

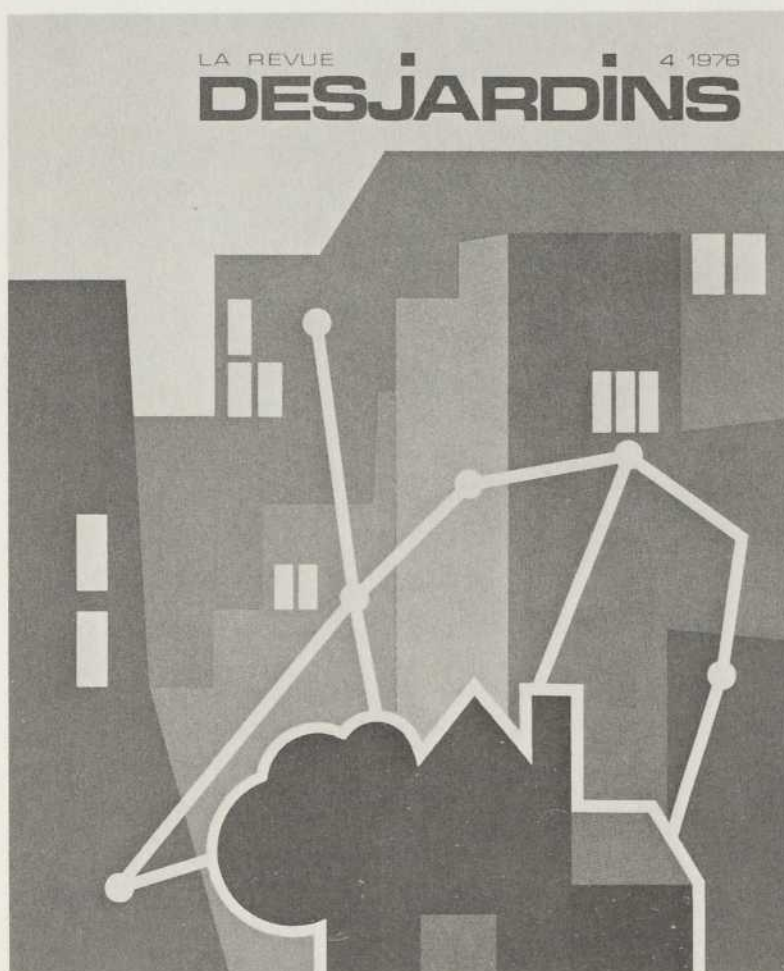
LA REVUE

4 1976

DESJARDINS

43





Dans l'avenir, la caisse populaire devra s'affirmer de plus en plus comme étant un lieu de communication. (Illustration: Odette Duchesne)

VOLUME 42 N° 4 1976

LA REVUE DESJARDINS est l'organe officiel de La Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins, 150, avenue des Commandeurs, Lévis, Québec, Canada. Ce numéro est tiré à 21,000 exemplaires. Il a été imprimé aux ateliers Charrier & Dugal (1965) Limitée. Le prix de l'abonnement annuel est de \$4.00. Affranchissement numéraire au tarif de la troisième classe, permis n° 110. Port payé à Québec.

DIRECTION / COMMUNICATIONS:
MADELEINE JOUBERT

ADJOINT ADMINISTRATIF:
MAJELLA ST-PIERRE

RESPONSABLE DE LA RÉDACTION:
MICHEL BEAUCHAMP

COLLABORATION / RÉDACTION:
DENISE BOUTIN
JEAN-CLAUDE TARDIF

MAQUETTISTE:
ODETTE DUCHESNE

DROITS ET RESPONSABILITÉS

Il n'existe aucun droit de reproduction ou de traduction pour les articles de cette Revue. Par ailleurs, les éditeurs vous seraient reconnaissants de bien vouloir identifier la source quand vous prendrez la liberté de nous reproduire.

Les opinions émises dans les articles publiés pour *La Revue Desjardins* n'engagent que la responsabilité de leur auteur.

DÉPÔTS LÉGAUX: Bibliothèque nationale du Québec, Montréal.
Bibliothèque nationale du Canada, Ottawa.

SOMMAIRE

La caisse populaire: un lieu communautaire important?	3
— <i>Michel Beauchamp</i>	
Les caisses populaires et l'environnement économique	8
— <i>Jean Beaulieu</i>	
Une caisse populaire bien intégrée au milieu qu'elle dessert: la Caisse Populaire Saint-François D'Assise (Trois-Rivières)	11
Le Centre Landry	13
De la paroisse au « shopping center »	14
— <i>Renée Rowan</i>	
Éléments de réflexion et images de la vie quotidienne	17
— <i>Michel Beauchamp / Odette Duchesne</i>	
La personne âgée et la caisse populaire Desjardins	28
— <i>Claude Moquin</i>	
Entrevue avec Michèle Andren-Roy. Les personnes âgées: des goûts simples et une volonté de vivre ..	30
— <i>Michel Beauchamp</i>	
« Le gros bon sens »	32
— <i>Roland Lelièvre</i>	
Le Prix Gérard Roussel	37
— <i>Jean-Claude Tardif</i>	
M. Gérard Roussel et le développement du Mouvement Desjardins	39
— <i>Antonio Lechasseur et Guy Massicotte</i>	
La société a besoin de la formule coopérative	43
— <i>Alfred Rouleau</i>	
La gestion budgétaire	48
La Fondation Girardin-Vaillancourt: une oeuvre sociale!	56
En bref	58

La caisse populaire: un lieu communautaire important?

Michel Beauchamp

En affirmant, en 1912, qu'il pouvait être pertinent et heureux que « les activités sociales d'une caisse populaire » de même que « le recrutement de ses membres » se déroulent « sur une seule unité territoriale très petite... peu susceptible de subites ou de fréquentes variations, présentant aussi — condition essentielle du succès — des contacts intimes et nombreux par lesquels les intéressés peuvent se mieux connaître, s'apprécier réciproquement... », Alphonse Desjardins traitait déjà de la vie au sein des « petites patries »... au sein des petits ensembles humains.

Il évoquait aussi en quelque sorte l'importance de la caisse populaire comme « lieu de reconnaissance sociale ».

