision de ce problème qui serait complémentaire aux études historiques produites dans les dernières décennies (Ferland, 2010 ; Prévost, 1986).

Notre étude ne prend pas en compte le point de vue des jeunes et leur représentation sociale du problème, puisqu'ils ont été écartés des discussions sur la définition du problème des BSA. Nous avons donc abordé la représentation sociale de la consommation excessive, mais sans le point de vue des jeunes. Une étude comparant la représentation sociale de la consommation excessive chez des acteurs influents, chez les gouvernements, des scientifiques en plus des jeunes permettraient de bien saisir la structure de la culture de l'ivresse et de comprendre comment les jeunes perçoivent cette opposition à la consommation excessive.

Nous souhaitons, finalement, que les lecteurs de cette thèse puissent compléter le tour d'horizon du problème de la consommation de BSA par la lecture du rapport de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec sur le comité consultatif sur la réforme du *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs*. Nous pensons que la lecture de cette thèse saura éclairer davantage les conclusions de ce rapport et comprendre en précision le problème des BSA et de la consommation excessive chez les jeunes.

## BIBLIOGRAPHIE

- ALASUUTARI, Pertti. *Desire and Craving: A Cultural Theory of Alcoholism*, Albany, SUNY Press, 1992.
- ALBERS, Alison Burke, Michael SIEGEL, Rebecca L. RAMIREZ, Craig ROSS, William DEJONG et David H. JERNIGAN. « Flavored Alcoholic Beverage Use, Risky Drinking Behaviors, and Adverse Outcomes Among Underage Drinkers: Results From the ABRAND Study », *American Journal of Public Health*, vol. 105, n° 4, 2015, p. 810-815.
- ALLY, Abdallah K., et al.. « Alcohol Tax Pass-through across the Product and Price Range: Do Retailers Treat Cheap Alcohol Differently? », *Addiction*, vol. 109, n° 12, 2014, p. 1994-2002.
- APRIL, Nicole, Claude BÉGIN et Géraldine T. QUESNEL, *État de situation sur la consommation d'alcool au Québec et sur les pratiques commerciales de la Société des alcools du Québec*, Québec, INSPQ, 2003.
- APRIL, Nicole, Claude BÉGIN, et Réal MORIN. *La consommation d'alcool et la santé publique au Québec*, Québec, INSPQ, 2010.
- APRIL, Nicole, Fanny LEMÉTAYER, et Aléna VALDERRAMA. *Interdiction de vendre du tabac, de l'alcool et de la loterie aux mineurs : analyse de la situation et des écrits scientifiques*, Québec, Institut national de santé publique du Québec, 2013.
- Association des brasseurs du Québec. « À Propos de l'ABQ », *ABQ*, 2020 [https://brasseurs.qc.ca/Association des brasseurs du Québec/](https://brasseurs.qc.ca/Association%20des%20brasseurs%20du%20Québec/) (Consulté le 14 juin 2020).
- Association des microbrasseries du Québec. *Association des Microbrasseries du Québec*. 2015 <https://ambq.ca/> (Consulté le 19 avril 2020).
- Association des microbrasseries du Québec. *Portrait de l'industrie brassicole au Québec - Novembre 2019*, Association des microbrasseries du Québec, 2019, p. 8.
- Association pour la santé publique du Québec. *Les dangers des boissons ayant une combinaison d'alcool à teneur élevée, de caféine et de sucre*. Comité permanent de la santé de la Chambre des communes du Canada, 2018a.
- Association pour la santé publique du Québec. *Mémoire déposé par l'Association pour la santé publique du Québec dans le cadre des consultations particulières et auditions publiques sur le projet de loi No 170*, Assemblée nationale du Québec, 2018b.
- AZAGBA, Sunday, Leia M. MINAKER, Mesbah F. SHARAF, David HAMMOND et Steve MANSKE. « Smoking Intensity and Intent to Continue Smoking among Menthol

- and Non-Menthol Adolescent Smokers in Canada », *Cancer Causes & Control*, vol. 25, n° 9, 2014, p. 1093-1099.
- BEAUCHESNE, Line. « Légaliser le cannabis au Canada : les défis à venir », *Drogues, santé et société*, vol. 16, n° 1, 2018, p. 31-69.
- BÉLANGER, Anouk et Lisa SUMNER. « De la Taverne Joe Beef à l’Hypertaverne Edgar. La taverne comme expression populaire du Montréal industriel en transformation », *Globe*, vol. 9, n° 2, février 2011, p. 27-48.
- BENOIT, Jacques. « Imitations au goût amer », *La Presse*, octobre 2006, p. AFFAIRES 1.
- BERRIDGE, Virginia, Rachel HERRING, Betsy THOM. « Binge Drinking: A Confused Concept and Its Contemporary History », *Social History of Medicine*, vol. 22, n° 3, 2009, p. 597-607.
- BÉRUBÉ, Stéphanie. « La brasserie qui a visé dans le mille », *La Presse+*, 14 avril 2017 [http://plus.lapresse.ca/screens/4e71285c-f30a-4f48-b29f-d54bcde21f55\\_7C\\_\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/4e71285c-f30a-4f48-b29f-d54bcde21f55_7C__0.html) (Consulté le 4 mai 2020).
- BEST, Amy L. « Teen Driving as Public Drama: Statistics, Risk, and the Social Construction of Youth as a Public Problem », *Journal of Youth Studies*, vol. 11, n° 6, 2008, p. 651-669.
- BEST, Joel. « Constructionist Studies of Social Problems: How We Got Here, and Where We Ought to Go », *Società Mutamento Politica*, vol. 9, n° 18, 2018, p.53-67.
- BEST, Joel. *Images of issues: typifying contemporary social problems*, New York, De Gruyter, 1995.
- Beverage Industry. « Top 100 Beverage Companies of 2018 chart », *Beverage Industry*, 2019, <https://www.bevindustry.com/top-100-beverage-companies-2018-chart> (Consulté le 27 juin 2019).
- BLUMER, Herbert, et Laurent RIOT. « Les problèmes sociaux comme comportements collectifs », *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, vol. 17, n° 67, 2004, p. 185-199.
- BLUMER, Herbert. « Social Problems as Collective Behavior », *Social Problems*, vol. 18, n° 3, 1971, p. 298-306.
- BRACHE, Kristina, Gerald THOMAS et Tim STOCKWELL. *Caffeinated Alcoholic Beverages in Canada: Prevalence of Use, Risks and Recommended Policy Responses*, Ottawa, Canadian Centre on Substance Abuse, 2012.
- BRUNELLE, Natacha, et al. « Activités et types de jeux reliés aux problèmes de consommation de substances chez les jeunes », *Drogues, santé et société*, vol. 14, n° 1, 2015, p. 213-232.

- BRUNELLE, Natacha, et Karine BERTRAND. « Trajectoires déviantes et trajectoires de rétablissement à l'adolescence : typologie et leviers d'intervention », *Criminologie*, vol. 43, n° 2, 2010, p. 373-399.
- BRUNSDON, Denise. « Legal Solutions to Street Sexual Harassment in the #MeToo Era », *Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture & Social Justice / Atlantis : Études Critiques Sur Le Genre, La Culture, et La Justice*, vol. 39, n° 2, 2018, p. 40-56.
- BUCHINGER, Julie. « Romeo's Gin : boire pour l'art », *Infopresse*, 17 mai 2016 [www.infopresse.com](http://www.infopresse.com), <https://www.infopresse.com/article/2016/5/17/romeo-s-gin-boire-pour-l-art> (Consulté le 28 mai 2020).
- BUTT, Peter, Doug BEIRNESS, Tim STOCKWELL, Louis GLIKSMAN et Catherine PARADIS. *Alcohol and Health in Canada: A Summary of Evidence and Guidelines for Low-Risk Drinking*, Ottawa, Canadian Centre on Substance Abuse, 2011.
- CALLAGHAN, Russell C., Marcos SANCHES, Jodi M. GATLEY et Tim STOCKWELL. « Impacts of Drinking-Age Laws on Mortality in Canada, 1980-2009 », *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 138, 2014, p. 137-145.
- CAMPANA, Aurélie, Emmanuel HENRY et Jay ROWELL. *La construction des problèmes publics en Europe. Émergence, formulation et mise en instrument*, Strasbourg Presses universitaires de Strasbourg, 2007.
- CAVAN, Sherri. *Liquor License: An Ethnography of Bar Behavior*, Piscataway, Aldine Transaction, 2011.
- CEFAÏ, Daniel, et Cédric TERZI. *L'expérience des problèmes publics. Perspectives pragmatistes*, Paris, EHESS, 2012.
- Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances. « Alcohol », *Canadian Drug Summary*, Été 2019, p. 1-17.
- Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances. « Nos points de mire | CCDUS », *CCDUS*, 2020 <https://www.ccsa.ca/fr/nos-points-de-mire> (Consulté le 15 juin 2020).
- COHEN, Stanley. *Folk devils and moral panics: the creation of the Mods and Rockers*, New York, Routledge, 2002.
- COLEBATCH, Hal. « Giving Accounts of Policy Work », *Working for Policy* par Hal Colebatch, Robert Hoppe et Mirko Noordegraaf, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2010, p. 31-44.
- COLLETA, Amanda. « Alcohol-related deaths in Canada increasing faster for women than men : report », *CTV News*, 31 mai 2018, <https://www.ctvnews.ca/health/alcohol-related-deaths-in-canada-increasing-faster-for-women-than-men-report-1.3953066> (Consulté le 27 avril 2020)

- DALLEAU, Abel. « Le binge drinking, un nouveau récit ? Étude des ivresses festives chez les jeunes adultes », *Revue québécoise de psychologie*, vol. 40, n° 2, 2019, p. 59-83.
- DAOUST-BOISVERT, Amélie. « Consommation excessive d'alcool et... promotions en hausse », *Le Devoir*, 28 juin 2016, p. A3.
- DAVIES, H. T. O., Sandra M. NUTLEY, Peter SMITH. *What Works? Evidence-Based Policy and Practice in Public Services*, Bristol, Policy, 2000.
- DE KONINCK, Rodolphe. « La vigne et le vin au Québec : bon goût et ténacité vigneronne », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 37, n° 100, 1993, p. 79-111.
- DENAULT, Anne-Sophie et François POULIN. « A detailed examination of the longitudinal associations between individual and team sports and alcohol use », *Addictive Behaviors*, vol. 78, 2017, p. 15-21.
- DESSUREAULT, Marianne, et Yves JALBERT. *Alcopops. Jeunesse sacrifiée et filles ciblées*, Montréal, ASPQ, 2019.
- DILORETO, Joanna T., et al.. « Assessment of the Average Price and Ethanol Content of Alcoholic Beverages by Brand—United States, 2011 », *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, vol. 36, n° 7, 2012, p. 1288-1297.
- DORVIL, Henri et Robert MAYER. *Problèmes sociaux : Études de cas et interventions sociales*, Sainte-Foy, Presses des Universités du Québec, 2001.
- DOUGLAS, Mary. *Constructive drinking: perspectives on drink from anthropology*, New York, Routledge, 1987.
- DUBÉ, Gaëtane, Rébecca TREMBLAY et Issouf TRAORÉ. *Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2006*, Québec, INSPQ, 2007.
- DUBÉ, Pierre-André, Laurie PLAMONDON et Pierre-Yves TREMBLAY. *Boissons énergisantes : risques liés à la consommation et perspectives de santé publique : synthèse des connaissances*, Québec, INSPQ, 2010.
- DUMAS, Ève. « À chacun son gin », *La Presse*, 1 juin 2016  
<http://www.lapresse.ca/vins/autres-alcools/201606/01/01-4987276-a-chacun-son-gin.php> (Consulté le 28 mai 2020).
- DUMAS, Jasmin. « Santé Canada n'a toujours pas encadré la vente des boissons sucrées alcoolisées », *Le Journal de Québec*, 23 octobre 2018,  
<https://www.journaldemontreal.com/2018/10/23/sante-canada-na-toujours-pas-encadre-la-vente-des-boissons-sucres-alcoolisees> (Consulté le 27 février 2019).

