



Parution de Juillet 2012



N'hésitez pas à nous suivre ! Nous mettons à votre disposition des informations qui pourraient vous être utiles !

Facebook : [Acef Rive-Sud de Québec](#)

Twitter : [#acefrsq](#)



### Un guide pour les familles recomposées À vos amours, à vos affaires

Le 28 mai dernier, l'ACEF Rive-Sud de Québec, en collaboration avec l'ACEF Lanaudière, a procédé au lancement du second volet **Familles recomposées** du guide **À vos amours, à vos affaires / Information et réflexion pour simplifier la nouvelle vie à deux, trois...** Cette brochure approfondit

les aspects économiques d'une recombinaison familiale en proposant des pistes de réflexion et des outils pour bien réorganiser ses finances personnelles et familiales, tout en offrant des informations à caractère juridique.

Souvent les familles recomposées connaissent mal les impacts de leur récent choix de vie commune. Par

exemple, des allocations familiales reçues de manière distincte au début de la relation seront plus tard réajustées, à la hausse ou à la baisse, et acheminées à un seul des deux parents ! **À vos amours, à vos affaires** est un incontournable pour un couple qui songe sérieusement à reformer une famille et souhaite le faire de façon éclairée. Pour un autre couple qui vit déjà cette réalité, la brochure permettra de valider les façons de faire ou de corriger le tir au besoin. Selon l'ACEF, ouvrir le dialogue sur les questions d'argent demeure la principale clé du succès financier en amour.

On peut se procurer chaque guide séparément au coût de 2\$ ou le duo **À vos amours, à vos affaires** incluant les fascicules **Couples** et **Familles recomposées** au coût de 3\$ (plus les frais postaux s'il y a lieu) auprès de l'ACEF Rive-Sud de Québec. Des informations pratiques sont également disponibles sur le site web de l'ACEF : [www.acefrsq.com](http://www.acefrsq.com)

---

## La grève est étudiante, la lutte est populaire

La question de la hausse des droits de scolarité a dégénéré en crise sociale, laquelle a profondément divisée la population du Québec. Qui dit vrai dans cette saga sociétale, avec dans le coin *droit* le gouvernement, et dans le coin *gauche* les étudiants?

Tout et n'importe quoi a été dit concernant les étudiants : ils sont gâtés, veulent tout avoir *gratuit*, se paient des voyages, des voitures, des Ipod, Ipad et cics.... D'autres en rajoutent : j'ai payé mes études moi-même dans mon temps, c'est juste 325 \$ par an, c'est plus cher partout ailleurs.

Conclusion : ils peuvent faire leur juste part eux aussi.

L'objectif du gouvernement étant d'éliminer le déficit en 2013-2014, il doit pour cela *ou* couper dans les dépenses *ou* augmenter les revenus. Bien sûr, comme il n'a pas le plein contrôle sur toutes les options, il essaime dans tout l'appareil gouvernemental des mesures correctrices. De là, la juste part des étudiants.

Les étudiants suggèrent de regarder du côté du financement des universités pour récupérer les sommes manquantes. Ils mentionnent qu'ils n'ont pas à payer pour le gros salaire des recteurs ; que les frais afférents ont énormément grimpé depuis quelques années, frais ne servant pas directement aux études....Bref, il y a d'autres sources de revenus à explorer.

Le gouvernement, quant à lui, utilise certains arguments qui frisent parfois le sophisme, entre autres lorsqu'il avance que les étudiants de niveau universitaire gagneront de gros revenus un jour, ainsi il est juste qu'ils paient plus pour leurs études maintenant. D'abord, ce n'est pas certain que tous ces étudiants compléteront un baccalauréat ni même qu'ils gagneront de gros salaires, même avec une formation complétée. Certains programmes, on le sait, sont plus rémunérateurs que d'autres, on pense ici au programme de médecine ou d'ingénierie.

Dans le débat faisant rage sur la fameuse « juste part », nous ne pouvons rester indifférents. Cela fait des années que l'ACEF, avec les autres organismes membres de l'*Union des consommateurs*, réclame que tous fassent leur juste part ! C'est aux étudiants que l'on demande de contribuer davantage (alors qu'ils ont déjà subi une hausse de 30% de leurs frais de scolarité depuis 2005) ? C'est à tous les citoyens gagnant plus de 14 000\$ à qui l'on demande une juste part au moyen d'une taxe santé de 200\$ par personne ? C'est par une taxe à la consommation augmentée de 2% en 2 ans et non modulée en fonction des biens achetés que l'on espère remplir les coffres ?

Qu'apprend-on en parallèle ? La taxe sur le capital est abolie, même pour les entreprises financières, lesquelles font des profits record à chaque année ! Les impôts des entreprises sont diminués au fédéral ! Les entreprises pharmaceutiques déménagent et licencient des milliers de personnes malgré les avantages fiscaux qu'on leur offre ! On continue de payer nos médicaments 38% plus cher que la moyenne des autres pays de l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) !