L'interprétation du concept d'unité territoriale a, certes, pu évoluer au cours des dernières années, mais la définition d'unité territoriale au sens d'unité sociologique ou de lieu de reconnaissance sociale est encore acceptée, nous semble-t-il, par la majorité des coopérateurs.

En fait, on s'entend assez bien, en général, pour admettre que l'une des forces des caisses populaires réside dans leur enracinement au sein d'ensembles humains relativement homogènes.

La Caisse Populaire, la boutique de forge, le magasin général...

La caisse populaire est longtemps apparue comme un lieu communautaire important.

Autrefois, il y avait le parvis de l'église, la boutique de forge, le magasin général, le bureau de poste, la caisse populaire, etc.

L'univers des citoyens comprenait plusieurs lieux de rencontre.

Aujourd'hui, certains de ces lieux communautaires n'ont plus la même importance ou la même vocation. Plusieurs de ces lieux ont même sombré dans l'oubli. D'autres ont « refait » leur image.

Le passage d'une société rurale à une société urbaine a suscité l'émergence de nouveaux réseaux de communication au sein des ensembles humains,



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

modifié les comportements des citoyens et engendré certains problèmes collectifs.

Les preneurs de décision qui oeuvrent au sein d'organisme démocratiques doivent, par exemple, depuis quelques années, résoudre certains problèmes relatifs à la vie démocratique à l'intérieur des organisations.

La difficulté de mobiliser les gens et de les inciter à « *participer* » constitue actuellement un important phénomène culturel de masse.

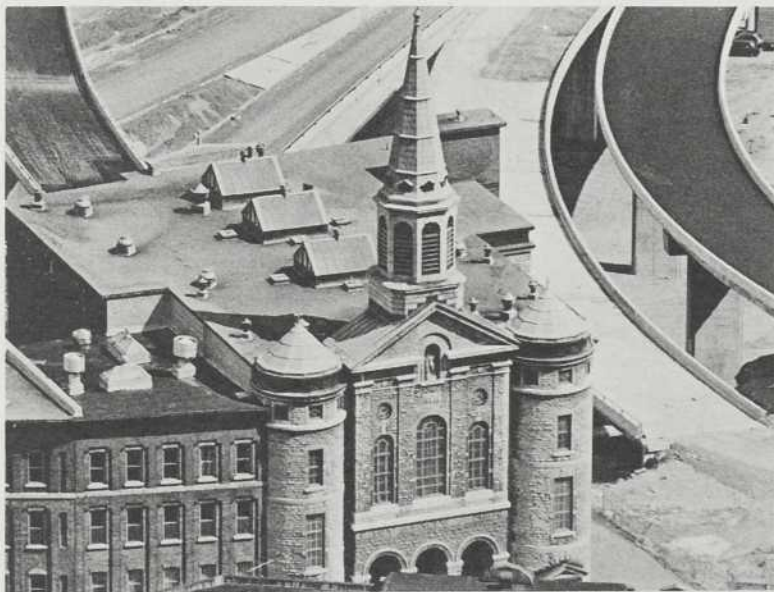
On assiste donc, depuis quelque temps, à une sorte de redéfinition sociale du rôle de certains lieux de participation populaire.

La caisse populaire est-elle un lieu sociologique important?

Les « acteurs sociaux » que sont les citoyens du Québec se retrouvent à un moment où l'autre



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

de leur vie quotidienne, soit dans un état de solitude relative, soit au sein de petits groupes d'individus ou soit, finalement, au sein d'un groupe vraiment élargi.

Ces citoyens possèdent de nouveaux « lieux-repères ». Parmi ces lieux physiques, signalons les lieux de consommation (v. les innombrables centres commerciaux), les lieux de récréation (v. centres de loisirs) ou les lieux d'action civique et communautaire (v. locaux des comités de citoyens, salle communautaire).

La caisse populaire, coopérative d'épargne et de crédit, apparaissait, il y a quelques années encore, aux yeux de bon nombre de citoyens, comme un lieu communautaire névralgique.

Mais aujourd'hui, la « caisse-populaire-lieu-physique » et « regroupement d'individus » est-elle encore perçue comme un lieu sociologique important aux yeux des citoyens?

Sans prétendre affirmer la « vérité absolue », on peut dire que si la caisse populaire est encore un lieu sociologique important au sein des petites communautés ou de certains quartiers urbains habités par des populations relativement sédentaires, l'importance objective de la caisse populaire comme lieu communautaire n'est pas aussi manifeste dans différents milieux où sont implantées certaines caisses populaires (par exemple, dans les villes de banlieue).

En fait, la caisse populaire n'est plus (*partout*) considérée comme un lieu de reconnaissance sociale.

Les membres de certaines caisses populaires ressentent, en effet, — en pénétrant dans la caisse populaire — ce qu'ils ressentent en magasinant, en stationnant leur automobile ou en vérifiant s'il y a du courrier dans leur boîte à lettres: un vague sentiment de ne pas être reconnu, de ne pas reconnaître... d'être « étranger ».

Dans certaines caisses populaires — comme ailleurs — l'urbanisation, la société de consommation et le capitalisme ont modifié — sinon « bulldozé » — certaines valeurs et « déboussolé » certains individus!

Une tâche qui n'est pas facile

La caisse populaire, lieu de reconnaissance sociale (et de *renaissance sociale*?) évoque, quant à nous, l'idée de lieu d'échange, de lieu de rencontre, de lieu de confrontation, de lieu de mobilisation d'énergies, de lieu d'action collective en

matière économique et sociale. Lieu où des gens qui se connaissent quotidiennement, ne craignent pas de se reconnaître périodiquement lors d'assemblées, de colloques ou de réunions en petits groupes... et non plus seulement « en file indienne », nerveux, pressés, impatients... devant un guichet.

Certains preneurs de décision se sont déjà « attelés à la tâche ». Ils essaient de revivifier la démocratie coopérative.

La tâche n'est pas facile.

Certains échecs découragent ceux qui avaient avancé de quelques pas à peine... avant de connaître diverses frustrations.

Des mécanismes de communication sont mis en place, mais en certains endroits, on doit carrément « inventer ». . . les moyens « folkloriques » n'ayant donné que des résultats « folkloriques » (v. tirage d'un téléviseur couleur, parution d'une petite annonce à la page 63 de l'hebdomadaire local, etc.).