- Éduc'alcool. « À propos d'Éduc'alcool, mission vision et valeurs », *Éduc'alcool*, 2020. <https://educalcohol.qc.ca/a-propos-deducalcohol/mission-vision-et-valeurs/> (Consulté le 13 juin 2020).
- Euromonitor, *Rtds in Canada - Country Report*, Euromonitor Passport, 2019a, p. 4.
- Euromonitor. « Alcoholic Drinks in the US », *Passport Analysis — Euromonitor*, 2019b <https://www-portal-euromonitor-com.proxy.bib.uottawa.ca/portal/analysis/tab> (Consulté le 12 juillet 2019).
- Federal Trade Commission. « FTC Sends Warning Letters to Marketers of Caffeinated Alcohol Drinks », *Federal Trade Commission*, 17 novembre 2010, <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2010/11/ftc-sends-warning-letters-marketers-caffeinated-alcohol-drinks> (Consulté le 12 juillet 2019).
- FERLAND, Catherine. « Du cabaret à la SAQ », *Liberté*, n° 308, 2015, p. 29-30.
- FERLAND, Catherine. *Bacchus en Canada : boissons, buveurs et ivresses en Nouvelle-France*, Québec, Septentrion, 2010.
- FLYVBJERG, Bent. « Five Misunderstandings About Case-Study Research », *Qualitative Inquiry*, vol. 12, n° 2, avril 2006, p. 219-245.
- FORSYTH, Alasdair J. M., Marina BARNARD et Neil P. MCKEGANEY. « Alcopop Supernova ». *International Journal of Health Education*, vol. 35, n° 2, janvier 1997, p. 53-58.
- FORTIN, Marilyn. « Historicité des études typologiques en alcoologie », *Drogues, santé et société*, vol. 14, n° 2, 2016, p. 70-89.
- FOUCAULT, Michel. *L'ordre du discours*, Paris, Gallimard, 1971.
- Four Loko, « FAQ », Four Loko, 7 mai 2019, <https://fourloko.com/faq> (Consulté le 27 juin 2019).
- FOURNIER, Mélanie. « L'alcool comme objet de l'histoire culturelle — Représentations et pratiques », *Les journaux québécois d'une guerre à l'autre. Deux états de la vie culturelle québécoise au XXe siècle*, par Micheline Cambron, Myriam Côté et Alex Gagnon, Québec, CRILICQ-Université Laval, 2018.
- GAGNON, Hélène, Sébastien TESSIER, José CÔTÉ, Nicole APRIL et Anne-Sophie JULIEN. « Psychosocial factors and beliefs related to intention to not binge drink among young adults », *Alcohol and Alcoholism*, vol. 47, n° 5, 2012, p. 525-532.
- GAUDET, Stéphanie et Dominique ROBERT. *L'aventure de la recherche qualitative : du questionnement à la rédaction scientifique*, Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa, 2018.

- GENDRON, Guy. « L'importance de bien présenter les invités, selon le contexte (TJ) - Ombudsman », *Radio-Canada.ca*, 27 juillet 2018 <https://cbc.radio-canada.ca/fr/ombudsman/revisions/2018-07-27> (Consulté le 24 avril 2020).
- GIBSON, Shane. « Alcohol Killing More Canadian Women, but Hospitalizations Dip in Manitoba », *CBC*, 31 mai 2018, <https://www.cbc.ca/news/canada/manitoba/alcohol-related-deaths-women-manitoba-hospitalization-1.4685254> (Consulté le 27 avril 2020).
- GIGUÈRE, Ugo. « La cyberdépendance, mal grandissant des adolescents québécois », 19 mai 2019, <https://www.ledevoir.com/societe/sante/554197/la-cyberdependance-mal-grandissant-des-adolescents-quebecois> (Consulté le 19 août 2020).
- GRISWOLD, Max G., et al. « Alcohol Use and Burden for 195 Countries and Territories, 1990–2016: A Systematic Analysis for the Global Burden of Disease Study 2016 », *The Lancet*, vol. 392, n° 10152, 2018, p. 1015-1035.
- GUSFIELD, Joseph R. *La culture des problèmes publics : l'alcool au volant : la production d'un ordre symbolique*, Paris, Economica, 2009.
- GUSFIELD, Joseph R. *The Culture of Public Problems: Drinking-Driving and the Symbolic Order*, Chicago, University of Chicago Press, 1984.
- HALLÉ, Shanny. « Les boissons sucrées alcoolisées toujours populaires ». *Le Journal de Québec*, 22 mars 2018, <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/22/les-boissons-sucreees-alcoolisees-toujours-populaires-1> (Consulté le 26 février 2019).
- HARVENGT, David. « Boire et déboires : la consommation d'alcool dans les bals de finissants du secondaire et les initiations universitaires », *Rabaska : revue d'ethnologie de l'Amérique française*, vol. 4, 2006, p. 57-74.
- HASSENTEUFEL, Patrick. *Sociologie politique : l'action publique*, Paris, Armand Colin, 2011.
- HILGARTNER, Stephen, et Charles L. BOSK. « The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model », *American Journal of Sociology*, vol. 94, n° 1, 1988, p. 53-78.
- HUGHES, Kirsty, Anne-Marie MACKINTOSH, Gerard HASTINGS, Colin WHEELER, Jonathan WATSON et James INGLIS. « Young People, Alcohol, and Designer Drinks: Quantitative and Qualitative Study », *BMJ*, vol. 314, n° 7078, 1997, p. 414.
- Institut canadien d'information sur la santé. *Méfais de l'alcool au Canada : hospitalisations entièrement attribuables*, Ottawa, ICIS, 2017.
- Institut national de santé publique du Québec. « Qui sommes-nous ? », *INSPQ*, 2020 <https://www.inspq.qc.ca/institut/qui-sommes-nous> (Consulté le 11 juin 2020).

- JAYNE, Mark, Sarah L. HOLLOWAY et Gill VALENTINE. « Drunk and Disorderly: Alcohol, Urban Life and Public Space », *Progress in Human Geography*, vol. 30, n° 4, 2006, p. 451-468.
- JONES, Sandra C., et Lance BARRIE. « RTDs in Australia: Expensive Designer Drinks or Cheap Rocket Fuel? », *Drug and Alcohol Review*, vol. 30, n° 1, 2011, p. 4-11.
- JONES, Sandra C., et Samantha REIS. « Not Just the Taste: Why Adolescents Drink Alcopops », *Health Education*, vol. 112, n° 1, 2012, p. 61-74.
- JONES, Sandra C., Lance BARRIE et Nina BERRY. « Why (Not) Alcohol Energy Drinks? A Qualitative Study with Australian University Students », *Drug and Alcohol Review*, vol. 31, n° 3, 2012, p. 281-87.
- JOUBERT, Sara-Maude, Julie CARPENTIER, Chantal PLOURDE, Julie MARCOTTE, Natasha BRUNELLE et Nina ADMO. « Qui sont les preneuses de risque ? L'intention d'adopter des conduites à risque chez les étudiantes postsecondaires québécoises », *Drogues, santé et société*, vol. 14, n° 1, 2015, p. 152-170.
- KALINOWSKI, Agnieszka, et Keith HUMPHREYS. « Governmental Standard Drink Definitions and Low-Risk Alcohol Consumption Guidelines in 37 Countries », *Addiction*, vol. 111, n° 7, 2016, p. 1293-1298.
- LABHART, Florian, Samantha WELLS, Kathryn GRAHAM et Emmanuel KUNTSCHE. « Do Individual and Situational Factors Explain the Link Between Predrinking and Heavier Alcohol Consumption? An Event-Level Study of Types of Beverage Consumed and Social Context », *Alcohol and Alcoholism*, vol. 49, n° 3, 2014, p. 327-335.
- LANCASTER, Kari. « Social Construction and the Evidence-Based Drug Policy Endeavour », *International Journal of Drug Policy*, vol. 25, n° 5, 2014, p. 948-951.
- LAROCQUE, Martin. *Rapport d'investigation du coroner concernant le décès d'Athéna Gervais*, Bureau du Coroner du Québec, 2018 — 01389, 2018.
- LASNIER, Benoît, et Michael CANTINOTTI. « Prévalence de l'usage de cigarettes et de cigares ou cigarillos chez les élèves québécois : 2006-2007 », *Enquête sur le tabagisme chez les jeunes - INSPQ*, n° 2, 2007, p. 1-16.
- LAVALLÉE, Jean-Luc. « “Cartes de saveurs” inquiétantes », *Le Journal de Québec*, 4 août 2016, <https://www.journaldequebec.com/2016/08/04/cartes-de-saveurs-inquietantes> (Consulté le 17 avril 2020).
- LE BRETON, David. *Conduites à risque*, Paris, Presses Universitaires de France, 2013.
- LE HÉNAFF, Yannick. « Apprendre à “gérer” sa consommation : une approche biographique de l'alcoolisation chez les étudiants », *Agora débats/jeunesses*, vol. n° 72, n° 1, 2016, p. 61-74.

- LECLERC, Jean-François. « La Sûreté du Québec des origines à nos jours : quelques repères historiques », *Criminologie*, vol. 22, n° 2, 2005, p. 107-127.
- LENCUCHA, Raphael, Arne RUCKERT, Ronald LABONTE et Jeffrey DROPE. « Opening Windows and Closing Gaps: a Case Analysis of Canada's 2009 Tobacco Additives Ban and its Policy Lessons », *BMC Public Health*, vol. 18, n° 1, 2018, p. 1-12.
- LENSVELT, Eveline, Wenbin LIANG, William GILMORE, Elise GORDON, Michelle HOBDAI, Tany CHIKRITZHS. « Effect of the Australian "Alcopops Tax" on Alcohol-Related Emergency Department Presentations for Injury in Two States », *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, vol. 77, n° 5, 2016, p.730-739.
- LIEBER, Marylène, et Marta ROCA I ESCODA. « Violences en famille : quelles réponses institutionnelles ? », *Enfances, Familles, Générations*, n° 22, 2015, p. i-xiii.
- LOSEKE, Donileen R.. *Thinking About Social Problems*, New York, Routledge, 2003.
- LUNEKE, Aaron C., Tavis J. GLASSMAN, Joseph A. DAKE, Amy J. THOMPSON, Alexis A. BLAVOS, Aaron J. DIEHR. « College Students Consumption of Alcohol Mixed with Energy Drinks », *Journal of Alcohol and Drug Education*, vol. 63, n° 2, 2019, p. 59-95.
- LUSSIER, Judith. « Faut qu'on se parle d'Éduc'alcool », *La Presse*, 3 février 2020 <https://www.lapresse.ca/debats/opinions/202002/02/01-5259319-faut-quon-se-parle-deducalcool.php> (Consulté le 24 avril 2020).
- MACANDREW, Craig, et Robert B. EDGERTON. *Drunken Comportment: A Social Explanation*, Percheron Press, Eliot Werner Publications, 2003.
- MANTHEY, Jakob, Kevin D. SHIELD, Margaret RYLETT, Omer S. M. HASSAN, Charlotte PROBST et Jürgen REHM. « Global Alcohol Exposure between 1990 and 2017 and Forecasts until 2030: A Modelling Study », *The Lancet*, vol. 393, n° 10190, 2019, p. 2493-2502.
- MARIN, Stéphanie. « Fillette morte à Granby : le ministre Carmant confirme qu'elle était connue de la DPJ », *Le Droit*, 1 mai 2019, <https://www.lavoixdelest.ca/actualites/fillette-morte-a-granby-le-ministre-carmant-confirme-quelle-etait-con nue-de-la-dpj-58a0fd91ff6c01a82bc366a80fab1e5c>, (Consulté le 10 août 2020).
- MARSHALL, Mac. *Beliefs, Behaviors and Alcoholic Beverages. A Cross-cultural Survey*, Ann Arbor, University of Michigan Press, 1979.
- MASSE, Yannick. « Consommation de boissons sucrées alcoolisées chez les jeunes : Construction d'un problème public », *Drogues, santé et société*, vol. 18, n° 2, 2020, <https://drogues-sante-societe.ca/consommation-de-boissons-sucreees-alcoolisees-chez-les-jeunes-construction-dun-probleme-public/>.

