

20 ANS DE MODÉRATION

.....

Du 1^{er} janvier au 31 mars prochain, diverses actions de communication publique viendront souligner les 20 ans d'Éduc'Alcool. Je dis bien *souligner* et non *célébrer* ces 20 ans, car, pour un organisme d'éducation, d'information et de prévention, un anniversaire est l'occasion d'un bilan et d'un nouveau départ ; pas un prétexte à l'autosatisfaction ou une occasion de s'auto-féliciter.

Nous pouvons légitimement être satisfaits de l'immense travail qui a été accompli au cours des deux dernières décennies. Et loin de moi l'intention de minimiser ce qu'est devenu Éduc'Alcool et ce que nous avons réalisé ensemble. Le bilan est à proprement parler impressionnant et nous avons tout lieu de nous en réjouir.

Mais sur le plan public, ce qui importe le plus, c'est le chemin que nous avons contribué à faire parcourir à l'ensemble des Québécois. C'est cela qui aura été marquant.

Dans l'ensemble, les Québécois ont une meilleure relation à l'alcool que les Canadiens des autres provinces. C'est ici que nous sommes les plus nombreux à boire et les moins nombreux à abuser de l'alcool. Même nos jeunes, dans les universités, ont le meilleur dossier du pays en ce qui concerne la consommation modérée et ils sont bons derniers pour la consommation abusive.

La conduite avec les facultés affaiblies par l'alcool a diminué de façon spectaculaire depuis 20 ans. L'an dernier, à ce chapitre, nous avons même connu notre meilleur bilan à vie. La modération est devenue une norme sociale pour le plus grand nombre d'entre nous. On tolère de moins en moins les excès et l'on n'admire plus les gens qui « portent bien l'alcool », on se fait de moins en moins prier pour intervenir et dire ce que l'on ressent devant l'abus.

Notre slogan, *La modération a bien meilleur goût*, n'est pas seulement le slogan le plus connu de toute l'histoire de la publicité au Québec. Il est devenu un véritable proverbe chez nous. Et nos compatriotes ne se contentent pas de le connaître, ils le mettent de plus en plus en pratique.

Bien sûr, nous avons encore notre lot de problèmes ; tout est loin d'être parfait ; il y a encore trop d'épisodes de consommation excessive et nous avons encore beaucoup de pain sur la planche. Nous devons donc continuer.

Mais en ce début de l'année 2010, il ne nous est pas interdit de souligner ce que les Québécois ont accompli, avec nous, depuis deux décennies et de leur dire simplement : « Félicitations pour 20 ans de modération ».

Louise Nadeau
Présidente du conseil d'administration

BRavo À

Arvent Corbière, Ghislaine Gauthier, Fernand Duguay, Marie-Claude Martin, Alexandra Saulnier, Rebecca Cogan, Simon Vaskalides, Milie Bellavance, Jacques Delisle, Pierre Corriveau, Marc-André Gauthier, Samir Abdelnour, Martina Gigliotti, François Valcour, Les Picard, Geneviève Proulx, Daniel Bonin, Chantal Camiré, Annie Gosselin, Monique Rousseau, Alexandre Ouellet, Michael Pace, Carole Gaudry, Marc-André Fournier, Gilles Picard, Odette Béland, Norman Gosselin, Manon Gosselin, André Jacob, Paule Boutin, Marcel Michaud, Robert Lacoste, Yolande Bijold, Jacques Bellemare, Sylvie Girard, Denis Bilodeau, Marie-Claude Grondin, Émilie Ruiz-Perron, Chantal Trudel, David Smith, Louise Leclerc, Ashley Morris, Jocelyne Plante, Louis Gosselin, Maxime Brin, Martine Poirier, Robert Wagner, André Durocher, Bastien Tremblay, Véronique Huard, Ann Nguyen, Ginette Saint-Jean

À vous et aux centaines de milliers d'autres Québécois qui le méritent – avec l'espoir qu'un jour, nous pourrions les nommer tous – félicitations pour 20 ans de modération.

