NOUVELLES
NOUVELLES
NOUVELLES
Éduc alcool

Automne 2004, NUMÉRO 29

UN ENGAGEMENT NÉCESSAIRE

Vous vous souviendrez sans doute que votre conseil d'administration vous a proposé la tenue d'un colloque sur le projet de code d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques. Il a ainsi voulu vous convier à une réflexion profonde qui comporte plusieurs dimensions, toutes aussi importantes les unes que les autres.

De fait, il nous donne l'occasion de nous interroger sur la responsabilité sociale que doit porter et véhiculer l'industrie de l'alcool lorsqu'elle commercialise ses produits. Nous convenons tous que l'alcool n'est pas un produit comme un autre. Et nous savons que les problèmes qu'entraîne sa surconsommation commandent à ceux qui en font la promotion de suivre des règles strictes. Mais lorsque vient le moment de mettre en pratique ce dont nous convenons en théorie, cela peut provoquer certaines remises en cause.

Nous aurons aussi l'occasion de comparer nos pratiques avec celles d'autres entreprises qui ne sont pas membres d'Éduc'alcool. Et nous serons à même de constater les différences majeures qui nous séparent. Il y a certaines pratiques commerciales qui sont pour le moins gênantes. « Quand on se compare, on se console », affirme le dicton. En ce sens, notre événement aura, pour nos membres issus de l'industrie, une dimension rassurante.

Ce colloque doit être une réussite. Nous attendons au moins dix participants qui proviennent de chaque secteur d'Éduc'alcool, qui sont représentatifs mais qui sont aussi des décideurs dans leur milieu. Et nous nous attendons aussi à ce qu'ils en ressortent enrichis de la réflexion, bien sûr, mais aussi déterminés à mieux concilier leurs impératifs commerciaux avec leurs obligations sociales.

Le colloque sur le projet de code d'éthique se voudra enrichissant à tous points de vue. Il se voudra aussi stimulant. Il sera l'occasion de mieux exprimer le nécessaire engagement social

Jean-Guy Dubuc
Président du conseil d'administration

LE PROGRAMME PARENTS-ENFANTS CONNAÎT UN SUCCÈS SPECTACULAIRE.

LA CRÉDIBILITÉ D'ÉDUC'ALCOOL ATTEINT DE NOUVEAUX SOMMETS

En lançant son programme pour aider les parents à parler d'alcool avec leurs enfants à la fin avril, Éduc'alcool n'a pas fait que remporter un immense succès populaire. La crédibilité de l'organisme, qui était déjà fort élevée il y a deux ans, a atteint un sommet : 80 % des Québécois considèrent qu'Éduc'alcool est un organisme crédible alors qu'à peine 14 % pensent le contraire.

Le succès du guide *Parler d'alcool avec ses enfants sans être dépassé* a été immédiat. Près d'un quart de million d'exemplaires ont été diffusés en quelques semaines et l'on envisage déjà l'impression d'une seconde édition. Les témoignages sont parvenus de tous les horizons : parents, établissements d'enseignement, milieux de santé publique, secteur de la prévention, éducateurs et politiciens ont été unanimes à vanter la qualité de notre guide, la pertinence de son approche et la justesse de ses orientations. Les témoignages de l'étranger ne sont pas en reste. Ils proviennent d'une vingtaine de pays. Une version en Portugais sera bientôt éditée par Lasvin, un organisme d'information sur le vin, basé au Portugal. Plusieurs provinces du Canada envisagent de l'éditer sur leur territoire.

Le lancement du programme a procuré à Éduc'alcool une couverture de presse abondante. La campagne publicitaire qui l'a accompagné a permis aux quotidiens, aux magazines et aux stations de radio d'y apporter une contribution généreuse. Tous les établissements d'enseignement primaire, qu'ils soient francophones ou anglophones, publics ou privés, ont bien voulu distribuer le guide à leurs élèves de 5e et de 6e année pour que ceux-ci les remettent à leurs parents.

Les recherches menées par des maisons indépendantes ont rapporté que plus d'un Québécois sur deux avait entendu parler du guide d'Éduc'alcool. La campagne publicitaire, elle, a bénéficié d'un taux de notoriété de plus de 70 %, ce qui est exceptionnel pour une campagne à petit budget. La notoriété d'Éduc'alcool a fait un bond en avant, passant de 57 à 70 %. Chez les francophones, elle a même atteint 77 %.