- MAUNIER, Sophie. « Données probantes : quel rôle pour la recherche qualitative ? », *Recherches qualitatives*, vol. 38, n° 1, 2019, p. 71-87.
- MCKEGANEY, Neil « Designer Drinks and Drunkenness amongst a Sample of Scottish Schoolchildren », *BMJ*, vol. 313, n° 7054, 1996, p. 401.
- MCKEGANEY, Neil. « Alcopops and Young People: A Suitable Cause for Concern », *Addiction*, vol. 93, n° 4, 1998, p. 471-473.
- MEASHAM, Fiona et Kevin BRAIN. « “Binge” Drinking, British Alcohol Policy and the New Culture of Intoxication », *Crime, Media, Culture*, vol. 1, n° 3, 2005, p. 262-83.
- METZNER, Cornelia, et Ludwig KRAUS. « The Impact of Alcopops on Adolescent Drinking: A Literature Review », *Alcohol and Alcoholism*, vol. 43, n° 2, 2008, p. 230-239.
- MOJICA-PEREZ, Yvette, Sarah CALLINAN et Michael LIVINGSTON. « Examining beverage-specific trends in youth drinking in Australia before and after the implementation of the alcopops tax », *Drug and Alcohol Review*, vol. 39, n° 3, 2020, p. 246-54.
- MORIN, Annie. « Finis fausse vodka et coolers corsés ! », *Le Soleil*, 11 mars 2009 <https://www.lesoleil.com/affaires/finis-fausse-vodka-et-coolers-corses-f0133d260b769e7c02bfed3d1a2c433b> (Consulté le 6 avril 2020).
- MOSHER, James F., et Diane JOHNSON. « Flavored Alcoholic Beverages: An International Marketing Campaign That Targets Youth », *Journal of Public Health Policy*, vol. 26, n° 3, 2005, p. 326-342.
- MÜLLER, Stefanie, Daniela PIONTEK, Alexander PABST, Sebastian E. BAUMEISTER, Ludwig KRAUS. « Changes in alcohol consumption and beverage preference among adolescents after the introduction of the alcopops tax in Germany », *Addiction*, vol. 105, n° 7, 2010, p. 1205-1213.
- MYRE MCCALLUM, Marc. « Boire comme un homme : la masculinité dans les publicités de bière au Québec dans les années 1920 », *Cahiers d'histoire*, vol. 32, n° 1, 2013, p. 99-125.
- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. « NIAAA Council Approves Definition of Binge Drinking », *NIAAA Newsletter*, n° 3, 2004.
- NEGURA, Lilian, Marie-France MARANDA et Jean-Simon DESLAURIERS. « Organisation du travail, représentations sociales et consommation de substances psychoactives : nouvelles formes de domination », *Éducation et vie au travail*, par Geneviève Fournier, Lise Lachance et Emmanuel Porel, Québec, Presses de l'Université Laval, 2016.
- NEGURA, Lilian. « L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales », *SociologieS*, 2006, <http://journals.openedition.org/sociologies/993>.

- NEVEU, Erik. « L'approche constructiviste des "problèmes publics". Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication. langages, information, médiations*, n° 22, 1999, p. 41-58.
- NEVEU, Erik. *Sociologie politique des problèmes publics*, Paris, Armand Colin, 2015.
- Nielsen. « Hors-Domicile : Début d'année Difficile Pour Les Boissons En Bars, Hôtels et Restaurants », *Nielsen*, 2015, <https://www.nielsen.com/fr/fr/insights/report/2015/hors-domicile-debut-d-annee-difficile-pour-les-boissons-en-bar> (Consulté le 7 août 2020).
- O'LOUGHLIN, Jennifer. « E-Cigarettes — Promise or Peril? », *Canadian Journal of Public Health*, vol. 105, n° 2, 2014, p. e94-96.
- Office of National Statistics. « *Economies of ale* », *ONS UK*, 2018, <https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/business/activitysizeandlocation/articles/economiesofalesmallpubscloseaschainsfocusonbigbars/2018-11-26> (Consulté le 7 août 2020).
- PARADIS, Catherine, Andrée DEMERS et Élyse PICARD. « Alcohol Consumption: A Different Kind of Canadian Mosaic », *Canadian Journal of Public Health*, vol. 101, n° 4, 2010, p. 275-280.
- PARADIS, Catherine. « Canada's National Alcohol Strategy: It's Time to Assess Progress », *Canadian Journal of Program Evaluation / La Revue Canadienne d'Évaluation de Programme*, vol. 31, n° 2, 2016, p. 232-241.
- PARADIS, Catherine. *Alcopops à forte teneur en alcool et urgences médicales liée à l'alcool chez les jeunes : les répercussions de la loi québécoise sur les alcopops*. Questions de substance — Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances, Ottawa, 2019.
- PÂRIS, Marie. « Art à boire », *Voir.ca*, 21 décembre 2017 <https://voir.ca/voir-lavie/2017/12/21/art-a-boire/> (Consulté le 28 mai 2020).
- PHANEUF, Michel, Robert PRÉVOST et Suzanne GAGNÉ. *L'histoire de l'alcool au Québec*, Montréal, Stanké, 1986.
- Phusion Projects. « International Distribution », *Phusion Projects*, 2019, <https://phusionprojects.com/international-distribution/> (Consulté le 12 juillet 2019).
- PICARD-MASSON, Marianne, Julie LOSLIER, Pierre PAQUIN et Karine BERTRAND. « Les liens entre la consommation de boissons énergisantes et la consommation de psychotropes chez les jeunes : que connaissons-nous du phénomène ? », *Drogues, santé et société*, vol. 13, n° 2, 2014, p. 1-25.
- PRECIEUSE, Kavota Mwendiwva, Vikas KUMAR, Suri SHEENAM, Yogesh GAT, Ashwani KUMAR. « Alcopops: A Global Perspective on the New Category of

- Alcoholic Beverage », *Drugs and Alcohol Today*, vol. 18, n° 4, 2018, p. 272-280.
- PRIOR, Lindsay. « Following in Foucault's Footsteps: Text and Context in Qualitative Research », *Approaches to Qualitative Research: A Reader on Theory and Practice*, par Sharlene Janice Hesse-Biber et Patricia Leavy, Oxford, Oxford University Press, 2004, p.317-333.
- Québec, Gouvernement du. « Règlement sur les boissons alcooliques composées de bière ». *La Gazette officielle du Québec*, vol. 141, n° 9, mars 2009, p. 710-712.
- QUESNEL, Géraldine T., Nicole APRIL, Claude BÉGIN. *L'évolution des pratiques commerciales de la Société des alcools du Québec*, Québec, INSPQ, 2003.
- Régie des alcools, des courses et des jeux. *Activité — Statistique RACJ [2004-2005 à 2016-2017]*, RACJ, 2006-2018.
- Régie des alcools, des courses et des jeux. *Rapport annuel de gestion 2018-2019*, RACJ, 2019.
- REID, Jessica L., David HAMMOND, Cassandra MCCRORY, Joel A. DUBIN et Scott T. LEATHERDALE. « Use of Caffeinated Energy Drinks among Secondary School Students in Ontario: Prevalence and Correlates of Using Energy Drinks and Mixing with Alcohol », *Canadian Journal of Public Health*, vol. 106, n° 3, 2015, p. 101-108.
- REINARMAN, Craig, et Harry G. LEVINE. « Crack in Context: Politics and Media in the Making of a Drug Scare Research on Crack », *Contemporary Drug Problems*, vol. 16, n° 4, 1989, p. 535-578.
- RICHARD, Jean-Baptiste, et François BECK. « L'alcoolisation des jeunes », *Agora débats/jeunesses*, vol. n° 63, n° 1, 2013, p. 76-87.
- RITTER, Alison, Gabriele BAMMER, Margaret HAMILTON, Lorraine MAZEROLLE et The DPMP Team. « Effective Drug Policy: A New Approach Demonstrated in the Drug Policy Modelling Program », *Drug and Alcohol Review*, vol. 26, n° 3, 2007, p. 265-271.
- ROMANUS, Gabriel. « Alcopops in Sweden - a Supply Side Initiative », *Addiction*, vol. 95, n° 124, 2000, p. 609-619.
- ROSSHEIM, Matthew E., Dennis THOMBS et al.. « Price of Four Loko in Large U.S. Cities, 2018 ». *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, vol. 43, n° 7, 2019, p. 1585-1590.
- ROSSHEIM, Matthew E., et Dennis L. THOMBS. « Estimated Blood Alcohol Concentrations Achieved by Consuming Supersized Alcopops », *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, vol. 44, n° 3, mai 2018, p. 317-20.
- ROSSHEIM, Matthew E., et Dennis L. THOMBS. « Multiple fruit-flavored alcoholic drinks in a can (MFAC): an overlooked class of potentially harmful alcohol

- products », *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, vol. 39, n° 5, 2013, p. 280-283.
- ROSSHEIM, Matthew E., Kaylin M. GREENE et al. « Underage drinkers' first experience consuming a popular brand of supersized alcopop », *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 2019, p. 1-9 [10.1080/00952990.2019.1653316](https://doi.org/10.1080/00952990.2019.1653316).
- ROSSHEIM, Matthew E., Kwynn M. GONZALEZ-PONS et al. « Rapid Ingestion of Supersized Alcopops: An Examination of YouTube Videos », *Health Behavior and Policy Review*, vol. 6, n° 4, 2019, p. 395-401.
- ROUVÈS, Véronique et François POULIN. « Est-ce que la relation amoureuse constitue un contexte favorable à la consommation d'alcool à la fin de l'adolescence ? », *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, vol. 46, n° 4, 2014, p. 525-534.
- ROY, Laurent. *Les changements dans la consommation d'alcool au Québec : principales données*, Québec, MSSS, Direction générale de la planification et de l'évaluation, 1990.
- Santé Canada. « Décret modifiant l'annexe de la Loi sur le tabac (menthol) », 2 août 2017, <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/programmes/consultation-modifications-apporter-loi-tabac-qui-concerne-menthol/decret-modifiant-lannexe-loi-tabac-menthol.html> (Consulté le 12 août 2020).
- Santé Canada. « Direction des aliments », *Santé Canada*, 2019 <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/organisation/a-propos-sante-canada/directions-generales-agences/direction-generale-produits-sante-aliments/direction-aliments.html> (Consulté le 16 juin 2020).
- SIEGEL, Shepard. « The Four-Loko Effect », *Perspectives on Psychological Science*, vol. 6, n° 4, 2011, p. 357-362.
- SKOV, Steven J., Tanya CHIKRITZHS, Kypri KYPROS, Peter G. MILLER, Wayne D. HALL, Michael M. DAUBE et Rob A. MOODIE. « Is the "Alcopops" Tax Working? Probably Yes but There Is a Bigger Picture », *Medical Journal of Australia*, vol. 195, n° 2, 2011, p. 84-86.
- SMITH, Anthony, Christine EDWARDS et Wendy HARRIS. « Bottleshops and 'Ready-to-Drink' Alcoholic Beverages », *Health Promotion Journal of Australia*, vol. 16, n° 1, 2005, p. 32-36.
- SMITH, Katherine Clegg, Samantha CUKIER et David H. JERNIGAN. « Defining Strategies for Promoting Product through 'Drink Responsibly' Messages in Magazine Ads for Beer, Spirits and Alcopops », *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 142, 2014, p. 168-173.
- Société des alcools du Québec. « Espace Cellier | SAQ.COM », *SAQ*, 2020. <https://www.saq.com/fr/produits/espace-cellier> (Consulté le 28 mai 2020).

- Société des alcools du Québec. « Historique », *SAQ*, 2019  
<https://www.saq.com/content/SAQ/fr/a-propos/la-saq/historique.html> (Consulté le 16 novembre 2019).
- Société des alcools du Québec. *Rapport annuel 2005*, SAQ, 2005.
- Société des alcools du Québec. *Rapport annuel 2009*, SAQ, 2009.
- Société des alcools du Québec. *Rapport annuel 2013*, SAQ, 2013.
- Société des alcools du Québec. *Rapport annuel 2019*, SAQ, 2019.
- SPRADLEY, James P. et Brenda J. MANN. *Les bars, les femmes et la culture : femmes au travail dans un monde d'hommes*, Paris, Presses universitaires de France, 1979.
- SPRADLEY, James P.. *You owe yourself a drunk: an ethnography of urban nomads*, Lanham, University Press of America, 1970.
- STAKE, Robert E. *The art of case study research*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995.
- Statistique Canada. « Deaths, by Cause, Chapter XI: Diseases of the Digestive System (K00 to K93) », *Statistique Canada*, 2020a,  
<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tb11/en/cv!recreate-nonTraduit.action?pid=1310014801> (27 avril 2020).
- Statistique Canada. *Consommation abusive d'alcool, 2018, 2019*  
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/82-625-x/2019001/article/00007-fra.htm>  
 (Consulté le 28 avril 2020).
- Statistique Canada. *Enquête nationale sur la santé de la population : Volet ménages, longitudinal (ENSP)*, 2010.  
[https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV\\_f.pl?Function=getSurveyetId=75088](https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurveyetId=75088)  
 (Consulté le 27 avril 2020).
- Statistique Canada. *Ventes de boissons alcoolisées des régies des alcools et d'autres points de vente au détail, selon la valeur, le volume et le volume absolu*, 2020b.  
<http://www150.statcan.gc.ca/t1/tb11/fr/cv.action?pid=1010001001> (Consulté le 28 avril 2020).
- STEVENS, Alex, et Giulia Federica ZAMPINI. « Drug Policy Constellations: A Habermasian Approach for Understanding English Drug Policy », *International Journal of Drug Policy*, vol. 57, 2018, p. 61-71.
- STEVENS, Alex. « Telling Policy Stories: An Ethnographic Study of the Use of Evidence in Policy-Making in the UK », *Journal of Social Policy*, vol. 40, n° 2, 2011, p. 237-255.

