

## DE LE STIGMATISATION À LA SENSIBILISATION

.....

Dans le cadre des travaux que nous effectuons au Groupe de travail sur le jeu en ligne, un aspect m'a profondément atteint : la stigmatisation des joueurs. En effet, dans plusieurs communications, on a présenté le jeu pathologique comme la norme et les joueurs, comme des gens qui créent des problèmes. Avec comme corollaire que les joueurs en situation de détresse hésitent plus que les alcooliques à demander de l'aide, et que les joueurs pathologiques qui se sont enlevé la vie ont très peu, sinon pas du tout, demandé d'aide.

C'est en comparant nos campagnes avec celles qui ont stigmatisé les joueurs problématiques que l'on réalise que, de nos jours, jamais on ne stigmatiserait ainsi les personnes aux prises avec des problèmes d'alcool. Au 19<sup>e</sup> siècle, on représentait les alcooliques à travers les problèmes qu'ils créaient. Mais, il y a bien longtemps qu'au Québec, on n'a pas vu, aux heures de grande écoute, une annonce avec un alcoolique qui abandonne ses enfants et qui ruine sa famille.

Le regard posé sur la dépendance à l'alcool a bien évolué. Une partie du crédit revient aux Alcooliques anonymes qui ont banni le blâme et donné de l'espoir. Mais une grande partie revient aussi à tout le doigté avec lequel Éduc'alcool a mené intuitivement ses campagnes de prévention. C'est toujours dans la dédramatisation ou pour aider les gens dans l'autorégulation que nous évoluons.

C'est, de fait, avec une grande délicatesse, de la légèreté et même avec de l'humour, qu'Éduc'alcool a toujours livré son message depuis bientôt un quart de siècle. Et c'est heureux. Il est clair aujourd'hui qu'une campagne de sensibilisation doit se réaliser sans sombrer dans un discours moralisateur.

Cela n'empêche pas nos programmes d'être de plus en plus validés scientifiquement et ce n'est pas sans raison que nous sommes devenu un modèle sur la scène internationale.

Bien sûr, il y a des problèmes sociaux qui coûtent cher et qui engendrent une immense détresse. Ils sont liés à toutes les formes de dépendance, que ce soit à l'alcool, aux drogues ou au jeu. Il faut les chiffrer et on doit en tenir compte. Mais si on veut aider les gens, on ne le fait pas en les accablant.

Dans cette société d'abondance qui est la nôtre, l'enjeu du 21<sup>e</sup> siècle, c'est l'autorégulation, tant dans notre consommation que dans nos modes de vie. Nous devons y parvenir sur le plan collectif comme sur le plan individuel. Et, à cet égard, heureusement qu'il y a Éduc'alcool.

**Louise Nadeau**  
Présidente du conseil d'administration

## C'EST DÉSORMAIS UN VASTE CONSENSUS : IL FAUT RENDRE OBLIGATOIRES LES COURS POUR LES SERVEURS DES ÉTABLISSEMENTS LICENCIÉS

.....

Voilà bientôt 15 ans qu'Éduc'alcool et l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) ont mis sur pied *Action Service*, le cours pour les propriétaires et les serveurs des établissements licenciés. La raison en est bien simple : partout dans le monde, sans la moindre exception, tous les organismes voués à la prévention et à la sécurité publique recommandent de rendre obligatoire un programme de formation reconnu.

C'est que les serveurs peuvent jouer un rôle déterminant dans la réduction du nombre de conducteurs ivres au volant. Ces employés sont souvent en contact avec les récalcitrants, soit le noyau dur de ceux qui refusent de respecter les limites légales pour conduire.

En septembre dernier, un événement est venu illustrer de manière éloquente cette absolue nécessité : un restaurant de Boucherville, sur la Rive-sud de Montréal, a congédié une serveuse parce qu'elle avait empêché un client en état d'ébriété de prendre le volant.

Aussi, Éduc'alcool et la jeune Valérie Couturier, la serveuse congédiée, ont uni leurs voix pour exiger que le gouvernement prenne les moyens d'éviter que pareille situation, aussi absurde qu'inacceptable, ne se reproduise. Au nom de la sécurité sur les routes et du besoin des serveurs et des restaurateurs qui se trouvent démunis en pareille situation, ils ont revendiqué que le ministre de la Sécurité publique fasse enfin adopter une loi pour rendre la formation sur le service d'alcool obligatoire dans le cadre de la révision de la Loi sur les permis d'alcool.

L'in vraisemblable saga du congédiement de Valérie Couturier illustre la méconnaissance et l'absence de repères dans l'industrie de la restauration de même que le besoin de mieux outiller les serveurs d'alcool et les restaurateurs pour rendre normale et naturelle une telle intervention, pourtant formellement requise par la loi.

« Je n'ai aucune rancune à l'endroit de l'employeur qui m'a congédiée. Ce que je veux, c'est éviter que pareille situation ne se reproduise. J'ai l'assurance que rendre obligatoire le cours développé par Éduc'alcool et l'ITHQ ferait toute la différence », a mentionné Valérie Couturier. Elle a aussi indiqué qu'elle suivrait le cours avant de commencer à travailler dans un nouvel établissement, de manière à ne plus être dépourvue devant pareille situation qu'elle pourrait rencontrer de nouveau.