Au sein de la Coalition opposée à la tarification et à la privatisation des services publics<sup>1</sup>, nous avons activement participé à l'élaboration d'alternatives fiscales qui permettraient de récolter plusieurs milliards de dollars pour le gouvernement, donc pour nous tous, SANS recourir NI à la privatisation NI à la tarification de nos services publics. Voici des liens pour consulter ces suggestions humblement offertes au gouvernement depuis 2 ans et qui n'ont pas été débattues à l'Assemblée nationale pourtant en quête désespérée de moyens de remplir ses coffres :  
[www.nonauxhausses.org](http://www.nonauxhausses.org)  
[www.nonauxhausses.org/affiches/alternatives-fiscales-justes-et-equitables-pour-les-finances-publiques](http://www.nonauxhausses.org/affiches/alternatives-fiscales-justes-et-equitables-pour-les-finances-publiques)

La lutte étudiante actuelle nous apparaît comme un symptôme d'un problème bien plus vaste: l'individualisation du financement de projets de société comme l'éducation ou la santé. La conséquence de cette vision de la société : plus de gens incapables de joindre les deux bouts et qui viendront de plus en plus nombreux nous rencontrer pour des consultations budgétaires. C'est déjà le cas, avant même la deuxième hausse des frais de scolarité, en plus de celle de 30% des tarifs d'électricité prévue dans les prochaines années.

---

<sup>1</sup> Cette coalition, mise sur pied en 2010, regroupe plus de 140 organismes communautaires, groupes de femmes, associations étudiantes et syndicales. Pour plus d'information, visitez le site au <http://www.nonauxhausses.org/>



## 9<sup>e</sup> édition du concours « Prix du cœur de la publicité » : Des milliers de jeunes se sont prononcés.

La 9<sup>e</sup> édition du concours « Prix du cœur de la publicité » a pris fin lundi le 16 avril 2012. L'équipe de l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) Rive-Sud de Québec a procédé au décompte des votes et au tirage des prix de participation.

### Les gagnants

Cette année, les honneurs du prix « Cœur d'or » vont à la **publicité IGA**, créée par l'agence de communication **Sid Lee**. La publicité a su gagner le cœur du public par son humour, son approche humaine, par l'idéologie véhiculée qui encourage la consommation responsable. Selon les jeunes qui ont voté, « on y montre clairement que les fruits et légumes viennent d'ici, ils sont même cueillis directement dans le jardin du magasin ».

La publicité ayant remporté le prix « Cœur de pierre » est celle de **Zantac**, créée par l'agence américaine **Cramer-Krasselt**. Le concept, jugé sexiste et inapproprié par les jeunes, met l'accent sur la surconsommation, l'adoption de mauvaises habitudes alimentaires et prône des valeurs sociales négatives.

### L'activité en bref

Rappelons que ce concours est une activité pédagogique qui vise le développement de l'esprit critique des ados face à la publicité. Il encourage également les jeunes à consommer de façon responsable. Lors du décompte final, 100 écoles, 35 maisons de jeunes et 3 carrefours jeunesse-emploi ont participé au concours, ce qui implique l'inscription de **10 010 jeunes à travers le Québec**.

Le visionnement des 8 publicités en lice se fait en groupe dans les écoles et les maisons de jeunes. Les discussions des jeunes aboutissent à la sélection de leurs publicités « Cœur d'or » et « Cœur de pierre », en fonction des critères établis : respect de l'éthique, encouragement de la consommation responsable, transmission de valeurs humaines comme l'entraide, la justice, etc. Le concours compte également un volet grand public qui permet à la population de pratiquer son esprit critique en votant pour les publicités via le site Internet [www.prixducoeurdelapub.com](http://www.prixducoeurdelapub.com)

### Les piliers

Les dix-sept associations de consommateurs du Québec, dont l'ACEF Rive-Sud de Québec, sont fières de soutenir cette 9<sup>e</sup> édition et ainsi contribuer à développer l'esprit critique des jeunes consommateurs du Québec. Le concours est le fruit d'un partenariat avec Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, l'Office de la protection du consommateur et monsieur Claude Cossette, professeur en publicité à l'Université Laval. L'Autorité des marchés financiers a permis la modernisation de l'image de marque du concours par le soutien financier du Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance.



#### ATELIERS

Voici l'horaire des ateliers à venir cet automne :

#### Budget personnelles

4 septembre, 19h  
Initiation au budget par une méthode simple et complète

#### Finances

Lieu : 33 rue Carrier, Lévis. 10\$/personne (guide budgétaire inclus)

#### Budget Express (logiciel)

2 octobre, 19h  
Atelier sur une méthode budgétaire informatisée simple et complète  
Lieu : 33 rue Carrier, Lévis. 30\$/personne (logiciel inclus)

## Accès à la propriété

17 octobre, 19h : Le financement

31 octobre, 19h : Les étapes d'achat

Afin de bien outiller les acheteurs potentiels et ce, de manière objective, l'atelier aborde deux thèmes différents et importants.

Lieu : 33 rue Carrier, Lévis. 20\$/personne ou 30\$/couple par soir

Vous pouvez consulter la liste complète des ateliers sur notre site à l'adresse suivante :

[http://www.acefrsq.com/int/form\\_atel.html](http://www.acefrsq.com/int/form_atel.html)

Nous vous prions de vous inscrire à l'avance à l'adresse suivante : [acef@acefrsq.com](mailto:acef@acefrsq.com) ou par téléphone au 418-835-6633 (ou 1 877 835-6633). Merci



## Cinq conseils aux nouveaux locataires

En cette période nationale du déménagement, voici cinq conseils aux locataires d'un nouveau logement.

