

LES CINQ DÉFIS D'ÉDUC'ALCOOL.

Après avoir connu plusieurs années de sérénité, à la fois dans la perception des gens et dans le débat public, l'alcool est à nouveau sur la sellette. La controverse augmente. Les seuils de tolérance diminuent. Cela nous impose des responsabilités auxquelles nous ne pouvons nous soustraire.

La première est la **vigilance**. Nous devons occuper notre place et nous donner les moyens d'être à la fine pointe de la recherche pour étayer nos arguments.

La seconde est la **rigueur**. Nous ne devons pas céder à la tentation de la démagogie ni à celle des solutions simplistes. Il nous faudra vérifier les faits avant de nous prononcer et ne pas craindre de modifier notre propos si des données scientifiques nouvelles l'imposent.

La troisième est la **proactivité**. Nous ne devons pas attendre que les événements se bousculent ou nous bousculent avant de réagir. Il nous faudra anticiper les actions à prendre.

La quatrième est l'**ouverture**. Nous ne devons pas nous laisser enfermer dans nos certitudes. Les choses changent à la fois à la lumière des découvertes nouvelles, mais aussi de l'évolution du contexte social.

La cinquième en est une de **raison**. Le débat public sur l'alcool au Québec commence à prendre une tangente inquiétante. Il n'est pas facile de tenir le discours de la raison alors que tant d'émotions sont en cause. Mais c'est le rôle qu'Éduc'alcool, école de responsabilité, va continuer à jouer.

Jean-Guy Dubuc
Président du Conseil d'administration

NOUVEAUX TAUX DE FINANCEMENT D'ÉDUC'ALCOOL:

DE NOUVEAUX MOYENS POUR MIEUX AGIR.

Avec l'augmentation des sommes perçues à même les ventes de boissons alcoolisées pour le financement d'Éduc'alcool, celui-ci dispose désormais de moyens qui lui permettent de faire plus et mieux.

Cette augmentation constitue, d'une certaine manière, un retour aux sources. De fait,

avait été convenu alors par l'industrie. Aussi, pour seulement maintenir à ce niveau la contribution à Éduc'alcool, il aurait fallu, l'an dernier, lui verser la somme de 1 607 648 dollars. C'est cette situation que l'augmentation vient corriger. Éduc'alcool dispose à présent de moyens pour mieux agir.



Un déséquilibre potentiel

Ce redressement a cependant un autre effet: la contribution financière de l'industrie couverte par le réseau SAQ aux programmes de responsabilité sociale est désormais nettement supérieure à celle des brasseries locales et des brasseries qui ne passent pas par le réseau. Cela donne à ces dernières un avantage concurrentiel injuste.

Or, il revient à la Régie des alcools, des courses et des jeux de veiller à ce que chacun fasse un effort acceptable et à ce que l'industrie de la bière hors-SAQ fasse des efforts comparables aux nôtres. Aussi, Éduc'alcool a-t-il invité la RACJ à tenir compte, dans l'exercice de son mandat

de surveillance, de ce nécessaire rééquilibrage des contributions des uns et des autres.

Il devient en effet essentiel d'analyser plus à fond les investissements que font les brasseries en matière de responsabilité sociale. Ce n'est qu'ainsi que l'on peut assurer un équilibre social et commercial entre les différentes composantes de l'industrie.

lors de la fondation de l'organisme il y a douze ans, les ventes brutes s'élevaient à 1 166,3 millions \$. En 2000-2001, elles passaient à 1 875 millions \$. Par contre, le versement annuel à Éduc'alcool se maintenait encore aux environs du million.

Cela signifie, toutes proportions gardées, que notre organisme ne recevait plus que 622 000 \$ en comparaison à l'effort de 1989. C'est nettement moindre que ce qui

DES EFFORTS MARQUÉS SUR L'ÉDUCATION À L'ALCOOL, SUR LE RENFORCEMENT POSITIF ET SUR LA RECHERCHE.

