

Pour **2004-2005**

un plan d'action... stratégique !

La vingtaine de membres de l'ACEF présents à l'assemblée générale annuelle ont pris connaissance des résultats de la planification stratégique de l'organisme pour 2004-2009. Le plan d'action de l'année qui commence sera donc teinté des recommandations de ce rapport.

Bon nombre d'objectifs contenus dans le rapport portent sur la visibilité. Cette orientation n'est pas tombée du ciel toute seule, tout comme les trois autres axes de développement (fonctionnement, gestion et prévention), ils sont issus des constats réalisés à partir d'un sondage auprès des personnes ayant utilisé les services de l'ACEF, les organisations collaboratrices, les administrateurs et les travailleuses. Ainsi, on retrouve des objectifs favorisant un rapprochement des personnes âgées ainsi que des jeunes (ceux que nous rejoignons le moins), une présence médiatique plus grande, un meilleur contact avec les différents partenaires et un site Internet à refaire.

Cet exercice a donc permis de cibler des perspectives pour mieux correspondre à notre mission. Toute personne proche de l'ACEF sait que le travail ne manque pas, et comme les effectifs supplémentaires sont peu probables en regard du financement, nous souhaitons mieux travailler pour maximiser les efforts déployés.

Pour 2004-05, nous voulons régionaliser les dossiers d'action portant sur la lutte à la pauvreté, tout ce qui touche l'accessibilité aux services publics en regard de « la modernisation de l'État », les dossiers reliés à la santé, le versement trimestriel des allocations familiales, la sécurité alimentaire, etc. Comme toujours, nous miserons sur l'éducation comme moyen privilégié de prévention auprès des jeunes particulièrement et de la population en général. Nous réalisons annuellement une cinquantaine de rencontres sur des thèmes adaptés aux différents groupes. Une nouveauté pour l'automne, un atelier budget à partir du logiciel BudgetExpress 2.0 auquel nous avons collaboré.

Nous souhaitons ardemment développer une collaboration avec des médias pour la diffusion régulière de chroniques en consommation. Également, le concours des Prix du Cœur de la publicité court la chance de prendre un virage national dès l'automne 2004.

Bien sûr, les services de l'ACEF sont toujours au rendez-vous : consultations et suivis budgétaires, interventions budgétaires, informations téléphoniques, accompagnement et référence, etc. Nous entrevoyons également régionaliser le Fonds d'entraide Desjardins aux secteurs de Bellechasse, Montmagny et L'Islet.

Bref, avec le support des bénévoles et des membres du conseil d'administration, l'ACEF souhaite être plus présente pour mieux répondre aux attentes de sa communauté. En cette période trouble où nos décideurs semblent se désengager de plus en plus, la défense des droits des consommateurs prend alors tout son sens.

2003-2004 en bref...

L'ACEF s'était donné trois priorités : réaliser la planification stratégique de façon à établir un plan d'action permettant de repositionner l'ACEF comme intervenant majeur en consommation ; assurer la stabilité financière afin de maintenir l'équipe de cinq intervenantes ; mettre l'accent sur des dossiers d'action touchant les consommateurs à faible revenu.

Dans l'ensemble, le bilan apparaît très satisfaisant bien que la difficulté demeure dans la diffusion des dossiers d'action. En effet, il est très difficile de faire passer nos messages dans les médias locaux et régionaux, et pourtant, c'est le meilleur moyen de rejoindre la population.

La défense des droits

L'ACEF travaille un grand nombre de dossiers, souvent en collaboration avec notre regroupement national, l'Union des consommateurs, et des tables de concertation réparties sur l'ensemble de notre territoire. Quelques dossiers : promotion et développement du Fonds d'entraide Desjardins de la Rive-Sud, lutte à la pauvreté et l'exclusion, les services publics (l'électricité, le téléphone, l'eau), la publicité des médicaments, la sécurité alimentaire, etc.

L'éducation

Quelque 51 cours et ateliers ont été dispensés à plus de 700 personnes sur différents thèmes tels que le budget, le crédit, l'accession à la propriété, l'alimentation, l'endettement, les jeunes et l'argent, etc. Un nouveau projet, en concertation avec Centraide et l'Office de la protection du consommateur, nous a également menés sur le sentier de la sensibilisation des jeunes à la publicité en développant un concours dont les résultats vous sont transmis dans le présent bulletin.

Le support et l'aide

Les services à la population, ce sont les consultations budgétaires, les informations téléphoniques, l'accompagnement des personnes dans leurs démarches, etc. On parle de 188 nouveaux dossiers de consultation budgétaire et autant de suivis. C'est aussi le contrat de service qui nous mène à Fermont trois ou quatre fois par année.

La vie associative et autres

Nous avons la chance de compter sur des personnes dynamiques au sein du conseil d'administration, sur une vingtaine de bénévoles et des stagiaires qui collaborent toutes et tous aux réalisations de l'ACEF. C'est grâce à toutes ces personnes que l'équipe de travail arrive à actualiser la mission de notre association de protection des consommateurs à Lévis et dans les MRC de Lotbinière, Bellechasse, Montmagny et L'Islet.