Fruit de deux années de recherches et d'efforts, le guide *Parler d'alcool avec ses enfants* est mis gratuitement à la disposition des parents québécois. Pour se le procurer, il suffit d'appeler le 1-888-ALCOOL1 ou encore de le commander sur le site www.educalcool.qc.ca

EN 2004-2005

UN PLAN D'ACTION AMBITIEUX POUR ÉDUC'ALCOOL

Le plan d'action adopté par le conseil d'administration d'Éduc'alcool constitue la feuille de route de notre organisme pour l'année. Celui de 2004-2005 est particulièrement chargé et ambitieux. Il parvient à répondre à la fois aux attentes des membres et aux besoins de la population québécoise.

Bien entendu, tout n'y est pas nouveau dans le plan d'action. Diverses priorités ont commencé à se dégager dès l'an dernier et certaines actions font partie des mandats permanents de l'organisation. Toutefois, plusieurs dossiers ressortent du lot.

Les nouveaux dossiers

Si deux des priorités, la campagne sur le calage d'alcool et le colloque sur le code d'éthique, font l'objet d'articles spécifiques dans ce numéro, trois autres n'en sont pas moins essentiels.

Avec la publication d'une nouvelle plaquette décrivant les effets de l'alcool sur la santé, Éduc'alcool ne se contentera pas de mettre à jour sa brochure sur le sujet dont le succès commandait une nouvelle édition. Il profite de cette réédition pour en élargir la couverture et traiter de tous les aspects de la question sans se limiter comme auparavant aux seules maladies cardio-vasculaires.

Par ailleurs, Éduc'alcool a entrepris de colliger les données requises pour évaluer la pertinence de mener une campagne sur l'alcool et la violence familiale. En effet, à la suite du décès de Marie Trintignant tuée par son conjoint à Vilnius à l'issue d'une querelle, notre organisme a évoqué la possibilité de mener une campagne sur le thème « *Ce n'est pas le moment de se quereller lorsqu'on a bu* ».

Enfin, Éduc'alcool profitera des diverses occasions d'intervenir qui se présenteront pour faire valoir que la possession d'un permis d'alcool est un privilège assorti d'obligations, ces deux éléments étant indissociables. En ce sens, la promotion du programme Action Service, destiné aux propriétaires est serveurs des établissements licenciés, sera relancée dès cette année.

Des projets à poursuivre

Le plan d'action de l'année comprend la réactualisation de multiples dossiers dont plusieurs subissent des réorientations. C'est le cas notamment du programme *S'entraider à modérer*. Ce concours, qui vise les maisons de jeunes, avait atteint ses limites. La formule a été entièrement repensée.

Le projet *Impro Éduc'alcool*, mené en partenariat avec Juste pour rire, a connu un tel succès qu'il sera amplifié et poursuivi. C'est également le cas du doyen de nos programmes scolaires *À toi de juger* - qui date de 1990, dont la popularité ne se dément pas et qui a une capacité de renouvellement permanente.

Pour sa part, notre programme sur Internet *Questions d'alcool : À toi de jouer* a connu un bond spectaculaire avec la publication du guide *Parents-enfants* puisque ce dernier fait largement et régulièrement référence à ses capsules d'information. Avec la campagne sur le calage d'alcool, nous avons observé le même phénomène. De nouvelles capsules seront donc produites, mais un effort majeur sera également fait pour promouvoir ce programme.

Il va également de soi qu'Éduc'alcool continuera à promouvoir le guide *Parents-enfants*. Une nouvelle offensive promotionnelle aura lieu dès cet automne et nous tenterons avec des partenaires de l'enraciner dans les divers milieux par des activités d'animation terrain.

Par ailleurs, après neuf ans de collaboration avec les *associations touristiques régionales*, le temps est venu de réviser nos ententes et d'en élargir la portée. En plus de viser les motoneigistes, nous ciblerons aussi désormais les conducteurs de VTT. Une entente triennale a été conclue avec ce partenaire.

Naturellement, tous ces projets ne remplacent pas les activités bien enracinées d'Éduc'alcool qui figurent dans ses mandats permanents ; ils s'ajoutent pour nous promettre une année bien remplie.