Le plan d'action d'Éduc'alcool qui a été adopté par le Conseil d'administration de l'organisme à sa réunion du mois de juin, fait une large part aux nouveaux programmes d'éducation des jeunes. Des efforts considérables seront déployés cette année pour rejoindre les étudiants des niveaux secondaire et collégial par le biais d'un programme sur Internet et par un partenariat avec les Maisons des jeunes.

Ces programmes ne remplacent pas nos programmes scolaires «À toi de juger», dont les trois versions seront remises à jour et relancées. Toutefois, ils permettent à notre message éducatif de rejoindre, dans le cadre d'activités pédagogiques encadrées, des groupes plus difficile à atteindre: les jeunes du niveau collégial et ceux qui fréquentent les Maisons des jeunes.

Avec ces nouveaux projets, Éduc'alcool complète ainsi son cursus pédagogique. De fait, jusqu'ici notre organisme menait des campagnes de sensibilisation dans les

collèges et ne disposait pas des outils pédagogiques pour aller plus loin à ce niveau. Cette lacune sera comblée dès 2002.

En effet, le programme «Question d'alcool: À toi de jouer» sera sur le réseau Internet. Il nous permettra de rejoindre les jeunes à l'école et en dehors de l'école. Il nous donnera aussi accès à des clientèles élargies. C'est un tout nouvel univers qui s'ouvre à nos programmes.

Par ailleurs, il y a au Québec 350 Maisons des jeunes que fréquentent 90 000 adolescents. La majorité d'entre eux fréquentent l'école, mais plusieurs sont des décrocheurs. Leur encadrement familial est très souvent faible, les parents étant peu présents à la

maison. Ces Maisons sont des lieux de rencontre entre adolescents et constituent un excellent espace pour des activités «entre pairs». Les intervenants ont manifesté un grand intérêt pour la problématique de l'alcool. Un programme de prévention partant du vécu des jeunes et de leur imagination est donc en voie d'élaboration.

La recherche

De plus, Éduc'alcool mènera cette année sa grande enquête quinquennale: «Les Québécois et l'alcool». C'est là une enquête qui nous sert de repère, qui oriente nos



activités et qui constitue aussi un excellent sujet d'intervention sociale pour Éduc'alcool puisque ses résultats sont rendus publics. Cette année, nous irons plus en profondeur pour sonder les reins et les cœurs de nos compatriotes.

Au-delà de cette enquête toutefois, Éduc'alcool se dotera d'outils permanents de recherche. En effet, chaque fois que l'organisme a besoin de données sur un sujet particulier, il doit recourir à des mesures ponctuelles.

Il a donc conclu une entente avec le GRASP de l'Université de Montréal pour une mise à jour régulière et systématique de ses sujets d'intérêt et d'intervention prioritaires tels

l'initiation des enfants à la consommation d'alcool par leurs parents, l'efficacité des programmes de formation des serveurs des établissements licenciés, l'alcool au volant, l'alcool et la santé, le syndrome d'alcoolisation fœtale, les étiquettes de mise en garde, l'efficacité des programmes de prévention dans les établissements scolaires.

Le renforcement positif

Signalons également que l'an dernier, le conseil d'administration avait décidé de constituer une cagnotte financière pour diffuser les messages télévisés et radiophoniques d'Éduc'alcool sur les réseaux aux heures de grande écoute. Certes, les radiodiffuseurs accordent des gratuités à notre organisme; ils acceptent aussi de bonifier nos achats médias. Toutefois, pour obtenir des résultats optimaux, il vaut toujours mieux disposer d'une certaine somme d'argent pour s'aider soi-même.

À présent que les sommes requises ont été accumulées dans une réserve spéciale, Éduc'alcool sera en mesure de diffuser son message général de modération dans le grand public. Ce faisant, il accroîtra sa notoriété et celle de son slogan, bien sûr, mais là n'est pas la raison d'être de la campagne. Celle-ci viendra renforcer les buveurs responsables dans leurs convictions et créera un climat dans lequel le discours de consommation modérée trouve sa place. Il est important de le rappeler de temps à autre et de livrer le même message collectif à la population.