Centraide

BULLETIN D'INFORMATION DE L'ACEF

Rive-Sud de Québec

REGROUPEMENT DE CONSOMMATEURS • 33, rue Carrier, Lévis (Québec) G6V 5N5 (418) 835 6633

VOLUME 13 - N°1, JUILLET 2004

Les publicités gagnantes des Prix du Cœur de la publicité



M. Martin Bureau, publicitaire et M. Claude Cossette membre du comité

Le 3 juin dernier, l'ACEF a procédé, en conférence de presse, à la remise des prix aux lauréats dans le cadre du concours des Prix du Cœur de la publicité. Cette activité, pilotée par l'ACEF en collaboration avec Centraide Québec et l'Office de la protection du consommateur (OPC), vise à sensibiliser la population et, plus spécifiquement cette année, les jeunes d'une partie de la région Chaudière-Appalaches à une consommation responsable et ultimement à introduire davantage d'éthique dans la publicité.

Les jeunes dénoncent MasterCard



M. Martin Bureau et Mme Manon Houde

Parmi les seize messages télé en lice, trois ont été retenus par les jeunes participants afin de se voir décerner un prix. Il s'agit de Metro - les produits Selection Merite (agence Cossette et Associés, Montréal) - pour le Prix Cœur d'or, MasterCard (agence AOR

Media Management, Toronto) pour le Prix Cœur de pierre, et enfin une mention spéciale hors catégorie pour la publicité Le lait (agence BBDO, Montréal). De plus, le groupe gagnant parmi ceux ayant choisi les publicités primées est la classe 01 de monsieur Vincent Fortier de l'école secondaire St-Charles-de-Bellechasse. Ces élèves de cinquième secondaire ont donc mérité un t-shirt au logo des Prix du Cœur.

Lors de la conférence de presse étaient présents les membres du comité organisateur dont monsieur Claude Cossette, conférencier et professeur titulaire en publicité sociale à l'Université Laval, qui d'ailleurs est à l'origine du projet, ainsi que monsieur Pierre Métivier, directeur général de Centraide Québec.

Enfin, mentionnons que si le support des partenaires est renouvelé, l'ACEF souhaite étendre le concours à tout le Québec afin de sensibiliser le maximum de personnes aux conséquences des stratégies publicitaires ou de commercialisation sur la vie des personnes vulnérables de la société.

Manon Houde

Conseillère budgétaire et chargée de projet

Les jeunes dénoncent les pièges de l'endettement.

L'ACEF a fait des heureux avec le concours *Endettement : Prudence 2004* en distribuant 1 000 \$ à 6 lauréats. Tenu auprès des élèves de 5^e secondaire de la Rive-Sud de Québec, le concours a pour but de les sensibiliser aux conséquences de l'endettement et du crédit facile. En tout, 589 jeunes ont réalisé des travaux, 95 textes et 494 affiches sur le sujet. Cinq écoles ont participé, il s'agit de : Beaurivage (Saint-Agapit), Les Etchemins (Charny), Marcelle-Mallet (Lévis), Pointe-Lévy et le Collège de Lévis. L'école Bon-Pasteur de L'Islet-sur-Mer et la Polyvalente St-Anselme ont utilisé le matériel pédagogique de l'ACEF sans que les élèves ne produisent de travaux. Les lauréats sont :

Catégorie TEXTE

- 1^{er} prix (250 \$) :
Alexis Bouffard Chabot, École Pointe-Lévy
- 2^e prix (150 \$) :
Alexandra Rivard-Fradette, École Pointe-Lévy
- Mention spéciale (100 \$) :
Nicolas Bourque, École secondaire Les Etchemins

Catégorie AFFICHE

- 1^{er} prix (250 \$) :
Catherine Laflamme, École Pointe-Lévy
- 2^e prix (150 \$) :
Sarah Landry, École secondaire Les Etchemins
- Prix de participation régional :
Lotbinière (100 \$) : Sandra Chrétien,
École Beaurivage

Les prix, offerts aux gagnants sous forme de dépôt à terme afin d'encourager l'épargne, ont été commandités par le Comité des caisses de la Cité Desjardins, le Comité des directeurs des caisses Lotbinière, la Caisse populaire Desjardins de Trois-Saumons, le Syndicat de l'enseignement des Deux Rives et le Syndicat de l'enseignement de la Côte-du-Sud.

Le texte d'Alexis Bouffard Chabot a aussi été sélectionné parmi les trois meilleurs au Québec (le 3^e), lui conférant un autre prix de 200 \$, remis par la revue *Protégez-vous*.

1^{er} prix : Alexis Bouffard Chabot – Les trois petits moutons

On entend souvent dire que l'argent est un bon serviteur, mais un mauvais maître. Aujourd'hui, il faudrait peut-être changer ce proverbe pour : le crédit est un bon serviteur. De plus, il est beaucoup plus vil et sournois que l'argent, parce que vous n'avez besoin que d'une signature et « pouf » vous avez une carte vous permettant de dépenser de l'argent que vous n'avez pas, mais que vous pensez pouvoir avoir d'ici la fin de l'échéance du compte. En cas de problème, cela attendra au prochain compte. On n'a qu'à en payer une partie et le tour est joué. Cependant, il est très mal joué et j'espère que ce que je vais dire, vous le saisirez. Le meilleur moyen de faire comprendre quelque chose aux gens est souvent de leur raconter une histoire, alors c'est ce que je vais essayer de faire. Elle pourrait peut-être endormir un enfant, mais aussi donner des cauchemars à leurs parents.