Suite de la page 1

Si cette formation avait été obligatoire, comme elle l'est dans la grande majorité des provinces du Canada et des pays industrialisés, le propriétaire du restaurant aurait su qu'il avait non seulement le devoir moral, mais aussi l'obligation légale de suivre des règles claires. Les serveurs de l'établissement auraient su exactement quoi faire pour, d'abord, éviter que le client ne s'intoxique et, ensuite, comment gérer la situation s'il avait malgré tout dépassé ses limites.

Ce cours, qui est actuellement suivi sur une base facultative, dure quatre heures et coûte 45 \$. Il s'agit donc d'une mesure de responsabilisation simple, accessible, peu coûteuse et, surtout, dont l'efficacité pour réduire la conduite avec les facultés affaiblies est amplement démontrée. Comme tous les restaurateurs sont susceptibles de se retrouver dans une situation inconfortable similaire à celle de Boucherville, la pertinence de cette mesure est d'autant plus évidente.

Le ministre de la Sécurité publique a promis un projet de loi qui révisé la Loi sur les permis d'alcool d'ici quelques semaines. Il est plus que jamais nécessaire que tous les partis fassent consensus pour que la nouvelle loi permette au Québec d'entrer enfin au 21<sup>e</sup> siècle en cette matière et comprenne, sans la moindre exception, l'obligation formelle pour tout propriétaire d'établissement licencié et pour toute personne qui sert de l'alcool, d'avoir suivi la formation. Cela doit être une condition pour obtenir le permis et une condition pour effectuer le service.

Le ministre de la Sécurité publique a indiqué qu'il ne retiendra que les changements qui feront consensus. Éduc'alcool a donc entrepris une tournée de tous les élus et de tous les fonctionnaires de tous les ministères impliqués dans la refonte des lois sur l'alcool. Il a obtenu un appui unanime : gouvernement, oppositions, organismes concernés, société civile ; le consensus est acquis. Il ne reste plus maintenant qu'à passer de la parole aux actes dans l'intérêt collectif des Québécois.

---

## LE PRIX PIERRE DANSEREAU DE L'ACFAS À LA PRÉSIDENTE D'ÉDUC'ALCOOL

---

Le Prix Pierre-Dansereau de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS), qui souligne l'engagement social du chercheur, a été attribué cette année à la présidente du conseil d'Éduc'alcool, Louise Nadeau.

C'est à dessein que nous écrivons « à la présidente du CA d'Éduc'alcool » d'abord, contrairement au prix Marie-Andrée Bertrand qui avait été attribué à Louise Nadeau plus qu'à la présidente de notre organisme. De fait, c'est tant la lauréate du prix elle-même, que le directeur général d'Éduc'alcool qui a rédigé l'une de ses lettres d'appui, qui ont mis en lumière cet état de fait.

On peut en effet lire sur le site de l'ACFAS : « Ce prix est inséparable de sa présidence d'Éduc'alcool et de la campagne récente sur la consommation à faible risque d'alcool. C'est une des campagnes de santé publique les plus réussies qu'ait connues le Québec, et elle n'est pas terminée. (...) Tout au long de la carrière professionnelle de la lauréate, le domaine de l'alcoolisme tient une place centrale. C'est donc tout logiquement qu'elle s'engage avec (...) Éduc'alcool en 1990, y occupant d'ailleurs le siège de présidente depuis 2007. Un engagement qui résulte en l'accroissement de l'organisation sur le plan national et international, et ce, entre autres, à travers des campagnes de prévention d'envergure. »

Chapeau donc à la présidente d'Éduc'alcool et également à... Louise Nadeau.



CAMPAGNE SUR LES NIVEAUX DE CONSOMMATION D'ALCOOL À FAIBLE RISQUE :

## DES OBJECTIFS LARGEMENT ATTEINTS ET LA CRÉDIBILITÉ D'ÉDUC'ALCOOL À DE NOUVEAUX SOMMETS

Le sondage d'évaluation de notre campagne 2340 de 2012-2013 est plus qu'encourageant, comme le montrent bien les données du sondage CROP dont les faits saillants sont révélateurs : nos objectifs sont largement atteints et notre crédibilité est à son zénith.

Huit Québécois sur 10 ont vu la dernière campagne d'Éduc'alcool sur les niveaux de consommation d'alcool à faible risque. C'est la télévision qui a généré le plus de notoriété.



Pratiquement tous les Québécois sont d'accord pour dire que la campagne d'Éduc'alcool :

- informe bien des limites à ne pas dépasser dans la consommation d'alcool (96 %) ;
- définit de manière claire et précise ce qu'est la modération (90 %) ;
- explique bien ce qu'est un verre standard (89 %) ;
- indique bien qu'il ne faut pas boire tous les jours (86 %).

Enfin 94 % sont d'accord pour dire que la campagne les informe bien du fait que les femmes ne devraient pas boire plus de 2 verres par jour et 10 par semaine et les hommes pas plus de 3 verres par jour et 15 par semaine.

