

Rapport annuel 2022-2023

# Prendre conscience de notre relation à l'alcool

L'approche renouvelée  
d'Éduc'alcool

**Éduc**  **alcool**

La modération a bien  
meilleur goût.



# TABLE DES MATIÈRES

4

Mot du président  
du conseil  
d'administration

6

Mot de la  
directrice  
générale

8

Planification  
stratégique et  
nouvelle approche

16

Sommaire  
des activités  
marquantes

26

États  
financiers

28

Gouvernance

30

Partenaires

31

Conclusion



# Mot du président du conseil d'administration

## Richard Gagnon

Président du conseil d'administration d'Éduc'alcool

Que ce soit par les choix stratégiques qui ont été privilégiés ou encore l'infrastructure administrative qui a été mise en place, l'année 2022-2023 laissera des traces déterminantes et positives pour le futur d'Éduc'alcool.

### Une réorganisation administrative réussie

C'est avec enthousiasme que le conseil d'administration a accompagné sa nouvelle directrice générale dans la mise en place d'une structure de fonctionnement renouvelée, soutenue par des processus administratifs rigoureux et une organisation du travail centrée sur les résultats. Cette réforme était toute naturelle alors que notre directrice générale en était à sa première année avec le mandat de rapatrier au sein de l'organisation plusieurs fonctions qui étaient, depuis plus de trente ans, imparties à une entreprise externe. Comme c'est souvent le cas, pareille réorganisation génère son lot d'incertitudes et de préoccupations chez celles et ceux qui œuvrent au sein de l'organisation, et suscite aussi l'apport de sang neuf. C'est dans ce contexte que je veux remercier M<sup>me</sup> Sonia Duguay, qui a quitté l'organisme, pour ses nombreuses années de bons services; j'en profite aussi pour souhaiter la bienvenue à M<sup>mes</sup> Sophie Lafrance et Julie Blaudin de Thé, qui se sont jointes à notre organisation.

### L'application du code d'éthique de l'industrie des boissons alcoolisées

Le conseil d'administration a convenu de confier la responsabilité d'assurer l'application du code d'éthique de l'industrie des boissons alcoolisées à un organisme externe et totalement indépendant d'Éduc'alcool. Il s'agit de l'organisme à but non lucratif des Normes de la publicité – Canada (NPC), qui viendra remplacer le conseil d'éthique en place depuis quelques années. Cette mesure vise à ne laisser place à aucun doute concernant l'indépendance et l'objectivité lors du traitement des plaintes touchant des membres

d'Éduc'alcool. NPC recevra et traitera les plaintes, étudiera et publicisera les blâmes s'il y a lieu, et produira un rapport annuel de ses activités. Cette décision fait suite à la recommandation de conseillers externes indépendants mandatés pour guider le conseil d'administration dans sa réflexion sur cette question.

### Une stratégie d'information et de sensibilisation renouvelée

Le conseil d'administration, après avoir étudié les recommandations de son conseil scientifique, a convenu d'initier un virage dans sa stratégie d'information et de sensibilisation de la population. Cette stratégie mise davantage sur la promotion d'une consommation responsable adaptée à la réalité de chaque personne, en fonction des risques liés à la santé, à la génétique ou au mode de vie de cette personne, que sur le message des dernières années qui portait sur une quantité quotidienne maximale de

consommations, comme le recommandaient le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances (CCDUS) et Santé Canada. Cette stratégie a d'ailleurs été saluée par plusieurs d'entre vous. Elle inclut également la mise en place d'outils qui aideront les Québécoises et Québécois à mieux comprendre et à mieux gérer les risques qui leur sont propres concernant leur consommation.

En cours d'année, le CCDUS a proposé au gouvernement canadien de nouveaux repères en matière de consommation d'alcool. Ces nouveaux repères, promus par un groupe fortement influencé par des scientifiques de l'Ouest canadien, ont soulevé un débat qui a suscité plusieurs réactions et même divisé la communauté scientifique. Notamment, la méthodologie sur laquelle reposent les recommandations du CCDUS a été contestée par certains membres de la communauté scientifique, mais saluée par d'autres. Éduc'alcool n'a pas pour rôle de critiquer les études scientifiques ou de contester les recommandations des scientifiques, encore moins lorsqu'il y a dissension. Nous avons préféré procéder à une analyse minutieuse du rapport et soumettre différentes observations constructives et demandes de précisions.

### Une gouvernance solide et efficace

Éduc'alcool est un organisme à but non lucratif dont la mission est simple et se résume à conscientiser les Québécoises et les Québécois aux risques qui découlent de

leur consommation de boissons alcoolisées, tout dépendant de la situation de chaque personne. Nous travaillons aussi à offrir à la population des outils pour l'aider à comprendre ces risques et à les mitiger. Pour ce faire, Éduc'alcool travaille en étroite collaboration avec celles et ceux qui produisent et distribuent ces produits. Grâce à ce dialogue sain et constructif, Éduc'alcool réussit à faire œuvre utile autant en informant la population qu'en sensibilisant les membres de l'industrie à l'importance d'une mise en marché prudente et responsable de leurs produits. Ce faisant, Éduc'alcool aide l'industrie à s'acquitter de ses obligations d'éducation populaire et de prévention en matière de consommation de ses produits.

Certains reportages ont laissé croire que cette proximité entre Éduc'alcool et l'industrie pouvait brimer l'indépendance du conseil d'administration dans ses choix de stratégies. Bien qu'il soit légitime de soulever cette question, cette affirmation n'est pas fondée. À titre de président du conseil d'administration depuis quelques années déjà, je peux vous affirmer qu'Éduc'alcool est une entité indépendante totalement libre de ses choix stratégiques et de ses actions. Différentes mesures sont en place, depuis plusieurs années, pour assurer cette indépendance. Le conseil d'administration continuera, dans un souci d'amélioration continue, à identifier et à mettre en place des mécanismes permettant d'améliorer la gouvernance de l'organisme autant qu'il se peut, dans la mesure où ces améliorations aideront ce dernier à mieux remplir sa mission.