Il va de soi que tous ces projets nouveaux ne remplacent pas tous les programmes existants: ils viennent les enrichir et les compléter.

NON AUX ÉTIQUETTES DE MISE EN GARDE OUI AUX PROGRAMMES D'ÉDUCATION CIBLÉS.

Éduc'alcool s'oppose à l'imposition d'étiquettes de mise en garde sur les bouteilles d'alcool comme moyen de combattre le syndrome d'alcoolisation fœtale. En effet, les recherches scientifiques sont unanimes : ces étiquettes ne sont pas efficaces pour changer les comportements ou pour diminuer les niveaux de consommation d'alcool et elles sont totalement inefficaces lorsqu'il s'agit d'atteindre les plus gros consommateurs, c'est-à-dire le groupe cible principal.

Aussi, notre organisme fera les représentations nécessaires auprès des autorités gouvernementales pour faire valoir sa prise de position et rappeler les efforts d'éducation qui sont menés au Québec depuis six ans à ce sujet.

Rappelons que la Chambre des communes a voté en avril dernier une résolution par laquelle elle demande au gouvernement fédéral d'envisager « l'opportunité d'interdire à quiconque de vendre des boissons alcoolisées au Canada si les contenants utilisés pour la vente ne portent pas une étiquette bien en vue indiquant lisiblement ce qui suit : AVERTISSEMENT : la consommation d'alcool pendant la grossesse peut causer des malformations congénitales ».

Éduc'alcool estime que le gouvernement devrait éviter les fausses solutions et faire porter ses efforts là où cela compte.

Or, non seulement les étiquettes sont-elles inefficaces, mais plusieurs chercheurs s'inquiètent du fait qu'elles pourraient aussi être inutilement alarmistes et qu'elles accroîtraient le niveau d'angoisse et de stress. D'autres vont même jusqu'à soutenir que, sur cette question, notre société risque d'atteindre l'état de panique morale.

Pour sa part, Éduc'alcool estime que les étiquettes ne sont pas une solution parce qu'elles ne font que dramatiser le problème. On ne peut s'attaquer à un problème

réel par un flash inutile qui ne traite aucunement du fond de la question. En faisant cela, on crée le faux sentiment que le problème a été pris en compte, ce qui n'est évidemment pas le cas.



Par ailleurs, les étiquettes ne sont pas ciblées. Elles livrent un message alarmiste à l'ensemble des consommateurs alors qu'elles ne visent qu'une infime partie de la population.

Enfin, et ce n'est pas le moindre des éléments à prendre en compte, elles situent

l'alcool comme un produit dangereux et sous un angle négatif ne laissant aucune place à ce que vit l'écrasante majorité de la population et au concept de consommation modérée et responsable.

Il ne s'agit nullement de nier le fait que le syndrome d'alcoolisation fœtale et les effets de l'alcool sur le fœtus soient des drames majeurs. Ni qu'ils soient parfaitement évitables. Mais les deux mots clés pour lutter efficacement contre ces fléaux sont : ciblage et rigueur. Le syndrome d'alcoolisation fœtale est un problème sérieux. Il doit être traité de manière sérieuse et en profondeur.

Pour Éduc'alcool, il importe de continuer à faire valoir cette orientation de fond : il est préférable de ne pas consommer d'alcool durant la grossesse. Personne, en aucune circonstance, n'est en droit d'inciter qui que ce soit à consommer de l'alcool. Personne non plus ne devrait culpabiliser une femme enceinte qui décide de boire modérément. Rien ne sert d'être alarmiste.

Ce message doit être livré à l'ensemble de la population et particulièrement aux femmes enceintes et à celles qui souhaitent le devenir. Il doit l'être de manière complète et sérieuse à travers l'ensemble des canaux de communication notamment celui des milieux de la santé.