Comparativement à la campagne de 2012, on observe des progrès sur tous les plans :

- une augmentation de la notoriété spontanée de la campagne de 71 % à 83 % ;
- une augmentation du niveau d'appréciation : 8,1 sur 10, comparativement à 7,3 ;
- une augmentation de la compréhension spontanée du message : 85 % des gens exposés l'ont bien compris, comparativement à 80 % en 2012.

On observe aussi que les gens exposés à la campagne sont plus nombreux à se dire en accord avec le fait qu'elle informe des niveaux d'alcool à ne pas dépasser (92 % à 96 %), qu'elle donne une définition claire de ce qu'est la modération (81 % à 91 %) et qu'elle incite à penser que l'on consomme trop d'alcool (39 % à 47 %).

On note plusieurs changements notables en ce qui concerne Éduc'alcool, comparativement à la campagne de 2012 :

- une augmentation de la notoriété assistée d'Éduc'alcool qui atteint les 92 %, en hausse de dix points ;
- une augmentation de la crédibilité (% de très crédible) d'Éduc'alcool : (51 %, comparativement à 44 %), alors que la crédibilité totale de notre organisme atteint des sommets à 96 %.

Par contre, les Québécois ont toujours de la difficulté à bien cerner ce que représente un verre standard. En effet, seulement le tiers d'entre eux a été en mesure d'identifier correctement la quantité d'alcool que représente un verre standard de bière, de vin et de spiritueux.

La proportion de Québécois sachant qu'un verre de bière de 12 onces, un verre de vin de 5 onces et un verre de spiritueux de 1,5 once contiennent la même quantité d'alcool a diminué en 2013 (66 %), comparativement à la mesure enregistrée lors de l'étude 2012 Les Québécois et l'alcool (77 %).

Certes, beaucoup d'annonceurs nous enverraient les résultats que nous avons obtenus, particulièrement alors que nous nous sommes aventurés sur de nouvelles voies. Mais pour Éduc'alcool qui vise souvent la perfection, il faut faire plus et mieux.

Aussi, la poursuite de la campagne 2340, qui doit s'étaler sur 5 ans, se fera sur la base d'orientations ajustées.

Éduc'alcool poursuivra sur la voie de la diffusion des connaissances et de l'implantation d'une nouvelle norme sociale en poursuivant la diffusion du message sur les 2-3-4-0-10-15.

Par ailleurs, notre organisme expliquera largement ce qu'est un verre standard et continuera à donner des conseils pratiques aux hôtes et aux consommateurs.



CAMPAGNE DE LA RENTRÉE 2-3 POUR LES JEUNES :

## DÉPASSE TES LIMITES AILLEURS QUE DANS L'ALCOOL

Les jeunes de moins de 25 ans ont des habitudes de consommation bien différentes de celles des adultes. La plupart du temps, elles se caractérisent par une abstinence complète tout au long de la semaine et par des épisodes de consommation excessive les fins de semaine. Le message relatif à la consommation d'alcool à faible risque doit donc être adapté à cette réalité. Et ce message doit être simplifié à l'extrême. Educ'alcool a donc décidé de se limiter aux directives de la consommation quotidienne pour les plus jeunes, soit : 2 verres pour les filles et 3 verres pour les garçons.

### Campagne auprès des jeunes

Cette année encore, nous avons produit une campagne dont le message principal était : Dépasse certaines de vos limites (sport). Respectez les autres (2-3).

Sans faire la promotion du sport à outrance, cette campagne montrait que se dépasser en courant est plus grisant que se dépasser en buvant, ou encore que s'épuiser sur un ring de boxe est bien plus sécuritaire que prendre part à une bagarre à la sortie d'un bar. Une bagarre de rue qui ne connaît ni règles, ni limites, ni respect. Les jeunes testent leurs limites et cela est bien normal. À nous de leur rappeler, simplement, qu'en matière de consommation d'alcool, il est dangereux d'aller trop loin. Et qu'il existe d'autres domaines que l'abus d'alcool pour s'épanouir et prouver aux autres sa détermination.

Cette campagne a été évaluée par les responsables de nos campagnes étudiantes à la suite des commentaires des étudiants de leur établissement scolaire. Elle a été notée entre 80 et 90 sur 100 tant pour sa qualité visuelle que pour son contenu. Que l'on en juge par certains témoignages :

Très belles affiches. Bon message : se dépasser dans le sport, plutôt que dans la consommation d'alcool. Campagne très positive dans notre région.

*Cégep Abitibi-Témiscamingue*

Une de vos campagnes très réussies ! On pense que faire la fête de temps en temps, c'est bon pour les jeunes. Surtout s'ils boivent avec modération. Mais on aime l'idée d'encourager les jeunes à bouger plus, à se dépasser dans le sport. Bravo !

