



Rapport d'activités

2020 – 2021

I. Communications de masse

- a. En 2020-2021, Éduc'alcool a entrepris le second volet de sa campagne triennale de promotion des outils qu'il met à la disposition des Québécois pour les aider à respecter les limites de consommation à faible risque et à mettre en pratique la modération. Il y a aussi préconisé la valorisation de la consommation modérée régulière par opposition à la consommation excessive occasionnelle.

[Voir la campagne de promotion des outils](#)

[Voir les résultats](#)

- b. Il a fait la promotion dynamique du concept même de la modération, de l'équilibre et du juste milieu qui subit une remise en cause de la part des deux extrêmes auxquels nos médias et les réseaux sociaux font largement écho : le libéralisme et l'abus d'une part et l'abstinence absolue d'autre part. Il a ainsi clarifié les notions de modération et de sobriété par opposition à l'abstinence.

[Lire l'article](#)

- c. Il s'est rapidement adapté à la pandémie de coronavirus en menant des enquêtes sur l'évolution de la consommation d'alcool des Québécois, en assumant un leadership pour la dispensation de conseils lors du confinement et de la vaccination, consolidant ainsi son statut de référence en matière d'éducation et de prévention dans le domaine de la consommation d'alcool

[Voir les résultats de la 1^{re} enquête](#)

[Voir le résumé de la campagne des Fêtes](#)

[Voir les résultats de la 2^e enquête](#)

[Lire l'article Alcool et vaccin](#)

- d. Il a profité de son trentième anniversaire pour mener une campagne résolument positive, remerciant les Québécois de leur confiance et les félicitant pour trente ans de modération puis en rappelant sa propre contribution, ce qui lui a valu une reconnaissance exceptionnelle de la part de tous les dirigeants en plus de la Médaille du lieutenant-gouverneur du Québec pour mérite exceptionnel.

[Voir la campagne 30^e anniversaire](#)

- e. Il a poursuivi la refonte de son site Internet pour l'adapter aux situations personnelles et pour en maximiser l'accès et la réutilisation des contenus en renforçant ses outils d'évaluation, et a multiplié les interventions virales de manière à se positionner face aux groupes plus jeunes.

[Voir l'outil Mon Éduc'alcool](#)

- f. Il a développé une stratégie et des tactiques d'intervention proactives sur les réseaux sociaux de manière à mieux faire connaître ses outils disponibles et à poursuivre un dialogue avec ses différentes clientèles cibles.
- g. Il a fait une évaluation plus systématique des effets de ses actions virales et sur les réseaux sociaux.
- h. Il a publié une nouvelle monographie sur l'alcool et le diabète qu'il a diffusée le plus largement possible. Il a fait la promotion de ses publications et les a mises à la disposition des Québécois. Il a poursuivi l'opération de mise à jour systématique de ses publications de la série *Alcool et santé*. Cette année : « La grossesse et l'alcool », « Les effets de la consommation précoce » et « Alcool et santé mentale ».

[Voir toutes nos publications Alcool et santé](#)

- i. Il a continué à inciter ses membres à intégrer, de manière visible, le slogan et la signature à leurs communications commerciales de façon que tous contribuent à propager son message de base. Il a invité ses membres à contribuer à la diffusion de ses publications.
- j. Il a mené sa recherche biennale sur les régions du Québec et l'alcool.

[Voir tous nos communiqués](#)

II. Projets spécifiques ciblés

Priorités d'Éduc'alcool, plusieurs groupes et publics cibles seront privilégiés.

- a. Étudiants des niveaux primaire et secondaire : Éduc'alcool a fait un effort majeur pour améliorer, faire connaître et implanter le matériel pédagogique *À toi de juger*. Il a créé une version en ligne du programme pour s'adapter à la situation des établissements d'enseignement en temps de pandémie. Il en a fait la promotion en plus de poursuivre ses représentations auprès du ministère de l'Éducation pour maintenir ce volet dans les programmes officiels.

[Voir le programme À toi de juger](#)

- b. Adolescents et jeunes adultes : Éduc'alcool a fait la promotion du *Club du savoir boire* qui vise les jeunes de moins de 24 ans afin de les informer sur les effets de l'abus d'alcool par le biais de leurs outils de communication privilégiés.

[Regarder les capsules du Club du savoir boire](#)

- c. Étudiants des collèges et universités : Éduc'alcool a dû renoncer aux campagnes habituellement tenues dans les établissements d'enseignement pour cause de pandémie. Il a travaillé à développer des alternatives qui recourent davantage aux réseaux sociaux et aux moyens viraux.

[Lire l'article](#)

- d. Femmes et aînés : Éduc'alcool a accordé une attention particulière aux femmes et aux aînés pour adapter ses interventions aux situations de ces deux groupes et recourir aux moyens les plus pertinents pour les joindre.
- e. Parents-enfants : Éduc'alcool a fait la promotion de sa publication « Parler d'alcool avec ses enfants sans être dépassé ». Il a poursuivi son travail de sensibilisation des parents à la nécessité d'initier le dialogue avec leurs enfants dès leur plus jeune âge pour retarder le plus longtemps possible l'âge de la première consommation.