Enfin, des programmes spéciaux visant les femmes à risque d'avoir des enfants atteints du syndrome d'alcoolisation fœtale doivent être mis sur pied par les gouvernements, les organismes du milieu de la santé, les organismes de prévention et, si nécessaire, l'industrie des boissons alcooliques. Ces programmes doivent être ciblés et avoir pour objectif une réduction de la consommation d'alcool et une modification des comportements. Éduc'alcool est parfaitement disposé à y apporter sa contribution.

REGARDS SUR L'ASSEMBLÉE



Plus d'une cinquantaine de membres d'Éduc'alcool se sont présentés à la Maison du gouverneur le 8 mai dernier pour participer à l'Assemblée générale annuelle.



Après avoir adopté le procès-verbal de la réunion de l'année précédente qui leur a été présenté par la secrétaire Christiane Langevin (à droite), ils ont écouté le trésorier, Philippe Châtillon (au centre), leur faire part des réflexions du Conseil d'administration relativement à l'augmentation des revenus d'Éduc'alcool. Ils ont ensuite entériné les états financiers de notre organisme.



Le rapport annuel d'activités d'Éduc'alcool a fait l'objet d'une présentation du directeur général, Hubert Sacy. Il a passé en revue l'ensemble des programmes, des campagnes et des projets de l'organisme et en a profité pour dévoiler les résultats de recherches faites pour le compte d'Éduc'alcool.

CHARLES CÔTÉ REMPLACE SERGE LAFONTAINE AU C.A.

À la suite du départ de Serge Lafontaine de la présidence de la Régie des alcools, des courses et des jeux, le conseil d'administration a élu son successeur, Charles Côté, à titre d'administrateur d'Éduc'alcool. Un grand merci à Serge qui a beaucoup apporté à Éduc'alcool et la plus cordiale des bienvenues à notre nouveau membre du Conseil d'administration.

ÉDUC'ALCOOL À VINEXPO :



Jean-Guy Dubuc présidant le colloque sur les risques sanitaires

C'est désormais une tradition. Soucieux de remplir son mandat de responsabilisation des professionnels de l'industrie des boissons alcooliques, Éduc'alcool participe à l'opération Savoir boire. Savoir vivre. qui se déroule à Bordeaux à chaque Vinexpo.

Notre organisme y partageait un stand double avec Éduc'alcool France. Outre d'immenses affiches portant les slogans, Éduc'alcool disposait de présentoirs pour exposer ses publications, d'un écran pour diffuser ses publicités télévisées ainsi que des entrevues de fond et d'un ordinateur donnant accès direct à son site Internet.

Moins bien situé qu'il y a deux ans, notre stand n'a pas connu l'affluence attendue au cours des deux premiers jours. L'affluence a toutefois augmenté par la suite. Le stand était situé face aux salles de dégustation et l'achalandage augmentait considérablement quand de telles activités avaient lieu.

Aussi, la publication «La Gazette d'Éduc'alcool», journal spécial co-édité par les deux organismes québécois et français, aura été massivement diffusée dans les stands et dans les restaurants du site de même qu'à la salle de presse. Un commando d'étudiants la distribuaient partout. Elle n'a jamais été aussi utile.

Par ailleurs, Éduc'alcool a organisé, sous la présidence de Jean-Guy Dubuc, un colloque de réflexion sur les risques liés à la consommation des produits alcooliques. Son thème général : les professionnels

ÉE GÉNÉRALE ANNUELLE.



Pour sa part, le président du Conseil d'administration, Jean-Guy Dubuc, a partagé avec les membres ses réflexions sur la conjoncture actuelle et brossé des perspectives d'avenir. Il a évoqué les thèmes dominants du débat public sur l'alcool au Québec et en a fait valoir les conséquences sur les orientations d'Éduc'alcool et sur les obligations que cela lui impose.