*Université de Montréal*

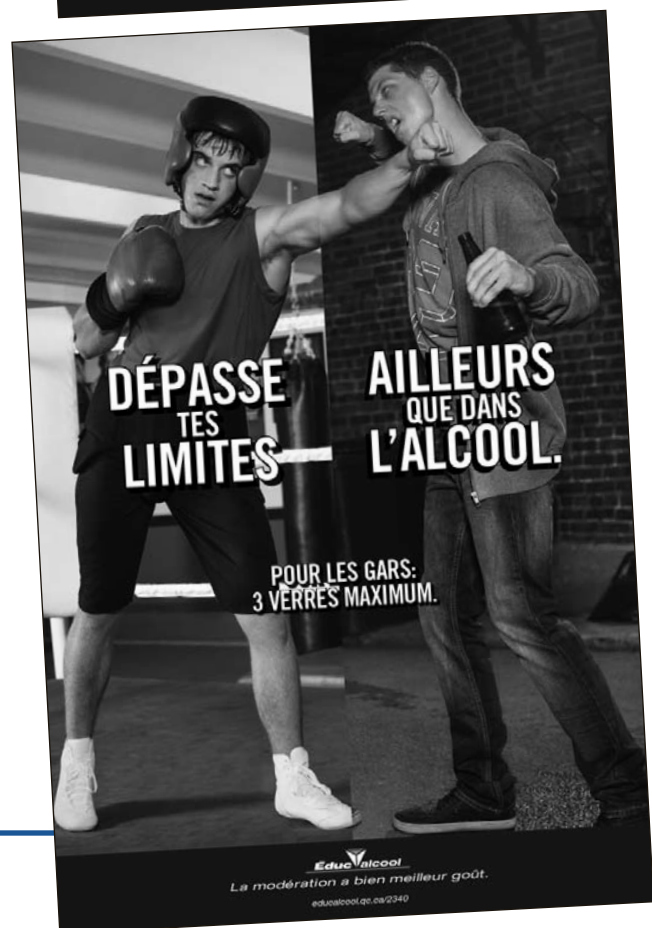
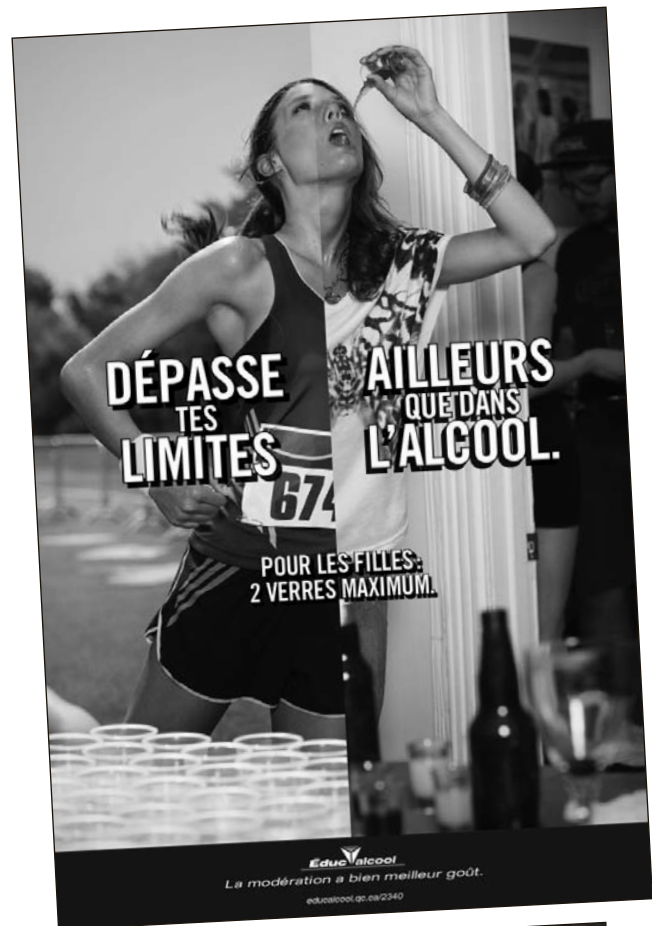
Bonne campagne. On aime beaucoup le fait que vous indiquiez précisément la quantité d'alcool maximum à boire sur l'affiche. Bonne initiative.

*Cégep Marie-Victorin*

We love the mix of the positive limits (sports) and the negatives ones (alcohol abuse).

*Champlain College*

Comme par les années passées, plusieurs cégeps et universités ont commandé des exemplaires additionnels de nos dépliants sur le calage d'alcool, sur le mélange alcool et boissons énergisantes et notre toute dernière brochure sur les lendemains de veille. Les trois publications sont très populaires auprès de cette clientèle prioritaire pour Educ'alcool.



# REGARDS SUR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

L'Assemblée générale annuelle 2013 d'Éduc'alcool a connu un grand succès de participation. Plus de 70 membres se sont en effet présentés à l'Hôtel de l'Institut pour ce moment privilégié de réflexion, de reddition de comptes et de prises de décision.

Les membres ont d'abord partagé les réflexions de la présidente sur la conjoncture et les perspectives de notre organisme.

Ils ont ensuite adopté le procès-verbal de l'Assemblée générale de l'an dernier.

