

Ton verre **TON CHOIX**

Guide de diffusion



SHEA LAB
SUBSTANCE USE AND HEALTH
IN EMERGING ADULTHOOD

Août 2025

AUTEURS

Dr. Kara Thompson, William Langille, Stephanie Cooper

BAILLEUR DE FONDS

Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances (CCDUS)

CITATION SUGGÉRÉE

Thompson, K., W. Langille et S. Cooper. Ton verre. Ton choix – guide de diffusion, SHEA Lab, août 2025. *insert URL*



Canadian Centre
on Substance Use
and Addiction

Evidence. Engagement. Impact.

Centre canadien sur
les dépendances et
l'usage de substances

Données. Engagement. Résultats.



ST. FRANCIS XAVIER
UNIVERSITY

Introduction

Le guide

Vous trouverez dans ce guide le matériel promotionnel de la campagne « Ton verre. Ton choix. », des recommandations de collaborateurs potentiels sur le campus et des pistes pour déployer la campagne. Les ressources dans ce guide sont à utiliser dans des établissements postsecondaires.

N'hésitez pas à adapter la campagne à votre établissement. Vous représentez votre campus, vous êtes donc bien placés pour savoir quel matériel et quelles approches seraient les plus efficaces.

La campagne

La campagne « Ton verre. Ton choix. » est une initiative conjointe du Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances (CCDUS) et du labo SHEA (Substance Use and Health in Emerging Adulthood) de l'Université Saint-François-Xavier (StFX).

L'objectif de cette campagne est de renseigner les étudiants sur les Repères canadiens sur l'alcool et la santé et de leur donner les outils nécessaires pour prendre des décisions éclairées par rapport à l'alcool. La campagne a été élaborée à la suite d'un processus itératif, en collaboration avec des étudiants postsecondaires. Elle a été testée sur deux campus postsecondaires en mars 2025.

Objectifs de la campagne

- 1 **Mieux renseigner les étudiants sur les Repères canadiens sur l'alcool et la santé**
- 2 **Sensibiliser les étudiants aux méfaits et coûts associés à la consommation d'alcool**
- 3 **Donner aux étudiants les outils nécessaires pour prendre des décisions éclairées par rapport à l'alcool**

L'évaluation

Une évaluation de la phase pilote du projet a été réalisée en avril et mai 2025 et a confirmé que les étudiants ont apprécié les actifs de la campagne et que celle-ci a eu des effets positifs sur leur connaissance des repères. Vous pouvez télécharger le rapport d'évaluation pour en savoir plus sur l'élaboration de la campagne et les résultats de la phase pilote, y compris des commentaires d'étudiants.

Ce que pensent les étudiants d'une nouvelle campagne d'information sur l'alcool



« Ton verre. Ton choix. » Matériel promotionnel



Ressources et actifs

Vous trouverez dans ce guide du matériel physique et numérique, ainsi que des suggestions d'activités et des stratégies de déploiement visant à susciter l'intérêt des étudiants. Nous vous recommandons de prendre contact avec votre service informatique et de lui remettre le matériel dont il aura besoin pour soutenir votre campagne.

knowalcohol.ca/fr

Une appli Web créée par l'Institut canadien de recherche sur l'usage de substances (ICRUS) à l'Université de Victoria et rendue publique en janvier 2025.

Couleurs et typographie

Logos

Utilisez le logo de la campagne pour votre promotion.

Affiches à imprimer

Messages clés sur les repères, lien vers l'outil d'auto-évaluation du site knowalcohol.ca/fr, et conseils pour une consommation sécuritaire.

Affiches pour réseaux sociaux

Messsages clés sur les repères, lien vers l'outil d'auto-évaluation du site knowalcohol.ca/fr, et conseils pour une consommation sécuritaire.

Témoignages d'étudiants

Modèle à utiliser pour promouvoir le témoignage d'étudiants de votre établissement qui souhaitent partager leurs expériences ou leurs conseils pour une consommation responsable avec leurs pairs. Les étudiants sont réceptifs à ces témoignages et s'identifient à eux. Ce modèle peut être modifié en se créant un compte Canva gratuit.