Pourtant, c'est à travers ces difficultés de parcours — et avec une bonne dose de ténacité — que certaines caisses populaires pourraient devenir ou redevenir des lieux de reconnaissance sociale, à part entière.

Le militantisme coopératif des preneurs de décision des caisses populaires ne peut se définir, nous semble-t-il, qu'à travers toutes sortes d'expériences heureuses (v. Saint-Alexis-des-Monts) ou malheureuses (v. projet « caisse-quartier », à Sherbrooke).

Les services: un absolu?

En étant un lieu de reconnaissance sociale, la caisse populaire enrichit sa vocation et précise son identité vis-à-vis les « autres » institutions financières.

En étant un lieu de reconnaissance sociale, la caisse populaire n'est plus alors uniquement un lieu où l'on se procure de « bons » services financiers.

Si on essaie de deviner ce qu'il adviendra de la vie démocratique au sein de la société sans chèque, on imagine facilement l'ampleur des défis que devront relever les preneurs de décision au sein des caisses populaires d'ici quinze à vingt ans.

Qu'advient-il, par exemple, de la participation ou de la consultation des membres quand ces derniers ne viendront que très rarement à la « caisse-populaire-lieu-physique »?

ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC



Heureusement que certaines *innovations technologiques* permettront la mise en place de nouveaux mécanismes de communication (pensons ici au potentiel de la télévision par câble ou à celui de la télévision en circuit fermé) sans quoi on risquerait — tôt ou tard — de devoir abandonner tout espoir d'assumer pleinement la démocratie coopérative.

Hic et nunc des problèmes se posent dans certains milieux.

Quand on assiste, depuis quelques années, à la fondation de comptoirs de caisses populaires ou à la création de caisses populaires privilégiant nettement une « politique de service » à l'égard d'une population donnée (v. les caisses populaires situées dans un centre commercial ou près d'un lieu de travail), on peut se demander comment les preneurs de décision locaux pourront — au sein de ces institutions desservant un sociétariat mobile — susciter un très fort sentiment d'appartenance au niveau des membres.

À l'exception, peut-être, de certains comptoirs (v. les comptoirs situés dans les nouveaux « développements résidentiels ») susceptibles de devenir des caisses populaires à part entière, si les gens du milieu le désirent ou si la dynamique du développement du comptoir rend cette décision inévitable, on peut supposer qu'il sera très difficile, à partir de ces lieux de service, de véhiculer ou de faire vivre une idéologie coopérative *dépassant* le stade de « l'idéologie de service » et *bonifiant* en quelque sorte — significativement — cette même idéologie de service.

Le rôle des caisses populaires établies

Il revient donc aux caisses populaires établies, i.e. aux caisses populaires enracinées dans un milieu donné, possédant une tradition coopérative et appartenant à un *membership* relativement homogène et stable d'assumer, avec audace et plénitude, l'idéologie coopérative.

Quant aux lieux de service que fréquente un sociétariat en quête — surtout — de « bons » services, il sera difficile, répétons-le, de sensibiliser ces sociétaires à la coopération... entre deux dépôts et deux retraits.

Il faut donc, nous semble-t-il, considérer ces lieux de service davantage comme une mesure défensive plutôt que comme une mesure offensive.

Faire de ces lieux de service des lieux d'animation coopérative représentera tout un défi!

Se définir au sein de la communauté

Pour que la caisse populaire redevienne ou devienne un lieu de reconnaissance sociale (sinon un lieu de *renaissance sociale*), il faudrait que les coopérateurs s'assurent que leur association coopérative occupe toute la place qu'elle devrait normalement occuper au sein de leur communauté et qu'elle soit un instrument collectif susceptible d'être utilisé au niveau du développement du milieu.

Et ce développement devrait s'opérer, si nous l'envisageons dans une perspective coopérative, dans le sens des intérêts de la majorité populaire.

C'est donc en collant aux besoins de la majorité populaire que les preneurs de décision des caisses populaires définiront pertinemment le rôle que doit jouer la coopérative d'épargne et de crédit dans leur milieu. Ainsi, on évitera de « grossir pour gros-

sir », de susciter l'expansion de l'Organisation *pour* l'Organisation... ou encore de sombrer dans une forme de dilettantisme qu'on retrouve au sein des grandes Organisations

On évitera également de semer la confusion et de diluer l'esprit coopératif en faisant quelquefois ou très souvent certains lapsus fort révélateurs: « banque populaire » au lieu de « caisse populaire », « clients » au lieu de « membres », etc.

À la recherche de lieux de communication

Désireux donc, comme on l'a noté précédemment, de s'affranchir d'une culture urbaine qui les « agresse » trop brutalement, trop sauvagement, certains citoyens aiment se retrouver au sein de petits groupes homogènes au sein desquels ils peuvent espérer réaliser certains projets collectifs.

Ce retour aux petits ensembles constitue un phénomène sociologique intéressant dans les centres semi-urbains et urbains, en Amérique du Nord.

Songeons à la création et au fonctionnement des comptoirs alimentaires, des coopératives d'habitation, des entreprises coopératives de communication, etc....

Un journaliste français ayant récemment séjourné en Californie constatait — avec étonnement — les succès de la formule coopérative au coeur des grandes villes américaines.

Ce sont surtout les citoyens contestant la société de consommation qui parainent différents projets tels des « librairies coopératives », des « restaurants coopératifs », des « ateliers coopératifs de réparation de voitures », etc.

Élargir nos solidarités

Malgré les progrès technologiques, l'homme ressent encore le besoin d'être solidaire et de travailler « à l'échelle humaine ».

Sans sombrer dans une forme d'humanisme nostalgique ou de psychologisme introspectif maladif, on doit néanmoins admettre qu'un nombre croissant d'individus sont à la recherche de lieux de communication et d'action collective.

En ce sens, les caisses populaires, coopératives d'épargne et de crédit, pourraient redevenir ou devenir des lieux communautaires privilégiés.

C'est en acceptant, nous semble-t-il, d'assumer un mandat « élargi » au lieu d'un mandat « restreint » (du genre « faire-correctement-et-unique-ment-du-commerce-de-l'argent »), que les caisses

Les caisses populaires et l'environnement économique*

«...de s'affranchir d'une culture
urbaine qui les « agresse » trop bru-
talement, trop sauvagement...»