### Remerciements

Cette année fructueuse était la dernière de mon mandat de six années d'engagement au sein de l'organisation. Ma plus grande satisfaction dans le cadre de ce mandat est d'avoir accompagné Éduc'alcool dans sa volonté de se réinventer et de s'adapter aux nouvelles réalités sociales pour mieux servir les Québécoises et les Québécois. Avec une direction générale renouvelée, bien entourée et maintenant bien en selle, un conseil d'administration soudé qui connaît bien la valeur du travail d'équipe et de la solidarité, et de nouveaux administrateurs, soigneusement choisis en fonction de leurs compétences complémentaires et de leur volonté de servir l'organisation, Éduc'alcool est tout à fait en mesure de relever les défis que lui lance une société qui a soif d'information et d'objectivité.

Je remercie mes collègues du conseil pour leur soutien et leur collaboration tout au long de ces années et, bien sûr, les deux directions générales, qui ont rendu mon travail si stimulant, M. Hubert Sacy et M<sup>me</sup> Geneviève Desautels.

Richard Gagnon, ASC



## Mot de la directrice générale

**Geneviève Desautels**

Directrice générale d'Éduc'alcool

Ce rapport annuel est pour moi l'occasion de partager le chemin parcouru au cours de cette dernière année. Après plus de 30 ans d'existence, ce fut une année de transition importante pour Éduc'alcool, au cours de laquelle de nombreuses réflexions ont été menées et des changements ont été apportés afin de toujours refléter l'état des connaissances scientifiques et de tenir compte de l'évolution de la société. Également, des transformations ont été amorcées afin de s'adapter aux nouvelles réalités sociales et de continuer d'accompagner la population en matière de consommation d'alcool.

Éduc'alcool est un organisme indépendant et sans but lucratif, engagé à sensibiliser les Québécoises et Québécois de tous les âges aux impacts de la consommation d'alcool, comme en témoignent nos nombreuses publications scientifiques. Il s'agit d'une organisation qui a toujours eu le souci de s'adresser à l'intelligence des citoyennes et citoyens, et de diffuser une information juste et accessible. Le résultat, c'est que les Québécoises et Québécois boivent moins que les autres Canadiennes et Canadiens, sont plus responsables en matière d'alcool au volant et sont davantage au courant des liens entre alcool et cancer.

### Un nouveau regard nécessaire

Notre objectif est clair : maintenir la relation de confiance et de respect avec la population québécoise tout en faisant évoluer notre message afin de refléter l'évolution de la science et de la société. Ce faisant, nous invitons les gens à l'introspection, à la vigilance, à la prise de conscience et, au passage, à l'action basée sur les motivations, les contextes et les effets.

C'est ainsi qu'au cours des derniers mois, Éduc'alcool a notamment : complété sa planification stratégique 2022-2025; actualisé ses énoncés de mission, vision et valeurs; et reformulé certains messages de prévention et de sensibilisation. Nous avons aussi recentré notre approche afin d'aider la population québécoise, notamment les jeunes, à prendre conscience de sa relation à l'alcool, dans une optique pédagogique, bienveillante et de santé globale.

En outre, une analyse approfondie de l'ensemble de nos programmes, contenus et angles des campagnes est engagée dans la perspective de veiller à ce que l'ensemble de nos actions aient des impacts positifs et mesurables sur les comportements en matière de consommation d'alcool au Québec.

relation à l'alcool plus éclairée pour que chacune et chacun puissent être en mesure de faire des choix conscients en évaluant leur risque relatif.

Je tiens à remercier les membres du conseil d'administration pour leur soutien et leur confiance au cours de la dernière année, ainsi que les membres du conseil d'éthique et du conseil scientifique de même que les chercheuses et chercheurs qui gravitent autour de notre écosystème pour leur implication et leur contribution ô combien précieuses.

**Geneviève Desautels**

Directrice générale d'Éduc'alcool

### Un rôle de catalyseur collectif

Nous continuerons de renforcer nos liens avec l'ensemble des parties prenantes de notre écosystème afin que nous puissions échanger sur ce qui nous unit et collaborer, dans le respect de nos missions respectives. Ce faisant, nous évaluerons la possibilité de mettre sur pied des partenariats visant à soutenir davantage les individus dans leur relation à l'alcool.

En terminant, je nous souhaite de poursuivre notre mission d'informer, d'outiller, et de sensibiliser les Québécoises et Québécois en matière de consommation d'alcool avec des messages actualisés au regard du positionnement de Santé Canada en ce qui a trait aux nouveaux Repères canadiens sur l'alcool et la santé. Il sera important que ces messages soient guidés par la science et basés sur la responsabilité individuelle et collective face à un produit pas comme les autres. Éduc'alcool est résolument engagé à accompagner les Québécoises et Québécois afin qu'ils aient une

# Planification stratégique et nouvelle approche

## Planification stratégique 2022-2025

Éduc'alcool vit une période de transition après 32 ans d'existence. Cet exercice rigoureux de planification stratégique aidera le conseil d'administration et la direction générale à prendre les meilleures décisions dans ce contexte.

Le présent document fait état des principaux éléments de la planification stratégique 2022-2025. Il énonce l'actualisation des énoncés de mission, vision et valeurs; il statue sur les orientations et les initiatives à mettre en place ainsi que sur les moyens et les ressources à mettre en œuvre pour y parvenir.

Le document a été élaboré en collaboration avec la direction générale, le conseil d'administration et plusieurs collaborateurs externes faisant partie de l'écosystème d'Éduc'alcool.

### Mission

La mission d'Éduc'alcool est d'informer, d'outiller et de sensibiliser la population québécoise en matière de consommation d'alcool. Il s'agit également d'influencer les actions collectives de manière à conscientiser la population et ainsi prévenir la consommation risquée d'alcool.

### Vision

Éduc'alcool est l'interlocuteur incontournable des organisations, des décideurs et des personnes souhaitant promouvoir et adopter des comportements responsables face à l'alcool.

Éduc'alcool a la crédibilité et l'agilité pour mobiliser des partenaires dans des campagnes ou des initiatives adaptées aux besoins, respectueuses des personnes, éducatives et percutantes.