Affiches numériques

Présentent la campagne et son image de marque et rehaussent sa visibilité et ses retombées lorsqu'elles sont utilisées avec d'autres actifs.

Bannière et articles promotionnels

Information sur la bannière et sur des articles promotionnels qui vous aideront à élargir la portée de votre campagne.

Lancement de la campagne

Quelques conseils pour un lancement réussi.

Calendrier proposé et coordonnées

Page

5

6

7

8

9

10

Actif le plus populaire!

11

12

13

14

Contenu lié : knowalcohol.ca/fr

Tout au long de la campagne, le public est invité à consulter le site knowalcohol.ca/fr ou à scanner un code QR qui renvoie directement à ce site.

Cette appli Web fait partie de la campagne parce qu'elle :

- 1 **Renseigne le public, avec une version condensée de l'information contenue dans les repères sur le nombre de verres par semaine et la taille d'un verre standard.**
- 2 **Propose un outil d'auto-évaluation des conséquences sur la santé, les finances et l'apport calorique, selon sa consommation d'alcool.**

The screenshot displays the 'COMPRENDRE L'ALCOOL' website. At the top, there is a navigation menu with 'Accueil', 'À propos de l'alcool', 'Calculateur', 'Ressources', 'Quiz', and 'Langue'. The main header features the question: 'Quels sont les risques pour ma santé, les coûts et l'apport calorique liés à ma consommation d'alcool?' and 'Que pourrais-je gagner ou économiser en prenant moins d'alcool?' with a 'CALCULER MAINTENANT' button.

A callout box on the right highlights the calculator's purpose: 'Savez-vous quel est l'impact de l'alcool sur vous?' It explains that users enter their current consumption to discover health, financial, and calorie impacts, and encourages reducing consumption for better health. It includes a form with fields for 'Âge', 'Sexe' (Homme/Femme), 'Actuellement, je consomme' (verres standards par semaine), and 'Que se passerait-il si je réduisais ma consommation à: (facultatif)' (verres standards par semaine). Below the form are buttons for 'SANTÉ', 'COÛTS', and 'CALORIES'.

The main content area is titled 'Les Repères canadiens sur l'alcool et la santé'. It states that Canada has new 'Repères sur l'alcool' defining risks on a continuum:

- Aucun risque pour 0 verre standard par semaine
- Risque faible pour 1 à 2 verres standards par semaine
- Risque modéré pour 3 à 6 verres standards par semaine
- Risque de plus en plus élevé pour 7 verres standards ou plus par semaine

It also includes a 'Le saviez-vous?' section with facts about alcohol consumption risks, pregnancy, and young people. At the bottom, there are three interactive sections: 'Qu'est-ce qu'un verre standard?' (with a 'CALCULER' button), 'Répondez à notre quiz' (with a 'TESTER MES CONNAISSANCES' button), and 'Trouvez des conseils pour consommer moins d'alcool...' (with an 'OBTENIR DE L'AIDE' button).

A 'Visitez' button with a link icon is located in the bottom right corner of the screenshot.

Couleurs et typographie

[INSTRUCTIONS] Ces couleurs et ces polices de caractère sont à utiliser dans tout le matériel créé dans le cadre d'une campagne « Ton verre. Ton choix. ».