- STOCKWELL, Tim, Christopher M. AULD, Junhui ZHAO et Gina MARTIN. « Does Minimum Pricing Reduce Alcohol Consumption? The Experience of a Canadian Province », *Addiction*, vol. 107, n° 5, 2012, p. 912-920.
- Strategy. « Molson rolls out alcoholic lemonade », *Strategy*, 1<sup>er</sup> mars 1999 <https://strategyonline.ca/1999/01/04/24046-19990104/> (Consulté le 25 mai 2020).
- TAM, Theresa. *Rapport de l'administratrice en chef de la santé publique sur l'état de la santé publique au Canada 2018*, Ottawa, Agence de la santé publique du Canada, 2018.
- TESSIER, Sébastien, Denis HAMEL, et Nicole April. « La consommation excessive d'alcool chez les jeunes Québécois : portrait et évolution de 2000 à 2012 », *Surveillance des habitudes de vie*, n° 5, 2014.
- TESSIER, Sébastien, et Nicole APRIL. *La consommation excessive d'alcool chez les jeunes Québécois : Interventions efficaces de prévention*, Québec, INSPQ, 2017.
- TESSIER, Sébastien, Nicole APRIL et Denis HAMEL. *La consommation excessive d'alcool chez les jeunes Québécois : déterminants et problèmes liés*, Québec, INSPQ, 2016.
- THINEL, Lucien. *Rapport de la Commission d'enquête sur le commerce des boissons alcooliques*, Gouvernement du Québec, 1968.
- TRAORÉ, Issouf, Marie-Constanza STREET, Hélène CAMIRAND, Dominic JULIEN, Katrina JOUBERT et Mikaël BERTHELOT. *Enquête québécoise sur la santé des jeunes du secondaire 2016-2017. TOME 3 : La santé physique et les habitudes de vie des jeunes*, Québec, INSPQ, 2017.
- TREMBLAY-PÉPIN, Simon et Bertrand SCHEPPER-VALIQUETTE. *Du vin et des jeux. Le virage commercial de la SAQ et de Loto-Québec*, Montréal, Lux éditeur, 2019.
- TSAKPINOGLOU, Florence, et François POULIN. « Best Friends' Interactions and Substance Use: The Role of Friend Pressure and Unsupervised Co-Deviancy », *Journal of Adolescence*, vol. 60, 2017, p.74-82.
- Vingt55. « Un décès pourrait avoir été causé par une intoxication ou surdose de boisson énergisante », *Vingt55*, 28 décembre 2017, <https://vingt55.ca/un-deces-pourrait-avoir-ete-cause-par-une-intoxication-ou-surdose-de-boisson-energisante/> (12 juillet 2019).
- WICKI, Matthias, Gerhard GMEL, Emmanuel KUNTSCHKE, Jürgen REHM et Esther GRICHTING. « Is alcopop consumption in Switzerland associated with riskier drinking patterns and more alcohol-related problems? », *Addiction*, vol. 101, n° 4, 2006, p. 522-533.

YATES, Erika A., et al. « Patterns of Cigarillo Use among Canadian Young Adults in Two Urban Settings », *Canadian Journal of Public Health*, vol. 105, n° 1, 2014, p. e11-14.

YOUNG, Leslie. « Canadian Women Increasingly Drinking Themselves to Death : Report », *Global News*, 31 mai 2018, <https://globalnews.ca/news/4245825/women-alcohol-drinking-harm/> (Consulté le 27 avril 2020).

### **Documents sur le cas des BSA au Québec analysés et cités dans la thèse**

Agence QMI. « Abus d'alcool : sept adolescents québécois par jour se retrouvent aux urgences », *Le Journal de Montréal*, 13 mars 2018, <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/13/abus-dalcool-sept-adolescents-quebecois-par-jour-se-retrouvent-aux-urgences> (Consulté le 26 février 2019).

Agence QMI. « Boissons alcoolisées sucrées : Éduc'alcool "profondément déçu" de Santé Canada », *Le Journal de Montréal*, 6 février 2019, <https://www.journaldemontreal.com/2019/02/06/boissons-alcoolisees-sucree-educalcool-profondement-decu-de-sante-canada> (Consulté le 27 février 2019).

Agence QMI. « Les boissons Four Loko de retour en force en 2018 », *Le Journal de Montréal*, 8 décembre 2017a, <https://www.journaldemontreal.com/2017/12/07/les-boissons-four-loko-de-retour-en-force-en-2018-1> (Consulté le 22 février 2019).

Agence QMI. « Non-conforme à la réglementation La boisson "Four Loko" retirée des tablettes », *TVA Nouvelles*, 6 décembre 2017b, <https://www.tvanouvelles.ca/2017/12/06/la-boisson-four-loko-retiree-des-tablettes> (Consulté le 22 février 2019).

APRIL, Nicole, Catherine PARADIS, Aurélie MAURICE, Manon NIQUETTE, Claude CYR et Réal MORIN, *Intoxications aiguës à l'alcool et boissons sucrées alcoolisées*, Québec, INSPQ, 2018.

Assemblée nationale du Québec. *Journal des débats de l'Assemblée nationale du Québec - Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 — Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques*, 245, 2018.

Assemblée nationale du Québec. *Journal des débats de l'Assemblée nationale du Québec - Consultations particulières sur le projet de loi n° 170 — Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques*, 254, 2018.

- BERGERON, Jérôme. « Boisson alcoolisée FCKD UP : une nouvelle campagne de publicité qui fait réagir », *Radio-Canada.ca*, 25 février 2018 <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1085729/boisson-acoolisee-fckdup-nouvelle-campagne-publicite-critique> (Consulté le 22 février 2019).
- BLOUIN, Louis. « Le fabricant de la boisson FCKDUP très actif auprès du gouvernement Trudeau », *Radio-Canada.ca*, 14 mai 2019, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1169660/boisson-fckdup-lobbying-gouvernement-trudeau> (Consulté le 25 juin 2019).
- BOUTROY, Gavin. « Les décès liés à l'alcool augmentent plus vite chez les Canadiennes », *Radio-Canada.ca*, Radio-Canada.ca, 31 mai 2018. *ici.radio-canada.ca*, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1104144/alcoolisme-femmes-consommation-excessive-mort-hopital> (Consulté le 27 avril 2020).
- CAILLOU, Annabelle. « Le coroner dépose son rapport sur la mort d'Athéna Gervais », *Le Devoir*, 28 mars 2019, p. A2.
- CAILLOU, Annabelle. « Santé Canada veut limiter la teneur en alcool des boissons sucrées », *Le Devoir*, 18 décembre 2018, <https://www.ledevoir.com/societe/sante/543865/boissons-alcoolisees-sucrees> (Consulté le 27 février 2019).
- Canada, Gouvernement du. « Règlement modifiant le Règlement sur les aliments et drogues (alcool purifié aromatisé) », *30(1)*, CRC, 2019.
- CASEY, Bill. *Rapport sur les boissons alcoolisées prémélangées à teneur élevée en sucre*, Ottawa, Chambre des communes — Comité permanent sur la santé, 2018.
- Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances. *Les boissons ayant une combinaison d'alcool à teneur élevée, de caféine et de sucre*, Comité permanent de la santé de la Chambre des communes du Canada, 2018.
- Comité permanent de la santé. *Témoignages au Comité permanent de la santé du Canada — 103 — Boissons alcoolisées prémélangées à teneur élevée en sucre*, 103, 30 avril 2018.
- DENONCOURT, Jean-Philippe. « Promotion de l'alcool : un groupe réclame plus d'encadrement », *La Presse*, 26 février 2020 <https://www.lapresse.ca/actualites/2020-02-26/promotion-de-l-alcool-un-groupe-reclame-plus-d-encadrement> (Consulté le 12 juin 2020).
- DUBUC, André. « Le distributeur de Four Loko fait fi du rappel imposé par la régie des alcools », *La Presse+*, 13 décembre 2017, [http://plus.lapresse.ca/screens/ddf48ffe-b12f-4c8a-a97d-b95c0f105e1e\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/ddf48ffe-b12f-4c8a-a97d-b95c0f105e1e_7C_0.html) (Consulté le 22 février 2019).

- DUGAS BOURDON, Pascal. « Protection des jeunes : Martin Coiteux resserrera le règlement sur la promotion de l'alcool », *Le Journal de Québec*, 10 mai 2018, <https://www.journaldequebec.com/2018/05/10/protection-des-jeunes-martin-coiteux-resserrera-le-reglement-sur-la-promotion-de-lalcool> (Consulté le 26 février 2019).
- Families for Addiction Recovery. *Proposed Amendments to Restrict the Amount of Alcohol in Single-serve Containers of Flavoured Purified Alcohol* [Lettre], Santé Canada, 2019.
- GENOIS-GAGNON, Jean-Michel. « L'ancien distributeur du Four Loko poursuivi par Revenu Québec », *Le Journal de Québec*, 2 mai 2020, <https://www.journaldequebec.com/2020/02/05/lancien-distributeur-du-four-loko-poursuivi-par-revenu-quebec> (Consulté le 15 juin 2020).
- Groupe Geloso. *Mémoire dans le cadre des consultations publiques du projet de loi n° 170*, Assemblée nationale du Québec, 2018.
- KROL, Ariane. « Mortel marketing », *La Presse*, 28 mars 2019, p. DÉBATS 1-2.
- LACROIX, Antoine. « Des boissons alcoolisées inquiètent », *TVA Nouvelles*, 29 juillet 2017a, <https://www.tvanouvelles.ca/2017/07/29/des-boissons-alcoolisees-inquietent> (Consulté le 22 février 2019).
- LACROIX, Antoine. « Un marketing pour cibler les jeunes », *Le Journal de Montréal*, 29 juillet 2017b, p.3.
- LAGACÉ, Patrick. « Athéna, il y a un an », *La Presse*, 28 mars 2019, p. ACTUALITÉS 1-3.
- LAMOINE, Geneviève. « L'Institut de santé publique quitte le comité sur l'encadrement des boissons alcoolisées », *Le Journal de Québec*, 17 janvier 2020, <https://www.journaldequebec.com/2020/01/17/linstitut-de-sante-publique-quitte-le-comite-sur-lencadrement-des-boissons-alcoolisees> (Consulté le 26 janvier 2020).
- LORANGE, Simon-Olivier et Éric-Pierre CHAMPAGNE. « Le Groupe Geloso veut soustraire ses produits à une hausse du prix de la bière », *La Presse*, 8 mars 2018, <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201803/07/01-5156495-le-groupe-geloso-veut-soustraire-ses-produits-a-une-hausse-du-prix-de-la-biere.php> (Consulté le 26 février 2019).
- LORANGE, Simon-Olivier. « Mort d'Athena Gervais à Laval: la police confirme qu'il s'agit d'un accident », *La Presse*, 2 mars 2018, <https://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/faits-divers/201803/02/01-5155873-mort-dathena-gervais-a-laval-la-police-confirme-quil-sagit-dun-accident.php> (Consulté le 22 février 2019).
- PARENT, Stéphane. « La facture trop salée des boissons sucrées super-alcoolisées », *Radio Canada International*, 13 mars 2018a,