[Voir la publication](#)

- f. Lieux de travail : Éduc'alcool a adapté, avec l'Opération Nez rouge, le projet « C'est notre tournée » à la situation de la pandémie pour sensibiliser les employeurs et les employés aux questions d'alcool et à la conduite en état d'ébriété, tout en faisant la promotion de ses divers programmes.

[Voir le programme C'est notre tournée](#)

- g. Femmes enceintes : Éduc'alcool a poursuivi la promotion de sa publication destinée aux femmes enceintes et les a invitées par des campagnes virales novatrices à ne pas consommer de l'alcool durant leur grossesse.

[Voir le résumé de la campagne](#)

- h. Serveurs des établissements licenciés : Éduc'alcool a fait, avec l'ITHQ, une mise à jour du programme *Action Service* et poursuivi ses actions afin de le promouvoir.

[Voir le programme Action Service](#)

- i. Bateliers et nageurs : Éduc'alcool a poursuivi son partenariat avec la Société de sauvetage pour implanter les divers programmes de sécurité autour et sur les plans d'eau et sur les comportements responsables, et intensifié ses efforts visant la responsabilisation de ce groupe cible.

III. Affaires institutionnelles

- a. Éduc'alcool a soutenu les projets du Conseil d'éthique qui mène une démarche de réflexion sur l'éthique de l'industrie et de sensibilisation des adhérents à l'importance du code, tout en en proposant une mise à jour.

[Lire l'article](#)

- b. Il a effectué une révision complète de ses règlements internes pour en soumettre à l'assemblée générale la mise à jour adoptée par le conseil d'administration.
- c. Il a consolidé ses communications internes en complément à l'assemblée générale annuelle. Il a impliqué l'ensemble de ses membres aux activités du 30^e anniversaire.
- d. Il a assuré la diffusion de l'infolettre Nouvelles Éduc'alcool, instrument privilégié de communication interne et de rayonnement externe.

[Voir la plus récente infolettre](#)

- e. Il a continué à protéger ses marques de commerce et son slogan chez nous et à l'étranger.
- f. Il a tenu l'assemblée générale annuelle en favorisant une plus grande participation de l'ensemble des membres en les faisant participer par vidéoconférence.

[Voir le résumé de l'AG](#)

- g. Il a recherché le plus possible de nouvelles sources de financement par le biais de partenariats ou de vente de ses programmes et de ses conférences.

IV. Alliances stratégiques et rayonnement

Éduc'alcool a poursuivi les actions suivantes :

- a. Participer activement aux débats sur les politiques, lois et règlements relatifs à l'alcool et poursuivre ses représentations pour les améliorer.
- b. Mener les interventions nécessaires à la défense et à la promotion des orientations d'Éduc'alcool auprès des gouvernements et organismes pertinents, notamment dans les débats sur les meilleures pratiques, les politiques sur l'alcool, la sécurité routière, le concept de modération et les autres dossiers dans l'actualité.
- c. Assurer la présence d'Éduc'alcool dans les forums, lors d'événements et sur les tribunes permettant de promouvoir adéquatement la vision de notre organisme et de le faire mieux connaître pour en accroître l'influence.
- d. Rechercher des alliances stratégiques avec des partenaires concernés par les questions d'alcool et nous associer dans des projets spécifiques.

- e. Poursuivre notre implication dans les secteurs des ONG et de la santé publique et renforcer nos liens de collaboration avec les organismes qui œuvrent dans ce domaine.
- f. Maintenir notre plan de veille scientifique, système de recherche permanent permettant de mettre systématiquement à jour nos connaissances, notamment mais non exclusivement sur les sujets suivants : niveaux de consommation d'alcool à faible risque, portrait de la consommation d'alcool des Québécois, initiation des enfants à la consommation par leurs parents, efficacité des programmes de prévention, alcool au volant, alcool et santé, nouveaux produits, politiques sur l'alcool, modèles de consommation, et consommation excessive.

V. Relations canadiennes et internationales

Éduc'alcool a poursuivi - dans les limites du possible dans les circonstances - les actions suivantes :

- a. Développer les perspectives de partenariat et d'actions communes avec des organismes qui partagent le point de vue d'Éduc'alcool, notamment avec les organisations susceptibles de participer à des projets communs.
- b. Assurer la coordination de nos actions sur le plan international avec des organisations d'éducation et de prévention dans le domaine de l'alcool.
- c. Apporter une contribution au réseau de responsabilité sociale des sociétés des alcools du Canada.
- d. Soutenir la mise sur pied et les activités d'organismes similaires au nôtre, aider à la formation de tels organismes et maintenir la politique de coordination et d'échanges de renseignements, d'expériences et de documentation avec nos collègues des réseaux « industrie » et « santé ».
- e. Poursuivre le débat sur la réorientation du CIPAT, dans le sens du développement, si possible, d'un carrefour d'échanges international ainsi que le suivi des grands dossiers nationaux et internationaux qui ont des répercussions directes chez nous, et siéger à son comité de gestion.
- f. Tenter, malgré les difficultés, de collaborer avec le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances, notamment au Comité consultatif sur la Stratégie nationale sur l'alcool et dans la révision des niveaux de consommation d'alcool à faible risque.