BOURGOGNE	NUMÉRIQUE RVB: 0/43/56 HEX: #82003D	IMPRIMÉ CMJN: 34/100/57/31
BLEU	NUMÉRIQUE RVB: 3/89/158 HEX: #03599E	IMPRIMÉ CMJN: 96/70/8/1
AMBRE	NUMÉRIQUE RVB: 255/140/0 HEX: #FF8C00	IMPRIMÉ CMJN: 0/50/87/0
ORANGE	IMPRIMÉ RVB: 252/279/5 HEX: #FC4F05	IMPRIMÉ CMJN: 0/83/89/0
NOIR	NUMÉRIQUE RVB: 0/43/56 HEX: #002B38	IMPRIMÉ CMJN: 95/69/54/58

RL Aqua
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyz
0123456789

Le groupe de polices RL Aqua est disponible à fonts.adobe.com/fonts/rl-aqua

Police de caractère
primaire

Futura PT (Demi)
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyz
0123456789

Le groupe de polices Futura PT est disponible à fonts.adobe.com/fonts/futura-pt

Police de caractère
secondaire

Logos

Standards

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

Inversés

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

**Your Drink.
Your Call.**

[INSTRUCTIONS]

Le logo de la campagne se décline en 5 couleurs. Utilisez les logos standards sur des fonds clairs, et les logos inversés, sur des fonds foncés.

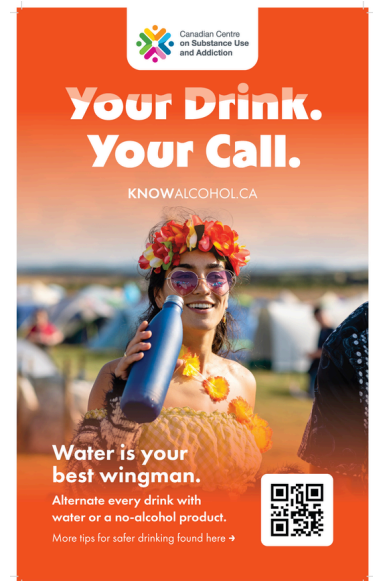
Vous pouvez utiliser les logos comme bon vous semble. Vous pouvez par exemple les ajouter :

- À des articles promotionnels
- À votre signature électronique
- Sur le site Web de votre établissement
- Aux publicités de vos événements
- À vos messages et affiches sur la réduction des méfaits

Logo



Affiches imprimées



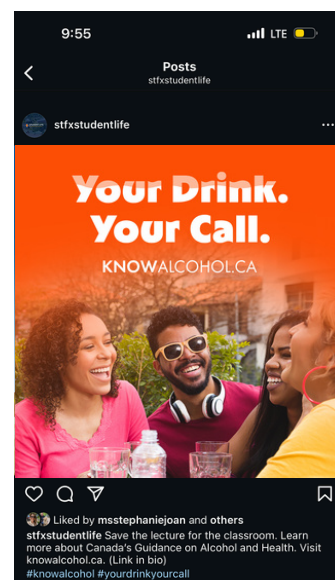
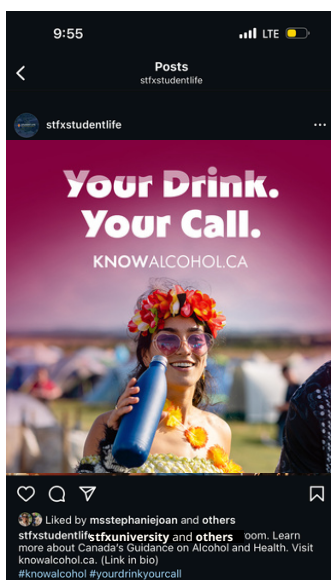
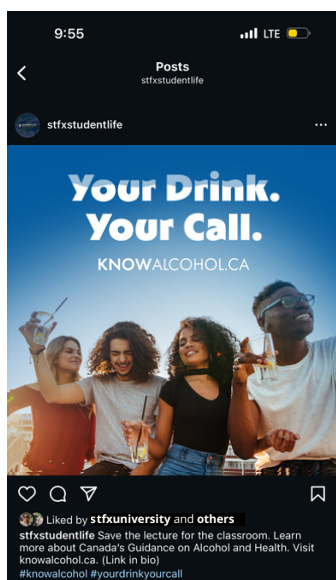
[INSTRUCTIONS] Nous vous recommandons d'imprimer et d'utiliser les trois affiches pendant votre campagne.