### 1. Le dépôt : pratique interdite

Le propriétaire ne peut pas exiger du locataire des sommes additionnelles au loyer, à titre de dépôt.

Par exemple, un propriétaire ne peut pas exiger un montant d'argent afin de garantir la remise de clés, ou encore, exiger une somme d'argent si le locataire peinture les murs de couleurs vives.

### 2. La section G : l'obligation de déclarer le loyer payé par l'ancien locataire

Au Québec, la loi ne permet pas au propriétaire de remettre son logement « au prix du marché » entre deux locataires. S'il désire augmenter le loyer, cette hausse doit être justifiée, par

exemple, par des rénovations faites au logement avant sa relocation.

Ainsi, lors de la signature du bail, le propriétaire doit remettre au nouveau locataire un avis indiquant le loyer le plus bas payé au cours des douze mois précédant le début du bail. Si, après votre emménagement, vous constatez que la section G de votre bail n'a pas été complétée par le propriétaire, vous pouvez, dans les deux mois du début du bail, demander à la Régie du logement de fixer votre loyer.

### 3. L'état du logement

À la date convenue, le propriétaire a l'obligation de délivrer le logement en bon état, d'habitabilité et de propreté. Le locataire peut refuser de prendre possession du logement si son état constitue une menace sérieuse à la santé et la sécurité des occupants

#### 4. Paiement du loyer

Payer son loyer à la date convenue au bail est la principale obligation du locataire. Il n'y a pas de délai raisonnable pour payer son loyer! Ainsi, le loyer est payable le premier du mois, à moins d'une entente écrite contraire. Dès le premier jour de retard, le propriétaire peut faire une demande de recouvrement de loyer à la Régie du logement. De plus, un retard de plus de trois semaines donne le droit au propriétaire de demander la

résiliation du bail et l'éviction du ou des locataires et occupants, même en hiver.

#### 5. L'assurance habitation

Bien que ce soit fortement recommandé, le propriétaire d'un logement ne peut pas obliger un locataire à souscrire à une assurance-habitation.

L'ACEF Rive-Sud de Québec est là pour vous informer. N'hésitez pas à nous contacter au 418-835-6633/ 1-877-835-6633.

---

## Rapport du conseil d'administration 2011-2012

### Les jeunes et le sang neuf ou du crayon aux réseaux...

Bonjour à vous tous et bienvenue à notre assemblée générale annuelle.

D'une année à l'autre, les services dispensés par l'ACEF sont toujours aussi importants. Le rapport annuel que l'équipe présentera ce soir vous le démontrera. Atelier et formation, consultation budgétaire, intervention en consommation, publication de chroniques, conférence de presse, etc. sont autant de moyens pour informer les gens de leurs droits et de les aider à mieux affronter leur situation budgétaire.

Comme le titre de ma chronique vous le mentionne, nous avons passé un nouveau cap.

Après avoir réussi à convaincre Simone de passer à l'ère informatique, voilà que nos jeunes travailleurs (stagiaires et employés) nous poussent vers de nouvelles avenues qui jusqu'alors nous étaient étrangères. Nous avons développé de nouveaux créneaux : le WEB, les réseaux sociaux, les pictogrammes pour les cellulaires, etc.

C'est dans l'optique d'aller chercher cette catégorie d'âge (les jeunes), que nous tentons une percée dans ce monde merveilleux. C'est l'évolution...

Nos beaux projets de l'année 2011-2012 :

- Plusieurs lancements : Le 1<sup>er</sup> juin 2011 avait lieu le lancement de la brochure « À vos amours, à vos affaires », guide pour les couples mariés ou vivant en union libre. C'est un projet que nous avons réalisé en collaboration avec l'ACEF de Lanaudière. Ce travail d'équipe continue avec le tome 2 qui informera les familles recomposées. Le 27 octobre, nous avons lancé le « Guide du locataire aîné en résidence privée. La choisir, y vivre, s'y sentir bien. ». Ce fut un succès.

- Éconologis dernière prestation : Cette année nous avons offert encore une fois « Éconologis » avec plus de bas que de hauts ! Une plainte d'un entrepreneur a été logée au Bureau de l'efficacité et de l'innovation énergétiques pour concurrence déloyale. Avions-nous les licences et les travailleurs avaient-ils leurs cartes ? Malgré une imagination fulgurante pour la promotion du programme, nous avons eu une réponse mitigée des ménages. Après mûre réflexion et l'analyse des coûts que requérait la dispensation de ce programme et l'apport financier pour l'ACEF, nous avons décidé de ne pas soumissionner pour sa livraison l'année prochaine.
- Prix du cœur de la publicité : Cette année le concours a présenté une nouvelle image et une façon de fonctionner différente. Tous les documents de présentation du concours sont disponibles sur le site. Fini les envois postaux ! Nous économiserons ainsi nos arbres.
- Jeunes et argent : Pour tenter de joindre ce groupe d'âge, l'ACEF a fait un autre bout de chemin sur la voie toute tracée de l'évolution informatique. Nous avons mis à contribution nos jeunes talents (lire ressources) ce qui a permis à l'ACEF de faire une incursion dans le vaste monde technologique: capsules WEB, Facebook, Twitter, Youtube et code QR pour téléphone cellulaire...