Pionnier de la sensibilisation et de l'éducation en matière de consommation d'alcool, Éduc'alcool demeure une référence dont on sollicite les connaissances et l'expertise. Son action a des impacts positifs et mesurables sur les comportements et la consommation d'alcool au Québec.

## Valeurs



Respect

Éduc'alcool croit dans l'intelligence et le libre arbitre des personnes. Notre rôle est de sensibiliser, éduquer, former sans juger.



Intégrité

Éduc'alcool diffuse une information franche, accessible et factuelle.



Bienveillance

Éduc'alcool recherche le bien-être des personnes et considère la consommation consciente et modérée d'alcool et la prévention des abus comme des éléments favorables à la santé de la population.



Rigueur

Les prises de position d'Éduc'alcool sont inspirées des analyses de ses conseillers scientifiques, et des données recueillies au sein de la population et sont ensuite validées par son conseil d'administration.

## Budget et financement

Le financement d'Éduc'alcool est innovant dans sa structure et cohérent avec la mission de l'organisme. Éduc'alcool prône la responsabilité individuelle et collective et son financement repose sur la responsabilité des entreprises face à un produit dont l'abus est nocif pour la santé.

**85 %**

Éduc'alcool consacre 85 % de son financement directement à des programmes de prévention et d'éducation en lien avec sa mission.

## Objectifs

01

Informer et sensibiliser en matière de consommation d'alcool, et aux risques associés à celle-ci.

02

Faire prendre conscience de sa propre relation à l'alcool.

03

Outiller de la prise de conscience à l'action.

## Orientations

### I Fondements, financement et gouvernance

#### 1.1 Fondements

**1.1.1** Actualiser les énoncés de mission, vision, valeurs et les objectifs de l'organisation afin de capitaliser sur ses réalisations et faire état de la transition en cours.

#### 1.2 Financement

**1.2.1** Atteindre un objectif de financement hors industrie, révisé annuellement par le conseil d'administration. Pour ce faire, des démarches seront entreprises auprès de différents bailleurs de fonds (gouvernements, fondations, entreprises privées).

#### 1.3 Gouvernance

**1.3.1** Rendre publics, sur le site Internet de l'organisation, les profils détaillés des membres de son conseil d'administration et de son conseil scientifique ainsi que la nature et la durée des engagements de ces derniers.

**1.3.2** Réviser les statuts afin d'ajouter des sièges d'administrateurs indépendants.

**1.3.3** Entreprendre une recherche visant à diversifier les administrateurs de l'organisation sur différents axes, notamment : la compétence, l'âge, la langue maternelle et l'origine ethnique.

**1.3.4** Educ'alcool produira un rapport annuel détaillé qui sera déposé sur son site Internet.

### 2 Membership et écosystème

#### 2.1 Membership

**2.1.1** Fédérer les partenaires de l'industrie membres d'Éduc'alcool afin de faciliter leur réflexion en ce qui concerne une mise en marché saine et responsable de leurs produits.

#### 2.2 Écosystème

**2.2.1** Accentuer les collaborations avec les institutions gouvernementales, organisations privées et OBNL dans différents domaines tels que la santé, l'éducation et l'industrie agroalimentaire, afin de remplir sa mission d'éducation et de partager son expertise.

**2.2.2** Mettre sur pied des partenariats afin de bénéficier des ressources financières disponibles pour le développement d'outils de sensibilisation au risque relatif et à l'identification des vulnérabilités individuelles en lien avec la consommation d'alcool.

**2.2.3** Déployer du temps, des efforts et des budgets afin de tisser un nouveau réseau de contacts avec des partenaires à l'international.

**2.2.3.1** À partir de 2023, la direction générale sera à l'affut des opportunités de représentations et de collaborations avec des partenaires internationaux comme Vin expo.

**2.2.4** Organiser un événement science-industrie visant un rapprochement des réseaux et un partage d'idées et de pratiques.

**2.2.4.1** À compter de 2024, l'événement science-industrie prendra une dimension nationale et internationale avec un objectif d'avoir au minimum 15 % des participants provenant de l'extérieur du Québec.

### 3 Gestion interne

#### 3.1 Finances

**3.1.1** Développer et mettre en application une politique de gestion de l'approvisionnement, des dons et commandites.

**3.1.2** Assurer une saine gestion et gouvernance financière qui comprend la création d'un fond d'urgence pour pallier des imprévus.

#### 3.2 Ressources humaines

**3.2.1** Développer et mettre en application un guide d'employés et des politiques en matière de gestion des ressources humaines.

**3.2.2** Analyser chacun des contrats de prestataires et déterminer si l'internalisation constituerait une alternative efficace.

**3.2.3** Élaborer une structure organisationnelle et procéder à l'embauche d'une équipe interne.

#### 3.3 Technologie de l'information

**3.3.1** Développer et mettre en application une politique en matière de gouvernance des technologies.

**3.3.2** Réaliser une refonte complète du site Internet de l'organisme misant sur l'ergonomie, l'expérience-utilisateur et la consultation des contenus.

**3.3.3** Réaliser un audit des vulnérabilités technologiques de l'organisation par un consultant externe.

### 4 Recherche, mesure et projets innovants

#### 4.1 Mise en valeur des données historiques et de recherche

**4.1.1** Réfléchir à la mise en place d'un projet de documentation d'archives, de vulgarisation et de synthèse des données historiques qui appartiennent à Educ'alcool. Explorer la possibilité de réaliser ce projet avec des partenaires tels que la Bibliothèque nationale du Québec.

**4.1.1.1** Mettre sur pied une initiative visant la création des « Éditions Educ'alcool ».

**4.1.2** Créer un poste de chercheur en résidence en collaboration avec un établissement universitaire.

**4.1.3** Continuer de consulter le conseil scientifique pour définir les thématiques de ses publications scientifiques.

#### 4.2 Projets d'innovation

**4.2.1** Collaborer avec des partenaires pour créer de nouveaux outils et de nouveaux produits qui complètent son offre pour la population générale et les groupes cibles.

**4.2.1.1** Les initiatives d'innovation sont partiellement financées par des sources tierces gouvernementales ou privées.

