



AFEAS

l'Association
Féminine
d'Éducation et
d'Action
Sociale

D O C U M E N T

PRÉSENTE AU GROUPE DE RECHERCHE
EN CONSOMMATION
DE LA FACULTE DE DROIT DE
L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL

PAR SOLANGE GERVAIS
PRÉSIDENTE DE L'A.F.E.A.S.

SIÈGE SOCIAL :
180 EST, BOUL. DORCHESTER
BUREAU 200,
MONTRÉAL, P.Q. H2X 1N6
TÉL. : (514) 866-1813

Montréal

4-5 mars 1978

PRESENTATION DU MOUVEMENT

NOM:

L'Association Féminine d'Education et d'Action Sociale (AFEAS)

SIEGE SOCIAL:

180 Dorchester est, suite 200, Montréal, P.Q. H2X 1N6

HISTORIQUE:

L'AFEAS provient de la fusion de deux organismes: l'U.C.F.R. (Union Catholique des Femmes Rurales) fondée en 1937 et des C.E.D. (Cercles d'Economie Domestique) fondés en 1945. L'UCFR œuvrant principalement en milieu rural et les CED en milieu urbain, la fusion permit aux femmes de s'unir pour discuter et solutionner des problèmes communs. Aussi, l'AFEAS conserve toujours des préoccupations pour les deux milieux par le biais de ses deux commissions de recherche rurale et urbaine.

Les lettres patentes ont été obtenues du Gouvernement Provincial le 30 août 1968 en vertu de la troisième partie de la Loi des Compagnies. L'AFEAS est formée sans capital social et, par conséquent, ses opérations sont sans but lucratif.

BUTS:

L'AFEAS a pour buts et objectifs:

- . de grouper en association les personnes intéressées à la promotion de la femme;
- . par l'éducation, éveiller les membres à leurs responsabilités et les engager à faire face aux exigences de la famille et de la société;
- . de réaliser une action sociale en vue de la promotion de la femme et de l'amélioration de la société;
- . de se présenter dans la société comme corps intermédiaire entre l'Etat et l'individu et se réaliser comme tel par les moyens qui lui sont propres.

EFFECTIFS 76-77:

En juin 1977, l'AFEAS comptait 35,000 membres regroupés en 600 cercles (niveau local) à travers la province de Québec. Ces mêmes cercles appartiennent à 13 fédérations (niveau régional).

Nos 13 fédérations sont:

Saguenay-Lac-St-Jean
 St-Jean
 Québec
 Joliette
 Côte-Nord
 Mont-Laurier
 Sherbrooke
 Trois-Rivières
 Rimouski
 St-Hyacinthe
 Abitibi-Témiscamingue
 Nicolet
 Montréal-St-Jérôme-Outaouais

Nos membres proviennent de toutes les couches de la société. Ces femmes sont, en majeure partie, mariées à des ouvriers ou à des professionnels des milieux rural, urbain ou semi-urbain.

FONCTIONNEMENT:

Chaque année, à la suite d'une consultation à la base, l'AFEAS choisit des études sociales. Les sujets sont très diversifiés et d'intérêt général. Les membres des Cercles se réunissent mensuellement, étudient ces études sociales, formulent des résolutions et prévoient des actions concrètes à poser dans leur milieu immédiat.

Les résolutions ainsi formulées sont acheminées à la Fédération qui les présente à son Assemblée de la Fédération en mai. Les résolutions adoptées par les déléguées de la Fédération sont expédiées au siège social qui, à son tour, lors du congrès d'août, les présente à l'Assemblée générale de l'Association pour étude.

Les résolutions adoptées par les déléguées de l'Association font l'objet d'un mémoire présenté aux gouvernements ou organismes concernés. Toutes nos actions découlent de ce mémoire.

L'AFEAS, pour aider ses membres dans leurs études mensuelles, publie, 10 fois par année, une revue intitulée "Femmes d'ici" (tirage: 12,000) ainsi qu'un dossier d'étude (tirage: 1,100).

