

Pour diffusion immédiate

Le 4 juin 2007

numéro 07-113

Plus on consomme, moins on raisonne

WHITEHORSE – Dans sa nouvelle campagne de sensibilisation saisonnière, intitulée « Moosecapades » [Orignaleries], la Société des alcools du Yukon choisit l’humour pour rappeler aux gens de boire avec modération.

Inspirée d’une campagne semblable qui marche très fort au Québec, la première affiche d’une série de deux représente un amateur de plein air qui se met en fâcheuse situation après avoir trop bu.

« Quand on boit trop, on risque de faire des choses qui nous feront paraître et sentir très stupides », a dit Jim Kenyon, ministre responsable de la Société des alcools du Yukon.

Même si la campagne de sensibilisation cible surtout les amateurs de plein air, la Société des alcools du Yukon espère que tout le monde en comprendra le message et choisira la sobriété plutôt que l’excès.

« Si vous voulez consommer de l’alcool, faites-le avec mesure », a ajouté le ministre. « En d’autres mots, rappelez-vous que la qualité vaut mieux que la quantité et que la modération a bien meilleur goût. »

-30-

Renseignements :

Roxanne Vallevand
Communications
Conseil des ministres
867-667-7949
roxanne.vallevand@gov.yk.ca

Nathalie Hardwood
Communications
Société des alcools du Yukon
867-667-5075
nathalie.hardwood@gov.yk.ca