**4.2.2** Demeurer à l'affut des besoins émergents qui émanent des membres, des gouvernements et de la population.

## 5 Communication, marketing et relations publiques et gouvernementales

### 5.1 Définition des cibles et objectifs (communication/marketing)

**5.1.1** Déterminer une stratégie de communication globale et une planification annuelle des activités de communication omnicanales qui soient alignées et cohérentes avec les objectifs pour l'ensemble des programmes, campagnes, outils et projets.

**5.1.2** Déterminer les cibles prioritaires en fonction des résultats des recherches scientifiques et sociales et en fonction des données récoltées sur le terrain.

**5.1.3** Maintenir un niveau de notoriété et de crédibilité élevé de la marque Éduc'alcool auprès des différents segments démographiques de la population québécoise par le biais d'approches omnicanales ciblées.

**5.1.4** Augmenter la notoriété, l'impact et la visibilité d'Éduc'alcool auprès des groupes minoritaires et des différents types de communautés.

**5.1.5** Communiquer un message global sur des bases qualitatives qui suscitent la réflexion individuelle et qui soutiennent les actions collectives.

**5.1.6** Explorer de nouveaux moyens de communication pour véhiculer les messages d'Éduc'alcool auprès de la clientèle corporative ainsi qu'auprès du personnel du milieu de la santé et de l'éducation afin qu'ils puissent relayer ces messages.

**5.1.7** Sélectionner les meilleurs partenaires corporatifs pour activer la marque Éduc'alcool et déployer des initiatives et campagnes.

**5.1.8** Évaluer l'ensemble de nos programmes, campagnes et contenus afin de valider leur pénétration auprès des cibles, leur réceptivité et leur impact.

### 5.2 Définition des cibles et objectifs (représentation, relations publiques et gouvernementales)

**5.2.1** Augmenter la présence d'Éduc'alcool dans les activités et événements dans les industries périphériques comme l'industrie agroalimentaire au Québec et à l'international.

**5.2.2** Assurer la fluidité des échanges auprès des différentes parties prenantes au sein des instances gouvernementales, une présence lors des commissions parlementaires entre autres par le dépôt de mémoires dans le cadre de projets de loi et de règlements.

**5.2.3** Accroître la présence proactive de la directrice générale dans les médias, sur différentes tribunes et sur des comités afin de partager la mission et propulser les initiatives d'Éduc'alcool.

**5.2.4** Poursuivre le travail de contribution aux débats d'actualité en lien avec la mission d'Éduc'alcool et son positionnement nuancé, basé sur les recherches scientifiques et sociales.



**Afin de matérialiser notre planification stratégique, Éduc'alcool a joué d'audace dans la dernière année en repensant son approche globale pour communiquer avec ses différents publics.**

**L'organisation a en effet revu le ton des communications pour l'actualiser et le rajeunir légèrement, de manière qu'il soit assurément transparent et inclusif, et qu'il valorise le leadership de soi.**



### ... dans les médias sociaux

Nous avons adapté notre ton pour qu'il soit accessible et crédible, et qu'il s'appuie sur le filtre de l'humour, bien dosé, de manière à nous écarter de toutes formulations pouvant être perçues comme moralisatrices. Par ailleurs, certaines décisions éditoriales variant selon les médias sociaux ont été prises (ex. : l'emploi du «vous» sur LinkedIn, mais du «tu» sur Instagram).

### ... en marketing relationnel

Dans l'optique de maximiser l'engagement des sympathisantes et sympathisants actuels et futurs d'Éduc'alcool et d'accroître cette communauté tout en renforçant notre lien avec nos membres, nous avons lancé diverses initiatives de marketing relationnel :

- Envoi de courriels thématiques en lien avec nos campagnes marketing;
- Envoi d'infolettres aux membres d'Éduc'alcool;
- Acquisition de sympathisantes et sympathisants dans le cadre de campagnes de communication.

Le taux d'ouverture de nos messages s'élève à 45 %, ce qui fait foi d'une réception favorable de notre nouvelle approche et en légitime les objectifs.

### ... menant à la refonte du site Web et des processus relatifs à nos publications scientifiques

De nos jours, le rafraîchissement d'une marque s'accompagne inmanquablement de la revalorisation du site Web de l'organisation en question. Éduc'alcool a consenti beaucoup d'efforts en ce sens au cours de son dernier exercice financier :

- Optimisation de la hiérarchisation de l'information, simplifiant du coup la recherche de contenu;
- Bonification de l'expérience client par l'application de meilleures pratiques de conception Web;
- Ajout de sections de contenu, soit Ressources, Carrières et Partenariats.

Ce même effort de valorisation et d'optimisation a été porté à nos publications scientifiques, ce qui a mené au retrait de la formule 2-3-4-0 largement véhiculée précédemment (relativement au nombre de consommations alcoolisées par personne selon le contexte) et à l'adaptation de nos messages en fonction de l'évolution de la science en matière de consommation d'alcool.

Soulignons également qu'au cours des 6 derniers mois, plus de 30 000 publications papier ont été commandées gratuitement sur notre site Web et par téléphone, principalement par des professionnelles et professionnels de la santé ainsi que le corps policier.

# Sommaire des activités marquantes

**L'année 2022 s'est déroulée sous le signe de réalisations porteuses pour Éduc'alcool, notamment avec la poursuite de relations solides avec les deux ordres de gouvernement ainsi que deux campagnes publicitaires et un événement médiatique d'envergure.**

## Réorganisation globale des ressources et autonomisation

En 2022-2023, Éduc'alcool a entamé une importante révision de ses processus et pratiques internes afin d'assumer pleinement et sainement sa propre gouverne, et ce, dans pratiquement tous les secteurs de l'organisation : approvisionnement, dons et commandites, opérations, etc. Par cette internalisation, le secteur des ressources humaines a bénéficié d'un important remodelage de ses processus de recrutement, d'intégration de nouveaux talents ainsi que de gestion de la contribution et d'aspects relatifs à la rémunération et aux avantages sociaux. L'embauche d'une adjointe à la direction également responsable des partenariats ainsi que d'une personne responsable des communications, vers la fin de l'exercice financier, est venue épauler cette reprise du gouvernail.