Une partie de la revue est consacrée à l'étude sociale du mois et fait ressortir les différents points pouvant être abordés à l'assemblée du mois; nous proposons des techniques de travail, des actions à poser, etc... D'autre part, le dossier d'étude apporte un complément d'information et permet une étude plus poussée.

ADMINISTRATION:

Pour répondre aux besoins des membres, le siège social embauche 6 personnes: une secrétaire-trésorière, une documentaliste, deux secrétaires de comités, une responsable de la tenue de livres et réceptionniste et une préposée aux abonnements à la revue et aux dossiers d'étude.

En plus de nos 2 commissions permanentes, l'Association forme, annuellement 7 à 10 comités pour travailler à l'élaboration de programmes de formation et d'information. A la suite de ces travaux, nous organisons des "sessions de formation" visant à transmettre à toutes nos responsables régionales l'information et la formation nécessaire au bon fonctionnement du mouvement.

Toutes ces activités sont supervisées par l'Exécutif ou le conseil d'administration formé des 13 présidentes des fédérations (régionales).

CONCLUSION:

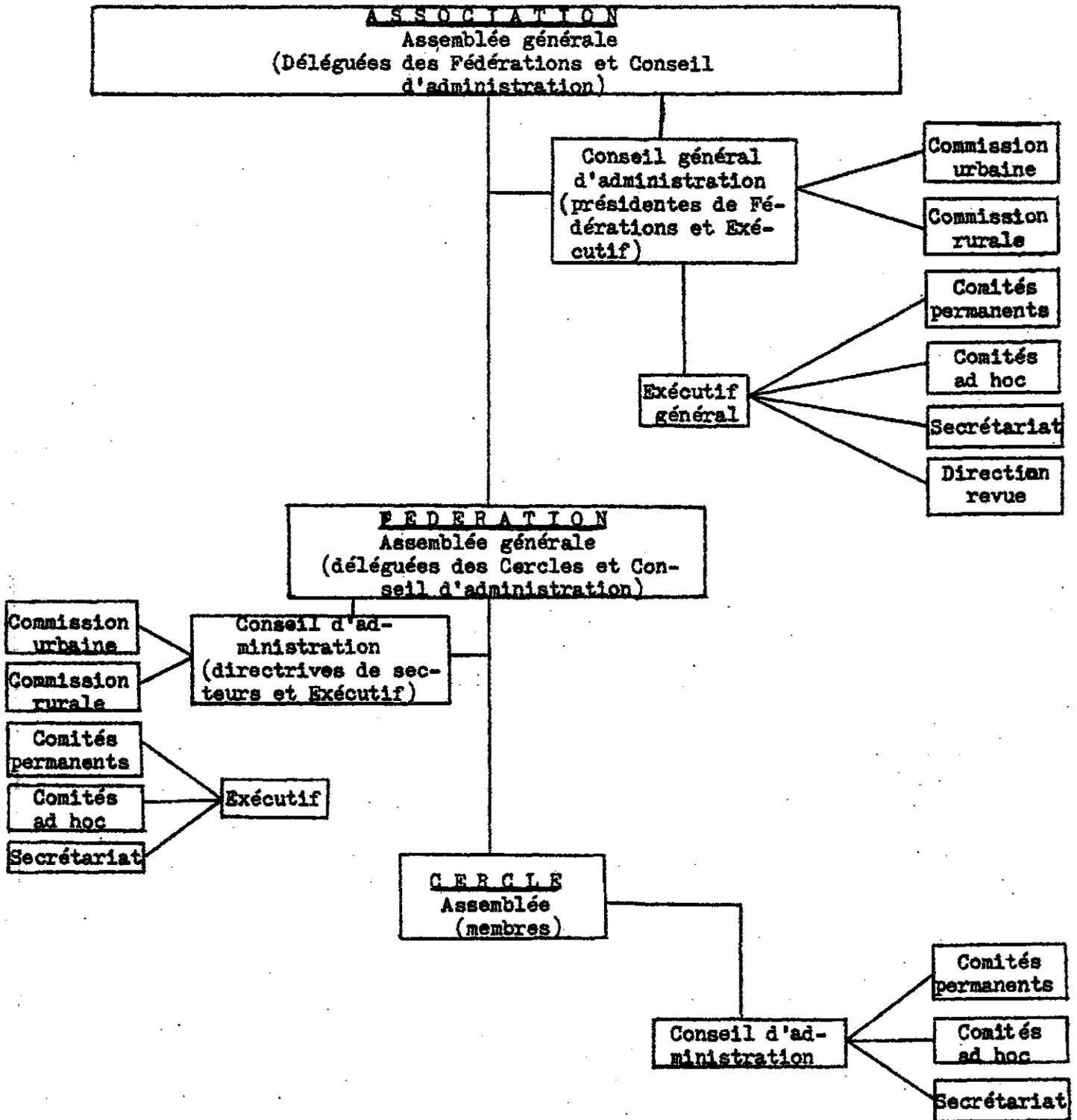
Il s'agit évidemment là d'un fonctionnement très simplifié. Nous vous invitons à consulter l'organigramme et le feuillet publicitaire pour comprendre mieux la façon dont s'établissent les liens aux trois paliers grâce à nos conseils d'administration, nos exécutifs, nos commissions de recherche et nos comités.