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

populaires pourront — au sein d'une société véhi-
culant une culture urbaine que d'aucuns désirent
transformer — contribuer à la mise en chantier de
certains projets collectifs fort valables.

Les preneurs de décision des caisses populaires
locales doivent donc, d'ores et déjà, anticiper et
prévoir la mise sur pieds de certains mécanismes
de participation ou de communication assurant la
diffusion de l'idéologie coopérative.

Certains alliés naturels emboîteront — tôt ou tard
— le pas avec le mouvement coopératif. Songeons,
ici, à tous ces organismes qui mettent de l'avant
le mieux-être collectif de leurs membres et qui
privilégient l'action « à la base ».

Une seule crainte: démissionner, se sentir im-
puissant ou alors opter pour la « compromission »
alors qu'on croyait faire de simples « compromis ».

Et nous n'avons pas parlé des faits et gestes des
autorités des « autres » institutions financières qui
nous regardent... à travers les fenêtres de leurs
« belles succursales communautaires » (sic).

Les caisses populaires et l'environnement économique*

Jean Beaulieu

Dans le présent article, nous expliquerons en nous inspirant d'expériences qui se sont déroulées dans quelques régions du Québec les grandes lignes d'un modèle d'intervention de la caisse populaire dans son milieu.

Nos points de référence

Quelques caisses populaires ont pris ou prendront l'initiative de travailler avec leurs membres au développement de l'entreprise et du milieu. Exemples:

— Trois caisses populaires de la région de Grand-Mère communiquent avec leurs propriétaires-usagers afin de trouver de nouvelles avenues de développement pour l'avenir, spécialement au niveau de la communication et des services à rendre aux membres et à la population locale.

— Dans la municipalité de Saint-Alexis-des-Monts, comté de Maskinongé, des dirigeants, membres et employés de la caisse populaire locale, prennent l'initiative d'étudier les ressources, services et besoins de leur milieu, afin d'amorcer un processus de développement économique.

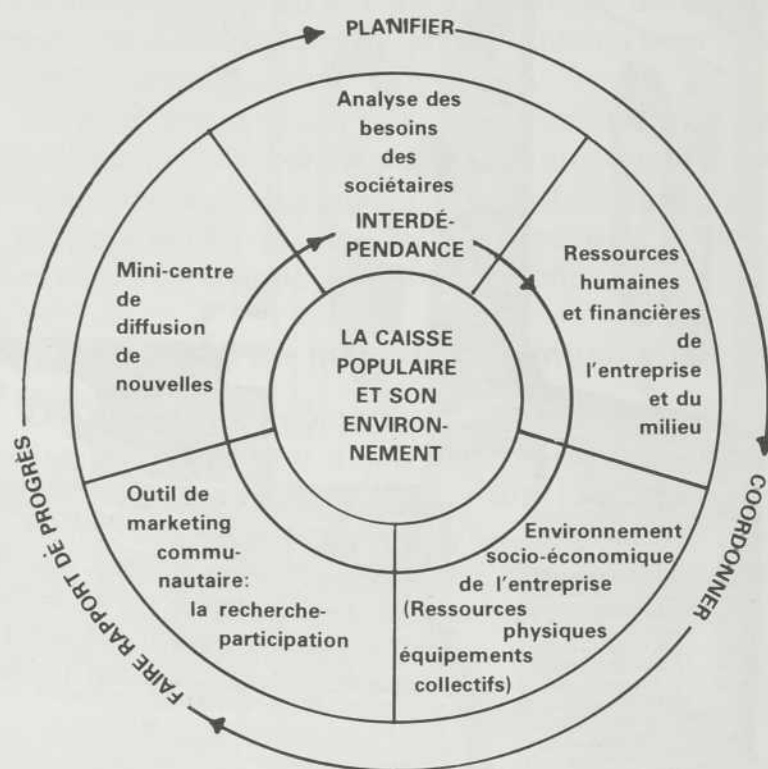
Au cours de ces expériences, surtout au niveau de la dernière, nous avons tenté de vérifier la pertinence d'un modèle d'intervention économique privilégiant l'éducation des membres et favorisant une administration plus « ouverte ».

Cinq forces de développement

Notre outil de développement a cinq pôles. En l'utilisant, nous essayons de développer un système scientifique collant aux réalités quotidiennes des citoyens ordinaires. Notre approche s'inscrit à l'intérieur d'une politique de *gestion ouverte* de l'entreprise coopérative.

Cette politique est susceptible de permettre aux sociétaires d'exprimer leurs besoins et leurs attentes face à l'avenir de leur entreprise. Cette politique permet également à la coopérative d'épargne et de crédit de jouer un rôle plus grand au niveau du développement de son milieu. *Cette politique permet finalement aux dirigeants, aux employés et aux sociétaires de connaître et d'utiliser les ressources de leur localité.* Notre modèle d'intervention peut être schématisé dans le graphique 1. À partir de certaines expériences, nous pouvons définir chacune des forces de développement.

GRAPHIQUE 1



Ressources humaines et financières du milieu et de l'entreprise

Il est possible d'établir avec quelques sociétaires une liste des compétences du quartier, du village, de la ville, de l'entreprise et même de la région. Nous pouvons également établir si les personnes ressources désirent être considérées comme des ressources éducatives, établir jusqu'où elles sont disponibles, définir les lieux où on peut les rencontrer, etc.

Il peut être pertinent de découvrir le potentiel des employés de la caisse populaire locale et leur connaissance du milieu. Il est utile de connaître aussi les caractéristiques sociologiques des membres d'une caisse populaire locale: âge, sexe, occupation, etc., de même que d'évaluer la qualité des services de la caisse populaire (degré d'utilisation, coût, etc.). En fait, à ce stade de la démarche, il s'agit de faire l'inventaire des talents et ressources humaines du milieu, agents indispensables à tout processus de développement économique.

Analyse des besoins socio-économiques

La définition des attentes et des besoins des sociétaires d'une coopérative ou ceux des citoyens

* Extraits d'un article paru dans la revue *Prospectives*, vol. 11, nos. 2-3, avril-juin 1975. L'auteur a révisé et modifié le contenu de son article. M. Beaulieu travaille à la direction de la Formation, F.Q.C.P.D.