## Réalisations

### Relations gouvernementales

Éduc'alcool n'est pas un organisme gouvernemental, mais il collabore avec le gouvernement du Québec et le gouvernement du Canada au même titre qu'avec tous ses partenaires dans la réalisation de sa mission.

#### Ainsi, au niveau provincial :

- nous avons établi ou maintenu le contact à divers degrés avec des personnes élues et des fonctionnaires rattachés au réseau naturel d'Éduc'alcool, c'est-à-dire appartenant aux secteurs de l'éducation, de la sécurité publique, et de la santé et des services sociaux, qu'ils aient prêté allégeance au parti au pouvoir ou à ceux de l'opposition;
- nous avons rencontré l'ancien ministre responsable des Affaires autochtones pour mieux nous saisir de la réalité des communautés autochtones;
- nous avons participé à la Consultation sur la filière des boissons alcooliques au Québec organisée par l'Institut de technologie agroalimentaire du Québec.

#### Au niveau fédéral :

- nous avons rédigé un mémoire dans le cadre des nouveaux Repères proposés par le Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances (CCDUS);
- nous nous sommes entretenus avec le sous-ministre adjoint au ministère de la Santé, la Direction générale des substances contrôlées et du cannabis de Santé Canada de même que plusieurs députés dans le but de faire valoir notre point de vue d'expert et d'obtenir un éclairage dans divers dossiers.

### Étude d'impact de nos activités et programmes

Nous avons profité de l'arrivée d'une nouvelle direction générale pour mettre en œuvre, en collaboration avec l'équipe du D<sup>r</sup> Thomas Saias, de l'UQAM, un projet d'analyse de l'ensemble de nos programmes, activités, contenus et initiatives. L'objectif est de savoir dans quelle mesure, au-delà de la notoriété qu'ils apportent à la marque Éduc'alcool, ils rejoignent nos groupes cibles. Cette étude permet en effet de mesurer d'une part la réceptivité du public face à nos gestes, et d'autre part les effets éventuels de nos efforts sur la vigilance et le changement de comportement de la population ciblée. Les résultats de la première phase de cette étude sont à paraître en 2022-2023 tandis que les travaux se poursuivront pour assurer une adéquation entre nos actions entreprises et les besoins perçus au sein de la population générale, mais aussi pour que ces actions, au diapason de la mission, de la vision et des objectifs d'Éduc'alcool, aient un impact réel et mesurable.

### Collaboration avec l'ACEE

L'Association des clubs d'entrepreneurs étudiants du Québec (ACEE) a mis à la disposition des clubs de son réseau un **fonds de 15 000 \$** issus de l'enveloppe budgétaire d'Éduc'alcool. Dans le cadre de ce partenariat, les clubs sont invités à convaincre l'organisme de collaborer financièrement à diverses activités étudiantes; en échange d'une subvention obtenue, ils sensibilisent leurs communautés, composées principalement de jeunes adultes, à une consommation d'alcool éclairée en partageant divers messages d'Éduc'alcool. Au terme du printemps 2023, c'est un montant de quelque **11 000 \$** qui aura ainsi été accordé, et d'autres ententes sont déjà en branle.



De gauche à droite : Audrey Bureau et Benjamin Allen, de l'entreprise TUP; François Bonnardel, ministre de la Sécurité publique; Geneviève Desautels, directrice générale d'Éduc'alcool; Sophie Roy, directrice adjointe à la Direction des enquêtes criminelles au Service de police de la Ville de Montréal; et Pierre Thibault, président de la Nouvelle Association des Bars du Québec.

« *Check ton verre* » est une campagne de distribution de protège-verres expressément conçus pour ce projet visant à sensibiliser la clientèle des bars et à prévenir les risques d'intoxication due à l'ajout de substances illicites comme le GHB dans le verre de consommatrices et consommateurs à leur insu.

## Projet pilote « *Check\* ton verre* »

C'est au cours du dernier exercice financier qu'Éduc'alcool et le Service de police de la Ville de Montréal (SPVM), en collaboration avec le ministère de la Sécurité publique, ont imaginé le projet pilote « *Check ton verre* », dont le lancement coïncide avec le retour du beau temps étant donné la corrélation observée avec une hausse de la consommation d'alcool dans les bars.

« *Check ton verre* » est une campagne de distribution de protège-verres expressément conçus pour ce projet visant

à sensibiliser la clientèle des bars et à prévenir les risques d'intoxication due à l'ajout de substances illicites comme le GHB dans le verre de consommatrices et consommateurs à leur insu. Chaque couvre-verre est muni d'un code QR redirigeant les consommatrices et consommateurs vers le Calcoolateur, un de nos outils d'aide à la modération.

Durant les prochains mois, **10 000 protège-verres simples à utiliser, adaptables, recyclables** ainsi que conçus

et produits au Québec par la jeune pousse TUP seront distribués dans les bars du territoire montréalais. Selon les réactions du public et des bars, nous prévoyons d'étendre l'opération dans plusieurs autres régions et municipalités du Québec.

\* Cet emprunt lexical à l'anglais a fait l'objet de commentaires et de réserves, dont nous tiendrons assurément compte dans nos futures propositions en veillant à soulever les moyens employés pour bien atteindre nos cibles tout en soignant notre langue.

## Formation Action Service

Éduc'alcool continue d'appuyer l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) relativement à sa formation Action Service, qui outille les propriétaires, la direction et le personnel d'établissements licenciés avec des stratégies de prévention et d'intervention permettant notamment :

- de minimiser les risques de poursuite contre eux grâce à une meilleure connaissance des lois en vigueur;
- de prévenir la conduite en état d'ébriété ainsi que les conséquences fâcheuses et souvent dramatiques qu'elle provoque grâce à une meilleure reconnaissance des signes d'intoxication;
- de favoriser la réduction des problèmes associés à une trop grande consommation d'alcool comme la violence physique et verbale, les accidents, le bruit, etc.

Cette année, ce soutien s'est manifesté par la mise à jour de la présentation de la formation sur notre site Web, afin de contribuer à alimenter l'intérêt pour Action Service.