Si d'autres informations vous étaient nécessaires, nous nous ferons toujours une joie de répondre à vos questions.

Pièces jointes: feuillet publicitaire
organigramme

L'ASSOCIATION FEMININE D'EDUCATION ET D'ACTION SOCIALE

Organigramme



AFEAS ET CONSOMMATIONMOYENS D'ACTION:

<u>AFEAS</u>	<u>EN CONSOMMATION</u>
. Revue mensuelle "Femmes d'ici"	- flash et chronique
. Etude sociale mensuelle dans les 600 cercles	- quelques-unes sur économie et consommation
. Dossier d'étude mensuel	- 2 pages par 2 mois sur consommation
. Journées d'étude provinciales	
. Conférences de presse	
. Emissions de T.V. et radio	
. Cours - sessions - mini-sessions	- thème sur la consommation
. Formation d'animatrices populaires	- elles deviendront des formateurs et des multiplicateurs
. Sessions d'animation et de formation	
. Mini-sessions de formation dans les cercles	
. Organisation de nombreux colloques	
. Démonstrations en techniques ménagères	- avec préoccupations en consommation

NOS RESOLUTIONS (tirées de nos représentations aux commissions parlementaires, loi 45 et bill 7)

Vous trouverez ci-après des extraits de nos derniers mémoires; nos recommandations sur la consommation sont fragmentaires comme préoccupation mais prouvent le sens des responsabilités individuelles et collectives de nos membres.

Les membres de l'AFEAS sont en majorité des mères de famille, femmes au foyer pour la plupart, administratrices du budget et souvent collaboratrices du mari dans une entreprise familiale. Elles sont particulièrement touchées par la publicité tapageuse et omniprésente. Les commerçants itinérants connaissent cette situation et tentent d'en profiter au maximum.

L'information dont elles disposent ne se compare pas toujours avantageusement à l'avalanche de messages publicitaires qui l'assaillent à longueur de jour. Les techniques les plus raffinées de mise en marché, la publicité la plus subtile lui créent des besoins presque impossibles à satisfaire. Quand elles sont aux prises avec un problème de consommation, elles sont souvent démunies parce que leur problème ne se mesure pas toujours aux moyens dont elles disposent.