- <http://www.rcinet.ca/fr/2018/03/13/la-facture-trop-salee-des-boissons-sucrees-super-alcoolisees/?replytocom=14718> (Consulté le 26 février 2019).
- PARENT, Stéphane. « Publicités des boissons sucrées alcoolisées ciblant nos jeunes : c'est le "far west" », *Radio Canada International*, 10 mai 2018b, <http://www.rcinet.ca/fr/2018/05/10/publicite-jeunes-boissons-sucrees-alcoolisees-reseaux-sociaux-quebec/> (Consulté le 26 février 2019).
- Québec, Gouvernement du, *Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques*, Loi 170, 12 juin 2018.
- RUEL-MANSEAU, Audrey. « Ottawa limitera l'alcool dans les boissons sucrées comme le FCKD UP », *La Presse+*, 19 mars 2018, [http://plus.lapresse.ca/screens/94f32edd-ebff-47b7-95c0-e8f2854ef7d3\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/94f32edd-ebff-47b7-95c0-e8f2854ef7d3_7C_0.html) (Consulté le 26 février 2019).
- TCHANDEM KAMGANG, Alice Chantal Tchadem. « Réviser les prix et resserrer les lois sur la publicité pour prévenir l'intoxication par l'alcool chez les jeunes », *Radio Canada International*, 14 mars 2018, <http://www.rcinet.ca/fr/2018/03/14/reviser-les-prix-et-resserrer-les-lois-sur-la-publicite-pour-prevenir-lintoxication-par-lalcool-chez-les-jeunes/?replytocom=14720> (Consulté le 26 février 2019).
- TEISCEIRA-LESSARD, Philippe. « "Tu es trop faible" : une publicité de bière choque », *La Presse*, 28 juin 2018. *Cyberpresse*, <https://www.lapresse.ca/actualites/201806/28/01-5187621-tu-es-trop-faible-une-publicite-de-biere-choque.php> (Consulté le 27 février 2019).
- TOUZIN, Caroline. « "J'ai des emplois à protéger, moi" », *La Presse+*, 18 novembre 2017a, [http://plus.lapresse.ca/screens/0841b37e-369b-4eee-b123-9110144cc374\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/0841b37e-369b-4eee-b123-9110144cc374_7C_0.html) (Consulté le 22 février 2019).
- TOUZIN, Caroline. « "Une boisson complètement débile" », *La Presse*, 5 octobre 2017b. *Cyberpresse*, <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201710/04/01-5138957-four-loko-une-boisson-inquietante-selon-des-medecins.php> (Consulté le 22 février 2019).
- TOUZIN, Caroline. « La boisson Four Loko retirée des tablettes », *La Presse+*, 7 décembre 2017c, [http://plus.lapresse.ca/screens/0e4939e0-f53e-4f6b-a56d-6ecbe9995360\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/0e4939e0-f53e-4f6b-a56d-6ecbe9995360_7C_0.html) (Consulté 22 février 2019).
- TOUZIN, Caroline. « Une nouvelle boisson alcoolisée québécoise préoccupe les experts », *La Presse*, 6 octobre 2017d <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201710/05/01-5139106-une-nouvelle-boisson-alcoolisee-quebecoise-preoccupe-les-experts.php> (Consulté le 22 février 2019).

- TVA Nouvelles. « “Ça a été inespéré. Ça a eu l’effet d’une bombe” — le père d’Athena », *TVA Nouvelles*, 19 décembre 2018a, <https://www.tvanouvelles.ca/2018/12/19/ca-a-ete-inespere-ca-a-eu-leffet-dune-bombe---le-pere-dathena> (Consulté le 27 février 2019).
- TVA Nouvelles. « Couche-Tard retire de ses tablettes la boisson alcoolisée “FCKD UP” », *TVA Nouvelles*, 2 mars 2018b, <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/02/couche-tard-retire-de-ses-tablettes-la-boisson-alcoolisee-fckd-up> (Consulté le 22 février 2019).
- TVA Nouvelles. « Le Groupe Geloso demande à Québec d’interdire le Four Loko », *Le Journal de Montréal*, 9 mars 2018c, <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/09/le-groupe-geloso-demande-a-quebec-dinterdire-le-four-loko-1> (Consulté le 26 février 2019).
- VAILLANCOURT, Carl. « Une pub de boisson dangereuse à l’UQAM », *TVA Nouvelles*, 30 août 2017, <https://www.tvanouvelles.ca/2017/08/30/une-pub-de-boisson-dangereuse-a-luqam-1> (Consulté le 22 février 2019).

## ANNEXE A – Liste des contributions des acteurs au cas des BSA<sup>41</sup>

Type d'acteur	Nom de l'acteur	Documents
Industrie	Groupe Geloso	Mémoire pour le projet de loi n° 170 (PL 170) (144), Mémoire pour le Comité permanent de la santé (HESA) (143), Journaux (6, 19, 23, 29, 30, 34, 37, 48, 49, 60, 76, 81, 96, 108, 111, 117, 120), Rencontres individuelles avec Santé Canada (SC)
Industrie	Blue Spike	Journaux (1, 2, 35, 36, 112)
Industrie	Association des brasseurs du Québec	<b>Entretien</b> , Mémoire pour le PL 170 (128), Témoignages pour le PL 170 du Québec (156), Journaux (35, 37, 76, 81, 103, 108)
Industrie	Phusion Projects	Journaux (7, 29, 39, 55, 65, 95, 109)
Industrie	Embouteillage Solar	Journaux (112)
Industrie	Association des microbrasseries du Québec	Aucun (n'ont pas défendu les intérêts du Groupe Geloso)
Industrie	Association des détaillants en alimentation du Québec	Mémoire pour le PL 170 (129) Témoignage pour le PL 170 (154), Journaux (91,112)
Industrie	Association des marchands dépanneurs et épiciers du Québec	Mémoire pour le PL 170 (130), Témoignage pour le PL 170 (153) Journaux (76, 85, 94, 96, 98, 112)
Industrie	Normes de la publicité (Adstandards)	Rencontre à huis clos SC
Industrie	Beer Canada	Témoignage HESA (158)
Industrie	Spiritueux Canada	Mémoire pour le PL 170 (148), Témoignage HESA (158), Rencontre à huis clos SC
Industrie	Société des alcools du Québec	Journaux (21, 86, 101, 103)
Industrie	Association canadienne des boissons	Témoignages HESA (159)
Industrie	Association canadienne des sociétés des alcools	Mémoire HESA (127)

<sup>41</sup> Les nombres entre parenthèses dans la colonne « Documents » correspondent au document numéroté à l'annexe B.

Industrie	Conseil d'éthique de l'industrie des boissons alcoolisées	Mémoire pour le PL 170 (138), Témoignage pour le PL 170 (153), Journaux (3, 79, 80)
Industrie	Conseil canadien du commerce de détail	Mémoire pour le PL 170 (137), Témoignage pour le PL 170 (157)
Éduc'alcool	Éduc'alcool	<b>Entretien</b> , Mémoire pour le PL 170 (141), Témoignage pour le PL 170 (153), Témoignage HESA (103), Journaux (5, 9, 14, 15, 18, 19, 21, 23, 29, 37, 38, 43, 52, 53, 55, 56, 60, 62, 76, 84, 85, 88, 96, 105, 106, 107, 108), Rencontre à huis clos SC
Industrie	Association des vignerons du Canada	Rencontre à huis clos SC
Santé publique	Institut national de santé publique du Québec	<b>Entretien</b> , Avis scientifique sur les intoxications aiguës (149), Mémoire pour le PL 170 (145), Témoignage pour le PL 170 (156), Mémoire HESA (149), Témoignage (HESA) (106), Journaux (10, 11, 21, 29, 55, 73, 89, 96, 102, 109). Rencontre à huis clos SC
Santé publique	Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances	<b>Entretien</b> , Avis scientifique sur les intoxications aiguës (149), Mémoire HESA (136), Témoignage HESA (158), Journaux (29, 97, 109, 110), Rencontre à huis clos SC
Santé publique	Association pour la santé publique du Québec	<b>Entretien</b> , Mémoire HESA (134), Témoignage HESA (159), Réponse à l'avis d'intention de SC (139), Journaux (15, 20, 21, 89, 109, 110)
Santé publique	Association canadienne de santé publique	Témoignage HESA (159)
Santé publique	Families for Addiction Recovery	Réponse à l'avis d'intention de SC (142)
Santé publique	Centre for Addiction and Mental Health	Réponse à l'avis d'intention de SC (146)
Santé publique	Association pour la santé publique de l'Ontario	Réponse à l'avis d'intention de SC (146)
Santé publique	Société canadienne du cancer	Réponse à l'avis d'intention de SC (146)
Experts et chercheurs	Canadian Institute for Substance Use Research (Tim Stockwell)	<b>Entretien</b> , Mémoire HESA (147), Témoignage HESA (159), Réponse à l'avis d'intention de SC (146)

Experts et chercheurs	Jean-Sébastien Fallu, Université de Montréal	Témoignage pour le PL 170 (155), Journaux (61, 94, 95)
Experts et chercheurs	Manon Niquette	Avis scientifique sur les intoxications aiguës (149), Témoignage HESA (159), Journaux (89, 102)
Experts et chercheurs	Martin Laliberté	Rapport d'investigation du coroner concernant Pierre Parent (151), Témoignage HESA (158)
Organisations gouvernementales	Ministère de la santé et des services sociaux du Québec	<b>Entretien (ex-ministre Lucie Charlebois)</b> , Mémoire pour le PL 170 (140), Témoignage pour le PL 170 (155), Journaux (23, 73, 77, 94, 102, 122), Points de presse (163)
Organisations gouvernementales	Ministère de la sécurité publique	Loi 170 (162), Témoignages et débats pour le PL 170 (153, 154, 155, 156, 157), Journaux (11, 20, 24, 46, 68, 69, 73, 90, 108), Points de presse (163)
Organisations gouvernementales	Santé Canada (et ministre de la Santé)	<b>Entretien</b> , Règlements (160, 161), Témoignages HESA (158, 159), Journaux (13, 14, 15, 21, 23, 24, 38, 48, 51, 52, 54, 90, 97, 116)
Organisations gouvernementales	Régie des alcools, des courses et des jeux	Loi 170 (162), Journaux (1, 25, 26, 35, 36, 91, 108, 112)
Organisations gouvernementales	Bureau du coroner du Québec	Rapport d'investigation du coroner concernant Pierre Parent et Athena Gervais (151, 152), Journaux, coroner Pierre Parent (108) et coroner Athena Gervais (22, 84, 98, 114, 116)
Organisations gouvernementales	Comité permanent de la santé du Canada	Rapport final HESA (150), Témoignages HESA (158, 159) Journaux (51)
Organisations gouvernementales	Centre antipoison du Québec	Témoignages HESA (159), Journaux (88, 93)
Organisations gouvernementales	Liquor and Gaming Authority Manitoba	Rencontre à huis clos SC
Organisations gouvernementales	Sénat (André Pratte)	Journaux (45, 48, 57, 93)
Députés	Premier ministre Philippe Couillard	Journaux (11, 20, 46, 65, 68, 69, 73, 90, 102)
Députés	Alexandre Boulerice	Journaux (16, 32, 39)

Députés	Luc Thériault	Journaux (32, 33)
Médias	Journal de Montréal	Journaux (2, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 20, 26, 30, 38, 40, 41, 42, 56, 57, 58, 59, 60, 65, 66, 67, 69, 70, 83, 85, 86, 87, 99, 120)
Médias	TVA Nouvelles	Journaux (1, 3, 4, 7, 8, 9, 25, 31, 37, 44, 55, 63, 64, 68, 91, 117, 118, 119, 121, 125, 126)
Médias	Le Devoir	Journaux (21, 22, 32, 49, 50, 77, 101, 102, 103)
Médias	La Presse	Journaux (16, 17, 19, 23, 24, 27, 28, 35, 36, 45, 46, 47, 54, 61, 62, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 100, 105, 106, 107, 208, 209, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116)
Médias	Radio-Canada	Journaux (18, 29, 34, 39, 43, 51, 52, 88, 89, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 101)
Médias	La Presse Canadienne	Journaux (15, 33, 48, 53, 84, 90)
Individus	Opinions d'individus (entrevues ou médias sociaux)	Journaux (38, 42, 44, 106, 119, 126)
Individus	Médecins	Journaux (29, 42, 107, 109, 111)
Individus	Consommateurs	Journaux (12, 42, 107, 85)
Individus	Famille et amis d'Athena Gervais et de Pierre Parent	Journaux (32, 34, 52, 54, 72, 73, 74, 78, 100, 116, 118, 119, 121, 122, 123, 125)
Individus	Propriétaires d'épiceries et de dépanneurs	Journaux (34, 42, 78, 85, 92, 108, 112, 117, 121)
Autres organisations	Barreau du Québec	Mémoire pour le PL 170 (135)
Autres organisations	Association étudiante de l'École des Sciences de la Gestion de l'UQAM	Journaux (3)
Autres organisations	Fédération québécoise des directions d'établissement d'enseignement (et directeurs d'école)	Journaux (22, 49, 60)

