

INFO - CONSOMMATION

SERVICE BUDGÉTAIRE ET COMMUNAUTAIRE DE CHICOUTIMI

2422, rue ROUSSEL CHICOUTIMI-NORD G7G 1X6

Téléphone : 549-7597 - Télécopieur : 549-1325



LE CRÉDIT : CONNAISSEZ VOS LIMITES AVANT D'EMPRUNTER!



Se passe-t-il une journée sans qu'une publicité sur le crédit vous offre de vous procurer maintenant ce que vous désirez? Malheureusement, lorsque vient le moment d'en assurer le paiement, la réalité rattrape bien des gens déjà aux prises avec de sérieux problèmes financiers.

Avant même de faire une demande de crédit, il importe donc d'**analyser vos besoins** et d'**évaluer votre capacité de remboursement** en **établissant votre budget**. Prenez le temps d'évaluer combien vous coûtera le bien acheté à crédit à la fin des paiements...



Voici le premier article d'une série destinée à vous informer sur les différents types de crédit, sur les droits des consommateurs et sur les recours des créanciers en cas de non-paiement.

LE CONTRAT DE PRÊT D'ARGENT (PRÊT PERSONNEL).

Le *prêt personnel* offert par les institutions financières et les compagnies de finance vous permet d'obtenir une somme d'argent que vous devrez rembourser dans un certain délai. Le paiement se fait par versements égaux et le remboursement total est possible en tout temps, sans pénalité. **Un prêt remboursé rapidement coûte beaucoup moins cher.**

Les prêteurs consulteront votre dossier de crédit pour établir votre solvabilité et déterminer votre capacité de rembourser. Si la signature d'un endosseur est exigée, ce dernier devient coresponsable de la dette. Si elle n'est pas acquittée selon l'entente, le prêteur pourra entreprendre des poursuites judiciaires contre vous et contre votre endosseur.

Mesures de recouvrement

En cas de défaut de paiement, le créancier peut vous réclamer, avant échéance, le solde qu'il vous reste à payer. Il doit obligatoirement vous faire parvenir un avis écrit. Vous disposez alors des 30 jours suivants pour choisir une des solutions suivantes :

- ❖ Payer immédiatement les versements en retard et continuer à faire vos paiements régulièrement;
- ❖ Adresser une requête au tribunal pour modifier les modalités de paiement.



Les institutions prêteuses ont souvent tendance à surévaluer votre capacité de payer parce qu'elles se basent sur vos revenus bruts avant déductions et ne considèrent pas toutes vos dépenses.

Les compagnies de finance prêtent plus facilement de l'argent aux personnes qui ont de la difficulté à obtenir des prêts dans les institutions financières. Cependant, le taux d'intérêt y est de beaucoup supérieur. De plus, divers frais viennent s'ajouter au contrat. **IL EST PRÉFÉRABLE DE LES ÉVITER.**

Source : ACEF du nord de Montréal

LE COMPTOIR VESTIMENTAIRE ROUSSEL



NOUVEAU!!! LOCATION DE COSTUMES pour adultes.

Pour soirée à thème, Halloween, souper Meurtre et Mystère, etc. Faites votre choix dans notre catalogue disponible sur place.

Venez voir notre **vaste choix** de vêtements d'hiver pour toute la famille, sans oublier les vêtements pour le temps des Fêtes!!!

Arrivée prochaine d'articles de saison :

- 5 novembre : Accessoires de Noël à prix très abordables;
- 15 novembre : Skis de fond, skis alpins et patins, traîneaux, etc.

SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION!!!

Si on ne prend pas le temps de réfléchir à nos vrais besoins on devient très vulnérable aux offres qui arrivent de partout. Le besoin de renforcer son sentiment d'appartenance à un groupe et celui d'affirmer sa personnalité suffisent à motiver la consommation.



Plus de 35 % du coût de fabrication d'un produit est consacré à la promotion. Déjà en 2003, grâce à la répétition et à la persuasion, l'objectif des publicitaires était que 90 % de la population voit son message 30 fois par mois.

LE QUÉBEC EST LE SEUL ENDROIT EN AMÉRIQUE DU NORD OÙ LA LOI INTERDIT LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE DESTINÉE AUX ENFANTS DE MOINS DE 13 ANS. Malgré cette loi entrée en vigueur en 1980, un enfant québécois voit chaque année 20 000 publicités télévisées qui l'encouragent à s'inventer de nouveaux besoins.