ÉDUC'ALCOOL LANCE UNE VASTE CAMPAGNE CONTRE LE « CALAGE » D'ALCOOL

À l'occasion de la rentrée, Éduc'alcool a lancé une vaste campagne contre le « calage » d'alcool. Cette décision fait suite au décès de deux jeunes hommes et aux recommandations de la coroner Andrée Kronström qui avait enquêté sur la mort du jeune Alexandre Rail-Vaillancourt à la mémoire duquel est dédiée cette campagne.

Le « calage » est une activité qui consiste à boire la plus grande quantité d'alcool possible le plus rapidement possible. Il peut s'agir d'un concours ou d'un défi organisé par un bar, un organisme, une association ou encore d'une activité improvisée par un groupe d'amis dans un lieu public ou privé. Naturellement, c'est une pratique qui est totalement illégale dans les lieux publics incluant les établissements d'enseignement.

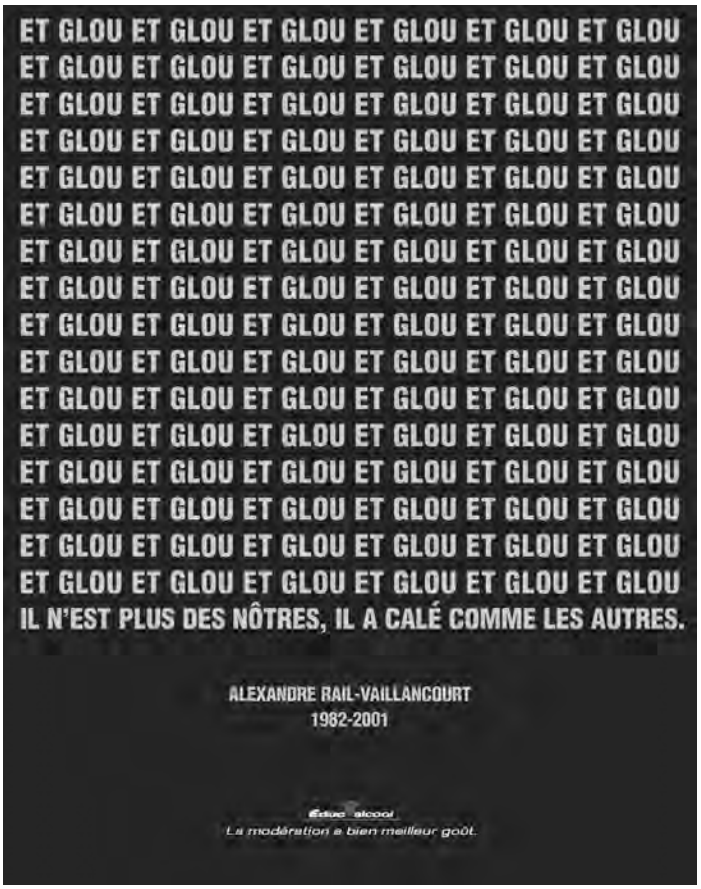
Le calage d'alcool : dangereux... à mort

Éduc'alcool a demandé et obtenu de toutes les universités et de tous les collèges du Québec qu'ils mènent dans leur établissement une campagne d'affichage massif et qu'ils remettent à tous et chacun de leurs étudiants le dépliant de sensibilisation produit pour la circonstance.

Cet outil d'information explique ce qu'est le « calage ». Il fait état des dangers qu'encourent ceux qui le pratiquent à différents niveaux d'intoxication. Il permet de mieux connaître et de mieux comprendre le taux d'alcoolémie. Il donne également des indications sur ce qu'il convient de faire pour résister aux pressions des pairs et sur la manière de se comporter face à une activité de « calage » en préparation ou en cours. Il informe enfin sur les mesures à prendre dans les cas d'intoxication à l'alcool.

De plus, Éduc'alcool a créé une capsule d'information intitulée *Rien à gagner* que l'on peut consulter sur son site Internet.

Quant à l'affiche, elle reprend la chanson thème des activités de « calage » (Et glou, et glou, et glou...), mais elle en détourne la fin de manière dramatique puisque, dans ce cas-ci, *il n'est plus des nôtres*, *il a calé comme les autres*. Et c'est le nom d'Alexandre Rail-Vaillancourt, suivi des années de sa naissance et de sa mort, qui conclut le message affiché.