Par la suite, le rapport d'activités s'est attardé sur trois grandes réalisations de l'année : l'alcool et les lendemains de veille, la campagne sur l'abus d'alcool lors de la Fête nationale à Québec et celle sur les normes de consommation d'alcool à faible risque.

Ils ont ensuite reçu et adopté les états financiers de l'année qui venait de s'écouler et désigné les vérificateurs externes.

L'assemblée a alors procédé à l'élection du nouveau conseil d'administration où Raymond Lemieux a succédé à Sylvie Lalande.

Les membres se sont enfin retrouvés pour le souper qui a suivi la réunion.



*La présidente Louise Nadeau lors de son allocution d'ouverture.*



*Marie-Eve Barrette, secrétaire, présentant le procès-verbal de l'an dernier.*



*Hubert Sacy, directeur général, présente le rapport d'activités.*



*Une présence massive, des membres attentifs.*



*Nathalie Hamel, trésorière, livrant le rapport financier.*

## ADHÉSION DES VIGNERONS INDÉPENDANTS À ÉDUC'ALCOOL

L'Assemblée générale annuelle avait cette année de nouveaux participants : les représentants de l'Association des vignerons indépendants du Québec qui ont joint volontairement les rangs d'Éduc'alcool sous l'impulsion de leur présidente, madame Charlotte Reason. Bel exemple d'engagement et de responsabilité sociale.

## LE CONSEIL D'ADMINISTRATION 2013-2014

Le conseil d'administration d'Éduc'alcool pour l'année en cours est formé de Louise Nadeau, présidente ; Robert Demoy (cidres), vice-président ; Marie-Ève Barrette (vins), secrétaire ; Nathalie Hamel (SAQ), trésorière ; Ariane Legault (spiritueux), Dominique-Ann Coffin (AQAVBS), administratrices, Alain Mayrand et Raymond Lemieux, administrateurs.

## LA PROCHAINE ASSEMBLÉE GÉNÉRALE SE TIENDRA EN MATINÉE

Notez-le à votre agenda : la prochaine assemblée générale annuelle d'Éduc'alcool se tiendra le jeudi 15 mai et, pour la première fois en 25 ans, en matinée, à 10 h 30. C'est pour favoriser la participation et pour contribuer à la conciliation travail-famille que le conseil d'administration a pris cette décision. L'assemblée sera suivie d'un repas convivial.

## « C'EST NOTRE TOURNÉE » SE POURSUIT AVEC L'APPUI DE LA CAISSE DESJARDINS DE L'ADMINISTRATION

La Caisse Desjardins de l'Administration et des Services publics a renouvelé, pour une troisième année consécutive, son appui financier pour permettre la poursuite du programme *C'est notre tournée !* d'Éduc'alcool et de l'Opération Nez rouge. Cette grande générosité de la part de la Caisse est une fort belle illustration de l'engagement social d'une coopérative d'épargne et de crédit qui s'implique dans son milieu et qui va au-delà des chiffres dans ses rapports avec la société.



*C'est notre tournée !* est une conférence vivante, animée et interactive, orchestrée par Éduc'alcool et l'Opération Nez rouge, offerte gratuitement aux entreprises privées, aux ministères, sociétés d'État et organismes gouvernementaux. Elle a pour objectif de rejoindre travailleurs, consommateurs et parents sur les lieux de travail afin de promouvoir la modération dans la consommation d'alcool et de prévenir la conduite avec les facultés affaiblies.

Cette conférence est offerte tout au long de l'année et il est possible d'accueillir la conférence sur les lieux de travail à une date qui convient à chaque employeur. D'une durée d'environ une heure (elle se donne généralement autour de l'heure du dîner), elle propose un éventail complet de divers sujets liés à l'alcool.

La conférence traite notamment des sujets suivants : alcool et mélanges, trucs et astuces pour recevoir de façon responsable, alcool et santé et alcool et conduite automobile.

Pendant la conférence, des moyens innovateurs, tels que le port des lunettes Fatal Vision, sont proposés afin de simuler les effets causés par les facultés affaiblies et les difficultés motrices qui résultent de la consommation abusive d'alcool. Ces lunettes reproduisent l'état des réflexes influencés par l'alcool.