Il était une fois trois petits moutons, trois bons amis. Assez bien gâtés par la nature, de bonne famille, bien élevés, en gros, ils étaient des moutons comme les autres. Tous trois venaient de sortir de l'université et, bien sûr, du même coup, ils se retrouvaient avec quelques dettes, mais rien de bien grave. Le temps vint donc de déménager de leur appartement miteux pour de belles grandes maisons pour accueillir, peut-être un jour, une famille. Ils partirent chacun de leur côté, à la recherche d'une demeure selon leur condition. Le premier des moutons arrêta son choix sur une somptueuse demeure qui était au-dessus de ses moyens, mais celui-ci prit donc un prêt hypothécaire sur le plus grand nombre d'années possible pour avoir le plus d'argent possible par mois afin de s'amuser. Le deuxième mouton, quant à lui, opta pour une belle maison en banlieue avec un prix raisonnable, pour celui-ci, grâce à un prêt sur une vingtaine d'années. Le troisième décida d'y aller plus avec ses besoins, alors il acheta un petit appartement. C'est bien beau avoir une maison, toutefois il faut aussi la meubler : laveuse, sècheuse, réfrigérateur, divans, téléviseur, etc. Le premier petit mouton décida de les acheter avec la vente à tempérament que le magasin offrait, sans se douter des mauvais côtés. Le deuxième les paya avec ses nombreuses cartes de crédit, mais il ne s'arrêta pas là ; il achetait tout ce qui lui plaisait sous prétexte qu'il pourrait, un jour, peut-être en avoir besoin. C'était si facile grâce à ses cartes de crédit, tu profites aujourd'hui et tu payes plus tard. Le dernier se limita aux articles les plus nécessaires qu'il paya avec sa seule carte de crédit pour éventuellement acheter les autres plus tard.

Une année passa donc sans encombre pour nos trois charmants personnages. Ils firent la fête, profitèrent du temps de leurs vacances, sans trop se soucier de ce qui les attendait. Les intérêts, c'est comme de la mauvaise herbe, ça pousse et ça grossit rapidement. « Un bon matin, on sonna à la porte du premier mouton ; il alla donc ouvrir. Un grand méchant loup de la finance cognait pour réclamer son dû parce qu'il avait omis de payer ses dettes. Le pauvre petit mouton pris de panique se sauva donc chez son ami, le deuxième petit mouton. Quelques jours passèrent avant que le loup ne revienne, mais cette fois-ci, il n'était pas seul. Une meute de créanciers arriva sur le parquet de nos deux compagnons. Avant même qu'ils n'eurent le temps de cogner à la porte, les deux endettés se sauvèrent chez leur dernier ami, leur dernier espoir. Ils arrivèrent en trombe chez le troisième, mais il ne les laissa pas pénétrer dans sa demeure. Puis, il s'exclama ainsi : « Vous avez ce que vous méritez ; la seule chose que je peux faire est de vous donner des conseils. Toi, le premier, le seul moyen que tu as pour t'en sortir est de courir voir un syndic et de déclarer faillite. Tu as beaucoup trop de dettes et elles sont trop élevées. Ils enlèveront une partie de tes dettes à un prix que tu regretteras quand même. Ils vont saisir quelques-uns de tes biens ainsi qu'une partie de ton salaire pour te redonner que le minimum pour vivre. Sans oublier que tu ne pourras que très difficilement emprunter durant plusieurs années. Quant à toi, mon deuxième ami, tu peux t'en sortir moins radicalement. Tu devrais consolider tes dettes et emprunter dans une institution financière pour payer tes autres dettes. Comme cela, il y aura moins de loups à ta poursuite, sauf que tu payeras plus longtemps. Je ne vous embêterai pas plus longtemps, car j'ai mes comptes à remettre et je ne veux pas avoir plus de dettes que j'en ai présentement. » Les deux autres firent ce que leur ami avait dit, bien que malheureux, ils trouvaient cela moins pire qu'une poursuite judiciaire. Alors, ils comprirent que le bonheur n'est pas gratuit et que l'illusion créée par le crédit peut être fatale.

J'espère que cette histoire, quoique loufoque, vous a fait comprendre l'essentiel. Il faut se méfier du crédit. Si vous vous reconnaissez dans un des deux premiers personnages, faites attention ! Il est très facile de s'endetter, mais de s'en sortir est une tout autre histoire. Faites-vous un budget, vérifiez vos comptes, posez-vous la question : est-ce que j'en ai vraiment besoin ? Informez-vous. C'est la meilleure solution pour ne pas s'attirer des problèmes. Alors vous retrouverez votre cœur d'enfant et vous dormirez sur vos deux oreilles.



Catherine Laflamme, École Pointe-Lévy