## Un outil qui permettra de réfléchir à sa relation avec l'alcool

C'est en 2022-2023 qu'a été donné le coup d'envoi du projet visant à concevoir un outil technologique servant à faire prendre conscience à tout un chacun de sa relation à l'alcool. Ce projet est mené en collaboration avec l'équipe de D<sup>re</sup> Marie-Pierre Sylvestre, de l'Université de Montréal. À terme, l'outil novateur sera disponible sur les téléphones intelligents, les tablettes numériques et les ordinateurs. Il proposera un court questionnaire aux utilisatrices et utilisateurs, leur présentera leurs résultats individuels et leur proposera une sélection personnalisée de documentation et d'outils à partir de l'ensemble de notre contenu existant.

## Campagnes publicitaires

Éduc'alcool a déployé deux campagnes publicitaires majeures au cours de l'année. Chacune visait à renseigner globalement la population québécoise sur la consommation d'alcool, mais poursuivait des objectifs spécifiques différenciés. Toutes deux se sont accompagnées d'une déclinaison de pièces via différents canaux pour véhiculer leurs messages et atteindre leurs cibles. Elles ont entraîné des retombées probantes, en plus de continuer à asseoir la notoriété et la crédibilité de notre organisme au passage, mais avec une nouvelle approche.

### Campagne majeure « C'est toi le boss »

Cette campagne, qui s'est échelonnée d'octobre à décembre 2022, avait pour objectif spécifique principal de susciter chez chacune et chacun la réflexion sur sa propre consommation d'alcool. Elle ciblait tout particulièrement les parents, plus précisément les femmes, francophones et anglophones, âgées de 25 à 45 ans.

Elle était soutenue par un volet télévisuel et un volet numérique composé de publicités sur les médias sociaux, de marketing d'influence, de marketing relationnel, d'un partenariat avec Urbania et de bannières publicitaires numériques. Le tout culminait par un quiz à la fois amusant et informatif sur la page Web de la campagne (<https://www.educalcool.qc.ca/cest-toi-le-boss/>), qui amenait les gens à réfléchir sur leurs habitudes de consommation sans user d'un ton moralisateur.

Tandis que les données chiffrées témoignent du succès certain de l'initiative, ce sont les commentaires des utilisatrices et utilisateurs des plateformes numériques qui sont le plus éloquent quant à l'atteinte de notre objectif premier. De toute évidence, **le public a apprécié l'angle emprunté pour parler de consommation d'alcool responsable** : le nombre de commentaires reçus et leur contenu suggèrent globalement une appréciation positive.



## Campagne des fêtes « Choisis ton party »



Cette fois-ci, ce sont les adultes consommant de l'alcool, mais tout particulièrement ceux âgés de 23 à 45 ans, francophones comme anglophones, qui étaient ciblés par notre message, somme toute assez simple : la modération est une condition du plaisir. Nos efforts se sont concentrés sur des placements publicitaires numériques, des médias sociaux et du marketing relationnel.

Tout le mois de décembre 2022, la campagne « Choisis ton party » a poursuivi l'objectif spécifique d'offrir des conseils, des idées, des informations et des outils aux Québécoises et Québécois pour des Fêtes réussies. Le tout devait se concrétiser par de l'engagement et du trafic sur la page Web de la campagne (<https://www.educalcool.qc.ca/choisistonparty/>), qui proposait des trousse d'outils ludiques et pertinents selon le type de party au programme : traditionnel, de bureau, mobile, en amoureux ou avec enfants.

La facture créative de la campagne adoptait un ton un brin humoristique et complice pour accrocher le public. Éduc'alcool a misé sur l'intelligence de la population et sa capacité à faire des choix en présentant son message sous l'angle non pas de la peur et des restrictions relatives à la consommation d'alcool, mais plutôt de la responsabilisation dans le plaisir. **Le message a très bien passé et a récolté plusieurs commentaires positifs; certains ont même relevé l'approche renouvelée d'Éduc'alcool, conformément à notre volonté de mieux connecter avec le public. Soulignons au passage que la campagne a également offert de la visibilité au service de rattachement Opération Nez rouge.**

## Événements

### Panel *L'alcool et les jeunes : des bancs d'école à Occupation Double*

Cette année encore, Éduc'alcool a maintenu et même enrichi ses programmes scolaires, soit **À toi de jouer** (qui propose aux jeunes de 12 à 17 ans 44 capsules sous forme de bandes dessinées interactives) et **À toi de juger**, qui s'adresse aux enseignants de la 5<sup>e</sup> année du primaire à la 5<sup>e</sup> secondaire). Afin de promouvoir ce programme auprès du personnel enseignant et professionnel aux niveaux primaire et secondaire ainsi que des parents, l'organisme a organisé une conférence qui a mis en lumière la relation des jeunes avec l'alcool en 2022 grâce à la participation de trois panellistes érudits des plus intéressants :

- Myriam Laventure, professeure titulaire, Département des sciences de la santé communautaire, Université de Sherbrooke;
- Réal Morin, médecin spécialiste en santé publique et en médecine préventive, Institut national de la santé publique du Québec;
- Françoise Roy, consultante en développement des compétences et coauteure du programme **À toi de juger**.

L'événement, dont la promotion a notamment eu lieu sur les réseaux sociaux avec l'aide de trois influenceurs bien connus du public adolescent ou dans le domaine de l'enseignement (Mariedotcom, Jonathan le prof, et Trois filles et l'enseignement autrement), a récolté **649 inscriptions et une pléthore de commentaires positifs des participantes et participants**.



### Événement Science et industrie

Éduc'alcool a innové en février dernier en tenant son tout premier événement Science et industrie, qui regroupait quelque 60 membres de l'industrie et scientifiques au Centre PHI, à Montréal. Toutes et tous se sont déplacés pour assister ou participer à des conférences, à des tables rondes, à une entrevue et à un panel abordant les enjeux prédominants auxquels le Québec fait face aujourd'hui en matière de consommation d'alcool.