C'est dans cette perspective et afin de mieux connaître les réactions de ses membres devant la publicité qu'elle lança au début de 1974 une vaste enquête

scientifique sur la publicité à la télévision, à la radio et dans la presse écrite. "Cette enquête a démontré clairement que les femmes ne rejettent pas la publicité en bloc mais qu'elles veulent une publicité honnête, sans artifices trompeurs. Elles veulent qu'on les prenne pour des femmes normales, intelligentes, capables de décider elles-mêmes, si elles veulent tel ou tel produit. Les annonces malfaites, exagérées, trompeuses qui nous montrent la femme comme une idiote, une marâtre ou une "sexy-girl" sont rejetées par la majorité des femmes".

Les télé-clubs ont une grande vague dans l'AFEAS, des centaines de cercles ont recours à ces petits groupes pour former les membres et leur entourage à l'auto-critique vis-à-vis ce médium puissant en publicité et en consommation etc... Nous avons systématisé: fiches, analyse, évaluation, etc... afin de devenir mouvement déclencheur et porte parole du télé-spectateur. Nous avons présenté à Radio-Canada en octobre 1977, nos recommandations et suggestions sur le sujet.

PUBLICITE TELEVISEE

- . d'interdire toute publicité à la télévision sur les aliments et les produits hygiéniques de première nécessité.
- . que pression soit faite auprès des responsables concernés pour que les annonces publicitaires soient moins nombreuses et plus justes et par le fait même moins onéreuses pour le consommateur."

L'A.F.E.A.S. ne demande pas d'interdire toute publicité, mais de la contrôler afin qu'elle devienne moins onéreuse pour le consommateur.

PUBLICITE FAITE AUX PRETS FINANCIERS:

- . réglementer plus sévèrement la publicité faite aux prêts financiers et aux cartes de crédit qui incite les gens à acheter plus qu'ils ne peuvent payer.

PRIMES:

- . Nous demandons au Ministère des Consommateurs, Coopératives et Institutions financières, que les primes soient retirées de tous les produits de consommation.

PUBLICITE SUR LES MEDICAMENTS:

- . nous demandons au Ministère de la Santé et du Bien-Etre Social d'interdire toute publicité sur les médicaments.
- . La publicité ne devrait pas présenter explicitement les médicaments comme solution à des problèmes d'ordre émotif ou psychologique.

- . Toute représentation relative à l'efficacité, à la sécurité, à la rapidité d'action d'un médicament devrait être fondée sur une documentation scientifique. Le fabricant ou le commerçant qui utilise une telle publicité devrait produire cette documentation sur demande du ministère ou d'un organisme désigné par le ministre, lequel pourrait statuer sur sa validité.
- . Toute comparaison d'un médicament avec un autre devrait être prohibée
- . Tout témoignage devrait être interdit
- . Toute représentation ou allusion laissant croire qu'un professionnel de la santé approuve ou recommande l'usage d'un médicament devrait être prohibée.
- . Toute publicité devrait porter, bien en évidence, la mention suivante: "Tout médicament peut être dangereux - observer rigoureusement le mode d'emploi".

PUBLICITE PAR TELEPHONE ET PAR CORRESPONDANCE:

- . d'interdire la publicité et sollicitation par téléphone et par correspondance à moins que le bien offert n'entraîne aucun déboursé éventuel au consommateur.

CREDIT DANS LES ENTREPRISES DE DISTRIBUTION:

- . obligeant les commerces à accorder un rabais automatique correspondant aux frais d'administration du crédit pour tout achat au comptant.

PUBLICITE DESTINEE AUX ENFANTS:

- . "que soit bannie des écrans de télévision toute émission ou toute publicité d'émission à caractère violent ou érotique, aux heures où les enfants peuvent être à l'écoute, c'est-à-dire que ces émissions et cette publicité ne passent qu'à près 22 heures.

LIGNES DIRECTES DANS LES BUREAUX REGIONAUX DES GOUVERNEMENTS

- . de pourvoir ces bureaux de lignes sans frais d'interurbains (zénith) couvrant toute la région à desservir. Nous recommandons donc que tous les bureaux régionaux de la protection du consommateur soient pourvus de lignes directes sans frais d'interurbain afin de permettre au consommateur de recourir aux services de l'Office facilement.