Les médias sollicités

De plus, Éduc'alcool a produit des messages télévisé et radiophonique sur le thème même de l'affiche. L'organisme a invité l'ensemble des médias électroniques à les diffuser sans frais. Les quotidiens sont également sollicités pour qu'ils publient des annonces imprimées gracieusement.

Éduc'alcool considère que la lutte au « calage » d'alcool est une responsabilité collective et que la contribution de tous est nécessaire pour enrayer le problème à la source. Il faut empêcher que s'organisent des activités de « calage » d'alcool. L'information, l'éducation et la sensibilisation sont les meilleurs outils de prévention.

Les détenteurs de permis interpellés

L'organisme rappelle aussi aux détenteurs de permis d'alcool qu'ils doivent exercer leurs responsabilités sociales sans réserve et qu'organiser des activités de calage est non seulement illégal, mais surtout profondément immoral. Détenir un permis d'alcool est un privilège qui est assorti d'obligations. On ne peut bénéficier de l'un sans exercer les autres.

Éduc'alcool a voulu donner un grand impact à cette campagne. L'organisme estime que la pratique est si dangereuse qu'il faut renseigner sans délai les jeunes sur ses conséquences, même si elle n'est que le fait d'une petite minorité. Une seule mort, est une mort de trop. Pour Éduc'alcool, il ne faut pas attendre qu'un autre décès survienne avant de prendre tous les moyens pour mettre fin à cette pratique qui peut être dévastatrice.

REGARDS SUR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

L'assemblée générale annuelle d'Éduc'alcool, tenue en mai dernier, a connu un grand succès de participation puisque plus d'une quarantaine de membres s'y sont présentés. Cette participation était toutefois inégale, certains secteurs étant particulièrement sous-représentés. Des réaménagements apportés à l'organisation ont rendu la réunion plus dynamique que celles des années précédentes.

La soirée s'est terminée par un cocktail dînatoire qui a permis à tous les membres de discuter dans une ambiance cordiale des réalisations d'Éduc'alcool et des défis qu'il lui reste à relever dans l'avenir.

Dans son allocution d'ouverture, le président Jean-Guy Dubuc a évoqué le succès du guide *Parents-enfants* avant d'aborder la nécessaire poursuite et l'élargissement du débat sur le code d'éthique de l'industrie. Il a annoncé la tenue d'un colloque sur le sujet. S'inquiétant de la prolifération de promotion visant la consommation excessive chez certains détenteurs de permis, il a souligné l'importance de prendre position sur la nécessité de les forcer à remplir leurs responsabilités sociales.

Notre secrétaire, Sylvain Laporte, a présenté le procès-verbal de la dernière assemblée générale annuelle alors que notre trésorière Marcelle Girard a passé en revue les revenus et les dépenses de l'organisme pour l'année financière qui a pris fin. Éduc'alcool est en bonne santé.

Par la suite, le directeur général, Hubert Sacy, a présenté un résumé des principales activités d'Éduc'alcool depuis la dernière assemblée. Les réunions du Conseil d'administration, les affaires institutionnelles, les campagnes de communication, les programmes éducatifs de même que le rayonnement local et international d'Éduc'alcool sont passés en revue. La présentation était ponctuée par la diffusion d'illustrations des différents programmes, annonces et campagnes.

Une période de questions et d'échanges s'en est suivie avant que l'assemblée ne procède à l'élection des administrateurs pour 2004-2005. Tous les administrateurs sortants ont été réélus.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

À l'issue de l'assemblée générale annuelle, le conseil d'administration d'Éduc'alcool est composé des personnes suivantes :

- Jean-Guy Dubuc, président
- Robert Demoy, vice-président
- Sylvain Laporte, secrétaire
- Marcelle Girard, trésorière
- Louise Nadeau
- Valérie Bizier
- Charles Côté
- Loïc Lefebvre
- Jocelyn Tremblay

Ce dernier a été élu par le conseil d'administration pour remplacer Dominique-Ann Coffin, aujourd'hui en congé de maternité, à titre d'administrateur issu de l'AQAVBS.

UN COLLOQUE SUR LE CODE D'ÉTHIQUE DE L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DE L'ALCOOL

Le débat lancé par le conseil d'administration d'Éduc'alcool sur le projet de code d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques a soulevé beaucoup d'intérêt dans les rangs de notre organisme. Bien que les méthodes de consultation interne aient varié d'un secteur à l'autre, des commentaires, des suggestions et des questionnements ont surgi de l'ensemble de la démarche.