Pour les aînés :

- Programme d'information pour les aînés (PIA) : Cette clientèle faisant toujours partie de nos préoccupations, alors en collaboration avec l'AQDR-RS, des ateliers sont offerts aux aînés en résidence privée pour les outiller.

Et le financement :

On court toujours et encore après des sous. Outre Centraide-Québec et Chaudière-Appalaches et le Secrétariat à l'action communautaire autonome et

initiative sociale (SACAIS) pour le financement de base, nous avons eu recours à toutes sortes de portefeuilles pour arriver à vous concocter une panoplie de projets :

Ressources humaines et développement des compétences Canada : Emploi d'été et Stratégie des partenariats de la lutte contre l'itinérance (SPLI);

Autorité des marchés financiers (AMF) : édition de « À vos amours, à vos affaires » tomes 1 et 2 et Renouveau des Prix du cœur de la publicité;

Société d'Habitation du Québec (SHQ) : création d'un programme d'information sur les droits et obligations des locataires immigrants. Monsieur Lehouillier (député libéral) est venu nous rendre visite pour la remise de la subvention;

Office de la protection des consommateurs (OPC) : 9<sup>e</sup> édition des Prix du cœur de la publicité (renouveau du concours) et Capsules WEB;

Nouveaux horizons : édition du «Guide du locataire aîné en résidence privée. La choisir, y vivre, s'y sentir bien»; (Suite et fin)

CAFOL : matériel promotionnel pour souligner le 25<sup>e</sup> anniversaire de l'ACEF

Eh oui, déjà !

De plus, nous avons tenté de trouver des fonds pour le Service d'aide aux locataires afin de conserver cette ressource sur la Rive-Sud.

Cette année nous avons eu encore une fois à laisser partir des gens et à en accueillir d'autres. Alain nous a

quitté à la fin de son contrat. Geneviève nous a laissé elle aussi mais c'était pour un heureux événement, elle reviendra. Tout comme Éveline qui a fait un retour remarqué. Nous avons eu la chance d'accueillir des stagiaires qui nous ont rendu de fiers services. Et le travail a encore été départagé entre tous les éléments de l'équipe.

Comme toujours, je tiens donc à remercier cette équipe qui, malgré les remaniements à l'interne, les dossiers qui déboulent et les demandes qui entrent par la grande porte, continuent à livrer la marchandise. Merci pour votre disponibilité, votre investissement et votre bonne humeur. Merci d'y croire encore.

Je veux aussi remercier le conseil d'administration qui donne du temps et reste disponible à l'occasion pour en faire un petit peu plus...

Merci pour ces années d'implication. Merci pour toutes ces années d'aide, d'éducation et d'action...

Merci encore et félicitations à toutes et tous.

Denise Lavallée  
Présidente  
ACEF Rive-Sud de Québec

## Bilan 2011-12 - Faits saillants

Nous sommes fiers du travail réalisé et des résultats obtenus. Surtout que ces réalisations ont eu de forts échos dans le milieu, soit par le partenariat suscité ou par le rayonnement de l'ACEF en tant qu'acteur incontournable. Par ailleurs, nous avons prouvé une fois de plus que, même après 25 années, l'ACEF sait mobiliser les forces vives de son équipe élargie pour actualiser son action, de surcroît, avec des moyens d'interventions modernes, en plus de bien modeler sa réponse aux besoins des consommateurs.

### **PARMI LES INTERVENTIONS DE L'ACEF, VOICI LES PLUS MARQUANTES :**

La parution de la brochure **À vos amours, à vos affaires**, *Information et réflexion pour simplifier la vie à deux*. Issue d'un partenariat avec l'ACEF Lanaudière.

Nous avons réalisé la brochure **À vos amours, à vos affaires Familles recomposées**, *Information et réflexion pour simplifier la vie à deux, trois*. Toujours en partenariat avec l'ACEF Lanaudière.

Notre partenariat étroit avec l'Association québécoise de défense des droits des personnes retraitées et préretraitées de la Rive-Sud (AQDR-RS) a résulté en notre participation majeure pour la dispensation du **Programme d'Information aux Aînés sur le choix d'un milieu de vie** (P.I.A.).



La parution du guide du locataire en résidence privée, **Ma résidence, mon choix, mes droits**.

L'ACEF, en collaboration avec des groupes en habitation du milieu, a piloté la table **Concertation Logement de Lévis (CLL)** afin de mobiliser la communauté sur les enjeux liés au logement.

Notre intervention auprès de la clientèle jeunesse s'est concrétisée par des efforts pour les outiller comme consommateurs responsables face au monde effréné de la consommation. Nous avons actualisé le concours les **Prix du cœur de la publicité** ayant pour résultat la mise en ligne d'un site WEB dynamisé et l'utilisation des réseaux sociaux pour mieux rejoindre les jeunes.

De surcroît, nous avons développé du matériel de sensibilisation par la production de capsules vidéo mettant en vedette un jeune consommateur en quête d'habiletés et de connaissances pour affronter ce redoutable monde de la consommation. C'est ainsi que nous avons troqué papier et crayons contre le web et la caméra pour rejoindre les consommateurs en devenir. Un défi technologique très bien relevé.