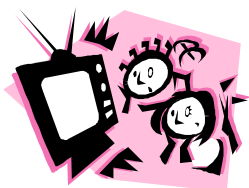
Les enfants de moins de douze ans distinguent mal la publicité et les faits. Les publicitaires s'intéressent à eux car ils ont tendance à dépenser leur argent de façon rapide et impulsive.

Même Disney s'est uni avec le géant de l'alimentation Sobeys/IGA. Par le biais de personnages du « merveilleux monde de Disney », ceux-ci font la promotion de pizzas, de galettes de viande hachée et de saucisses à hot-dog. La Coalition québécoise sur la problématique du poids (CQPP) a d'ailleurs déposé quatre plaintes à l'Office de la protection du consommateur l'hiver dernier. Les compagnies visées sont McDonald's, Burger King du Canada, Général Mills du Canada et Nestlé Canada.

Protégez-vous de mai 2008

Selon l'émission *Enjeu*¹, les enfants canadiens ont dépensé, en 2006, près de 3 milliards de dollars en argent de poche. Les pressions exercées sur leurs parents ont influencé des achats totalisant 20 milliards de dollars. Ceci est sans compter la source non négligeable de conflits entre les enfants et leurs parents.

MAIS COMMENT ÉDUCER LES ENFANTS SI NOUS CONSOMMONS TROP NOUS-MÊMES?



Exercice pratique : Regardez une émission de télévision avec votre enfant. Pour savoir s'il fait ou non la différence entre les émissions et les annonces publicitaires, demandez-lui de vous avertir chaque fois qu'il voit une publicité. S'il en est incapable, aidez-le et dites-lui ce qu'elles tentent de promouvoir. Dès qu'il pourra les identifier, il pourra vous dire quel est le message véhiculé, s'il l'aime ou non et pourquoi. Achèterait-il le produit? Pourquoi?

Vous pouvez diminuer l'influence de la publicité sur votre enfant en :

- ❖ Lui expliquant que les concepteurs veulent seulement vous faire acheter un produit et dépenser de l'argent.
- ❖ Lui montrant que les publicités cachent parfois des éléments négatifs et mettent l'accent sur les aspects positifs.
- ❖ Lui expliquant que les images présentées dans les publicités sont souvent exagérées. Par exemple, la nourriture est préparée d'avance afin que sa présentation soit parfaite.
- ❖ Soulignant les expressions trompeuses utilisées pour convaincre d'acheter le produit : « goût amélioré », « pour un temps limité seulement ».
- ❖ Demandez-lui à différents moments de la journée, s'il s'agit d'une émission ou d'une publicité, afin de vérifier s'il fait la distinction.
- ❖ Limitez l'accès à la télévision et à Internet.
- ❖ Véhiculez des valeurs non matérialistes.

1. Émission Enjeux, Sylvie Fournier, Société Radio-Canada, janvier 2007



Les Prix du cœur de la Publicité

Il s'agit d'une activité portée par l'ACEF Rive-Sud de Québec qui se déroule dans plusieurs écoles secondaires et maisons de jeunes de la

province. Le but est de sensibiliser les jeunes à une consommation responsable. L'activité consiste à choisir, avec l'aide de critères proposés, parmi des publicités télé celle qui mérite le prix Cœur d'or et celle qui mérite le prix Cœur de pierre.

Le grand public peut aussi participer par l'entremise du vote en ligne dans la section pubs.

<http://www.prixducoeurdelapub.com/main.asp?section=medias>



ÉCONOLOGIS

L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE CHEZ SOI

est un programme offert gratuitement aux ménages à budget modeste, propriétaires ou locataires. Il fournit des conseils personnalisés et des produits liés à l'efficacité énergétique à la maison, peu importe la source d'énergie utilisée.

Des mesures concrètes (calfeutrage des fenêtres, pose d'un clapet de sècheuse, etc.) permettent des économies d'énergie. Des thermostats électroniques gratuits sont offerts pour optimiser votre confort et réduire votre facture d'électricité.

Pour plus d'information, pour vérifier votre admissibilité et pour prendre rendez-vous, appelez l'organisme Vivre en Ville :

(418) 523-5595 ou 1-888-522-0011

www.aee.gouv.qc

ATELIERS DE FINANCES PERSONNELLES

disponibles cet automne. Pour information et inscription :418-549-7597