Une caisse populaire bien intégrée au milieu qu'elle dessert: la Caisse Populaire Saint-François d'Assise*

d'un milieu donné apparaît souvent comme un point de départ intéressant au niveau d'un plan de formation et de développement.

En fait, la connaissance des besoins n'est jamais complète ou définitive. Il faut dépasser le stade de l'intuition sans briser le rythme d'apprentissage des individus qui participent à la démarche collective. Le graphique 2 illustre comment peut se faire l'analyse des besoins.

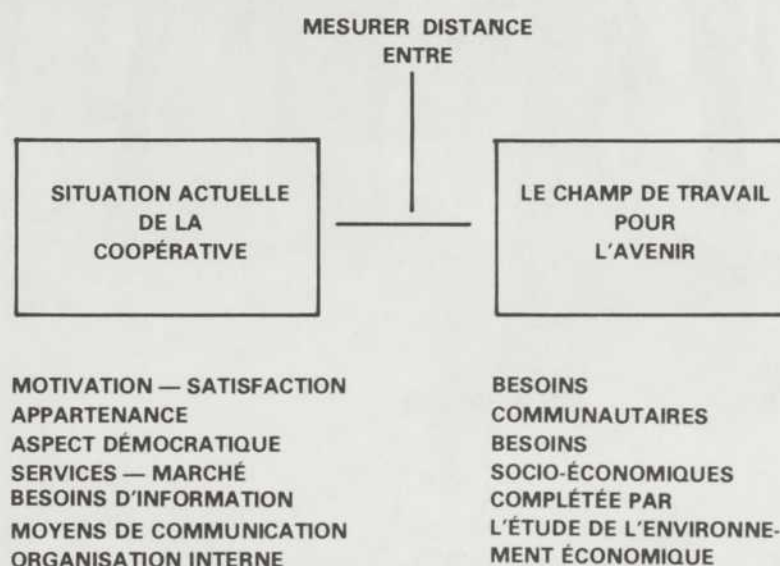
Connaissance de l'environnement socio-économique de l'entreprise

Nous faisons ici l'inventaire et l'analyse des ressources physiques et des équipements collectifs de la localité. L'étude de ces ressources de développement permet aux dirigeants de la coopérative de comprendre l'évolution socio-économique du milieu et de fonder le développement local sur des faits et des besoins réels et non sur des intuitions et des préjugés. Les sociétaires participent également à ce développement.

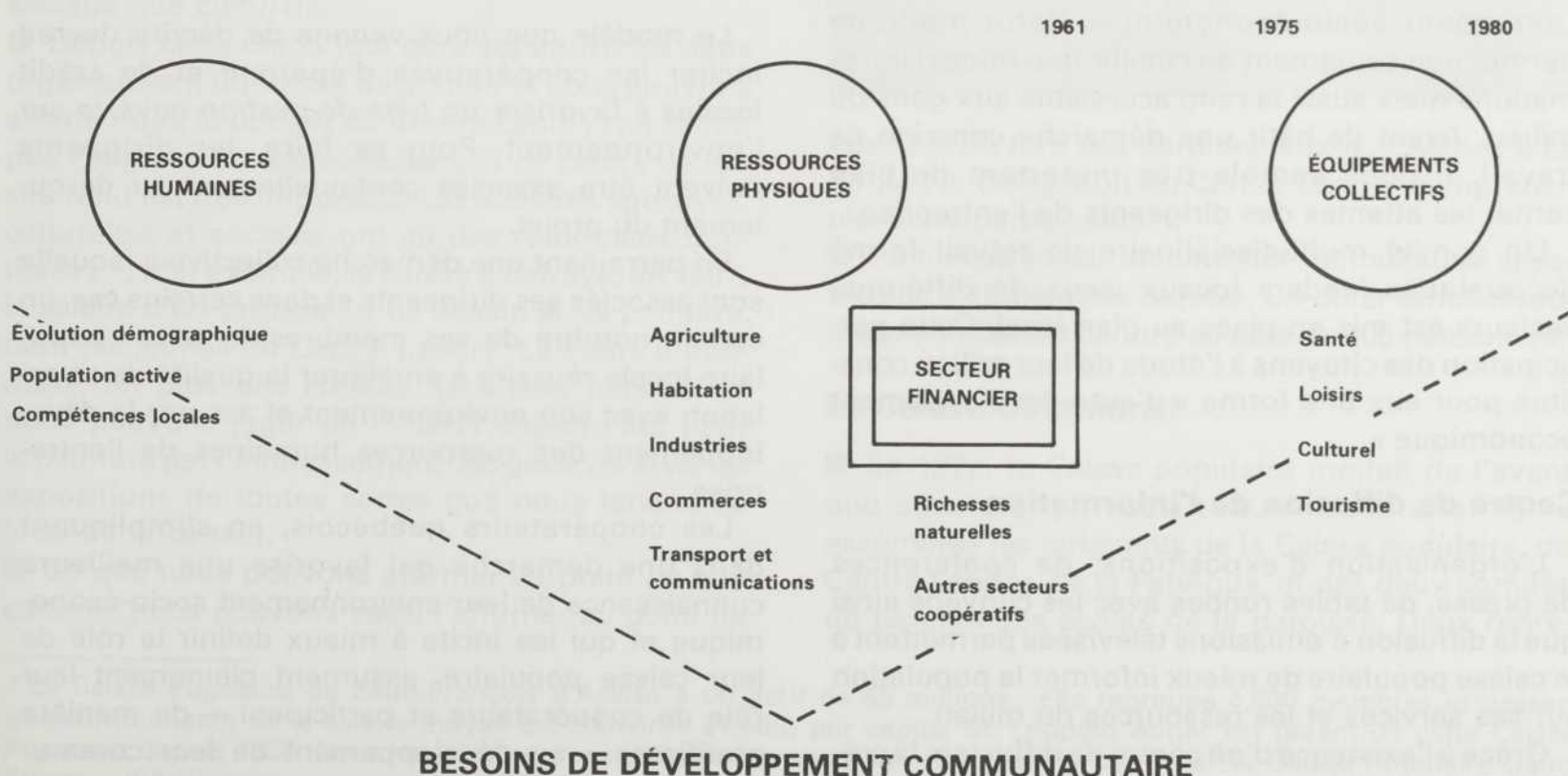
La grille d'analyse (graphique 3) permettra à un groupe local de travail de compléter l'étude globale

du milieu desservi par la caisse populaire et d'analyser les relations économiques de la caisse populaire avec les différents agents économiques de la région.