COMPTES DE L'HYDRO QUEBEC:

- . de prolonger à 30 jours de délai prévu pour payer le montant net du compte d'électricité.

BILL 45:

- . que les bureaux de l'Office de la Protection du Consommateur aient les pouvoirs de renseigner le consommateur sur la valeur réelle d'un produit.
- . que les étiquettes identifiant les procédés d'entretien et la composition des tissus soient cousues au vêtement afin de résister à la manipulation.
- . que les vendeurs de contrats d'assurances soient considérés comme des vendeurs itinérants et ne puissent faire de la sollicitation.
- . que les bureaux locaux de protection du consommateur équipés de laboratoires d'analyse et étant faciles d'accès, puissent être installés dans tous les centres importants, et au moins dans chacune des dix régions économiques de la province.

BILL 7:

- . que toute loi ou toute bricole de loi relative à la protection du consommateur et relevant des ministères autres que celui des consommateurs soit intégrée à la loi de la Protection du consommateur pour ne former qu'un tout et faciliter au consommateur l'accès à la loi.
- . que tout message publicitaire respecte la dignité humaine.

A L'ECOLE:

- . L'éducation à la consommation joue aussi un rôle prépondérant. Il est de toute urgence d'initier les jeunes dès l'élémentaire et davantage au secondaire à devenir des consommateurs prudents et vigilants.
- . Sur recommandation du Ministère des Consommateurs, le Ministère de l'Éducation devrait intégrer au programme scolaire des éléments d'éducation à la consommation.

PRIORITES D'ACTION 1977:

En 1977, en outre le 8 décembre, l'AFEAS a présenté un mémoire sur la surconsommation des médicaments, qui a été très remarqué à l'atelier Consommation et habitation, lors d'une réunion du Conseil des Ministres Fédéraux à Montréal.

- . que l'ordre des médecins et le collège des pharmaciens exercent une surveillance étroite auprès de leurs membres, dans la distribution et la médication des antibiotiques.
- . que les médecins exigent dans certains cas un examen de laboratoire avant de prescrire ces médicaments.
- . que les médecins et les pharmaciens donnent à leurs patients toutes les informations adéquates sur les médicaments prescrits (nom générique, contre-indication, effets secondaires, etc...)
- . que le Ministère des Affaires Sociales intensifie le travail de prévention et de sensibilisation auprès du public par les mass-média et par les CLSC.
- . que le Ministère des Affaires Sociales oblige le personnel des Centres d'accueil à donner l'information à leurs pensionnaires sur les médicaments et à les sensibiliser aux activités physiques qui leur conviennent.
- . que le prix de vente maximum des médicaments soit fixé par un organisme gouvernemental.
- . que le nom générique des médicaments et la date d'expiration de la prescription soient indiqués sur chaque contenant.
- . que soit créée une Régie gouvernementale qui aurait pour tâche le contrôle des prix des médicaments.

et nous avons établi toute une stratégie d'action pour nos membres sur le sujet:

- . Dans chacune des localités, aller rencontrer tous les pharmaciens, leur faire connaître nos résolutions sur l'abus des médicaments et insister, exiger même qu'ils expliquent à leurs clients les effets de ces mêmes médicaments.
- . Demander à chacun des membres du cercle d'exiger qu'on leur explique les effets des médicaments prescrits.

- . Faire des rencontres qui suggèrent aux mères des façons d'éviter les abus de médicaments tels:
 - a) offrir ou prendre un verre de lait chaud lors d'insomnie.
 - b) boire beaucoup d'eau, prendre une c. à thé ou c. à table d'huile d'olive à jeun le matin pour guérir une constipation et régulariser l'intestin.
 - c) faire de l'exercice pour se détendre etc...

Une autre priorité est celle de l'achat chez-nous.