La période de questions qui s'en est suivie a porté sur deux thèmes : les étiquettes de mise en garde et l'importance des programmes d'éducation par rapport aux campagnes de communication. Sur le premier thème, Éduc'alcool développera une prise de position rigoureuse soutenue par des références scientifiques. Sur le second, on souligne que le budget n'est pas le reflet de l'équilibre qui existe entre les différentes méthodes d'intervention. Les programmes éducatifs sont



au cœur de la mission d'Éduc'alcool, mais l'organisme a capitalisé cette année sur les investissements faits les années précédentes. Éduc'alcool poursuit cependant ses efforts de développement de programmes éducatifs de manière prioritaire sans négliger son mandat d'intervention sur la relation générale des Québécois à l'alcool qui passe par le renforcement positif et la responsabilisation globale.



Finalement l'Assemblée a réélu l'ensemble des administrateurs qui sollicitaient un renouvellement de mandat. De d. à g: Jean-François Côté, Robert Demoy, Jean-Guy Dubuc et, ne paraissant pas sur la photo, Christiane Langevin, Louise Nadeau, Philippe Châtillon et Serge Lafontaine.

UNE PRÉSENCE CONSTANTE.

face aux nouvelles interrogations des consommateurs. Il s'agissait de couvrir à la fois les risques portant sur l'image sanitaire des produits, mais aussi les risques des relations malsaines à l'alcool sur tous les plans. Pas seulement dans les verres. Ni seulement sur les routes.

La première partie du colloque a vu Marion Wolfers, secrétaire générale du Comité Vins (Bruxelles), Michel Bernard de Vin et société (France) et Gaston Melo de la FISAC (Mexique) exposer leur vision des réactions et des réponses des professionnels et leur mode d'organisation face aux risques sanitaires.

Dans un second temps, le colloque a abordé le côté pratique des choses. Des représentants d'organismes de responsabilité sociale, Juan Cusco de FIVIN (Espagne), Michael Gentsch de DIFA (Allemagne) et Hubert Sacy d'Éduc'alcool (Québec), ont expliqué comment, dans leur pays respectif, les professionnels ont réagi et répondu dans l'action au quotidien.



Les directeurs généraux d'Éduc'alcool France et Québec au stand.

Plate-forme des plus intéressantes, la formule gagnerait à être redéfinie à l'avenir. Éduc'alcool a tracé le bilan de cette expérience et entend faire des propositions constructives pour en améliorer la portée au prochain Vinexpo.

UN RETOUR À L'OPÉRATION-MIROIR.

L'une des campagnes étudiantes les plus réussies d'Éduc'alcool l'an dernier aura été celle que l'on avait baptisée «l'opération-miroir». Elle consistait à mettre les étudiants des collèges et des universités face à des situations embarrassantes et risibles dans lesquelles ils se mettent lorsqu'ils abusent de l'alcool.

C'est ainsi qu'une affiche représentant un fier-à-bras clamait simplement «As-tu vu qui tu as traité de twit au bar?», une autre représentant une jeune fille plutôt démodée demandait: «Te rappelles-tu qui tu as embrassé hier soir» alors qu'une troisième montrait un jeune homme peu attirant et demandait «Te souviens-tu avec qui tu as flirté au party?». La série avait connu un succès non négligeable. L'impact mesuré de la campagne avait démontré qu'elle était efficace.

Après avoir soumis de nouveaux concepts créés dans le même esprit à des groupes de

discussion composés de jeunes garçons et de jeunes filles des niveaux d'enseignement ciblés, Éduc'alcool a choisi de reconduire l'expérience. Les étudiants sondés ont, à toutes fins utiles, plébiscité les nouvelles créations.

Aussi, trois nouvelles affiches ont fait leur apparition sur les babillards des établissements d'enseignement. Elles prolongeaient les situations de l'an dernier et évoquaient trois situations embarrassantes: «Te rappelles-tu comment tu étais habillé au party?», demandait la première alors qu'un jeune à peine vêtu, avec un sous-vêtement sur la tête, semblait franchement ridicule. Sur la seconde, une femme pas particulièrement sobre demande «Te rappelles-tu m'avoir demandée en mariage hier soir?». Quant à la troisième, elle évoquait clairement la violence qui s'ensuit lorsqu'il y a abus d'alcool. Un jeune homme avec un œil au beurre noir, entouré de bouteilles brisées et la question: «Te rappelles-tu

pourquoi ton meilleur ami ne veut plus te voir?». Un signet, pratique et utile, était également distribué en guise de rappel de la campagne.