GRAPHIQUE 2
ANALYSE DES BESOINS



GRAPHIQUE 3
ENVIRONNEMENT
COMITÉ LOCAL D'ÉTUDE DES RESSOURCES



«...améliorer la qualité de sa relation avec son environnement et assurer le développement des ressources humaines de l'entreprise »



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

La recherche-participation

La recherche-participation peut être « *un* » (et non le seul) outil de marketing communautaire, propre à l'entreprise coopérative. Ce type de recherche que nous privilégions vise à élargir le degré de coopération dans les entreprises et éveille à l'environnement socio-économique. Cette méthode permet non seulement de cueillir une mine d'informations mais aussi la rend accessible aux gens du milieu. Avant de bâtir une démarche concrète de travail, il nous semble très important de bien cerner les attentes des dirigeants de l'entreprise.

Un comité multi-disciplinaire de travail formé de quelques leaders locaux issus de différents secteurs est mis en place au plan local. Cette participation des citoyens à l'étude de leur milieu constitue pour eux une forme « d'auto-développement économique ».

Centre de diffusion de l'information

L'organisation d'expositions, de conférences de presse, de tables rondes avec les citoyens ainsi que la diffusion d'émissions télévisées permettent à la caisse populaire de mieux informer la population sur ses services et les ressources du milieu.

Grâce à l'existence d'un centre de diffusion, la crédibilité de la caisse populaire est maintenue, les

membres sont mieux informés, certaines ressources du milieu sont valorisées et les coopérateurs participent un peu plus au développement socio-économique de leur communauté.

Un type de gestion ouverte

Le modèle que nous venons de décrire devrait inciter les coopératives d'épargne et de crédit locales à favoriser un *type de gestion ouverte* sur l'environnement. Pour ce faire, les dirigeants doivent être associés continuellement au déroulement du projet.

En parrainant une démarche collective à laquelle sont associés ses dirigeants et dans certains cas, un certain nombre de ses membres, la caisse populaire locale réussira à améliorer la qualité de sa relation avec son environnement et assurer le développement des ressources humaines de l'entreprise.

Les coopérateurs québécois, en s'impliquant dans une démarche qui favorise une meilleure connaissance de leur environnement socio-économique et qui les incite à mieux définir le rôle de leur caisse populaire, assument pleinement leur rôle de coopérateurs et participent — de manière gratifiante — au développement de leur communauté.

Une caisse populaire bien intégrée au milieu qu'elle dessert: la Caisse Populaire Saint-François d'Assise*

■ La Caisse populaire Saint-François d'Assise (Trois-Rivières) a été fondée en 1944 dans une paroisse ouvrière. Les débuts furent plus que modestes, mais l'idée coopérative fit son chemin et dix (10) ans plus tard, en 1954, un centre de loisirs coopératif fut fondé: Le Centre Landry. Il s'est vendu à cette occasion 500 parts sociales de \$100.00 chacune pour la construction de ce centre. La collaboration de la caisse a consisté, à ce moment-là, à prêter à quelques membres pour l'achat de part sociale et à faire — au nom du Centre Landry — la perception des paiements hebdomadaires ou mensuels des parts sociales pour certains autres.

■ Le Centre Landry constituait un autre OUTIL pour améliorer la qualité de vie et comblait un besoin qui était d'organiser les loisirs des jeunes afin d'enrayer une montée de délinquance juvénile parmi les jeunes du territoire paroissial. (De fait, il est facile de prouver, d'après les statistiques policières, que le Centre Landry a réellement fait oeuvre de prévention chez les jeunes et moins jeunes depuis la création du Centre).

■ En 1965, avec l'assentiment du Conseil d'administration de la caisse, le gérant était élu président de ce centre de loisirs. Cette collaboration encore plus assidue entre les deux organismes coopératifs permit de donner un meilleur service à cette population qui désirait ardemment améliorer sa qualité de vie en se donnant des services économiques et de loisirs tant sportifs, sociaux que culturels.

■ Depuis cette union (qui dura sept ans), les deux organismes n'ont cessé de grandir et nous pouvons affirmer que le budget du Centre Landry qui est un peu l'expression des services que ce centre de loisirs rend est très important. Les activités sportives, culturelles et sociales ont eu des retombées multiples... (Par exemple, la caisse a défrayé, en 1967, le salaire d'un professeur de dessin et de peinture, pour les jeunes du Centre Landry. Le cours a intéressé, en plus des enfants, plusieurs parents, et nous pouvons juger de l'intérêt aujourd'hui pour la peinture par l'intéressement des gens vis-à-vis les expositions de toutes sortes que nous tenons au local de la caisse).

■ Ce que nous pouvons affirmer au point de vue culturel, nous pouvons aussi l'affirmer au point de

« Améliorer la qualité de la vie et combler un besoin qui était d'organiser les loisirs des jeunes... »



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

vue sportif: lors des derniers jeux du Québec à La Tuque, la délégation du Centre Landry comprenait plusieurs participants.