Certes, il y a un large consensus en nos rangs sur la nécessité d'un code d'éthique et sur les principes à mettre en œuvre. L'étendue des sujets à couvrir ne semble pas non plus poser de problèmes insurmontables.

Aussi, après avoir mené une consultation dans chacun des secteurs pris isolément, le conseil d'administration a estimé qu'il fallait passer à l'étape de la mise en commun des réflexions et de débuter le dialogue sur le sujet entre professionnels de différents secteurs. Pour que l'adhésion au code d'éthique soit solide et engageante, il importe non seulement de partager les valeurs qui le sous-tendent, mais aussi de s'informer mutuellement de la vision, des contraintes et des particularités de chacune des composantes de notre organisme.

C'est ainsi que les membres d'Éduc'alcool issus de l'industrie des boissons alcooliques seront bientôt convoqués à un colloque sur le projet de code d'éthique. D'une durée d'une journée, ce colloque permettra à des décideurs de chacun des six membres institutionnels de notre organisme de jeter les bases et les fondements de ce qui sera appelé à devenir le guide de leur responsabilité sociale.

ÉDUC'ALCOOL ET SES PARTENAIRES ENVISAGENT LA RELANCE D'ACTION SERVICE

Il y a trois ans, Éduc'alcool, l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec et la Ligue de sécurité du Québec lançaient le nouveau programme Action Service destiné aux propriétaires et aux serveurs des établissements licenciés. Ce projet visait à les renseigner sur leurs obligations légales et réglementaires, à les aider à repérer un client qui a trop consommé d'alcool et à gérer les cas problématiques. La Régie des alcools, des courses et des jeux a également participé à l'élaboration du programme

Contrairement à la situation qui prévaut dans d'autres pays, voire dans d'autres provinces, le programme québécois n'est pas obligatoire. Éduc'alcool a accepté de suivre la recommandation de la Corporation des propriétaires de bars, brasseries et tavernes ainsi que celle de l'Association des restaurateurs du Québec à l'effet que le cours soit facultatif de manière à laisser sa chance à l'incitation.

Éduc'alcool a donc mené, durant trois ans, une vaste campagne de promotion du cours tant par publipostage que dans les publications spécialisées de même que par le biais de l'affichage dans les établissements licenciés. Les associations professionnelles impliquées ont aussi fait la promotion du programme dans leurs rangs.

Un premier bilan des inscriptions au cours démontre qu'environ 1 200 personnes ont suivi Action Service. C'est à la fois beaucoup et pas assez, considérant le nombre potentiel de personnes concernées. Aussi, Éduc'alcool a pris l'initiative de réunir autour d'une même table l'ensemble des partenaires du projet afin de déterminer les raisons qui ont conduit à ce résultat et de dégager des orientations pour assurer une plus grande participation des établissements licenciés à l'avenir.

ÉDUC'ALCOOL PRÉSENT AU SALON DES VINS ET SPIRITUEUX

Éduc'alcool poursuit sa politique de présence partout où l'on retrouve des consommateurs d'alcool. C'est ainsi que notre organisme était présent au Salon biennal des vins et spiritueux de Montréal.

Le message de notre organisme était bien visible sur les sacs qui étaient remis à chaque participant à son arrivée au salon. Il était également présent dans le programme, sur les éléments de signalisation ainsi que sur les affiches de l'événement.

Innovation cette année : l'aire de repos Éduc'alcool permettait aux visiteurs de faire une pause en profitant des bancs mis à leur disposition par notre organisme et que l'on avait pris soin d'entourer d'affiches prônant la modération.

Le message d'Éduc'alcool était également bien présent et fort en évidence au Festival de la gastronomie de Québec, à la Fête Bières et saveurs de Chambly, à la Fête des Vendanges de Magog, aux Couleurs et saveurs de Chaudière-Appalaches ainsi qu'au Salon de dégustation des Laurentides.

Mine de rien, ces salons nous permettent de rejoindre au-delà d'un million de Québécois.

CAMPAGNE D'ÉTÉ D'ÉDUC'ALCOOL : UN FRANC SUCCÈS

La campagne estivale d'Éduc'alcool a connu cette année encore un franc succès. Près d'un demi-million de cartes postales sur le thème *Y'a pas que le soleil qui tape*, ont été mises à la disposition des Québécois pour les inviter à la modération dans leur consommation d'alcool avec un sourire en illustrant les inconvénients de l'abus.