- N'hésitez pas à vous en servir aussi lors d'activités ou d'occasions où de l'alcool est consommé.
- Utilisez les affiches dans des zones très fréquentées du campus.
- Impression : format légal (8,5 × 14 po) pour les babillards; format tabloïde (11 × 17 po) pour les zones très fréquentées.
- Papier mat pour éviter les reflets.
- Il est préférable de poser les affiches avant le lancement en présentiel de la campagne.
- Vérifiez régulièrement l'état des affiches et remplacez celles qui sont endommagées ou déchirées.
- Pensez à changer les affiches d'endroits à l'occasion.
- Nous vous recommandons de retirer les affiches après un certain temps pour éviter que les étudiants s'y habituent et ne les voient plus.
- Le nombre d'affiches à imprimer dépend de la taille de votre établissement.
 - Exemple : StFX compte près de 5 000 étudiants et a imprimé 20 exemplaires de chaque affiche (60 en tout).

[Imprimer les affiches](#)



Affiches pour réseaux sociaux



[INSTRUCTIONS] Nous vous recommandons d'utiliser l'une de ces affiches sur vos réseaux sociaux au moins une fois par semaine pendant la campagne.

- **Pour maximiser la portée**

- Publiez les affiches sur plusieurs comptes de réseaux sociaux, p. ex. celui de la vie étudiante, de l'association étudiante et de l'établissement.
- Partagez vos publications dans vos stories.
- Invitez les étudiants à réagir à vos publications.

- **Légendes proposées**

- **Bleu** : Moins, c'est vraiment mieux. Diminuer sa consommation favorise la concentration, l'énergie et la clarté d'esprit. Pour en savoir plus sur les Repères canadiens sur l'alcool et la santé, consultez le KnowAlcohol.ca/fr.
- **Marron** : Renseignez-vous sur le verre standard – il est souvent plus petit que l'on pense. Consultez le KnowAlcohol.ca/fr pour mieux comprendre les effets qu'a l'alcool sur vous.
- **Orange** : L'eau est votre meilleure amie. Prenez un verre d'eau ou de boisson non alcoolisée pour chaque verre d'alcool que vous buvez. Pour d'autres conseils pour une consommation sécuritaire, consultez le site KnowAlcohol.ca/fr.

- **Autres légendes**

- Gardez les cours magistraux pour les salles de classe. Découvrez les plus récentes données scientifiques au KnowAlcohol.ca/fr.
- Moins vous buvez, plus vous y gagnez. Utilisez la calculatrice du site KnowAlcohol.ca/fr.
- Pour en savoir plus, consultez les Repères canadiens sur l'alcool et la santé au KnowAlcohol.ca/fr.

Affiches pour réseaux sociaux

Mots-clés proposés : #TonVerreTonChoix

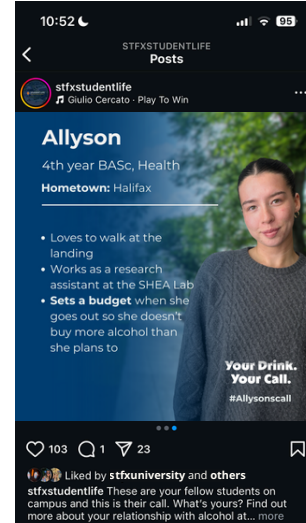
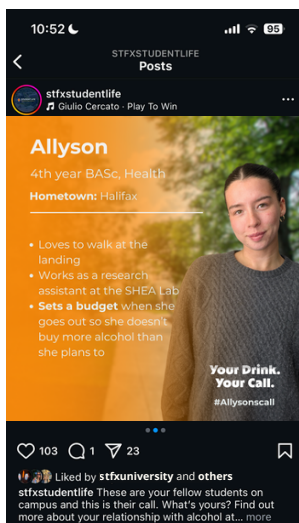
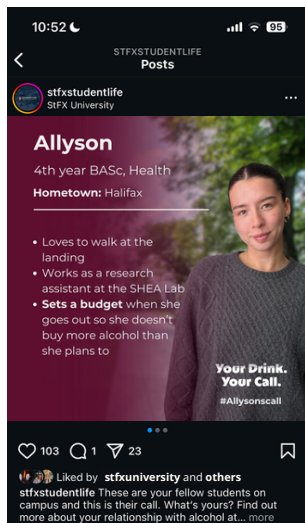
#RéductionMéfais #ComprendreAlcool