12
90
91
ÉDUC'ALCOOL
La modération a bien meilleur goût

POUR LES 20 ANS D'ÉDUC'ALCOOL : 20 JOURS D'INTENSES COMMUNICATIONS

Les 20 ans d'Éduc'alcool ne passeront pas inaperçus. Trois semaines durant, du 25 janvier au 14 février, notre organisme mènera des opérations de communication et d'éducation en collaboration avec les réseaux de télévision francophones Radio-Canada et TVA, la station de radio anglophone Virgin, ainsi que dans les quotidiens et sur Internet.

La campagne poursuit trois objectifs : mettre de l'avant les progrès accomplis par les Québécois depuis 20 ans, les féliciter pour faire du renforcement positif et souligner qu'il reste encore du chemin à parcourir.

À la télévision de Radio-Canada, la campagne comporte trois volets. D'abord, la série « Histoire d'artistes » où deux vedettes de la chaîne raconteront comment elles ont amélioré leur relation à l'alcool depuis 20 ans. Ensuite, le concours « Célébrons nos 20 ans » où les Québécois seront invités à raconter leur petite « histoire Éduc'alcool » sur le Web. Les gagnants recevront un chèque-cadeau de 1 000 \$ pour un repas dans le restaurant gastronomique de leur choix. Enfin, de multiples panneaux publicitaires de 15 secondes souligneront les principaux progrès accomplis par les Québécois en 20 ans au chapitre de leur consommation.

Au réseau de télévision TVA, Éduc'alcool commanditera quatre soirées télévisuelles, ce qui lui donnera l'occasion de passer des capsules d'information sur le bilan de la relation des Québécois à l'alcool. Des capsules seront également diffusées au cours de la soirée notamment, mais non exclusivement, autour de deux émissions, *Dr House* et *La Promesse*. Au moins quatre messages distincts seront diffusés sur les ondes.

Avec Virgin radio, Éduc'alcool sera associé à l'émission *80s 90s On Demand* sur le thème : 20 ans de musique, 20 ans de modération. Là encore, des capsules d'information seront produites pour faire le bilan de notre relation améliorée à l'alcool. Quatre messages publicitaires sont conçus et seront diffusés à divers moments sur les ondes.

Le grand blitz du 2 février

Le 2 février sera sans aucun doute la « journée Éduc'alcool » dans les médias du Québec. En plus du fait qu'Éduc'alcool sera fortement présent sur les deux chaînes de télévision et à la radio, c'est cette journée qui a été choisie pour faire un blitz sur Internet. Éduc'alcool sera simultanément sur tous les portails, Radio-Canada, Canoë (TVA), Sympatico, MSN et Cyberpresse, et il occupera tous les espaces publicitaires sans exception. Impossible d'aller sur le Web cette journée-là sans être exposé à notre message.

Cette même journée, Éduc'alcool diffusera l'annonce imprimée « Félicitations pour 20 ans de modération », à toutes les occasions possibles. L'annonce occupera une pleine page dans tous les quotidiens du Québec. En deux couleurs et dans des positions privilégiées, elle ne passera certes pas inaperçue.

Éduc'alcool tient à souligner la collaboration des divers médias qui lui ont consenti des escomptes de près de 60 % sur les achats publicitaires. Mais c'est surtout le fait qu'ils se sont associés à lui et qu'ils ont fait leur son message qui mérite d'être souligné.



CAMPAGNE DE LA FONDATION POUR L'ALPHABÉTISATION : ÉDUC'ALCOOL ACHÈTE LA MODÉRATION

Dans le cadre de son 20^e anniversaire, la Fondation pour l'alphabétisation mise sur une campagne originale et ludique : vendre des mots. Éduc'alcool n'a pas laissé passer cette occasion de livrer son message et s'est empressé d'acheter le mot « modération ».

Notre organisme est en bonne compagnie puisque plusieurs personnalités publiques issues de milieux aussi variés que les médias, le sport, les affaires et le spectacle ont accepté d'acheter un mot.

Ainsi, Larry Smith offre **la victoire** aux Alouettes, Marie Turgeon offre **l'imaginaire** aux enfants, Véronique Cloutier s'achète **le bonheur**, Alban D'Amours s'offre **la coopération**, Marie-France Bazzo achète **pourquoi**, Jean Airoidi offre **le style**, Mireille Deyglun achète **la famille**, Marie Saint Pierre achète **local**, Sophie Durocher offre **une critique**.