Par ailleurs, l'ensemble des services de base et du travail de défense des droits des consommateurs a suivi son cours. Le service de consultation budgétaire est toujours en grande demande. Les demandes en région sont importantes indiquant que notre rayonnement régional est satisfaisant si l'on considère les ressources disponibles et le temps que nécessitent de tels déplacements.

La profonde implication de chacun des membres de l'équipe de travail et l'ouverture faite aux bénévoles et aux stagiaires dans le développement de l'ACEF auront été garants de la motivation soutenue de tous, travailleurs et personnes bénévoles. La reconnaissance et la confiance mutuelles entre bénévoles et permanents sont des gages de travail solidaire axé sur la justice sociale et la pratique citoyenne.



## **LA DÉFENSE COLLECTIVE DES DROITS DES CONSOMMATEURS**

12 dossiers d'intérêt :

**Endettement** par la 8<sup>e</sup> campagne de sensibilisation *Je suis dans la marge jusqu'au cou!*, la veille des pratiques abusives envers les ménages vulnérables et notre intervention relative aux problématiques d'itinérance et de jeu pathologique.

**Protection du consommateur** par les modifications à la LPC et analyse d'autres lois.

**Habitation** par notre expertise en *Accession à la propriété*, par **Éconologis** et par le développement du **Service d'aide aux locataires**

**Aînés : les abus financiers**; les résidences privées pour aînés.

**Lutte à la pauvreté et l'exclusion** par les 3 tables de concertation, la **lutte aux hausses de tarifs** et de la privatisation des services publics et gouvernementaux et le travail de prévention à l'itinérance.

**Publicité** par la 9<sup>e</sup> édition des *Prix du cœur de la publicité*.

**Services publics** par la veille sur l'accessibilité des services d'électricité, de téléphone et de câble, par l'application de solutions pour les ménages à faibles revenus aux prises avec des factures très élevées d'électricité.

**Santé** par la veille sur l'accessibilité et l'universalité des **services de santé**, la promotion d'un régime entièrement public d'assurance médicaments et le contrôle du coût des médicaments.

## **L'ÉDUCATION ET L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS**

### L'éducation

89 rencontres pour 1 436 participants sur 15 thèmes

Les participants : 51% de la ville de Lévis, majoritairement des femmes et 42% à l'emploi ; Taux de satisfaction : 80%

### L'information

140 interventions médiatiques

3 bulletins *L'Express de l'ACEF*

8<sup>e</sup> campagne de sensibilisation : *Dans la marge jusqu'au cou!*

2 nouvelles publications : **Guide du locataire aîné en résidence privée : la choisir, y vivre, s'y sentir bien** et le guide **À vos amours, à vos affaires Familles recomposées**.

3 événements de presse : lancement des guides *À vos amours, à vos affaires*, *Guide du locataire aîné en résidence privée* et l'annonce de l'octroi à l'ACEF d'une subvention du Programme d'aide aux organismes communautaires (PAOC) de la Société d'habitation du Québec (SHQ).

550 demandes d'information en consommation

4 kiosques d'information sur l'ACEF et ses services, nos dossiers de défense des droits, la documentation accessible, etc. Une campagne de sensibilisation «As-tu pensé au communautaire?»



## **LE SUPPORT ET L'AIDE AUX CONSOMMATEURS**

La consultation budgétaire : 248 dossiers ouverts et 107 suivis budgétaires.

Profil socio-économique : 61% demeurent dans la ville de Lévis ; 71,2% n'ont pas de conjoint; 65 % n'ont pas d'enfants ; les femmes consultent davantage (51,5% seule ou en couple 12,9%) ; 36% de la clientèle sont en emploi ; 44,8% des gens qui consultent ont entre 25 et 44 ans, 23,4% ont 55 ans et plus dont 6,3% sont des aînés de 65 ans et plus (4% en 2010); 59% ont un niveau de scolarité primaire ou secondaire.

Profil budgétaire : 22,3 % ont des revenus mensuels nets de 1000\$ et moins, 41,7 % vivent avec 1001\$ et 2000\$ par mois, 20,6% vivent avec 2001\$ à 3000\$ par mois alors que 15,4% avec plus de 3001\$ par mois.

Profil d'endettement : en excluant l'hypothèque, 42,1% ont plus de 15 000\$ de dettes (dont 20,4% plus de 30 001\$ de dettes), 30,6% ont entre 5001 \$ et 15 000 \$ de dettes, alors que seulement 5,3 % ont entre 1\$ et 1 000\$ de dettes.

Solutions : la tenue du budget et son réaménagement dans 51,2%, la négociation de créanciers 8%, 7,2% la faillite ou la proposition de consommateurs, 4,5% la consolidation, 8,7% emprunt au FEDRS. Pour 12,9% la situation est demeurée statutaire ; ils sont venus chercher à l'ACEF un soutien budgétaire pour passer à travers la crise.

Portrait de la clientèle de consultation budgétaire : plus de gens sans emploi ; davantage de personnes de plus de 65 ans ; près du quart vivant avec moins de 1 000\$/mois ; des gens avec un niveau d'endettement de 10 000\$ et moins plus nombreux (48,1% contre 35,9% l'an dernier). Cet appauvrissement de la clientèle explique en partie le recours plus fréquent au FEDRS et l'augmentation importante de solution de soutien en opposition à une solution de redressement financier.