Campagne humoristique mais aussi invitation à marquer un temps d'arrêt, elle a nettement atteint son objectif de favoriser la réflexion des jeunes sur leurs comportements. Les évaluations faites par les responsables des établissements d'enseignement ne laissent place à aucune équivoque.

Parmi les commentaires, notons: «Vos messages sont pertinents et accrocheurs» (Collège Région de l'Amiante), «Les étudiants ont beaucoup apprécié. Les signets se sont vite envolés. Plusieurs ont demandé s'il y avait des affiches en trop» (Cégep de St-Félicien), «Affiches et signets ont été aimés. Le message passe. Continuez!» (Cégep de St-Jean sur le Richelieu).

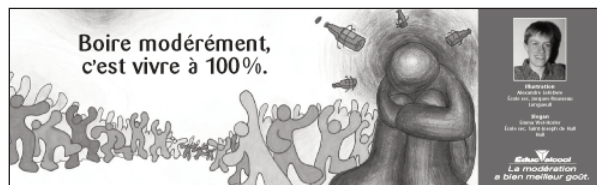
Mission accomplie.

NOUVEAU SUCCÈS DU CONCOURS «AFFICHE TA MODÉRATION»

Qu'ont en commun Cédric Vanier, 12 ans, du collège Antoine-Girouard de Saint-Hyacinthe, Emma Viel-Horler, 14 ans, de l'école secondaire Saint-Joseph de Hull et Alexandre Lefebvre, 17 ans, de l'école secondaire Jean-Jacques Rousseau de Longueuil?

publicitaire comportant un slogan, un dessin ou les deux. La création gagnante fait l'objet d'une véritable campagne publicitaire d'affichage dans les autobus des sociétés de transport des communautés urbaines de Montréal et de Québec.

mille participants ont créé leurs œuvres qui ont été jugées sur les bases du respect du thème, de l'originalité et de la créativité. Plus de 500 établissements ont participé au concours.



*Pénélope McQuade, porte-parole du concours, entourée des gagnants.
L'affiche gagnante: originalité, authenticité, respect du thème.*



Ils sont tous trois gagnants de l'édition 2001 du concours d'Éduc'alcool «Affiche ta modération» qui invite les jeunes écoliers à devenir concepteurs publicitaires d'un jour.

Sur le thème du slogan de notre organisme, la modération a bien meilleur goût, les jeunes sont appelés à créer une affiche

Afin d'inciter la participation au concours, Éduc'alcool avait un stand au salon de la jeunesse qui s'est tenu au Stade olympique de Montréal. De nombreux jeunes s'y sont installés jusqu'à cinq heures pour créer. La porte-parole du concours, la journaliste Pénélope McQuade, a effectué quelques visites au salon pour stimuler la participation. Mais c'est à l'école que la plupart des trois

Malgré le succès indiscutable de ce concours et son utilité affirmée par les évaluations des enseignants, il semble que la formule vieillisse. Éduc'alcool procèdera à une révision de ce programme et évaluera les diverses possibilités de le faire évoluer dans le sens du goût des jeunes, de leur volonté d'exprimer leurs idées et des objectifs qu'ils poursuivent.

LE PROGRAMME « À TOI DE JUGER » D'ÉDUC'ALCOOL : TÉMOIGNAGE D'UNE ENSEIGNANTE.

Je voudrais faire connaître mon appréciation concernant votre programme « À toi de juger » d'Éduc'alcool.

Tout d'abord, les extraits de l'émission télévisée « Watatatow » ont été appréciés par les élèves. Certaines de ces saynètes les ont amusés alors que d'autres les ont amenés à réfléchir sérieusement sur leur propre consommation, car ils se reconnaissaient.

Par la suite, ils ont discuté sur les différents « party » de fin de semaine et leurs habitudes de consommation. Votre test d'auto-évaluation à la page 3 nous a énormément aidé pour cet exercice et nous avons eu bien du plaisir à le faire.