Pour quelques dollars, la Fondation offre aux gens la possibilité d'acheter littéralement des mots. Grâce au site Web MotsDepot.com, on peut acheter le ou les mots de son choix afin de se « les approprier » ou encore de les donner en cadeau.



Certes, la Fondation pour l'alphabétisation fait un travail admirable et sa cause mérite d'être soutenue. Mais pour Éduc'alcool, c'est avant tout une tribune de choix et une occasion de promouvoir son message.

La « modération » fut l'un des premiers mots achetés, ce qui a permis de le mettre en vedette dès la conférence de presse du lancement de la campagne. Éduc'alcool n'allait pas laisser passer pareille occasion.

ÉDUC'ALCOOL LANCE LA CAMPAGNE DE PROMOTION D'ACTION SERVICE EN LIGNE

Après avoir mis en ligne le programme Action Service destiné aux propriétaires et aux serveurs des établissements licenciés du Québec pour les informer sur leurs obligations légales et réglementaires, les sensibiliser aux effets de l'alcool sur les comportements, leur donner des trucs pour prévenir la consommation excessive et les aider à gérer des clients qui auraient trop bu, Éduc'alcool et son partenaire, l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, ont lancé une campagne de promotion de ce nouveau site dans le milieu de la restauration et des bars.

Deux annonces imprimées ont été conçues et sont diffusées dans les publications spécialisées du milieu de la restauration et des bars. Éduc'alcool a aussi convenu avec la Régie des alcools, des courses et des jeux d'envoyer une lettre cosignée par les présidents des deux organismes à tous les licenciés du Québec pour les inviter à suivre cette formation.

« Le programme Action Service vous permet de connaître adéquatement la nature de vos responsabilités en matière de service de boissons alcooliques et, de ce fait, d'assumer vos obligations légales. En plus d'améliorer l'ambiance de votre établissement, un service responsable évite de mettre en péril la sécurité de votre clientèle de même que celle de son entourage et de tierces personnes », écrivent les deux présidents dans leur message qu'ils concluent ainsi : « Nous espérons que vous saisissez cette occasion de formation indispensable pour mieux remplir vos obligations sociales et pour mieux servir vos clients. Ces derniers aussi vous en seront reconnaissants. »

Cela représente 13 500 envois. Éduc'alcool espère sincèrement qu'ils donneront un élan à ce projet.



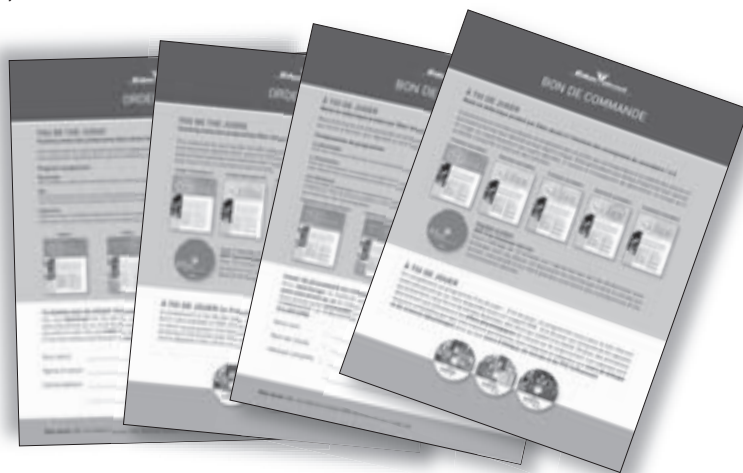
AUPRÈS DES ENSEIGNANTS DES ÉCOLES QUÉBÉCOISES : RELANCE DU PROGRAMME À TOI DE JUGER

À la rentrée, Éduc'alcool a effectué une relance des programmes À toi de juger et À toi de jouer dans toutes les écoles primaires et secondaires du Québec. Une lettre et un bon de commande ont été envoyés de manière personnalisée à tous les directeurs et directrices des établissements scolaires pour qu'ils puissent commander la quantité de brochures et de DVD dont ils avaient besoin pour les enseignants ou, encore, pour les inviter à télécharger les brochures sur le site d'Éduc'alcool.

Les brochures et les DVD – particulièrement ceux du programme À toi de jouer – sont très populaires et, bien que ce programme ait été créé pour l'Internet, Éduc'alcool a transféré toutes les capsules sur support DVD pour répondre aux besoins des enseignants qui n'ont pas toujours accès aux ordinateurs en classe.