## **LA VIE ASSOCIATIVE**

50 membres

15 bénévoles pour 752 heures de bénévolat

5 administrateurs bénévoles

4 stagiaires pour 945 heures de stage

1 étudiante embauchée à l'été 2011 pour 210 heures

### L'implication dans le milieu

8 tables de concertation ou comités pour 32 réunions: CDC de Lévis, Table de concertation et de développement communautaire de Lotbinière, Action solidarité Bellechasse, GRAP Lévis, Table de prévention Vieillir sans abus dans Lotbinière, etc.

24 rencontres diverses : 7 AGA, 4 activités de Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, 13 rencontres de consultation/information/concertation ou autres

### L'implication à l'Union des consommateurs

4 groupes de travail et les instances démocratiques pour 41 réunions ou appels conférences: comités, CA, AG, Fondation Union, etc.

## **LA GESTION ET L'ADMINISTRATION**

238 heures de formation (près de 7 semaines)

15 jours de réunions

15 demande\$ de financement et suivis des ententes triennales

Et, mille et une autres tâches pour le fonctionnement de base.



## **Fonds d'entraide Desjardins Rive-Sud**

Bilan 2011-2012

Le Fonds d'entraide Desjardins (FED) vient en aide aux personnes et aux familles en difficultés financières en offrant un support à la gestion budgétaire et en rendant disponible un petit prêt, le cas échéant. En tout, 19

Caisses Desjardins participent au FED, soit la presque totalité des caisses se trouvant sur le territoire de l'ACEF.

Le Fonds d'entraide Desjardins vient de terminer la seconde année d'un protocole de trois ans. Au cours de la dernière année, le conseil d'administration a fait une analyse de ce dernier en vue d'y apporter des améliorations permettant d'assurer la pérennité du



Fonds. Pour assurer une bonne collaboration entre les partenaires, nous avons également peaufiné la nouvelle présentation du rapport trimestriel d'activités.

Plusieurs nouveaux représentants ont formé le conseil d'administration cette année, une équipe très dynamique, qui a le sens du développement et qui assure une remarquable collaboration.

De leur côté, les Caisses Desjardins et la Fédération des caisses Desjardins, en plus de leur support financier, offrent un support technique très apprécié et assurent une liaison efficace entre toutes les instances impliquées au sein du Fonds. Que l'on pense aux conseillers en développement coopératif ou aux répondants en caisse qui travaillent aux 4 coins du territoire, tous contribuent au bon fonctionnement du Fonds.

Comme le FED a pour principal objectif de promouvoir l'éducation budgétaire, soulignons le travail de l'ACEF qui, de son côté, assure ce rôle et qui a ouvert cette année 160 nouveaux dossiers auprès de sociétaires de caisses Desjardins participantes au FED.

Cette année, 44 prêts ont été octroyés sur 54 demandes reçues, ce qui représente une hausse de 10% par rapport à l'année dernière.

Les motifs d'emprunt des prêts autorisés sont, entre autres, rembourser un retard de loyer, une attente de revenu ou un déménagement.

#### **Priorités 2012-2013**

- Démontrer l'utilité de l'éducation budgétaire comme moyen de soutenir la reprise en main des personnes en difficultés financières ;
- Assurer une bonne concertation entre tous les partenaires :
  - Offrir des rencontres de mise à niveau ;
  - Profiter des tribunes qui sont à notre disposition tel que le Portail des dirigeants et l'Intranet Desjardins ;
  - Terminer la mise à jour du dépliant du FEDRS.



En 2002 à l'initiative de Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, M. Claude Cossette, professeur titulaire en publicité sociale à l'Université Laval, présentait une conférence intitulée : « La publicité, étiqueteuse de pauvreté ». Il a émis l'idée de décerner des prix pour **la publicité Cœur d'or** et **la publicité Cœur de pierre**. C'est ainsi qu'on a vu naître « Les Prix du cœur de la publicité ». Cette activité consiste en une remise annuelle de mentions visant à encourager et à dénoncer les publicités faisant preuve d'une stratégie respectueuse ou exploiteuse des consommateurs. Ce concours est destiné aux adolescents de niveau secondaire, ainsi qu'à ceux visitant les maisons de jeunes. Ils doivent voter, parmi des publicités télé présélectionnées, pour leur publicité cœur d'or et leur publicité cœur de pierre.

Pour la 9<sup>e</sup> édition, nous avons travaillé à mettre sur pied le «renouveau Prix du cœur». Nos objectifs: améliorer le site Internet, joindre les réseaux sociaux, utiliser davantage le Web dans nos communications et envois de matériel pour réduire l'utilisation de papier et faciliter l'accès au concours pour un plus grand nombre d'écoles et maisons de jeunes du Québec. Mission accomplie !

#### **VOICI LE CONCOURS 2011-2012 EN BREF**

Un comité aviseur est formé de Marie-Christine Beaulé de Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, de Françoise Guay de l'Office de la protection du consommateur et de Claude Cossette professeur titulaire en publicité à l'Université Laval.

17 associations de consommateurs de la province se sont jointes à nous pour diffuser l'activité à travers tout le Québec.

10 010 jeunes inscrits provenant de 100 écoles, 35 maisons de jeunes et 3 carrefours jeunesse-emploi de partout au Québec.

2 696 ont retournés les résultats du vote.