Pour leur expliquer la façon de mesurer leur consommation d'alcool, j'avais apporté à l'école différents verres de boisson et une bouteille de bière vide. En me servant d'eau et de colorant, ils voyaient très bien la différence entre un verre de vin (5 oz) et un verre de spiritueux (1.5 oz). Cette expérience a été très surprenante pour eux.

J'ai photocopié pour chacun de mes élèves votre tableau sur les stades de l'ivresse et ses effets à la page 8. Ce document les a grandement intéressés en plus de la limite légale pour conduire sous forme de tableaux également.

J'ai grandement apprécié ce document, tant pour la réflexion qu'il suscite chez les élèves que pour son effet sur les attitudes et les comportements des jeunes face à leur consommation d'alcool.

J'ai eu beaucoup de plaisir à le travailler avec mes élèves de secondaire V, et ce, juste avant le bal de fin d'année. C'est un outil important de sensibilisation.

Continuez votre bon travail et si je puis vous aider d'une façon ou d'une autre, n'hésitez pas à communiquer avec moi.

Céline Brind'Amour, enseignante
Charlesbourg



NOUVELLES MENTIONS D'EXCELLENCE POUR LES CAMPAGNES D'ÉDUC'ALCOOL.

Cette année encore, Éduc'alcool a été gâté sur le plan de l'excellence de la qualité de ses communications.

Notre organisme a remporté la « Feuille d'or » de sa catégorie au concours qui récompense les meilleures publicités en magazine au Québec grâce à la campagne « degrés ». Les trois annonces retenues sont « Le contrat », « La drague » et « Le spectacle ». L'autre campagne finaliste était celle des Producteurs laitiers du Canada.

Par ailleurs, deux nouvelles mentions d'excellence s'ajoutent à notre palmarès au concours de création du Publicité club de Montréal :

- Le « verre de trop » dans la catégorie des messages radio ;
- la campagne des cartes de Noël dans la catégorie « Grandes causes humanitaires ».

Naturellement, Éduc'alcool ne fait pas des campagnes pour gagner des prix, mais quand nous en gagnons, il n'est pas interdit de s'en réjouir.



BRÈVES

• Le projet de mise à jour de notre programme «**Action Serveurs**», destiné à sensibiliser les employés et les gérants des établissements licenciés à leurs responsabilités légales et sociales de même qu'à les former à la gestion des clients problématiques, est sur le point d'aboutir. Un travail considérable de révision a été entrepris avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, la Ligue de sécurité du Québec et la Régie des alcools, des courses et des jeux. On y reviendra.

• Cet automne, Éduc'alcool sera à nouveau de la partie avec le ministère québécois de la Santé et des Services sociaux à l'occasion de la **Semaine de prévention de la toxicomanie**. Des activités pédagogiques seront proposées aux écoles du Québec et des outils destinés aux parents ont été créés. Le slogan s'adressant aux jeunes est «Les amis, ça c'est trippant» alors que l'on lancera aux parents l'invitation suivante: «Pratiquez un support extrême avec votre ado!».

• Le **site Internet** d'Éduc'alcool a été entièrement revu, dynamisé et restructuré. Cela en vaut vraiment la peine puisqu'il a franchi cet été le cap des trois millions et quart de visiteurs. Le mois d'avril dernier a battu tous les records de fréquentation, mais le mois de mai n'est pas loin derrière. Parmi les ajouts au site: les nouvelles publications d'Éduc'alcool, bien sûr, mais aussi une section «publicité» qui vaut sans doute le détour.

• Éduc'alcool prolonge sa contribution à la promotion du programme **Alcochoix** qui vise à aider les personnes qui boivent trop d'alcool à se reprendre en main et à garder le contrôle sur leur consommation. Donnée dans les CLSC participants, la série de sept étapes

permet une prise de conscience graduelle et l'acquisition de techniques de contrôle. Éduc'alcool assure la publicité des cours et en produit les instruments de promotion.