Le ministère de l'Éducation nous a fourni, encore cette année, les listes et les étiquettes de toutes les écoles du Québec, ce qui nous a permis, encore une fois, de joindre chacune des écoles publiques et privées, françaises et anglaises, de manière personnalisée.

Les commandes affluent au secrétariat d'Éduc'alcool. Une opération d'évaluation de ce programme sera lancée l'an prochain.



VASTE CAMPAGNE DE LA RENTRÉE SCOLAIRE : ÉDUC'ALCOOL MET LES JEUNES EN GARDE CONTRE LE MÉLANGE ALCOOL-BOISSONS ÉNERGISANTES

À l'occasion de la rentrée scolaire et des initiations, Éduc'alcool a lancé une importante campagne, qui a bénéficié d'une couverture de presse exceptionnelle, pour sensibiliser les jeunes aux dangers des mélanges qui combinent l'alcool aux boissons énergisantes. Dans les bars et les boîtes de nuit, et même dans les soirées privées, ces mélanges ont la cote. Mais attention : les boissons énergisantes masquent les effets de l'alcool et peuvent entraîner des comportements risqués.

Sous le thème « Mets pas trop d'énergie là-dedans », Éduc'alcool a largement diffusé dans tous les collèges et universités du Québec une affiche explicite qui rappelle que les boissons énergisantes et l'alcool ne font pas bon ménage. Des centaines de milliers de dépliants seront également distribués dans les établissements d'enseignement collégiaux et universitaires. Dans un langage très simple et fort accessible, le dépliant intitulé *Alcool et boissons énergisantes : vraiment pas fort !* explique pourquoi et comment il importe d'être vigilant.



Jusqu'à maintenant, il n'existait pas la moindre référence crédible et rigoureuse destinée aux jeunes sur le mélange de ces deux substances. Cette campagne et cette publication viennent donc pallier le manque et surtout le besoin d'information des étudiants qui doivent absolument être renseignés sur tous les aspects de cette pratique de plus en plus répandue.

Des effets diamétralement opposés

C'est bien connu, les jeunes recherchent l'effet stimulant et énergisant de ces boissons pour prolonger, jusqu'aux petites heures du matin, les fêtes arrosées par l'alcool. Or, combiner boisson énergisante et alcool est un cocktail



risqué parce que les deux substances agissent de façon diamétralement opposée. La caféine est un excitant du système nerveux central, tandis que l'alcool est un dépresseur du système nerveux central. La boisson énergisante vient donc dissimuler les effets de l'alcool, ce qui fait que pour ressentir les effets de l'alcool, il faudra en consommer davantage. Inutile de dire qu'on augmente alors les risques de surconsommation et les nombreux risques qui y sont associés !

Un jeune qui aurait bu trop d'alcool et qui aurait consommé des boissons énergisantes pourrait donc se sentir capable de conduire sa voiture, malgré un taux d'alcoolémie trop élevé, se blesser sans être en mesure de juger de la gravité de la blessure ou se sentir plus ouvert à des pratiques sexuelles qui ne seraient pas acceptées dans un autre contexte.

La grande conclusion de cette campagne sur les effets du mélange de l'alcool aux boissons énergisantes est que la prudence est de rigueur et qu'en toutes circonstances, dès qu'il y a de l'alcool, la modération a bien meilleur goût.

La publication *Alcool et boissons énergisantes : vraiment pas fort !* et l'affiche de la campagne peuvent être téléchargées sur le site Internet d'Éduc'alcool (www.educalcool.qc.ca). On peut aussi les recevoir sans frais en communiquant avec Éduc'alcool au 1 888 ALC00L1.

PARTY SANS DÉRAPER : C'EST PARTI

Comme chaque année au temps des fêtes, Éduc'alcool et l'Opération Nez rouge sillonnent les écoles secondaires, les collèges et les universités du Québec dans le cadre de la tournée « Party sans dérapé ». Cette tournée a pour objectif de sensibiliser les étudiants à l'importance de ne pas abuser de l'alcool lors des festivités de fin d'année et de ne pas hésiter à appeler l'Opération Nez rouge au moindre doute sur leurs facultés de conduite.