## ANNEXE B – Liste des documents consultés et analysés

### ARTICLES DE JOURNAUX

1. Agence QMI. (2017a, décembre 6). Non-conforme à la réglementation La boisson « Four Loko » retirée des tablettes. *TVA Nouvelles*.  
<https://www.tvanouvelles.ca/2017/12/06/la-boisson-four-loko-retirée-des-tablettes>
2. Agence QMI. (2017b, décembre 8). Les boissons Four Loko de retour en force en 2018. *Le Journal de Montréal*. <https://www.journaldemontreal.com/2017/12/07/les-boissons-four-loko-de-retour-en-force-en-2018-1>
3. Agence QMI. (2018a, février 26). Le Conseil d'éthique déplore l'« indifférence » du gouvernement Couillard. *TVA Nouvelles*.  
<https://www.tvanouvelles.ca/2018/02/26/le-conseil-dethique-deplo-re-lindifference-du-gouvernement-couillard>
4. Agence QMI. (2018b, mars 4). La fin de la boisson FCKDUP. *TVA Nouvelles*.  
<https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/04/la-fin-de-la-boisson-fckdup-1>
5. Agence QMI. (2018c, mars 4). Les boissons FCKD UP doivent être encadrées, implore Éduc'alcool. *Le Journal de Montréal*, 7.
6. Agence QMI. (2018d, mars 5). « J'ai des millions en jeu et je suis prêt à mettre ça à la poubelle », dit le producteur de la boisson FCKD UP. *Le Journal de Montréal*.  
<https://www.journaldemontreal.com/2018/03/05/jai-des-millions-en-jeu-et-je-suis-pret-a-mettre-ca-a-la-poubelle-dit-le-producteur-de-la-boisson-fckdup>
7. Agence QMI. (2018e, mars 6). Four Loko repousse indéfiniment son retour sur les tablettes du Québec. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/06/four-loko-repousse-indefinitement-son-retour-sur-les-tablettes-du-quebec>
8. Agence QMI. (2018f, mars 10). Un dernier hommage à Athena Gervais. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/10/les-funerailles-dathena-gervais-ont-lieu-aujourd'hui>
9. Agence QMI. (2018g, mars 12). Éduc'alcool veut des actions rapides. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/12/educalcool-veut-des-actions-rapides>
10. Agence QMI. (2018h, mars 13). Abus d'alcool : Sept adolescents québécois par jour se retrouvent aux urgences. *Le Journal de Montréal*.  
<https://www.journaldemontreal.com/2018/03/13/abus-dalcool-sept-adolescents-quebeco>
11. Agence QMI. (2018i, mars 18). Boissons sucrées alcoolisées : Ottawa lancera des consultations | JDM. *Le Journal de Montréal*.

<https://www.journaldemontreal.com/2018/03/18/boissons-sucrees-alcoolisees-ottawa-lancera-des-consultations>

12. Agence QMI. (2018j, juin 12). Accro aux boissons énergisantes alcoolisées, il frôle la mort. *Le Journal de Montréal*.

<https://www.journaldemontreal.com/2018/06/12/accro-aux-boissons-energisantes-alcoolisees-il-frole-la-mort-1>

13. Agence QMI. (2018k, décembre 18). Santé Canada s'attaque aux boissons alcoolisées sucrées. *Le Journal de Montréal*.

<https://www.journaldemontreal.com/2018/12/18/sante-canada-sattaque-aux-boissons-alcoolisees-sucrees-1>

14. Agence QMI. (2019, février 6). Boissons alcoolisées sucrées : Éduc'alcool « profondément déçu » de Santé Canada. *Le Journal de Montréal*.

<https://www.journaldemontreal.com/2019/02/06/boissons-alcoolisees-sucrees-educalcool-profondement-decu-de-sante-canada>

15. Banerjee, S. (2018, mars 12). Éduc'alcool s'adresse aux gouvernements à propos des boissons sucre/alcool. *La Presse Canadienne*.

16. Bellavance, J.-D. (2018a, mars 17). Boissons sucrées alcoolisées : Le NPD presse Ottawa de resserrer les normes. *La Presse*.

<https://www.lapresse.ca/actualites/politique/politique-canadienne/201803/16/01-5157678-boissons-sucrees-alcoolisees-le-npd-presse-ottawa-de-resserrer-les-normes.php>

17. Bellavance, J.-D. (2018b, mars 17). Le NPD presse Ottawa de resserrer les normes. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/1d07f98e-6e8d-4d0f-93a2-0cd250c3758f\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/1d07f98e-6e8d-4d0f-93a2-0cd250c3758f_7C_0.html)

18. Bergeron, J. (2018, février 25). Boisson alcoolisée FCKD UP : Une nouvelle campagne de publicité qui fait réagir. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1085729/boisson-acoolisee-fckdup-nouvelle-campagne-publicite-critique>

19. Bisson, B., et Ruel-Manseau, A. (2018, mars 5). Le FCKD UP retiré des tablettes. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/21ed32d7-dbe9-4059-88b9-380b126b083c\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/21ed32d7-dbe9-4059-88b9-380b126b083c_7C_0.html)

20. Bourdon, P. D. (2018, mai 10). Protection des jeunes : Martin Coiteux resserrera le règlement sur la promotion de l'alcool. *Le Journal de Québec*.

<https://www.journaldequebec.com/2018/05/10/protection-des-jeunes-martin-coiteux-resserrera-le-reglement-sur-la-promotion-de-lalcool>

21. Caillou, A. (2018, décembre 18). Santé Canada veut limiter la teneur en alcool des boissons sucrées. *Le Devoir*.  
<https://www.ledevoir.com/societe/sante/543865/boissons-alcoolisees-sucrees>
22. Caillou, A. (2019, mars 28). Le coroner dépose son rapport sur la mort d'Athéna Gervais. *Le Devoir*, A2.
23. Champagne, É.-P. (2018, mars 5). *Le FCKD UP quitte les tablettes, les autres restent*. <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201803/05/01-5156149-le-fckd-up-quitte-les-tablettes-les-autres-restent.php>
24. Champagne, S. (2018, mars 13). Boissons sucrées alcoolisées : Couillard enjoint Santé Canada d'agir. *La Presse*.  
<https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201803/13/01-5157114-boissons-sucrees-alcoolisees-couillard-enjoint-sante-canada-dagir.php>
25. Charest, M. (2017a, décembre 28). La boisson Four Loko toujours vendue malgré l'interdiction. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2017/12/28/la-boisson-four-loko-toujours-vendue-malgre-linterdiction-1>
26. Charest, M. (2017b, décembre 29). Policiers en renfort pour retirer des boissons interdites. *Le Journal de Québec*. <https://www.journaldequebec.com/2017/12/28/la-boisson-four-loko-toujours-vendue-malgre-linterdiction>
27. Chouinard, T. (2018, mars 13). Bannies des dépanneurs. *La Presse+*.  
[http://plus.lapresse.ca/screens/7b55da9c-6c06-40f1-9d91-588a776c637a\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/7b55da9c-6c06-40f1-9d91-588a776c637a_7C_0.html)
28. Chouinard, T., et Touzin, C. (2018, mars 14). Bond des ventes et des visites aux urgences. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/398ef3ba-f0c0-4dca-aed0-681cfdb5f441\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/398ef3ba-f0c0-4dca-aed0-681cfdb5f441_7C_0.html)
29. Couture, È. (2017, octobre 21). Fckdup : Une boisson qui inquiète. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1062751/consommation-alcool-adolescent-stimulant-sucre-fruit>
30. Couture, P. (2018a, mars 17). Boissons alcoolisées : Groupe Geloso veut continuer à vendre dans les dépanneurs. *Le Journal de Québec*, 53.
31. Couture, P. (2018b, juillet 28). Des vinières « Poppers » déclarés non conformes. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/07/28/des-viniers-poppers-declares-non-conformes-1>
32. Crête, M. (2018a, mars 19). Santé Canada entend sévir contre les boissons sucrées alcoolisées | Le Devoir. *Le Devoir*.  
<https://www.ledevoir.com/societe/sante/523090/sante-canada-entend-sevir-contre-les->

[boissons-sucrees-alcoolisees?utm\\_source=infolettre-2018-03-19&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=infolettre-quotidienne](#)

33. Crête, M. (2018b, mars 20). La boisson FCKD UP est toujours disponible dans certains dépanneurs. *La Presse Canadienne*.
34. Desrosiers, S. (2018, mars 2). La mort d'Athena Gervais était accidentelle, confirme la police. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1086714/mort-athena-gervais-police>
35. Dubuc, A. (2017a, décembre 13). Le distributeur de Four Loko fait fi du rappel imposé par la régie des alcools. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/ddf48ffe-b12f-4c8a-a97d-b95c0f105e1e\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/ddf48ffe-b12f-4c8a-a97d-b95c0f105e1e_7C_0.html)
36. Dubuc, A. (2017b, décembre 28). Interdites depuis un mois, toujours disponibles. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/d3033fb6-9e89-4950-9019-214a9b2ef17a\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/d3033fb6-9e89-4950-9019-214a9b2ef17a_7C_0.html)
37. Duchesneau, P. (2018, mars 3). Éduc'Alcool prône un retrait des boissons alcoolisées énergisantes. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/03/educalcool-prone-un-retrait-de-la-vente>
38. Dumas, J. (2018, octobre 23). Santé Canada n'a toujours pas encadré la vente des boissons sucrées alcoolisées. *Le Journal de Québec*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/10/23/sante-canada-na-toujours-pas-encadre-la-vente-des-boissons-sucrees-alcoolisees>
39. Foisy, P.-V. (2018, mars 18). Boissons sucrées alcoolisées : Santé Canada interviendra. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1090030/sante-canada-boissons-sucrees-alcoolisees-etude-reglementation>
40. Giguère, F. (2018, mars 3). L'adolescente se serait cogné la tête en glissant. *Le Journal de Montréal*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/02/la-these-de-l'accident-privilegiee-dans-la-mort-dathena-gervais-1>
41. Hallé, S. (2018, mars 22). Les boissons sucrées alcoolisées toujours populaires. *Le Journal de Québec*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/22/les-boissons-sucrees-alcoolisees-toujours-populaires-1>
42. Houle, J. (2017, octobre 23). Dans un coma éthylique après une seule canette. *Le Journal de Québec*. <https://www.journaldequebec.com/2017/10/23/four-loko-une-chaine-de-depanneurs-veut-sensibiliser-sa-clientele>
43. Jobin, M. (2018, mars 13). Boissons sucrées et alcoolisées bientôt bannies des dépanneurs au Québec. *Radio Canada International*. <http://www.rcinet.ca/fr/2018/03/13/boissons-sucrees-et-alcoolisees-bientot-bannies-des-depanneurs-au-quebec/>

44. Journal de Montréal. (2018, juin 28). Des internautes s'insurgent contre une publicité de boisson alcoolisée qui inciterait à la consommation. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/06/28/des-internautes-sinsurgent-contre-une-publicite-de-boisson-alcoolisee-qui-inciterait-a-la-consommation>
45. Krol, A. (2018a, mars 6). Bouge de là ! *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/226b7bf7-3ca3-4baf-a20a-17d84b25b32e\\_7C\\_\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/226b7bf7-3ca3-4baf-a20a-17d84b25b32e_7C__0.html)
46. Krol, A. (2018b, mars 15). Enfin, du balai ! *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/0ad24b5e-9f05-4fb2-bd43-4b1c519bc866\\_7C\\_\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/0ad24b5e-9f05-4fb2-bd43-4b1c519bc866_7C__0.html)
47. Krol, A. (2019, mars 28). Mortel marketing. *La Presse*, DÉBATS\_1, DÉBATS\_2.
48. La Presse Canadienne. (2018a, mars 4). *Le groupe Geloso annonce qu'elle cesse la production de sa boisson FCKD UP*.
49. La Presse Canadienne. (2018b, mars 5). Fin de la production de la boisson FCKD UP. *Le Devoir*.
50. La Presse Canadienne. (2018c, mars 20). Ottawa entend sévir contre les boissons sucrées alcoolisées. *Le Devoir*, A5.
51. La Presse canadienne. (2018, juin 19). Un comité des Communes recommande des restrictions sur les boissons sucrées alcoolisées. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1108077/boissons-alcoolisees-sucree-comite-communes-recommande-restrictions>
52. La Presse Canadienne. (2018d, décembre 18). Santé Canada abaissera la teneur en alcool des boissons alcoolisées sucrées. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1142683/sante-canada-boissons-alcoolisees-sucree-baisse-concentration-alcool>
53. La Presse Canadienne. (2019, février 6). Projet de règlement sur les boissons sucrées alcoolisées : Éduc'alcool dénonce. *La Presse Canadienne*.
54. Lacoursière, A. (2018, décembre 19). « Ça frappe fort et c'est ce qu'on voulait ». *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/eb59e073-f556-4a6b-8821-af760ecc8deb\\_7C\\_\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/eb59e073-f556-4a6b-8821-af760ecc8deb_7C__0.html)
55. Lacroix, A. (2017a, juillet 29). Des boissons alcoolisées inquiètent. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2017/07/29/des-boissons-alcoolisees-inquietent>