- . que le gouvernement démontre par une campagne d'information au public consommateur les raisons profondes de son adhésion à une politique d'achat chez-nous.
- . que l'AFEAS, comité des arts ménagers, section économie-consommation, entreprenne les actions suivantes:
 - a) donner à tous les membres une information claire et précise concernant l'identification des produits du Québec;
 - b) sensibiliser tous ces membres aux problèmes présents et futurs de notre économie agricole.
- . développer l'habitude d'acheter des produits de chez-nous. Chaque fois que c'est possible, donner priorité aux produits Québécois.

. 1ère étape: Bien identifier les produits de chez-nous.

- suggestions:
- savoir lire sur les étiquettes
 - à un produit offert, s'informer si on a le produit correspondant fabriqué au Québec, l'acheter, s'il répond à nos besoins.
 - faire le relevé des industries locales, régionales, bien identifier le produit, à quelle étape de fabrication et le produit fini.
 - faire l'étude des journaux régionaux, analyser les produits annoncés, inciter l'équipe du journal à annoncer davantage les produits québécois.
 - participer au programme Alimentation du ministère des affaires sociales.
 - se monter un tableau en affichant les étiquettes de produits apportées par les membres.

2ième étape:

- suggestions:
- étude sur les retombées économiques d'une telle attitude
 - contacter les C.R.D. (conseil régional de développement) pour connaître les études déjà faites sur le sujet.
 - organiser un colloque régional où l'on invite les divers types d'industries locales à se situer dans l'économie régionale.
 - faire la promotion des produits locaux et régionaux (ex: Tricofil au Palais du Commerce...)
 - au niveau de la revue, faire connaître les produits des différentes régions.

Une troisième priorité est la lutte contre la consommation abusive de l'alcool.

- . faire la promotion des slogans de la semaine de la sobriété en vue d'une prévention.
- . donner le choix d'une boisson non alcoolisée lors de réception.
- . en éducation, inculquer un art de consommer à nos enfants
- . au travail, s'abstenir d'alcool entre les deux périodes de travail.
- . en toute occasion, manger avant de boire ou grignoter tout en prenant un verre
- . s'informer auprès des organismes tels Sobriété du Canada, accueil Domremy, A A, Alanon etc... pour vous aider dans votre sensibilisation afin de prévenir l'usage abusif de l'alcool.

DANS L'AVENIR:

L'AFEAS veut après les louables efforts de la loi 45, des bonnes intentions du défunt bill 7, pour la nouvelle loi de la protection du consommateur, qui incluerait nos recommandations ci-haut mentionnées

- l'adoption de cette loi dès cette session-ci comme le prévoit le discours du trône.
- des règlements faciles, compréhensibles, accessibles pour tous
- information générale par les média, spécifique et personnalisée par les bureaux régionaux de la Protection du consommateur, etc...
- assistance financière et technique aux organismes de protection du consommateur, qu'ils soient de représentation, de pression, d'éducation de services, etc...
- concertation entre les différents ministères et organismes (ex: sommet agro-alimentaire) pour plus de réflexion commune, de recherche et de planification à long terme en vue d'une consommation éclairée avertie ne se faisant pas au détriment des producteurs et transformateurs de l'environnement et de la qualité de la vie.

L'AFEAS qui se considère organisme de base, aussi en consommation, individuellement par ses membres toutes consommatrices et collectivement par ses buts et objectifs d'éducation et d'action se sent très responsable de l'avenir du secteur consommation. Quand l'AFEAS définit et vit son action, elle pense à la représentation, la revendication, la pression, aussi parallèlement au changement de mentalité, d'attitude, de comportement par la croissance individuelle et collective de ses membres et de son entourage par l'information, la formation, l'éducation. Nous misons toujours sur les deux actions.

La législation et la réglementation sur la protection du consommateur seraient-elles aussi nécessaires si chaque consommateur se prenait en charge!

Solange Gervais,
Présidente générale de l'AFEAS.

Reconnaissance et longue vie au Groupe de recherche en consommation de l'Université de Montréal pour cette conférence et leurs activités antérieures.