Les présentoirs de cartes gratuites étaient aussi chapeautés par des affichettes d'Éduc'alcool. Elles étaient exposées bien en vue dans 570 établissements et dans 400 succursales de la SAQ. Au total on évalue que les cartes et les affiches ont produit plus de onze millions d'impressions publicitaires.

Plus de 80 % des cartes ont été prises, ce qui représente un taux enviable puisque cet indice est sans appel : les cartes qui ne sont pas populaires restent dans les présentoirs.

ÉDUC'ALCOOL ET JUSTE POUR RIRE RENOUVELLENT LE PROJET D'IMPRO

Le bilan est édifiant : 70 écoles participantes, 122 équipes d'improvisation, 7 500 participants, 75 000 jeunes rejoints pas le message d'Éduc'alcool et une couverture de presse enviable. La seconde édition du programme d'Impro Éduc'alcool-Juste pour rire a dépassé, et de loin, les objectifs des organisateurs conduisant le conseil d'administration d'Éduc'alcool à prolonger le programme pour trois années additionnelles.

L'improvisation est une activité très populaire auprès des jeunes de 12 à 17 ans au Québec. Cet engouement a poussé Éduc'alcool et Juste pour rire à organiser un tournoi auquel participent des équipes de jeunes qui livrent eux-mêmes à leurs pairs le message de modération. De fait, un thème sur trois sur lesquels les équipes sont appelées à improviser traitent de consommation d'alcool. Souvent les jeunes improvisateurs puisent leur inspiration à même leur vécu et leur expérience. Ils sont authentiques, crédibles, convaincants.

Par ailleurs, une abondante couverture de presse permet de relayer le message au-delà des écoles. La participation des finalistes à une joute dans le cadre du Festival Juste pour rire donne un rayonnement particulier à l'événement. La partie qui oppose les vainqueurs de notre tournoi aux « pros » du National d'impro est source additionnelle de motivation.

Pour les trois années à venir, l'objectif consistera à faire passer le nombre d'équipes participantes à 160, le nombre de participants à plus de 10 000 et le nombre de jeunes rejoints à 105 000. Un beau défi qu'il sera emballant de relever.

UN NOUVEAU PRIX D'EXCELLENCE POUR ÉDUC'ALCOOL

Une autre campagne d'Éduc'alcool a été primée lors du concours 2004 du Publicité Club de Montréal. De fait, dans la catégorie très convoitée de la publicité sociétale, la campagne *Capsules* s'est méritée un Coq de bronze. L'exploit est d'autant plus appréciable qu'il s'agissait d'une campagne d'affichage, à petit budget, qui se retrouvait dans la même catégorie que des messages télévisés à forte intensité émotive.

Il est vrai qu'Éduc'alcool ne mène pas ses campagnes pour remporter des prix. Mais il est toujours agréable d'en recevoir.

LE 11 MAI 2005 À 17 H 30 ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE D'ÉDUC'ALCOOL. NOTEZ-LA À VOTRE AGENDA.

BRÈVES

• Éduc'alcool participera pour la première fois au **Salon du livre de Montréal**. Jusqu'ici, n'ayant pas édité de « livre » à proprement parler, notre organisme n'avait pas été sollicité et n'avait pas envisagé participer à cet événement. Avec la publication du guide pour aider les parents à parler d'alcool avec leurs enfants, une publication de 32 pages, nous avons désormais un produit à promouvoir. Une première expérience donc pour diffuser le guide et recueillir des témoignages et des réactions en direct dans un événement largement fréquenté par notre groupe cible. Si l'expérience s'avère concluante, on envisagera la participation à d'autres salons du livre.

• Le site Internet d'Éduc'alcool s'est enrichi de plusieurs **nouvelles capsules** dans sa section *Questions d'alcool : À toi de jouer*. La fréquentation de cette section a fait un bond spectaculaire avec la publication du guide pour les parents. Ce dernier contient en effet de nombreuses références aux capsules du site. Avec la campagne contre le calage d'alcool, une nouvelle capsule a vu le jour sur ce thème et a été promue par le dépliant.