56. Lacroix, A. (2017b, juillet 29). Un marketing pour cibler les jeunes. *Le Journal de Montréal*.
57. Lacroix, A. (2018a, mars 6). Le Retour De Four Loko Suspendu. *Le Journal de Montréal*, 10.
58. Lacroix, A. (2018b, mai 20). Il a agressé sa voisine intoxiquée au Four Loko. *Le Journal de Québec*, 14.
59. Lacroix, A. (2018c, septembre 24). Il est sur la liste des délinquants sexuels à 22 ans. *Le Journal de Montréal*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/09/24/il-est-sur-la-liste-des-delinquants-sexuels-a-22-ans>
60. Lacroix, A., et Scali, D. (2018d, mars 6). Alcool : Les jeunes ont encore le choix. *Le Journal de Montréal*, 10.
61. Lagacé, P. (2018, mars 5). De zéro à party à la face dans le ruisseau. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/b0927ff3-06b8-4f26-ad8d-4f4d64f77957\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/b0927ff3-06b8-4f26-ad8d-4f4d64f77957_7C_0.html)
62. Lagacé, P. (2019, mars 28). Athéna, il y a un an. *La Presse*, ACTUALITÉS\_1, ACTUALITÉS\_3.
63. Lajoie, G. (2018, avril 6). Alcool : Québec refuse d'entendre le fabricant de la boisson FCKDUP. *TVA Nouvelles*, 30.
64. Larin, V. (2018, mars 19). Ottawa limitera l'alcool dans les boissons sucrées. *Le Journal de Montréal*, 8.
65. Lecavalier, C. (2018a, mars 6). FCKD UP et Four Loko : Couillard demande à Ottawa d'agir. *Le Journal de Québec*. <https://www.journaldequebec.com/2018/03/06/fckd-up-et-four-loko-couillard-demande-a-ottawa-dagir>
66. Lecavalier, C. (2018b, mars 7). QUÉBEC : COUILLARD DEMANDE À OTTAWA D'AGIR. *Le Journal de Québec*, 16.
67. Lecavalier, C. (2018c, mars 7). UN RÈGLEMENT SUR LES BOISSONS SUCRÉES ALCOOLISÉES RÉCLAMÉ. *Le Journal de Québec*, 16.
68. Lecavalier, C. (2018d, mars 13). Les boissons sucrées à forte teneur en alcool seront vendues à la SAQ. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/13/la-fin-de-la-vente-des-boissons-sucrées-a-forte-teneur-en-alcool-dans-les-depanneurs>
69. Lecavalier, C. (2018e, mars 14). Coiteux se défend d'avoir trop tardé. *Le Journal de Québec*.

70. Lecavalier, C. (2018f, mars 14). IL N’AURAIT PAS ATTENDU UN DÉCÈS POUR AGIR. *Le Journal de Montréal*, 14.
71. Lessard, D., et Champagne, É.-P. (2018, mars 6). Boissons sucrées à haute teneur en alcool : Couillard presse Santé Canada. *La Presse*.  
<https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201803/06/01-5156259-boissons-sucrees-a-haute-teneur-en-alcool-couillard-presse-sante-canada.php>
72. Lévesque, F. (2018a, mars 7). Boissons sucrées alcoolisées : Le père d’Athena Gervais déclare la guerre. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/faits-divers/201803/07/01-5156385-boissons-sucrees-alcoolisees-le-pere-dathena-gervais-declare-la-guerre.php>
73. Lévesque, F. (2018b, mars 14). Un soulagement pour le père d’Athena Gervais. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/398ef3ba-f0c0-4dca-aed0-681cfdb5f441\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/398ef3ba-f0c0-4dca-aed0-681cfdb5f441_7C_0.html)
74. Lévesque, F. (2018c, décembre 17). « J’ai hâte d’arriver au bout de ça ». *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/23c6cbda-ad0c-4aaf-8dda-7acf3163efd0\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/23c6cbda-ad0c-4aaf-8dda-7acf3163efd0_7C_0.html)
75. Lévesque, F. (2019, mai 23). Fini les grands formats de boissons sucrées fortement alcoolisées. *La Presse*.  
<https://www.lapresse.ca/actualites/national/201905/23/01-5227252-fini-les-grands-formats-de-boissons-sucrees-fortement-alcoolisees.php>
76. Lévesque, F., et Lorange, S.-O. (2018, mars 2). Mort d’Athena Gervais : Couche-Tard retire la boisson FCKD UP des tablettes. *La Presse*.  
<https://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/faits-divers/201803/02/01-5155964-mort-dathena-gervais-couche-tard-retire-la-boisson-fckd-up-des-tablettes.php>
77. Lévesque, L. (2018, mars 6). Boissons sucrées alcoolisées : Québec demande à Santé Canada de serrer la vis. *Le Devoir*.  
<https://www.ledevoir.com/societe/sante/521908/quebec-demande-a-ottawa-de-serrer-la-vis-aux-boissons-sucrees-alcoolisees>
78. Lorange, S.-O. (2018a, mars 2). Mort d’Athena Gervais à Laval : La police confirme qu’il s’agit d’un accident. *La Presse*.  
<https://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/faits-divers/201803/02/01-5155873-mort-dathena-gervais-a-laval-la-police-confirme-quil-sagit-dun-accident.php>
79. Lorange, S.-O. (2018b, mars 7). Le rôle complexe de la Régie. *La Presse+*.  
[http://plus.lapresse.ca/screens/673520ed-2b56-4308-8141-e4d689636b95\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/673520ed-2b56-4308-8141-e4d689636b95_7C_0.html)

80. Lorange, S.-O. (2018c, mars 7). Un signal d'alarme prémonitoire. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/673520ed-2b56-4308-8141-e4d689636b95\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/673520ed-2b56-4308-8141-e4d689636b95_7C_0.html)
81. Lorange, S.-O., et Champagne, É.-P. (2018, mars 8). Le Groupe Geloso veut soustraire ses produits à une hausse du prix de la bière. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201803/07/01-5156495-le-groupe-geloso-veut-soustraire-ses-produits-a-une-hausse-du-prix-de-la-biere.php>
82. Lorange, S.-O., et Lévesque, F. (2018, mars 3). Quel rôle la boisson FCKD UP a-t-elle joué ? *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/d154d92c-2435-4da4-8578-8f5fed3718b9\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/d154d92c-2435-4da4-8578-8f5fed3718b9_7C_0.html)
83. Maréchal, I. (2018, mars 12). Génération FCKD\*UP. *Le Journal de Québec*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/12/generation-fckdup>
84. Marin, S. (2019, mars 27). Athéna Gervais est morte noyée, dit le coroner, montrant du doigt l'alcool. *La Presse Canadienne*. [http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T\\_1/news·20190327·PC·108eefa2b6fa4fa6b75e77be987df955](http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T_1/news·20190327·PC·108eefa2b6fa4fa6b75e77be987df955)
85. Noël, M.-C. (2018, mars 23). Des boissons FCKD UP toujours en vente à côté d'écoles. *Le Journal de Montréal*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/23/des-boissons-fckd-up-toujours-en-vente-a-cote-decoles>
86. Orfali, P. (2018, mars 17). LA SAQ « PRISE » AVEC LE FOUR LOKO. *Le Journal de Montréal*, 51.
87. Ouellet, S.-P. (2018, juillet 15). Son foie détruit par les boissons énergisantes alcoolisées. *Le Journal de Québec*, 24.
88. Parent, S. (2018a, mars 13). La facture trop salée des boissons sucrées super-alcoolisées. *Radio Canada International*. <http://www.rcinet.ca/fr/2018/03/13/la-facture-trop-salee-des-boissons-sucreees-super-alcoolisees/?replytocom=14718>
89. Parent, S. (2018b, mai 10). Publicités des boissons sucrées alcoolisées ciblant nos jeunes : C'est le « far west ». *Radio Canada International*. <http://www.rcinet.ca/fr/2018/05/10/publicite-jeunes-boissons-sucreees-alcoolisees-reseaux-sociaux-quebec/>
90. Plante, C., et Lévesque, L. (2018, mars 13). Québec veut bannir les boissons sucrées alcoolisées des épiceries et dépanneurs. *La Presse Canadienne*.
91. Plouffe, R. (2018, février 4). Les boissons Four Loko toujours sur le marché. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/02/04/les-boissons-four-loko-toujours-sur-le-marche-1>

92. Radio-Canada. (2018a, mars 4). Le fabricant de FCKD UP cesse sa production. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1087138/athena-gervais-mort-accident-fckd-up-boisson-alcool-production-geloso>
93. Radio-Canada. (2018b, mars 5). Le Centre antipoison demande le retrait des boissons Four Loko de la circulation. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1087193/centre-antipoison-four-loko-alcool-boissons-sucree>
94. Radio-Canada. (2018c, mars 5). Québec souhaite le retrait des boissons sucrées très alcoolisées. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1087206/mort-athena-gervais-expert-toxicomanie-alcool-fckdup>
95. Radio-Canada. (2018d, mars 6). Le Four Loko ne reviendra pas de sitôt sur les tablettes. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1087523/le-four-loko-ne-reviendra-pas-de-sitot-sur-les-tablettes>
96. Radio-Canada. (2018e, mars 23). Le fabricant du FCKD UP invite les détaillants à « ne pas paniquer ». *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1091146/groupe-geloso-boisson-fckd-up-lettre-detaillants-ecoulement-stock>
97. Radio-Canada. (2018f, novembre 3). La consommation excessive d'alcool des Canadiennes préoccupe la santé publique. *Radio-Canada.ca*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1133719/mort-alcool-hausse-taux-femmes-hommes-canada-sante-publique>
98. Radio-Canada. (2019, mars 27). Intoxiquée par l'alcool, Athena Gervais est morte noyée, conclut le coroner. *ICI Radio-Canada — Nouvelles (site web)*. [http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T\\_1/news·20190327·SRC·076](http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T_1/news·20190327·SRC·076)
99. Ravary, L. (2018, mars 4). Mourir de jeunesse. *Le Journal de Montréal*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/04/mourir-de-jeunesse>
100. Ruel-Manseau, A. (2018, mars 19). Ottawa limitera l'alcool dans les boissons sucrées comme le FCKD UP. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/94f32edd-ebff-47b7-95c0-e8f2854ef7d3\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/94f32edd-ebff-47b7-95c0-e8f2854ef7d3_7C_0.html)
101. Saint-Arnaud, P. (2018, mars 16). La SAQ n'a pas encore décidé si elle vendra ou non les boissons alcoolisées sucrées | Le Devoir. *Le Devoir*. [https://www.ledevoir.com/societe/consommation/522933/la-saq-n-a-pas-encore-decide-si-elle-vendra-ou-non-les-boissons-sucreees?utm\\_source=infolettre-2018-03-16&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=infolettre-quotidienne](https://www.ledevoir.com/societe/consommation/522933/la-saq-n-a-pas-encore-decide-si-elle-vendra-ou-non-les-boissons-sucreees?utm_source=infolettre-2018-03-16&utm_medium=email&utm_campaign=infolettre-quotidienne)
102. Sioui, M.-M. (2018a, mars 14). Les boissons sucrées fortement alcoolisées ne seront plus vendues dans les dépanneurs | Le Devoir. *Le Devoir*.