#RepèresAlcool #MonChoix

**Affiches pour réseaux
sociaux**



Témoignages



[INSTRUCTIONS]

Étape 1 : Trouvez des volontaires. Demandez aux services aux étudiants ou aux leaders étudiants de proposer 8 à 10 étudiants d'horizons divers.

Étape 2 : Prenez des photos avec un arrière-plan neutre, dans un endroit bien éclairé, en veillant à ce que la distance entre chaque personne et l'appareil photo reste à peu près la même, par souci de cohérence.

Étape 3 : Demandez à chaque étudiant les renseignements suivants :

- Prénom
 - Année et programme d'études
 - Ville natale
 - 2 anecdotes amusantes (p. ex. « j'adore le golf et je suis toujours en retard »)
 - Un conseil pour une consommation sécuritaire
- Si les étudiants n'arrivent pas à trouver un conseil, vous pouvez leur proposer de choisir parmi ceux-ci ou de s'en inspirer :
 - Je bois moins parce que...
 - J'arrête de boire parfois parce que...
 - Je note les quantités d'alcool que je bois parce que...
 - Je mange et je bois toujours de l'eau quand je prends de l'alcool parce que...
 - Je prévois régulièrement des jours sans alcool pour refaire le plein d'énergie, faire de l'exercice et m'entraîner, et respecter mes échéances.
 - J'utilise l'appli Comprendre l'alcool (knowalcohol.ca/fr/) pour en savoir plus sur les effets de ma consommation d'alcool sur mes finances et ma santé.
 - Je m'assure de pouvoir payer mon loyer et mon épicerie avant de me fixer un budget pour l'alcool.
 - Je bois parfois des boissons peu ou pas alcoolisées quand je sors et je socialise, mais que j'ai assez bu pour la semaine.
 - Mettez en ligne (publications ou stories) 1 ou 2 conseils par semaine sur plusieurs réseaux sociaux.
 - Dans la légende, invitez les étudiants à réagir ou à partager leurs propres conseils.

Gabarit pour les témoignages



Affiches numériques



[INSTRUCTIONS]

- Utilisez ces affiches numériques en alternance sur les écrans d'information du campus.
- Votre service informatique ou communication pourra vous aider.
- Utilisez les 3 versions de l'affiche, pour rehausser leur profil.
- Laissez-les à l'écran pendant 5 à 10 secondes.
- Continuez ainsi pendant toute la durée de la campagne.



Affiches numériques



Bannière et articles promotionnels



Bannières



[Instructions]

- Il est recommandé d'utiliser la bannière lors de vos activités. Vous pouvez aussi l'installer dans des zones très fréquentées du campus tout au long de l'année scolaire.
- Cette bannière rétractable de 83 cm x 206 cm peut être commandée en ligne à Vista Print pour environ 155 \$ à 200 \$.



Le **service de réduction des méfaits SafeLid** est une entreprise détenue et gérée par des étudiants de StFX. SafeLid facilite la réduction des méfaits dans les lieux bondés. Il s'agit d'un couvercle qui s'adapte à toutes les canettes standards, est réutilisable et se glisse facilement dans une poche ou un sac à main.

SafeLid est un produit personnalisable et abordable. Le modèle ci-dessus peut être commandé.