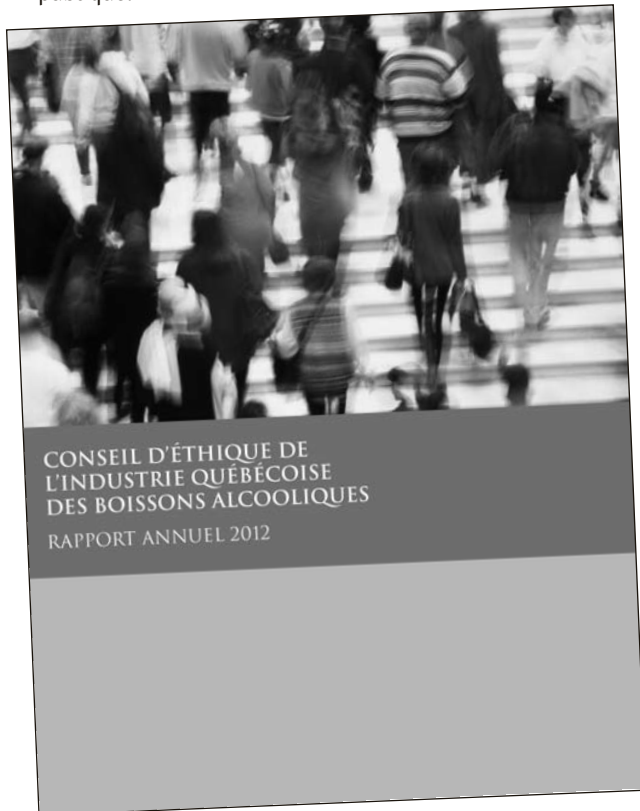


Michel Vaillancourt (à droite), directeur général de la Caisse Desjardins de l'Administration et des Services publics, remet le don de l'institution à Hubert Sacy.

Ainsi, les participants sont invités à mesurer leur capacité à faire les gestes les plus simples du quotidien, comme verser de l'eau dans un verre, ramasser des clés au sol, marcher sur une ligne, etc. Le résultat peut être stupéfiant, tant pour celui qui participe que pour ceux qui l'observent et qui restent étonnés des différences de motricité selon les divers niveaux d'alcool dans le sang.

## DES PRODUCTEURS ET AGENTS EXEMPLAIRES, DES BARS PLUS DÉLINQUANTS QUE JAMAIS

Le Conseil d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques, présidé par M<sup>e</sup> Claude Béland, a publié son sixième rapport annuel sur les pratiques des membres de l'industrie en matière de communication, de commercialisation et de promotion de l'alcool. Trois grands volets en ressortent : les producteurs et les agents promotionnels se sont comportés de manière exemplaire, les pratiques déjà intolérables des bars se sont encore détériorées et il importe plus que jamais de lancer un grand débat de société sur l'éthique publique.



### Une industrie exemplaire

En 2008, le Conseil d'éthique enregistrait le plus grand nombre de plaintes, soit 211, pratiquement toutes contre les producteurs et agents promotionnels. En 2012, ce nombre ne s'élève plus qu'à deux. Cette diminution marquante s'explique par l'amélioration indiscutable des pratiques de commercialisation de l'alcool par l'industrie, mais le Conseil encourage néanmoins la population à demeurer vigilante et à dénoncer les situations et les pratiques quand elle juge qu'elles vont à l'encontre de ses valeurs.

Par ailleurs, le Conseil constate que les brasseries et microbrasseries, bien qu'elles n'aient pas adhéré au code d'éthique, en ont, dans les faits, respecté les dispositions. « Le Conseil les invite donc à se joindre aux autres membres de l'industrie des boissons alcooliques pour que tous assument ensemble leurs responsabilités sociales », mentionne M<sup>e</sup> Claude Béland.

### L'intensification des pratiques déjà inacceptables des bars

Le Conseil déplore cependant la poursuite, voire l'intensification, des pratiques totalement inacceptables de certains bars qui non seulement se livrent à des violations des règles d'éthique auxquelles leur association a adhéré, mais qui font aussi fi de la loi, des règlements et des règles les plus élémentaires de décence en toute impunité, comme en témoignent les 23 plaintes reçues. À une exception près, ces plaintes se sont avérées fondées.

On note en effet une augmentation des plaintes à l'encontre des pratiques commerciales et promotionnelles des bars qui exploitent la sexualité, recourent au sexisme le plus primaire, sollicitent des mineurs au sein d'établissements d'enseignement et continuent à servir de l'alcool à des personnes clairement intoxiquées, violant ainsi ouvertement la loi. Le Conseil est fort inquiet de ce phénomène.

« Il suffirait que quelques sanctions exemplaires soient prises et qu'elles soient largement publicisées pour qu'elles aient un effet dissuasif majeur. Pour cela, il faut que le gouvernement donne à la Régie des alcools les moyens de faire appliquer les lois dans toute leur sévérité à l'égard de pratiques de toute évidence illégales », ajoute M<sup>e</sup> Béland.

Le Conseil a également reçu trois plaintes concernant la campagne d'Éduc'alcool sur les niveaux de consommation d'alcool à faible risque. Bien que notre organisme ne fasse pas partie de l'industrie des boissons alcooliques, le Conseil a tout de même examiné les plaintes. Il en est arrivé à la conclusion qu'elles étaient toutes sans fondement.

### Un débat nécessaire sur l'éthique publique

Aujourd'hui, souligne le Conseil, l'époque des grands consensus moraux et sociaux est révolue. La définition de l'éthique varie selon les personnes et les circonstances. Il n'y aurait plus d'éthique sociale ou collective, seulement une éthique privée. La consommation excessive d'alcool serait tolérable dans la mesure où elle ne dérangerait pas les autres ; tout ce qui ne porterait pas atteinte au bien-être individuel serait éthique. De plus, on peut voir une contradiction dans le fait que le gouvernement exige plus de revenus à ses sociétés d'État, tout en leur demandant de contribuer à la réduction des dépendances.