Au total, ce sont près de 250 institutions de partout au Québec qui seront visitées au cours du mois de novembre sur le thème « Avant de casser le fun... téléphone ». Il s'agit, bien sûr, d'inciter à la modération dans la consommation par une dévalorisation de l'excès en utilisant l'humour et le langage des jeunes.

Le concept 2009, au visuel accrocheur et au thème percutant, « Avant de casser le fun... téléphone », a pour but de faire prendre conscience aux jeunes que l'abus d'alcool peut les mener à gâcher une soirée, et pas seulement la leur.

Les équipes de tournée installent un stand d'information dans les aires achalandées des établissements, ce qui permet un contact direct avec les étudiants. Lors de ces rencontres,

on transmet aux jeunes des renseignements pour l'organisation sécuritaire des partys de fin d'année, on insiste sur l'importance de modérer la consommation d'alcool pour ceux qui choisissent

de boire, on sensibilise à la conduite avec facultés affaiblies et l'on fait la promotion du recours au service de raccompagnement de Nez rouge. Dans certains cas, les visites ont lieu dans les salles de cours, ce qui permet d'avoir un degré d'attention fort élevé.

Les outils utilisés par les intervenants sont nombreux : épreuves avec les lunettes Fatal Vision, simulation d'arrestation, recettes de punch sans alcool et conseils aux organisateurs de partys. Sur un ton jeune et humoristique, l'équipe de la Tournée travaille de concert avec les différents établissements scolaires pour bien informer les étudiants sur les conséquences de la conduite avec les facultés affaiblies et rappeler qu'un comportement responsable en ce qui a trait à l'alcool est bénéfique à plusieurs égards.



Éduc'alcool et l'Opération Nez rouge collaborent depuis 18 ans.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES MEMBRES D'ÉDUC'ALCOOL

Tous les membres d'Éduc'alcool sont invités à la prochaine assemblée générale annuelle qui se tiendra le **mercredi 19 mai 2010 à 17 h 30 à la Maison du Gouverneur**, 901, avenue de Lorimier, Montréal.

C'EST IMPORTANT. NOTEZ-LE À VOTRE AGENDA ET SOYEZ-Y !

UN SUCCÈS RETENTISSANT

POCHEVILLE EST DEVENUE LA 8^e VILLE EN IMPORTANCE AU QUÉBEC

Éduc'alcool est fier d'annoncer que la ville virtuelle qu'il a créée à l'intention des jeunes de 12 à 16 ans afin de les sensibiliser aux effets de l'abus d'alcool affiche le plus important taux de croissance au pays : plus de 135 000 nouveaux habitants en moins de six mois. Pocheville devient ainsi la 8^e plus grande ville du Québec, tout juste derrière Saguenay (144 000), mais devant Lévis (130 000) et Trois-Rivières (126 000).

Au moment du lancement de Pocheville.ca, en mars dernier, Éduc'alcool visait 50 000 inscriptions en deux ans. Or, voilà que la plateforme, amusante, dynamique et résolument éclatée, connaît un succès inespéré et qu'elle a franchi le cap des 100 000 inscrits en deux mois.

Pocheville favorise l'acquisition de connaissances et incite à l'adoption de comportements responsables : ranger sa chambre, prendre soin des autres, etc. On y découvre que seul le temps permet de métaboliser l'alcool et l'on y constate que les personnes soûles, avec lesquelles il faut établir une relation et par rapport auxquelles il faut prendre des décisions, sont particulièrement dévalorisées.

L'internaute qui prend la bonne décision (ranger sa chambre ou cesser de servir de l'alcool) gagne des points et, à l'inverse, il en perd s'il fait poser le mauvais geste à son avatar. Les points accumulés permettent aux participants de gagner des iPod et d'autres prix.

Ouverture du Motel Rita Bigoudi

Avec les jeunes, il faut sans cesse se renouveler sans quoi il devient facile de perdre leur attention. Aussi, cet automne, le Motel Rita Bigoudi a ouvert ses portes aux résidents et aux nouveaux visiteurs.

Contrairement aux deux premières phases, le séjour au Motel Rita Bigoudi n'est pas centré sur le jeu, mais plutôt sur l'aspect pédagogique et la réflexion. Six chambres du motel se sont ouvertes à deux semaines d'intervalle, prêtes à recevoir les visiteurs.