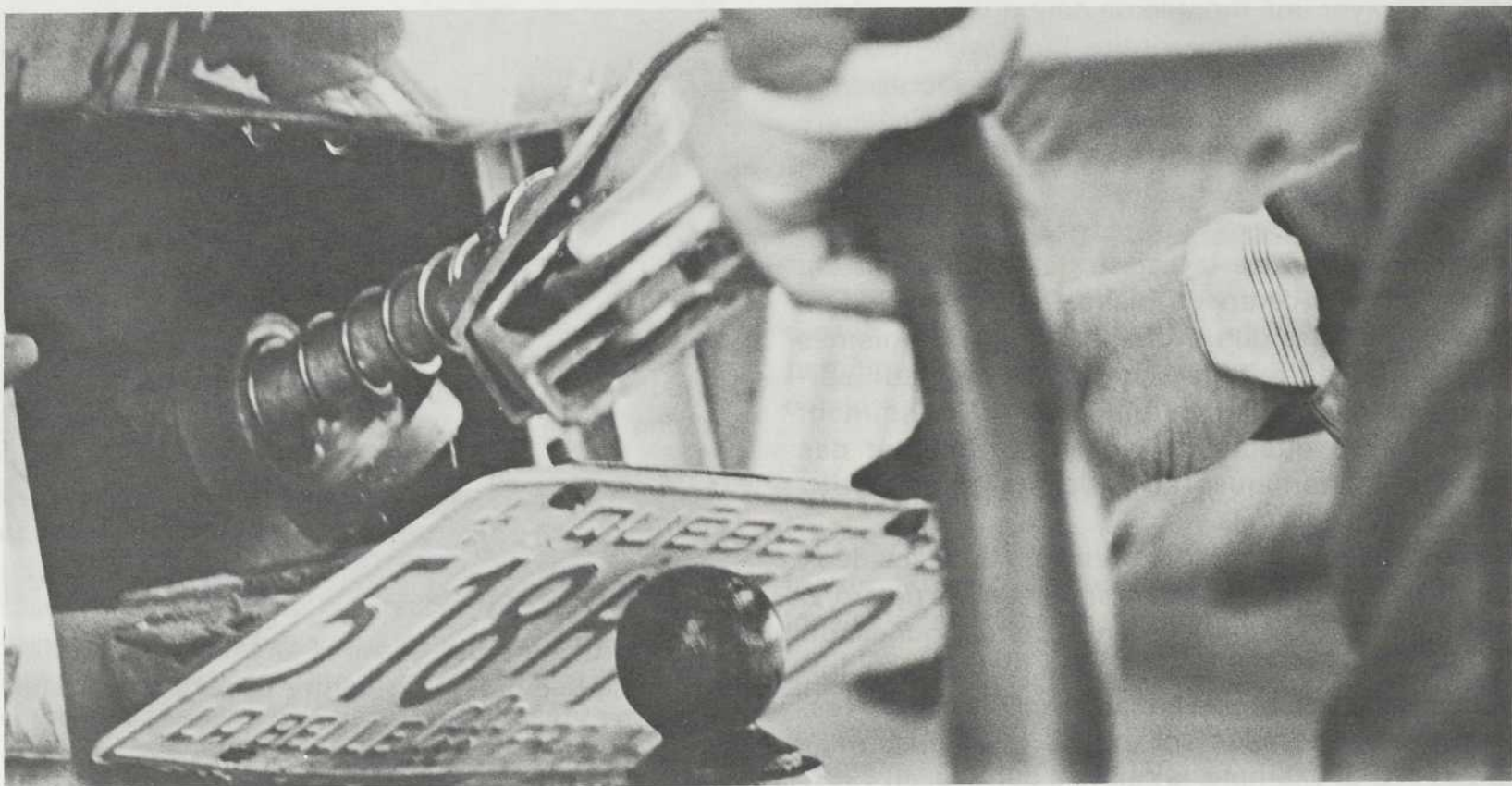
■ Au niveau social, la remontée fut tout aussi spectaculaire. (En janvier dernier, un dîner familial réunissait au Centre Landry au delà de 300 personnes).

Le Centre Communal

■ En 1973, la Caisse populaire mettait de l'avant une structure qui voulait réunir dans une même assemblée les dirigeants de la Caisse populaire, du Centre Landry, de la Fabrique, et des deux comités de parents des écoles de la paroisse. Deux repré-

* La Caisse Populaire de Saint-François d'Assise a un actif de \$5 millions. Elle regroupe 4,800 membres et dessert une communauté où le salaire moyen est d'environ \$7,000, per capita. M. Léopold Auger est gérant de cette Caisse Populaire depuis 1958. Nous vous présentons certains extraits d'un document produit par la Caisse Populaire Saint-François d'Assise.

« Si jamais il y a un garage coopératif, ce ne sera pas le garage coopératif de la caisse mais bien celui d'un groupe de coopérateurs autonomes. »



sentants de chacun de ces organismes formèrent le *Comité d'Administration du Centre Communal St-François d'Assise Inc.* Ces dix personnes élirent un Président qui ne devait pas être directeur de l'un ou l'autre de ces organismes pour assurer son intégrité. L'assemblée générale est formée des dirigeants des cinq organismes.

■ Le Centre Communal s'est vu gratifier, à sa première année d'existence, d'un montant de \$8,500, voté lors du partage des trop-perçus de la caisse populaire en assemblée générale annuelle. Cette ristourne communautaire votée par les membres de la caisse pour la communauté paroissiale est

une preuve que les objectifs que la caisse s'est fixés sont le reflet de la pensée des membres. Ce montant de \$8,500 a servi à l'achat d'un autobus mis au service de toute notre population (7,300 personnes ont profité de ce service).

■ En 1974 et 1975, la caisse a versé au Centre Communal un montant annuel de \$2,500 qui a servi aux organismes paroissiaux.

Un garage coopératif

■ En juillet 1975, une demande était faite à notre caisse par des membres afin de pouvoir faire l'étude d'un projet de garage coopératif pour notre secteur qui est privé totalement de garage pour réparation et approvisionnement d'essence.

■ Suite à cette demande, les administrateurs de la caisse sont allés visiter le garage coopératif de Roxboro. Après cette visite, un comité d'étude a été mis sur pied. Les gens du milieu se sont impliqués au niveau de l'organisation de ce comité et de l'étude des besoins ressentis par notre population.

■ La décision qui sera prise par ces gens sera sans doute pertinente, car elle sera celle de la masse, et non celle d'un petit groupe. Si jamais il y a un garage coopératif, ce ne sera pas le garage coopératif de la caisse mais bien celui d'un groupe de coopérateurs autonomes. Ce garage viendra améliorer la qualité de vie des gens.

■ La caisse reste pour les gens du milieu un lieu de participation (salle de réunion, banque de personnes-ressources, petit budget de \$300. mis à leur disposition).

Stagiaire en service social

■ Notre dernière réalisation pratique a été de signer un protocole d'entente avec le CEGEP de Trois-Rivières afin de permettre aux étudiants en service social de cette institution de venir chez nous faire un stage de 4 mois en service social. Présentement, nous en sommes à l'organisation d'un second stage.

■ Pour nous, avoir un conseiller social à la caisse, c'est en quelque sorte humaniser davantage nos services financiers, c'est attacher une importance justifiée à la personne, c'est privilégier l'être sur la matière, c'est s'identifier réellement au rôle social de la caisse.