« Le Conseil invite l'industrie, les gouvernements, les médias et la société civile à pousser plus loin la réflexion collective pour nous sortir de l'éthique individuelle. Il importe en effet de nous retrouver sur le terrain de l'éthique publique fondée sur des valeurs communes non seulement à l'industrie, mais également aux autres composantes de la société », conclut M<sup>e</sup> Béland.

## LE QUÉBEC, ÇA SE FÊTE. DEBOUT.

Le thème de la Fête nationale de 2013, « Le Québec en nous, d'hier à demain » invitait les Québécois à partager leurs passions, leurs traditions et leur amour du Québec. Il nous invitait aussi plus que jamais à affirmer notre fierté comme nation en célébrant ce qu'il y a de meilleur en nous, plutôt que de faire étalage de ce qu'il y a de pire chez nous. C'est dans cet esprit qu'Éduc'alcool a rappelé aux jeunes et aux moins jeunes qu'il n'y a qu'une seule façon de fêter le Québec : Debout ! ».



En mettant en valeur la devise du Québec, « Je me souviens », et en la faisant contraster avec l'isolement des buveurs excessifs qui ne se souviennent de rien, couchés qu'ils sont après avoir abusé de l'alcool, la campagne publicitaire de 2013 a pris clairement position : « Le Québec, ça se fête debout ».

Elle s'est déployée en affichage, à la radio et en imprimés pour dévaloriser la consommation abusive d'alcool et illustrer le fait qu'elle n'a pas sa place lors de la Fête nationale. Educ'alcool avait invité l'ensemble de la population de Québec et de sa grande région, et particulièrement les jeunes, à poursuivre sur la voie des améliorations observées depuis deux ans et à ne plus tolérer les abus, la violence et les débordements qui caractérisent la Fête nationale dans la capitale.

De fait, on note des améliorations sensibles depuis deux ans à la suite de l'action concertée de la Ville, de son Service de police, de la Sûreté du Québec, des organisateurs de la Fête et d'Éduc'alcool. Les statistiques des événements de la Fête nationale 2012 ont montré une baisse du seuil de tolérance par rapport aux abus et l'on a assisté à des interventions plus rapides grandement facilitées par la diminution du nombre de casseurs, ce qui a permis de repérer plus facilement les fauteurs de trouble. Il reste que le niveau d'intoxication demeure trop élevé et qu'il progresse pour l'heure.

L'an dernier, il y a eu près de 25 cas d'intoxication qui ont été traités avec du repos. C'est encore trop. Il faut vraiment que la consommation d'alcool sur la voie publique et les attroupements importants prennent fin, car ils viennent gâcher la fête de la grande majorité de la population et ils portent un rude coup à la réputation de la Ville de Québec. La Fête nationale donne trop souvent lieu à de graves excès en matière de consommation d'alcool, avec toutes les conséquences sociales que cela représente.

La réputation de Québec comme lieu d'excès lors de la Fête nationale s'est certes améliorée, mais il reste que nous devons poursuivre notre action et intervenir aussi en dehors de la capitale, car de nombreux jeunes viennent de partout pour y « célébrer » la Fête en faisant beaucoup d'excès. Aussi, la campagne de cette année a-t-elle débordé les frontières de la ville et a couvert une zone de 200 kilomètres autour de la Capitale nationale.

Nos mises en garde n'avaient pas pour objectif de tuer l'esprit de la fête et de décourager les gens de célébrer le Québec. Et nous avons voulu aussi insister sur l'importance de fêter ensemble en rappelant que la modération n'est pas une punition et qu'elle est même un gage de succès de la Fête nationale.

### Des résultats probants

Première grande soirée de chaleur sans pluie, tout aurait été réuni pour une soirée corsée, le 23 juin dernier. Mais, au contraire, on a eu droit à une participation familiale très concluante dans la journée, au retour d'une foule festive sur les Plaines, à la plus grande assistance des 15 dernières années selon le Mouvement national des Québécoises et Québécois (MNQ), à un centre-ville animé, mais sans attroupement significatif, et à une saisie d'alcool marginale.

Nous avons vraiment le sentiment d'être en mode reconstruction d'une nouvelle Fête et la population y a fort bien répondu.

Éduc'alcool est heureux de constater que les mesures mises en œuvre depuis trois ans par la Ville de Québec et son Service de police, combinées à ses propres actions de sensibilisation, ont contribué à amener les fêtards à célébrer davantage dans les lieux prévus à cette fin et à réduire les effets néfastes de l'abus d'alcool.