Pour commencer la visite du motel Rita Bigoudi – une coiffeuse dont la carrière n'a duré que quelques minutes –, l'internaute doit venir chercher une ou des clés à la réception de ce motel pas comme les autres. Les chambres ont toutes des fonctions de base semblables. On peut y voir une vidéo ou

une animation ou encore une fenêtre qui donne une description des lieux, et l'internaute peut envoyer une carte de remerciement à des personnes dont il a le courriel.

Chacune des six chambres illustre l'une des conséquences de l'abus d'alcool et porte bien son nom : l'évasion, la virtuelle, l'île déserte, le tour de bloc, le bardas et l'allée de chasse.

Dans toutes les chambres du motel se déroulent des événements qui aboutissent à des conséquences de la consommation excessive d'alcool. On peut visiter ces chambres, cliquer sur des éléments dans chacune des

pièces et amasser des points, voir un diaporama (bandes dessinées) de la vie du personnage qui a séjourné dans la chambre et, en prime, regarder une amusante vidéo.



Promotion

Un courriel a été envoyé à tous les résidents de Pocheville pour leur annoncer l'ouverture du motel Rita Bigoudi. Une « Fan Page » Facebook du sympathique bol de toilette Ralph a été créée pour mettre Éduc'alcool en lien direct avec les citoyens. La page est attrayante et mise à jour régulièrement. On y trouve des vidéos, des nouvelles amusantes de Pocheville, qui ne sont pas sur le site, et l'on peut y gagner des t-shirts. Une phase d'évaluation de l'acquisition des connaissances et des apprentissages faits sur le site est en cours.

Ces dernières années, Éduc'alcool a beaucoup misé sur les campagnes visant les jeunes de 16 à 25 ans, notamment par ses messages pour contrer l'abus d'alcool, les concours de calage et, plus récemment, sur les dangers du mélange de l'alcool avec les boissons énergisantes. Les données nous indiquent que les jeunes font leur première expérience de consommation dès l'adolescence, mais qu'ils n'en connaissent pas les effets. Le défi était de créer un site qui saurait les joindre, tout en étant pertinent, et qui éviterait le discours moralisateur. Il semble bien que nous y soyons parvenus.

www.pocheville.ca

POUR QUE L'ABUS N'AIT PLUS SA PLACE AU TEMPS DES FÊTES : ÉDUC'ALCOOL MET TROIS QUARTS DE MILLION DE CARTES À LA DISPOSITION DES QUÉBÉCOIS

Fidèle à sa tradition du temps des fêtes, Éduc'alcool offre aux Québécois deux nouvelles cartes de vœux tirées à plus de trois quarts de million d'exemplaires et mises à leur disposition dans les présentoirs de cartes gratuites et dans toutes les succursales de la SAQ à travers le Québec.

Aux fêtes, il y a des choses qu'on préfère ne pas voir et *ne pas savoir* est le thème de la campagne 2009. Il s'inscrit dans le prolongement des campagnes 2007 et 2008 – *Le temps des gaffes est arrivé* et *le temps des gaffes est de retour* – qui ont connu un succès remarquable. Ces campagnes évoquent certaines paroles et certains gestes que les personnes qui boivent trop regretteront amèrement une fois l'ivresse passée. Elles évoquent à la fois les partys de bureaux et les fêtes de famille.

La première carte met en vedette un employé qui est visiblement en état d'ébriété et qui se déshabille de façon ridicule devant des collègues effarés ou moqueurs, en s'écriant : « Tout le monde tout nu ! » Au bas de la carte, on peut lire : *Aux fêtes, il y a des choses qu'on préfère ne pas voir*. La seconde carte illustre la gaffe d'une femme pompette, qui est assise sur les genoux du père Noël et qui lance à tue-tête : « Hon... J'ai pas été sage cette année. » *Aux fêtes, il y a des choses qu'on ne veut pas savoir*, peut-on lire au bas de la carte. Et, au verso des deux cartes, un rappel : *Prendre un coup, c'est pas un cadeau !*

Éduc'alcool entend bien parvenir, sous le couvert de l'humour, à rappeler aux Québécois que la modération a bien meilleur goût en tout temps, même lors des fêtes de Noël et du Nouvel An, qu'elles se déroulent en famille ou au bureau.