Sur le territoire desservi par l'ACEF Rive-Sud de Québec ainsi que dans la région de Québec, 2 631 jeunes se sont inscrits provenant de 31 écoles et 3 maisons de jeunes.

105 votants en ligne [www.prixducoeurdelapub.com](http://www.prixducoeurdelapub.com)

30 agences de publicité du Québec ont reçu une copie de notre communiqué en plus d'une affiche à l'effigie du concours lors du lancement du concours.

8 publicités en nomination : A&W, Clearasil, Familiprix, IGA, PFK, Skittles, Superclub Vidéotron et Zantac.

### **Les publicités gagnantes**



Publicité CŒUR D'OR  
IGA  
de l'agence Sid Lee Montréal



Publicité CŒUR DE PIERRE  
Zantac  
de l'agence Cramer-Krasselt

### **La promotion**

4 communiqués de presse pour 1 entrevue et 1 mention à la radio, 13 articles sur le Web et 2 parutions répertoriées dans les journaux et bulletins / Bandeau sur les sites des partenaires / 2 articles dans L'Express de l'ACEF.

### **Le matériel**

30 DVD / 250 affiches distribuées / En prix de participation : 4 cartes iTunes d'une valeur de 50\$ chacune, 5 cartes iTunes d'une valeur de 25\$ chacune / 60 t-shirts à l'effigie du concours / Guides pratique du consommateur pour chaque enseignant et animateur ayant retourné le vote de ses groupes/ 2 trophées Cœur d'or (pour l'agence de publicité et pour le client).

### **Le financement et les autres contributions**

Centraide Québec et Chaudière-Appalaches : poste de chargée de projet; Office de la protection du consommateur (OPC) : frais de fonctionnement et matériel; Autorité des marchés financiers : *renouveau*. Contribution bénévole et autres: membres du comité aviseur, membres du comité de sélection des pubs, firme de communication *Niveau 5*.

### **Perspectives 2012-13**

- Faire de la 10<sup>e</sup> édition du concours un évènement axé sur la visibilité afin de hausser sa notoriété et de créer un engouement général pour le concours.
- Mettre davantage l'éthique publicitaire au centre du concours en accentuant notre sensibilisation auprès des agences de publicité et en invitant les jeunes à une création publicitaire éthique.
- Utiliser les réseaux sociaux pour susciter la participation active des jeunes au concours, en captant leur intérêt par nos capsules web, un porte-parole de la création publicitaire et des prix de participation.

## Service d'aide aux locataires

Depuis janvier 2007, l'ACEF offre un service spécialisé en matière de logement locatif qui vise la diffusion d'information sur le sujet ainsi qu'à défendre les droits des locataires. Le service offre également des ateliers d'information et intervient dans des dossiers politiques pour faire la promotion des intérêts des locataires et les représenter.

### Concrètement, en 2011-12

#### Interventions individuelles et de groupes

- Nombre de personnes aidées : **272**
- Interventions téléphoniques : **321 interventions auprès de 229 personnes**
- Rencontres : **54 rencontres auprès de 43 personnes**
- Suivis auprès de locataires ayant déjà bénéficié du service dans les années précédentes: **99 personnes**
- Ateliers réalisés : **17 ateliers auxquels ont assisté 227 personnes**

#### Interventions médiatiques

- Communiqués envoyés aux médias écrits : **6**
- Présence média : **5 entrevues dans la presse écrite**

#### Éducation populaire



- Lancement et diffusion du **Guide du locataire aîné en résidence privée. La choisir, y vivre, s'y sentir bien** ; plus de 2500 copies ont été distribuées

- Réalisation du dépliant : **Hausse de loyer, petit guide de survie du locataire**

#### Relation avec le milieu

- Groupe experts-conseils en abus, violence et négligence envers les aînés : **8 rencontres**
- Concertation Logement de Lévis : **6 rencontres et participation à deux comités**
- Coalition régionale PSL santé mentale : **2 rencontres**
- Comité itinérance, sensibilisation et prévention : **2 rencontres**
- Comité logement de la Commission consultative Jeunes et Ville Lévis : **2 rencontres**
- Participation aux activités du Regroupement des comités logements et associations de locataires du Québec (RCLALQ): **2 assemblées générales, 1 assemblée générale annuelle, 1 formation sur la protection du parc locatif**
- Participation à la journée de l'habitation de la Société d'habitation du Québec
- Participation au colloque sur l'habitat adapté pour les aînés des Entretiens Jacques Cartier

#### Priorités 2012-2013

- Sensibiliser sur l'importance de l'accès au logement comme stratégie de lutte à la pauvreté et à l'exclusion sociale par les moyens suivants : la diffusion du **Rapport sur l'état des besoins en logements sociaux et communautaires dans la ville de Lévis** et en réalisant un colloque sur cet enjeu;
- Promouvoir nos outils d'éducation populaire sur les droits des locataires auprès des nouveaux arrivants du territoire de l'ACEF ;
- Poursuivre notre travail de prévention auprès des aînés en participant au déploiement du Programme d'information aux aînés sur le choix d'un milieu de vie dans la région de Chaudière-Appalaches;
- Continuer notre travail de représentation et susciter la mobilisation afin que soit adoptée une réglementation efficace sur la salubrité des logements à Lévis.