Toute la journée, les participantes et participants se sont échangé les toutes dernières connaissances scientifiques sur la consommation d'alcool pour mettre à jour le portrait de la situation et leur propre expertise à ce chapitre, que ce soit lors de :

- la conférence d'ouverture avec le consultant scientifique et docteur en anthropologie médicale Thomas Gottin, au sujet de l'exposition et du placement des produits alcooliques dans trois émissions de télé-réalité au Québec;
- l'entrevue avec Geneviève Desautels et le professeur titulaire de la Chaire de recherche du Canada TRADIS, Jorge Flores-Aranda, portant sur des programmes de réduction des méfaits de la consommation d'alcool;
- la conférence avec le médecin-conseil au Centre hospitalier de l'Université de Montréal Philippe Sauthier, qui traitait de l'alcool et des risques de cancers;
- le panel sur les jeunes, l'alcool et le marketing, réunissant des expertes et experts de divers domaines :

Myriam Laventure, professeure titulaire responsable du certificat en toxicomanie à l'Université de Sherbrooke

Jean-Sébastien Fallu, professeur agrégé à l'École de psychoéducation de l'Université du Québec à Montréal

Vincent Fournier, professeur responsable du baccalauréat en communication marketing et chercheur du Laboratoire sur l'influence et la communication à l'Université du Québec à Montréal





## Rayonnement

### Bilan de l’empreinte médiatique

Éduc’alcool a bénéficié d’un rayonnement important dans le réseau médiatique québécois au cours de la dernière année, qui s’est notamment matérialisé avec un total de plus de **500 mentions dans les médias** ainsi que la coordination de **plus de 125 demandes d’entrevues** pour la directrice de l’organisation, Geneviève Desautels. Parmi les demandes obtenues, 40 provenaient des médias nationaux et 85 des médias régionaux. La grande majorité des entrevues ont été accordées à des médias francophones, à l’exception de 11 entrevues, notamment à CBC et CTV.

Les différentes actions de relations publiques additionnées aux entrevues octroyées en réaction aux éléments d’actualité ont permis de positionner l’organisme comme LA référence lorsqu’il est question de consommation d’alcool au Québec, un sujet ô combien important et qui a été plus que jamais d’actualité au cours de la dernière année.

### Transmission de messages qui s’appuient sur les assises de la science

Les campagnes « Alcool et génétique » et « Alcool et mineurs : un cocktail qui inquiète » ont permis

d’atteindre cet objectif et de développer des messages davantage axés sur la santé. Le conseil scientifique d’Éduc’alcool a également été positionné en réaction à la sortie du projet d’actualisation des directives de consommation d’alcool à faible risque du Centre canadien sur les dépendances et l’usage de substances (CCDUS) en septembre, dans le cadre d’une lettre ouverte et au regard d’approches personnalisées qui ont été faites en parallèle de sa diffusion.

### Opérations de presse liées à l’actualité

Trois campagnes ont été organisées en fonction de l’actualité au cours de la dernière année, soit : « Alcool et mineurs : un cocktail qui inquiète », en lien avec les bals de finissantes et finissants; la campagne des festivals, en amont des événements de type « bières et saveurs »; et la campagne des Fêtes. Pour une campagne comme celle des festivals, qui ne présentait pas d’élément de nouveauté, de belles retombées ont été obtenues avec 14 demandes d’entrevue menant à **plus de 1 339 000 impressions**, ce qui démontre la pertinence des messages d’Éduc’alcool dans le cadre de tels événements.

Bien ancré dans le présent, l’organisme a également réagi aux nouveaux repères proposés par le CCDUS en faisant publier trois lettres ouvertes dans *La Presse* et le *Journal de Montréal*, où nous y allons de propositions pour ajuster lesdits repères. Ce fut aussi l’occasion

de nous positionner comme le porte-voix de ce qui sera entériné par Santé Canada et de défaire la perception populaire selon laquelle Éduc’alcool est un organisme gouvernemental. Évidemment, nous en avons aussi profité pour aborder une fois de plus l’importance de réfléchir à sa consommation et de faire des choix éclairés en fonction de sa réalité propre, plutôt que de prescrire une quantité à faible risque universelle.

### Visibilité dans les fêtes et festivals

De mai à octobre 2022, nous avons participé à 19 événements qui ont eu lieu dans 14 régions du Québec. À l’exception de deux festivals de musique électronique, où notre objectif était davantage lié à la sensibilisation et à la prévention de la consommation d’alcool avec d’autres substances, nous avons été présents dans les festivals en lien avec l’industrie des boissons alcoolisées en mettant en valeur l’outil Alternalcool. Ainsi, les festivalières et festivaliers ont pu découvrir des produits et cocktails sans alcool. L’objectif derrière cette initiative était de faire évoluer les mœurs afin que les produits sans alcool puissent être présentés aux convives autant lors de réceptions privées que dans les restaurants et bars, en alternance avec les boissons alcoolisées ou en parallèle.

# États financiers au 31 mars 2023

## Fonds Educ'alcool Inc.

### Produits, charges et surplus

pour l'exercice terminé le 31 mars 2023

En \$	2023	2022
<b>PRODUITS</b>		
Apports	3 804 809	3 741 923
Contributions des membres		
Intérêts	6 547	4 081
Autres	55 892	33 127
	<b>3 867 248</b>	<b>3 779 131</b>
<b>CHARGES</b>		
Programmes		
Programmes éducation des jeunes (annexe A)	74 351	125 035
Programmes grand public (annexe B)	2 115 677	2 750 197
	2 190 028	2 875 232
Recherches et sondages	134 497	185 864
Activités canadiennes et internationales		1 685
Gestion interne (annexe C)	1 093 404	650 559
	<b>3 417 929</b>	<b>3 713 340</b>
<b>Excédent des produits par rapport aux charges</b>		
Surplus au début	449 319	65 791
Surplus à la fin	1 097 641	1 031 850
	<b>1 546 960</b>	<b>1 097 641</b>

### Flux de trésorerie

pour l'exercice terminé le 31 mars 2023

En \$	2023	2022
<b>ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT</b>		
Excédent des produits par rapport aux charges	449 319	65 791
Variation nette d'éléments du fonds de roulement	68 808	(241 544)
<b>Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement</b>	<b>518 127</b>	<b>(175 753)</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>		
Variation nette des obligations d'épargne du Québec et flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(3 651)	(2 978)
<b>Augmentation (diminution) nette de l'encaisse</b>		
Encaisse au début	514 476	(178 731)
Encaisse à la fin	555 689	734 420
	<b>1 070 165</b>	<b>555 689</b>