Cette campagne vise à réduire le seuil de tolérance sociale en ce qui a trait à l'abus d'alcool, même occasionnel, et même durant la période des fêtes. Elle met l'accent sur les conséquences des gestes qui sont posés lorsqu'il y a abus. Il ne s'agit pas de gâcher la fête, mais de s'y inscrire et d'affirmer que la modération n'est pas une punition, mais bien une condition au plaisir.

Des affiches, illustrant le thème de la campagne et évoquant le contenu de l'une des cartes, seront installées dans les toilettes des restaurants et des bars partout au Québec.

Éduc'alcool invite les Québécois à diffuser largement ces cartes de vœux. Il souhaite qu'en plus de faire œuvre utile auprès de la population, le fait de mettre ces cartes à la



disposition du public contribue à propager davantage son message de modération.

On trouve ces cartes dans les présentoirs de cartes gratuites et les succursales de la SAQ, elles peuvent aussi être envoyées directement à partir du site Internet d'Éduc'alcool (www.educalcool.qc.ca), en cliquant sur Cartes virtuelles dans le menu de la page d'accueil.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES MEMBRES D'ÉDUC'ALCOOL

Tous les membres d'Éduc'alcool sont invités à la prochaine assemblée générale annuelle qui se tiendra le **mercredi 19 mai 2010 à 17 h 30 à la Maison du Gouverneur**, 901, avenue de Lorimier, Montréal.
C'EST IMPORTANT. NOTEZ-LE À VOTRE AGENDA ET SOYEZ-Y !

IMPRO ÉDUC'ALCOOL-JUSTE POUR RIRE : 192 ÉQUIPES POUR PROMOUVOIR LA MODÉRATION

La 7^e édition du tournoi d'impro Éduc'alcool – Juste pour rire a connu un succès de participation remarquable et un nombre record d'inscriptions avec plus de 192 équipes inscrites à travers tout le Québec (17 équipes de plus que l'an dernier et 39 équipes de plus qu'en 2007). La mission du tournoi consiste à sensibiliser les jeunes, dès le niveau secondaire, à l'importance de la modération dans la consommation d'alcool.

Les gagnants du tournoi ont été l'École internationale de Laval et Le Patro de Jonquière, chez les cadets, et l'École secondaire Paul Arseneau de L'Assomption et l'École secondaire Chavigny de Trois-Rivières, chez les juvéniles. Quatre excellentes équipes qui ont joué avec brio.

Au total, près de 1 200 joueurs – ont joué plus de 768 matchs lors des éliminatoires devant plus de 76 800 jeunes. En tout, plus de 125 000 jeunes ont été sensibilisés au message d'Éduc'alcool.

Le comédien Nicolas Pinson, porte-parole du tournoi, a joué avec les jeunes lors de la finale en plus de tenir le rôle du juge lors des demi-finales, à Québec et à Montréal.

Depuis la première édition, différents outils de communication ont été produits pour joindre les écoles et pour créer un engouement autour du tournoi : invitation et dépliant informatif pour inviter les écoles et les maisons de jeunes à s'inscrire au tournoi, kit de survie, affiches promotionnelles et chandails. Cette année, nous avons ajouté des prix (billets de spectacle et journée de planche à neige) lors des demi-finales et de la finale dans la catégorie Éduc'alcool afin de récompenser les meilleures improvisations.

Les équipes inscrites ont eu la chance de participer à des ateliers d'improvisation avec des comédiens professionnels. Lors de ces ateliers, nous nous attaquons aux faiblesses de certains joueurs. L'atelier est divisé de la façon suivante : formation, jeu dirigé, période de questions et improvisations. Cette année, plus de 250 jeunes de quatre régions différentes ont pu y participer.



**NOUVELLES
NOUVELLES
Éduc'alcool**

BULLETIN D'INFORMATION

Dépôt légal:

Bibliothèque nationale du Québec

Conseil d'administration:

Louise Nadeau, Robert Demoy,
Eloy Romera, Alain Bolduc,
Valérie Bizier, Sylvie Lalande,
Mélanie Dell'Aniello, Carol Lafontaine

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