<https://www.ledevoir.com/politique/quebec/522561/les-boissons-sucrees-fortement-alcoolisees-seront-bannies-des-depanneurs>

**103.** Sioui, M.-M. (2018b, avril 12). Plaidoyer pour des prix planchers à la SAQ. *Le Devoir*. <https://www.ledevoir.com/politique/quebec/524989/plaidoyer-pour-des-prix-planchers-a-la-saq>

**104.** Tchandem Kamgang, A. C. T. (2018, mars 14). Réviser les prix et resserrer les lois sur la publicité pour prévenir l'intoxication par l'alcool chez les jeunes. *Radio Canada International*. <http://www.rcinet.ca/fr/2018/03/14/reviser-les-prix-et-resserrer-les-lois-sur-la-publicite-pour-prevenir-lintoxication-par-lalcool-chez-les-jeunes/?replytocom=14720>

**105.** Teisceira-Lessard, P. (2018a, avril 9). Éduc'alcool exige une formation obligatoire pour les serveurs et barmans. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201804/09/01-5160312-educalcool-exige-une-formation-obligatoire-pour-les-serveurs-et-barmans.php>

**106.** Teisceira-Lessard, P. (2018b, juin 28). « Tu es trop faible » : Une publicité de bière choque. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/201806/28/01-5187621-tu-es-trop-faible-une-publicite-de-biere-choque.php>

**107.** Teisceira-Lessard, P. (2018c, juin 29). Une publicité de bière forte choque Éduc'alcool et des internautes. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/7554da8e-d0f5-40ec-8f01-6936e508de60\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/7554da8e-d0f5-40ec-8f01-6936e508de60_7C_0.html)

**108.** Teisceira-Lessard, P. (2018d, juin 30). Le « Poppers » en vinier de Geloso inquiète. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/58ea53b5-481d-4df2-8a9d-e0bc0d6cdf80\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/58ea53b5-481d-4df2-8a9d-e0bc0d6cdf80_7C_0.html)

**109.** Touzin, C. (2017a, octobre 5). « Une boisson complètement débile ». *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201710/04/01-5138957-four-loko-une-boisson-inquietante-selon-des-medecins.php>

**110.** Touzin, C. (2017b, octobre 6). Une nouvelle boisson alcoolisée québécoise préoccupe les experts. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/sante/201710/05/01-5139106-une-nouvelle-boisson-alcoolisee-quebecoise-preoccupe-les-experts.php>

**111.** Touzin, C. (2017c, novembre 18). « J'ai des emplois à protéger, moi ». *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/0841b37e-369b-4eee-b123-9110144cc374\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/0841b37e-369b-4eee-b123-9110144cc374_7C_0.html)

**112.** Touzin, C. (2017d, décembre 7). La boisson Four Loko retirée des tablettes. *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/0e4939e0-f53e-4f6b-a56d-6ecbe9995360\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/0e4939e0-f53e-4f6b-a56d-6ecbe9995360_7C_0.html)

113. Touzin, C. (2018, avril 10). Interdire la vente d'alcool près des écoles ? *La Presse+*. [http://plus.lapresse.ca/screens/d15acea5-1da1-4014-86af-8e8307a43573\\_7C\\_0.html](http://plus.lapresse.ca/screens/d15acea5-1da1-4014-86af-8e8307a43573_7C_0.html)
114. Touzin, C. (2019a, mars 27). Mort d'Athéna Gervais : « l'équivalent de 12 verres de vin ». *La Presse (site web)*. [http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T\\_1/news·20190327·CY·5219748](http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T_1/news·20190327·CY·5219748)
115. Touzin, C. (2019b, mars 28). D'autres réactions. *La Presse*, ACTUALITÉS\_4.
116. Touzin, C. (2019c, mars 28). L'équivalent de 12 verres de vin en 35 minutes. *La Presse*, ACTUALITÉS\_4.
117. TVA Nouvelles. (2018a, mars 2). Couche-Tard retire de ses tablettes la boisson alcoolisée « FCKD UP ». *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/02/couche-tard-retire-de-ses-tablettes-la-boisson-alcoolisee-fckd-up>
118. TVA Nouvelles. (2018b, mars 5). Athena, une « comète » qui a « payé le prix ». *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/05/athena-une-comete-qui-a-paye-le-prix>
119. TVA Nouvelles. (2018c, mars 5). Le père d'Athéna Gervais « très content » du retrait des FCKDUP. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/03/05/le-pere-dathena-gervais-tres-content-du-retrait-des-fckdup>
120. TVA Nouvelles. (2018d, mars 9). Le Groupe Geloso demande à Québec d'interdire le Four Loko. *Le Journal de Montréal*. <https://www.journaldemontreal.com/2018/03/09/le-groupe-geloso-demande-a-quebec-dinterdire-le-four-loko-1>
121. TVA Nouvelles. (2018e, avril 3). Des boissons sucrées alcoolisées toujours vendues. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/04/03/des-boissons-sucreees-alcoolisees-toujours-vendues>
122. TVA Nouvelles. (2018f, août 21). « Il s'est fait avoir par les boissons énergisantes », dit le père de la victime. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/08/21/il-sest-fait-avoir-par-les-boissons-energisantes-dit-le-pere-de-la-victime>
123. TVA Nouvelles. (2018g, décembre 19). « Ça a été inespéré. Ça a eu l'effet d'une bombe »— Le père d'Athéna. *TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2018/12/19/ca-a-ete-inespere-ca-a-eu-leffet-dune-bombe--le-pere-dathena>
124. TVA Nouvelles. (2019a, mars 27). *La jeune Athena Gervais est morte noyée*. [http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T\\_1/web·20190327·OPW·039](http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T_1/web·20190327·OPW·039)

**125.** TVA Nouvelles. (2019b, mars 27). *Mort d'Athena Gervais : « Tout le monde est responsable »*.

[http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T\\_1/web-20190327-CLC-031](http://nouveau.eureka.cc/Link/KO00451T_1/web-20190327-CLC-031)

**126.** Vaillancourt, C. (2017, août 30). Une pub de boisson dangereuse à l'UQAM.

*TVA Nouvelles*. <https://www.tvanouvelles.ca/2017/08/30/une-pub-de-boisson-dangereuse-a-luqam-1>

## **MÉMOIRES ET LETTRES**

**127.** Association canadienne des sociétés des alcools. (2018). *Lettre* [Comité permanent de la santé de la Chambres de Communes du Canada].

**128.** Association des brasseurs du Québec. (2018). *Mémoire soumis dans le cadre des consultations sur le projet de loi no 170* [Mémoire].

**129.** Association des détaillants en alimentation du Québec. (2018). *Consultations particulières sur le projet de loi 170* [Mémoire].

**130.** Association des marchands dépanneurs et épiciers du Québec. (2018). *Commission parlementaire sur le projet de loi 170* [Mémoire].

**131.** Association des microbrasseries du Québec. (2018). *Consultations particulières et auditions publiques sur le projet de loi no 170* [Mémoire].

**132.** Association pour la santé publique du Québec. (2018a). *Les dangers des boissons ayant une combinaison d'alcool à teneur élevée, de caféine et de sucre* [Comité permanent de la santé de la Chambres des Communes du Canada].

**133.** Association pour la santé publique du Québec. (2018b). *Mémoire déposé par l'Association pour la santé publique du Québec dans le cadre des consultations particulières et auditions publiques sur le projet de loi No 170* [Mémoire].

**134.** Association pour la santé publique du Québec. (2018c). *Recommandations au Comité permanent de la santé de la chambre des communes dans le cadre des travaux sur les boissons ayant une combinaison d'alcool à teneur élevée, de caféine et de sucre*.

**135.** Barreau du Québec. (2018). *Commentaires et observations du Barreau du Québec—Projet de loi 170* [Mémoire].

**136.** Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances. (2018). *Les boissons ayant une combinaison d'alcool à teneur élevée, de caféine et de sucre* (p. 6) [Comité permanent de la santé de la Chambre des Communes du Canada].

**137.** Conseil canadien du commerce de détail. (2018). *Consulation sur le projet de loi 170 — Mémoire* [Mémoire].

- 138.** Conseil d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques. (2018). *Mémoire du Conseil d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques sur le projet de loi 170* [Mémoire].
- 139.** Dessureault, M., Jalbert, Y., et Association pour la santé publique du Québec. (2019). *Alcopops. Jeunesse sacrifiée et filles ciblées* (p. 34).
- 140.** Direction générale de la santé publique — Ministère de la Santé et des Services sociaux. (2018). *Regard de la santé publique sur l'alcool et son encadrement (Projet de loi 170)* [Mémoire].
- 141.** Éduc'alcool. (2018). *Prendre résolument le parti de la sécurité et de l'intérêt publics. Mémoire d'Éduc'alcool relatif au projet de loi 170* [Mémoire].
- 142.** Families for Addiction Recovery. (2019). *Proposed Amendments to Restrict the Amount of Alcohol in Single-serve Containers of Flavoured Purified Alcohol* [Soumise à Santé Canada].
- 143.** Groupe Geloso. (2018a). *Avis d'intention de modifier le Règlement sur les aliments et drogues en vue de restreindre la quantité d'alcool dans les boissons alcoolisées très sucrées offertes en portions individuelles* [Comité permanent de la santé de la Chambre des Communes du Canada].
- 144.** Groupe Geloso. (2018b). *Mémoire dans le cadre des consultations publiques du projet de loi 170* (p. 10) [Mémoire].
- 145.** Institut national de santé publique du Québec. (2018). *Mémoire Projet de loi 170* [Mémoire].
- 146.** Rehm, J., Stockwell, T., Walsh, P., et Masotti, K. (2018). *Re : Health Canada's consultation on amendments to the Food and Drug Regulations to restrict the amount of alcohol in single-serve highly sweetened alcoholic beverages* [Réponse].
- 147.** Scherk, A., et Stockwell, T. (2018). *Enquête sur les boissons alcoolisées prémélangées à teneur élevée en alcool et en sucre* [Comité permanent de la santé de la Chambre des Communes du Canada].
- 148.** Spiritueux Canada. (2018). *Mémoire—Projet de loi 170* [Mémoire].
- RAPPORTS GOUVERNEMENTAUX**
- 149.** April, N., Paradis C., Maurice A., Niquette M., Cyr C. et Morin R., *Intoxications aiguës à l'alcool et boissons sucrées alcoolisées*, Québec, INSPQ, 2018.
- 150.** Casey, B. (2018). *Rapport sur les boissons alcoolisées prémélangées à teneur élevée en sucre* (42e LÉGISLATURE, 1re SESSION). Chambre des communes — Comité permanent sur la santé.

151. Garneau, Y. (2017). *Rapport d'investigation du coroner concernant le décès de Pierre Parent* (Coroner N° 2017 — 06928). Bureau du Coroner.

152. Larocque, M. (2018). *Rapport d'investigation du coroner concernant le décès d'Athena Gervais* (Coroner N° 2018 — 01389). Bureau du Coroner.

### **CONSULTATIONS GOUVERNEMENTALES**

153. Journal des débats de l'Assemblée nationale du Québec—Consultations particulières sur le projet de loi n° 170— Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques, 242, 1 (2018).

154. Journal des débats de l'Assemblée nationale du Québec—Consultations particulières sur le projet de loi n° 170— Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques, 243, 1 (2018).

155. Journal des débats de l'Assemblée nationale du Québec—Consultations particulières sur le projet de loi n° 170— Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques, 244, 1 (2018).

156. Journal des débats de l'Assemblée nationale du Québec—Consultations particulières sur le projet de loi n° 170— Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques, 245, 1 (2018).

157. Journal des débats de l'Assemblée nationale du Québec—Consultations particulières sur le projet de loi n° 170— Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques, 254, 1 (2018).

158. Témoignages au Comité permanent de la santé du Canada—103—Boissons alcoolisées prémélangées à teneur élevée en sucre, 103, 42, 1 (2018).

159. Témoignages au Comité permanent de la santé du Canada—106—Boissons alcoolisées prémélangées à teneur élevée en sucre, 106, 42, 1 (2018).

### **PROJETS DE LOI ET RÈGLEMENTS**

160. Règlement modifiant le Règlement sur les aliments et drogues (alcool purifié aromatisé), CRC 30(1) (2019).

161. La Gazette du Canada, Partie 2, volume 153, numéro 11 : Règlement modifiant le Règlement sur les aliments et drogues (alcool purifié aromatisé), B.02.003, Le Règlement sur les aliments et drogues (2019). <http://www.gazette.gc.ca/rp-pr/p2/2019/2019-05-29/html/sor-dors147-fra.html>

- 162.** Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques., 170, Assemblée nationale du Québec, 1ère, LQ (2018).

**POINTS DE PRESSE**

- 163.** *Point de presse de M. Martin Coiteux, ministre de la Sécurité publique, et Mme Lucie Charlebois, ministre déléguée à la Réadaptation, à la Protection de la jeunesse, à la Santé publique et aux Saines habitudes de vie—Assemblée nationale du Québec.* (2018, mars 13). Assemblée nationale du Québec.  
<http://www.assnat.qc.ca/fr/actualites-salle-presse/conferences-points-presse/ConferencePointPresse-46661.html>

## ANNEXE C – Ligne du temps de la construction du problème public des BSA, Québec, 2015-2020