Pour une cinquième saison consécutive, l'ACEF Rive-Sud administre le programme *Éconologis* à titre d'organisme-livreur pour le grand territoire de Chaudière-Appalaches. Ce programme du Bureau de l'efficacité et de l'innovation énergétiques (BEIE) du Ministère des ressources naturelles et de la faune a comme objectif d'aider les ménages à revenu modeste à améliorer le confort et l'efficacité énergétique de leur domicile, par le biais de conseils et la pose d'équipements pour l'amélioration de la consommation du chauffage, de l'éclairage et de l'eau chaude. Comme l'an dernier, l'ACEF Amiante-Beauce-Etchemins (ABE) a livré à sous-contrat le programme sur leur territoire. Entre septembre 2011 et le 31 mars 2012, 460 ménages ont pu bénéficier de la visite Éconologis, en parcourant 16 338 kilomètres. Pour notre ACEF, la livraison d'Éconologis a permis d'aider 139 ménages. La provenance des ménages se répartit comme suit pour le secteur Lévis: 46% de la ville de Lévis, 19% Lotbinière, 18% Montmagny, 11% Bellechasse et 5% L'Islet.



Afin de faire connaître Éconologis, plusieurs activités de promotion ont été effectuées dans les médias, les organismes du milieu, les organismes gouvernementaux, et autres lieux propices à recruter la clientèle. Un tirage «Référez et gagnez» a été organisé afin d'encourager les ménages ayant reçu la visite Éconologis à référer d'autres personnes admissibles. Des récompenses en crédit énergie totalisant 500\$ ont été octroyées à trois familles. Malgré tout, le «bouche à oreille» demeure la meilleure référence.

**Nombre de visites réalisées par territoire d'ACEF (Cible = population)**

	Visites 2011-1212 & %	réalisées Nombre	Cible % territoire	Écart
Lévis	64	14,1%	33,8%	-19,7%
Bellechasse	16	3,5%	8,5%	-5,0%
Montmagny	25	5,4%	5,7%	-0,3%
L'Islet	7	1,5%	4,6%	-3,1%
Lotbinière	27	5,9%	7,1%	-1,2%
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>30,2%</b>	<b>60%</b>	
<b>ABE</b>				
Appalaches	165	35,8%	10,7%	25,1%
Robert-Cliche	17	3,7%	4,7%	-1,0%
Beauce-Sartigan	101	21,9%	12,5%	9,4%
Nouvelle-Beauce	24	5,2%	8,2%	-3,0%
Les Etchemins	14	3,0%	4,3%	-1,3%
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>321</b>	<b>69,8%</b>	<b>40%</b>	
	<b>460</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Le programme prévoyait 580 visites; cette cible n'a pu être atteinte malgré de multiples efforts de promotion. Les difficultés de recrutement sont attribuées à l'absence de promotion nationale et à l'essoufflement du programme qui roule depuis plus de 10 ans. Compte tenu du succès mitigé d'Éconologis sur le territoire de l'ACEF Rive-Sud et des nouvelles obligations de certification en construction exigées par le BEIE, l'ACEF a choisi de ne pas être organisme livreur pour les prochaines années.

## Perspectives 2012-2013, ... 25 ans plus tard!

L'ACEF célèbre ses **25 ans** d'existence. L'année sera encore bien remplie de travail diversifié et ouvrira la porte à des festivités soulignant l'ancrage de l'ACEF dans son milieu.

L'ACEF cherche constamment à créer un équilibre dans son mode d'action de façon à répondre aux besoins de la population tout en poursuivant ses mandats d'aide et de soutien, d'éducation et de défense collective des droits.

En 2012-13, l'ACEF entend mettre l'accent sur les priorités suivantes :

- **Être l'organisme de référence en matière d'éducation financière et d'éducation aux locataires, tant au plan local que régional;**
- **Faire de nos interventions jeunesse (ateliers de groupe, *Prix du cœur de la publicité*, réseaux sociaux, etc.) des occasions de participation active pour les jeunes afin d'aiguiser leur sens critique sur la consommation;**
- **Renforcer notre rôle de défense de droits des consommateurs et des locataires par l'éducation populaire et des actions collectives, avec comme objectifs l'équité sociale et l'accès au logement;**
- **Saisir l'opportunité du 25<sup>e</sup> anniversaire de l'ACEF pour promouvoir notre mission.**

En matière d'éducation et d'information, les orientations iront vers la saine gestion budgétaire, la prévention des abus financiers envers les aînés, l'éducation financière et à la consommation responsable chez les jeunes.

Dans le domaine des actions de défense des droits, nous souhaitons travailler tantôt localement, régionalement ou nationalement avec l'Union des consommateurs et le Regroupement des comités logement et associations de locataires du Québec (RCLALQ). Nos actions visent la lutte à la tarification et à la privatisation des services publics, ainsi que le développement d'une plus grande justice sociale.

Concernant le support et l'aide, notre orientation est de s'assurer de la qualité des services, d'une réponse prompte et adaptée aux besoins des gens et de la complémentarité d'action avec les partenaires du milieu.

L'ACEF Rive-Sud a toujours misé sur une vie associative dynamique. Elle a un long parcours de partenariat et de concertation en s'impliquant dans différents regroupements et tables de concertation sur l'ensemble de son territoire et également au plan national. Nous ferons du 25<sup>e</sup> anniversaire une occasion de plus pour poursuivre notre mission de coopération solidaire.

---