• C'est finalement Éduc'alcool qui signera la campagne de la **sécurité sur les sentiers et sur l'eau** que mèneront conjointement en 2005 les sociétés des alcools du Canada La campagne visera les conducteurs de véhicules tout-terrains (VTT), de motoneiges et de motomarines. Le thème central en sera : *Attendez d'avoir terminé votre activité avant de prendre un verre*. Trois affiches seront produites et se retrouveront dans les succursales de la SAQ.

• Éduc'alcool poursuit néanmoins ses propres campagnes qui visent les **motoneigistes et les conducteurs de VTT**. Notre organisme a en effet renouvelé son partenariat avec les associations touristiques régionales qui apposent notre slogan et notre logotype sur les cartes des sentiers de motoneige. Un rappel fort pertinent que l'on retrouvera aussi désormais sur les cartes de sentiers de véhicules tout-terrains. Avec la Société de sauvetage, nous poursuivons nos campagnes sur et autour des plans d'eau.

• Les récipiendaires des deux **bourses Marie-Soleil Tougas** que remet chaque année Éduc'alcool à des étudiants en toxicomanie des universités de Montréal et de Sherbrooke pour les aider à faire un stage de perfectionnement dans le domaine des dépendances en Europe, sont Martine Vidal et Mélanie Côté. Avec la hausse du coût de la vie en Europe et la dépréciation du dollar par rapport àl'Euro, le conseil d'administration d'Éduc'alcool a accédé à la demande des universités de relever à deux mille dollars le montant des bourses.

• Éduc'alcool est intervenu dans le dossier de **l'utilisation inappropriée du terme « cidre »** pour désigner du jus de pomme. Notre organisme a rappelé à l'Agence canadienne d'inspection des aliments et au ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'alimentation du Québec que le cidre est une boisson alcoolique produite par la fermentation du jus de pomme. Sans alcool, pas de cidre. Notre organisme a soutenu qu'il ne fallait pas tromper les consommateurs sur la nature des produits qu'ils achètent.

• Le programme **À toi de juger** qui s'adresse aux étudiants de 5e et de 6e années du primaire et du niveau secondaire a été très bien « noté » par les enseignants de formation personnelle et sociale de ces niveaux. Une enquête menée par un organisme indépendant a donné des résultats plus que satisfaisants. Plusieurs suggestions d'amélioration ont été apportées qui seront intégrées au programme de cette année.

• Éduc'alcool prépare déjà activement les activités qui se tiendront à **Vinexpo 2005** dans le cadre de l'Opération *Savoir boire. Savoir vivre*. qui invite les professionnels de l'industrie des boissons alcooliques à une réflexion sur un enjeu important : les excès d'alcool qui s'apparentent aux excès alimentaires. Aussi, Éduc'alcool et la Sopexa se proposent d'organiser un colloque sur le thème du bien manger et du bien boire. Une proposition en ce sens a été soumise à la direction de Vinexpo qui lui a réservé un premier accueil favorable. À suivre.

• Mauvaise nouvelle dans le monde de la responsabilité sociale. **DIFA Forum**, équivalent d'Éduc'alcool en Allemagne a fermé ses portes après 15 ans d'existence. Ses membres ayant décidé de mener chacun leurs propres projets et campagnes d'éducation. Éduc'alcool et DIFA entretenaient des relations de coopération et d'amitié. Les échanges d'information étaient fréquents entre les deux organismes.

• La **situation financière** d'Éduc'alcool demeure au beau fixe. Les multiples projets menés par notre organisme se font toujours dans le respect de règles rigoureuses et sous la supervision constante du conseil d'administration. Les réductions considérables de coûts et les gratuités dont bénéficie Éduc'alcool lui permettent d'avoir un impact bien plus considérable que ses ressources financières lui permettraient, seules, d'obtenir.

NOUVELLES NOUVELLES Éduc'alcool

BULLETIN D'INFORMATION
Dépôt légal :
Bibliothèque nationale du Québec

Conseil d'administration :
Jean-Guy Dubuc, Robert Demoy, Sylvain Laporte, Marcelle Girard, Louise Nadeau, Valérie Bizier, Charles Côté, Loïc Lefebvre, Jocelyn Tremblay
Direction générale :
Hubert Sacy
Comité de rédaction :
Jean-Guy Dubuc, Hubert Sacy, Sonia Duguay

Graphisme :
bleu blanc rouge
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 : www.educalcool.qc.ca

Imprimé sur papier recyclé