• L'automne prochain, on verra toutes les sociétés des alcools du Canada mener simultanément la même campagne sur le thème du **refus de vendre** de l'alcool aux mineurs. Les deux messages centraux de cette «première» au pays sont: «N'achetez pas d'alcool pour les mineurs», message s'adressant aux adultes et «N'essayez pas d'acheter de l'alcool, c'est interdit», message s'adressant aux moins de 18 ans. C'est Éduc'alcool qui coordonne cette campagne.

• Éduc'alcool renouvelle également son entente de partenariat avec la **Société de sauvetage**. Deux nouveaux projets ont vu le jour cet été: la campagne de sensibilisation sur la sécurité dans les piscines résidentielles pour prévenir les traumatismes des enfants de moins de 5 ans et la campagne de sensibilisation aux règles de sécurité nautique et aquatique, le port du vêtement de flottaison et la modération dans la consommation d'alcool lors de la pratique d'activités de chasse et de pêche.

• Le Conseil d'administration d'Éduc'alcool a autorisé la création d'une nouvelle bourse Marie-Soleil Tougas à l'Université de Sherbrooke. Cette bourse permet à des étudiants en toxicomanies de faire des stages de perfectionnement à l'étranger. Elle est accessible aux étudiants de l'Université de Montréal depuis 5 ans. La récipiendaire 2001 de l'Université de Sherbrooke est madame Nicole Payant. On pourra lire son témoignage dans une prochaine édition de Nouvelles Éduc'alcool.

• Répondant à l'appel du Conseil international sur les problèmes de l'alcoolisme et des toxicomanies (**CIPAT**) dont il est membre, Éduc'alcool a fait un don de 2000 francs suisses à cette organisation non-gouvernementale dont le directeur général est l'un des administrateurs. Notre affiliation au CIPAT nous donne accès à de nombreuses ressources de partout à travers le monde et contribue grandement à enrichir notre réflexion.

• En fin de compte, le ministre des Transports du Québec, Guy Chevrette, a renoncé à son projet d'abaisser le **taux légal d'alcool** pour conduire à 50 mg d'alcool par 100 ml de sang pour combattre les récidivistes de l'abus d'alcool au volant. Le Point zéro huit ne deviendra donc pas Point zéro cinq. Le ministre semble s'être rangé aux arguments scientifiques, dont ceux qu'a fait valoir Éduc'alcool, qui démontraient clairement l'inefficacité d'une telle mesure.

• Le slogan et le logotype d'Éduc'alcool continueront de figurer au recto des cartes de **sentiers de motoneige** de toutes les régions touristiques du Québec. Notre organisme a en effet renouvelé son partenariat avec les associations touristiques régionales qui publient ces cartes. Un rappel plus qu'opportun sur les sentiers.

• La **situation financière** d'Éduc'alcool se maintient au beau fixe; le Conseil d'administration recevant des rapports réguliers des revenus et exerçant une gestion rigoureuse des dépenses. Les revenus de l'année sont, jusqu'ici, conformes aux prévisions et les montants disponibles permettront à notre organisme de mettre en œuvre l'ensemble des mesures prévues au plan d'action.

**NOUVELLES
NOUVELLES
Éduc'alcool**

BULLETIN D'INFORMATION

Dépôt légal:

Bibliothèque nationale du Québec

Conseil d'administration:

Jean-Guy Dubuc, Robert Demoy,
Christianne Langevin, Philippe Châtillon,
Louise Nadeau, Charles Côté,
Jean François Côté

Direction générale:

Hubert Sacy

Comité de rédaction:

Jean-Guy Dubuc, Hubert Sacy,
Sonia Duguay

Conception et rédaction:

Communications bleu blanc rouge
Graphisme: Studio 8

Adresse de correspondance:

606, rue Cathcart, bureau 700
Montréal (Québec) H3B 1K9

Téléphone: (514) 875-7454

Télécopieur: (514) 875-5990

Courriel: info@educalcool.qc.ca

Internet: <http://www.educalcool.qc.ca>