## ET MAINTENANT, LA SAINT-PATRICK À MONTRÉAL

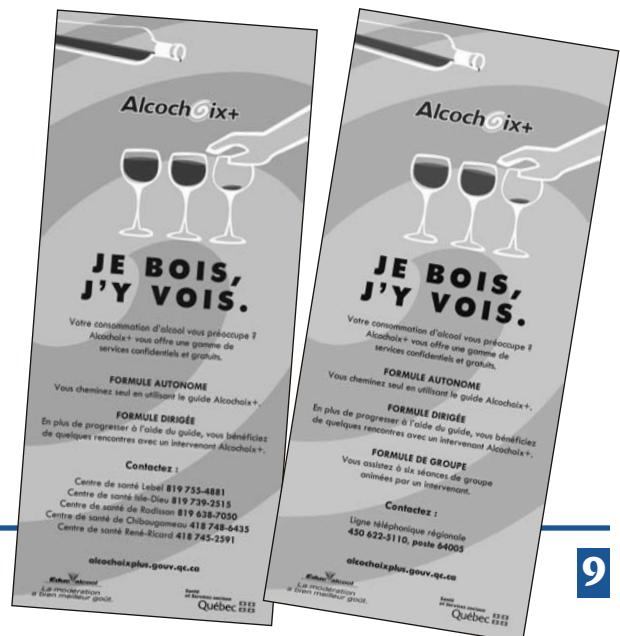
En mars 2014, Éduc'alcool mènera une importante action de prévention à l'occasion du défilé de la Saint-Patrick. De fait, c'est la journée où il se vend le plus d'alcool dans la région métropolitaine et il importe de s'assurer que le message de consommation responsable soit bien livré et compris. Aussi, notre organisme a-t-il conclu une entente avec la United Irish Societies of Montreal, qui organise le défilé, pour conjuguer nos efforts et nous offrir une Saint-Patrick sous le signe de la modération. Après tout, le 17 mars, nous devenons tous Irlandais.

## ÉDUC'ALCOOL REPREND LA PROMOTION D'ALCOCHOIX +

Après deux années d'interruption pour permettre certaines consultations au sein du ministère de la Santé et des Services sociaux, Éduc'alcool a repris son projet de promotion du programme Alcochoix+ qui aide les personnes qui craignent de consommer de manière abusive à reprendre le contrôle de leur consommation d'alcool.

Dès que ce programme a été implanté au Québec, Éduc'alcool, convaincu de son efficacité, a entrepris de le soutenir et d'en faire la promotion. Cette relance du programme profitera assurément aux nombreuses personnes qui souhaitent demeurer dans les limites de la consommation modérée d'alcool.

Une campagne imprimée a été conçue et planifiée dans les médias de proximité que sont les hebdomadaires régionaux.



# ÉDUC'ALCOOL AUX SALONS, FÊTES ET FESTIVALS : UNE PRÉSENCE RÉGIONALE MARQUANTE

La saison des salons, fêtes et festivals prend fin. Cette année, elle a atteint son apogée, car les activités se multiplient et remportent de plus en plus de succès.

Dans le cadre de la mise en œuvre des décisions du conseil d'administration de nous rapprocher des lieux de consommation, Éduc'alcool a tenté une expérience pilote à l'occasion du Salon des vins du Saguenay. Notre organisme est depuis plusieurs années commanditaire de cet événement, mais nous n'assumons pas de présence sur place.

Le plan conçu par Éduc'alcool a consisté à diffuser, autour des événements que nous commanditons, les données relatives à la consommation d'alcool sur une base régionale.

Cela tombait bien : les Saguenéens sont les champions québécois de la consommation excessive et, plus encore, le petit festival d'il y a quelques années, connaît une croissance exponentielle et sera sans doute bientôt l'un des plus fréquentés du Québec.

Nous avons donc organisé une opération médias : émission des données régionales la veille de l'ouverture du Salon et offre aux médias régionaux de diffuser nos données avec entrevue sur place s'ils le souhaitent.

Résultats marquants : deux articles dans les deux quotidiens, deux entrevues dans les deux stations de télévision, passage en direct à toutes les stations de radio avec du temps d'antenne à profusion, ce qui nous a permis de véhiculer largement le message sur les niveaux de consommation à faible risque et de promouvoir la culture de la dégustation tout en démystifiant la consommation régulière.

La même démarche a été répétée en Abitibi autour du Salon des vins, bières et spiritueux de l'Abitibi-Témiscamingue, en Montérégie autour du festival Bières et Saveurs de Chambly, et en Estrie autour de la Fête des vendanges Magog-Orford.

Par ailleurs, la Capitale nationale et la métropole n'ont pas été en reste, puisque Éduc'alcool était omniprésent tant à Bordeaux fête le vin à Québec qu'à La Grande Dégustation de Montréal.



**NOUVELLES  
NOUVELLES  
Éduc'alcool**

**BULLETIN D'INFORMATION**

**Dépôt légal:**

Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2013

**Conseil d'administration :**

Louise Nadeau, Robert Demoy,  
Marie-Ève Barrette, Nathalie Hamel,  
Ariane Legault, Dominique-Ann Coffin,  
Alain Mayrand, Raymond Lemieux.

**Direction générale :**

Hubert Sacy

**Comité de rédaction :**

Louise Nadeau, Hubert Sacy, Sonia Duguay

**Adresse de correspondance :**

606, rue Cathcart, bureau 1000  
Montréal (Québec) H3B 1K9

**Téléphone:** (514) 875-7454

**Télécopieur:** (514) 875-5990

**Courriel:** info@educalcool.qc.ca

**Internet:** www.educalcool.qc.ca