Information :

SafeLidHarmReduction@outlook.com

Idées d'articles personnalisables à commander :



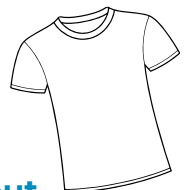
Stylos et crayons

Bouteilles et tasses

Autocollants

T-shirts

Sacs fourre-tout



Conseils pour un lancement réussi

Organisation de l'événement

- Planifiez votre événement au moins un mois à l'avance, ce qui vous donnera le temps de trouver l'emplacement idéal, de convier des invités spéciaux et de prendre les dispositions nécessaires.
- Nous vous recommandons de choisir un endroit accessible dans une zone ou un édifice très fréquenté du campus.
- Organisez votre événement à un moment où il y a beaucoup de monde, pour attirer le plus d'étudiants possible. Durée recommandée : 2 à 4 heures.
- Vérifiez que votre événement n'a pas lieu en même temps que d'autres activités importantes sur le campus.

Information sur l'événement

L'ajout d'une composante interactive à votre table incitera les étudiants à venir vous voir.

Idées d'événements : dégustation de cocktails sans alcool

- Dégustation ou compétition de cocktails sans alcool
- Jeu « Tournez la roue » ou quiz sur l'alcool
- Tirage au sort parmi les participants
- Tableau « Que chois-tu? » sur lequel les étudiants peuvent inscrire des conseils pour une consommation sécuritaire
- Portable ou tablette où est installée l'appli KnowAlcohol.ca/fr pour que les étudiants puissent l'essayer
- Invitation à une personnalité influente locale ou à un leader du campus en vue de rehausser le profil de l'événement

Promotion de l'événement

Affiches : Collez des affiches de promotion de la campagne ou l'événement sur le campus.

Réseaux sociaux : Utilisez les messages déjà rédigés pour renseigner les étudiants sur votre événement. Ajoutez les pseudos pertinents et utilisez des mots-clés pour rejoindre plus de gens et favoriser la promotion croisée avec les divisions et organisations concernées.

Bouche à oreille : Cette pratique vous aidera à susciter l'enthousiasme pour votre campagne.

Activités le jour de l'événement

Arrivez tôt et préparez-vous : Un événement qui se déroule bien donne une image positive des organisateurs et de la marque.

Utilisez les ressources à votre disposition : Utilisez la bannière de la campagne et d'autres articles promotionnels lors de l'événement.



Calendrier proposé

[Instructions] Nous vous recommandons de déployer cette campagne au moins une fois par année, pour une durée déterminée (p. ex. un mois). Il est déconseillé de mener la campagne en continu pendant toute l'année : une exposition répétée aux images atténuera la réponse des étudiants au fil du temps. Nous vous proposons le calendrier suivant, établi en fonction de l'expérience acquise avec la phase pilote de la campagne. Adaptez ces échéances à ce qui fonctionnera sur votre campus.



Une routine s'est établie pour les étudiants, et c'est un bon moment pour lancer la campagne puisqu'il y a les examens de mi-session et que les étudiants se fixent des buts pour le reste de l'année scolaire. Lancer la campagne avant l'Halloween pourrait être une bonne idée, cette fête étant souvent synonyme de consommation à risque.



Début de la deuxième session. C'est un autre moment pour se fixer des buts et prendre des résolutions. Un bon mois pour déployer la campagne et la faire coïncider avec le défi Janvier sans alcool.



La Saint-Patrick est une autre fête où il y a consommation d'alcool à risque élevé. Avec des ressources accessibles partout sur le campus, vous pourrez accompagner les étudiants qui se sentent souvent obligés de s'adonner au calage d'alcool.

Vous pouvez y arriver! Des supports visuels cohérents, des témoignages et des conseils pratiques aideront les étudiants de votre campus à faire des choix éclairés et à moindre risque par rapport à l'alcool. À votre santé!

Coordonnées et remerciements

Si vous avez des questions ou des commentaires, écrivez à alcool@ccsa.ca, en inscrivant en objet « Ton verre. Ton choix. ».

Ces actifs téléchargeables et imprimables sont gratuits et faciles d'emploi. Si vous les utilisez, dites-nous comment cela se passe.

Un grand merci à nos collaborateurs.