### Situation financière

au 31 mars 2023

En \$	2023	2022
<b>ACTIF</b>		
Court terme		
Encaisse	1 070 165	555 689
Apports à recevoir	255 218	260 196
Taxes à la consommation à recevoir	134 263	197 874
Frais payés d'avance	14 406	12 141
	<b>1 474 052</b>	<b>1 025 900</b>
Long terme		
Obligations d'épargne du Québec, 3,1 % (2,65 % au 31 mars 2022), échéant le 11 mai 2026	123 223	119 572
	<b>1 597 275</b>	<b>1 145 472</b>
<b>PASSIF</b>		
Court terme		
Comptes fournisseurs et charges à payer	50 315	47 831
<b>SURPLUS</b>		
Non affecté	1 546 960	1 097 641
	<b>1 597 275</b>	<b>1 145 472</b>

# Gouvernance

## Conseil d'administration

Au 30 mars 2023, Éduc'alcool était dirigé par un conseil d'administration formé de huit membres :



**Richard Gagnon**  
Président



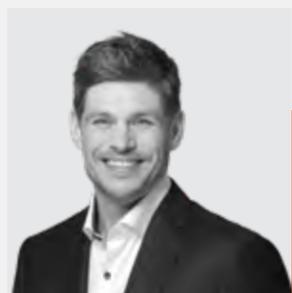
**Alain Bolduc**  
Vice-président



**Hugues Latulippe**  
Secrétaire



**Marie-Hélène Lagacé**  
Trésorière



**Christian Hébert**



**Catherine Lessard**



**Karine Bertrand**



**Serge Brochu**

qui proviennent de différentes associations, institutions et adhérents regroupés au sein de l'organisme.

Précisons que Mme Bertrand et M. Brochu ont depuis quitté leurs fonctions, et que quatre sièges indépendants seront attribués lors de la prochaine assemblée générale annuelle.

## Conseil scientifique

- **D<sup>r</sup> Mathieu Goyette**

Professeur associé, Faculté de médecine et des sciences de la santé, Université de Sherbrooke (UdeS)

Chercheur régulier, Institut universitaire sur les dépendances (IUD)

Professeur, Département de sexologie, Université du Québec à Montréal (UQAM)

- **D<sup>r</sup> Philippe Sauthier**

Gynécologue et oncologue, Centre hospitalier de l'Université de Montréal (CHUM)

Professeur agrégé, Université de Montréal (UdeM)

- **D<sup>re</sup> Louise Nadeau**

Professeure émérite, Département de psychologie, UdeM

- **D<sup>r</sup> Martin Laliberté**

Médecin d'urgence et toxicologue médical, Centre universitaire de santé McGill (CUSM) et Institut de recherche du CUSM (IR-CUSM)

Professeur adjoint, Faculté de médecine, Université McGill

- **D<sup>r</sup> Martin Juneau**

Cardiologue et directeur de la prévention, Institut de Cardiologie de Montréal

Professeur titulaire de clinique, Faculté de médecine, UdeM

- **D<sup>re</sup> Magali Dufour**

Professeure agrégée, Département de psychologie, UQAM

Professeure agrégée, Service de toxicomanie, UdeS

- **D<sup>re</sup> Julie Bruneau**

Chaire de recherche du Canada en médecine des toxicomanies

Professeure, Département de médecine de famille et de médecine d'urgence, UdeM

Chercheuse désignée principale, Initiative canadienne de recherche sur l'abus de substances, pôle Québec-Atlantique



# Partenaires

Au cours du dernier exercice financier, nous avons mis beaucoup d'efforts à développer et consolider des partenariats avec les autres parties prenantes appartenant au même écosystème qu'Éduc'alcool.

Que ce soit avec nos partenaires de la santé publique québécoise ou des organismes et des OBNL qui partagent une partie de notre mission d'éducation et de sensibilisation, nous jumelons nos forces, expertises et réseaux pour que nos messages communs soient diffusés le plus largement possible et atteignent les groupes cibles de différentes façons. Rappelons que l'enjeu est grand : il s'agit de susciter la réflexion de la population sur la relation qu'elle entretient avec l'alcool pour, à la clé, influencer sur les conséquences de la consommation d'alcool.

Nous sommes reconnaissants de pouvoir compter sur la précieuse collaboration des partenaires suivants :



**FILLACTIVE**



**Mes  
Choix  
Alcool**

**L'ITINÉRAIRE**



# Conclusion

Durant les prochaines années, Éduc'alcool continuera de réaliser son mandat, qui est d'informer, de sensibiliser, d'outiller la population québécoise et de partager son savoir-faire en matière de consommation d'alcool, en collaboration avec les partenaires de l'écosystème. Nous poursuivrons l'entreprise de faire prendre conscience aux Québécoises et Québécois de leur propre relation à l'alcool et de les outiller pour qu'ils aient envie de passer de la réflexion à l'action.

Pour continuer d'être une organisation crédible et reconnue pour son positionnement nuancé et basé sur les plus récentes données et normes scientifiques et sociales, nous devons nous assurer que nos processus et façons de faire, d'une part, permettent à l'ensemble des parties prenantes de l'écosystème et à la population de constater l'absence de conflit d'intérêt et, d'autre part, facilitent la collaboration des scientifiques avec Éduc'alcool. Nous avons confiance que nous pouvons non seulement atteindre nos objectifs en mettant nos talents et nos expertises en commun, mais également assurer la pertinence, la pérennité et la croissance de l'organisation.

Nous pouvons être fiers que l'industrie des boissons alcoolisées soit si engagée et investie depuis plus de 30 ans à informer le public en matière de consommation d'alcool et à le sensibiliser aux risques associés à celle-ci. Il nous tarde de poursuivre la route encore plus loin puis de regarder derrière et de constater l'ampleur du chemin que nous aurons parcouru, ensemble.



La modération a bien  
meilleur goût.

606, rue Cathcart, bureau 210, Montréal (Québec) H3B 1K9