■ Afin de structurer au fur et à mesure ce nouveau service et pour ne pas créer de faux espoirs, nous avons débuté par les personnes âgées. Nous entendons étendre prochainement notre service à tous les groupes de notre communauté tels que: familles monoparentales, groupes de travailleurs, d'étudiants, de parents.

Le Centre Landry

■ Le Centre Landry est un centre de loisirs situé dans la paroisse Saint-François d'Assise (Trois-Rivières). Ce Centre à vocation communautaire, est issu des gens du milieu qui, adoptant les principes coopératifs et le fonctionnement coopératif, se sont dotés d'un lieu nommé Centre Landry.

■ Cette fondation coopérative est née de l'effort collectif des gens du milieu (dévouement, 500 parts sociales à \$100, etc.). Des gens de la paroisse St-François d'Assise en collaboration avec l'Église et la Caisse locale ont présidé à sa fondation en 1954.

■ Le Centre Landry est une société régie par la loi des syndicats coopératifs avec les objectifs généraux suivants:

■ « La Société a pour fin la formation d'un groupement de type communautaire et démocratique, exerçant ses activités dans le domaine économique, social, moral, culturel et récréatif.

■ La Société est constituée aux fins de procurer à la population divers services d'entraide, d'assistance, d'éducation populaire et récréation ».

■ Le Centre Landry fonctionne encore aujourd'hui avec une Assemblée Générale composée des sociétaires, un Conseil d'Administration, un comité de programmation, un comité des responsables d'activités, etc., qui font en sorte que les gens du milieu soient appelés, à différents niveaux, à prendre en charge l'administration, l'orientation et à la réalisation du Centre Landry.

■ Le Centre Landry est un organisme sans but lucratif constitué depuis 21 ans avec un statut juridique reconnu et qui fonctionne selon les règles reconnues de la démocratie.

■ Le programme du Centre Landry comprend des activités telles que: jeux de société, films, bricolage, fêtes d'enfants, camp d'été, camp d'hiver, ainsi que voyages, visites et excursions en maximisant l'utilisation d'un autobus mis à la disposition de la communauté par la Caisse populaire St-François d'Assise.

De la paroisse au shopping center*

Où est passée la culture chez nous? Qu'en avons-nous fait? Peut-on même encore affirmer que nous ayons une culture tant on a mis en accusation notre façon de parler, de vivre, la laideur de nos villes, l'ennui de nos banlieues, l'étouffement et le gigantisme de nos « centres d'achat »?

« Si on parle de communication verbale, de tout ce que cela peut véhiculer, nous avons une culture. C'est Vigneault, c'est Charlebois. Nous sommes en train de développer une langue bien à nous, qui n'est pas forcément le joual. Et même si dans notre langage, nous avons des mots, des expressions qu'on ne trouve pas dans le Littré, cela a peu d'importance en autant que ça correspond vraiment à ce que nous sommes. Cette culture québécoise de communication a des racines profondes; elle s'est perpétuée à travers toute notre histoire. Très réelle, on doit la protéger.

Par contre, si on veut parler d'une culture qui est le reflet de l'organisation sociale, de l'expression spatiale, culture tout aussi importante, celle-ci est nettement en voie de se perdre. Car, fait aussi étrange que troublant, ces deux formes de culture existaient bel et bien chez nos « supposés » habitants des débuts de la colonie.

Les premiers Français venus ici se sont adaptés à un environnement. Ils se sont donné des structures d'organisation basée sur la seigneurie, la paroisse, le rang. Cela s'est traduit d'une façon spatiale à un point tel qu'on ne peut se méprendre lorsqu'on voit un village québécois: les maisons alignées les unes à côté des autres, avec les terres sèches étroites et profondes, tout ceci dominé spatialement par l'église. C'est l'archétype bien connu.

Le cadastre est le reflet d'une adaptation à une époque où les moyens de circulation naturelle suivaient les rivières: le fleuve était très important. Si les gens étaient collés les uns sur les autres c'était pour avoir accès à la rivière pour communiquer; comme source de nourriture, les terres devaient s'aligner très profondément vers l'intérieur. Lorsque la bordure de la rivière était remplie, on répétait par derrière, ce qui donne la structure traditionnelle des rangs. C'est l'expression d'une culture réelle, basée sur des valeurs.

Sur le plan architectural, très vite la maison canadienne échappe au modèle français pour

s'adapter aux conditions climatiques et géographiques d'ici. Parce qu'il fallait survivre, ces gens de la première période ont su créer quelque chose qui répondait à leurs besoins. Cette capacité de s'adapter à un nouvel environnement nous a donné une véritable architecture domestique québécoise.

Un transfert néfaste

Très rapidement, nous sommes passés d'une civilisation rurale à une civilisation urbaine. En 1900, 36% des Québécois étaient urbains; aujourd'hui, ce chiffre dépasse 80%. On a assisté à un véritable transfert au niveau de l'organisation et de l'espace entre une civilisation rurale solidement ancrée et un nouveau mode de vie urbain qui n'est pas assumé.

Prenons l'exemple de Montréal. À l'origine, toute l'île était organisée comme on vient de le décrire: la seigneurie qui était une entité politique et économique, les paroisses, les rangs. Lorsqu'arrive l'industrialisation, nous assistons à un transfert de civilisation en passant d'une production agricole basée sur un bien économique qui est celui de la terre vers une production fondée sur la capacité industrielle de produire des biens. La situation commence déjà à nous échapper. Tout d'abord, cette situation, nous ne l'avons pas voulue. Elle s'est imposée d'elle-même pour diverses raisons. Ceux qui avaient les capitaux — des gens d'origines autres que la nôtre — sont venus s'établir à Montréal à cause de son emplacement géographique extrêmement intéressant dont ils n'ont pas manqué de tirer profit.

D'autre part, la main-d'oeuvre qui existait sur l'île et dans la région était une main-d'oeuvre docile, peu instruite sur le plan technique, facile à recruter, très nombreuse. On n'avait donc pas à verser de gros salaires. Notre première industrie en a été une de biens de consommation courante: produits de nourriture, de vêtements, de cuir. Cette petite industrie dégénère peu sur le plan économique et entretient les gens dans un prolétariat assez pauvre.

Si à cette époque nous communiquons toujours au niveau du langage, nous ne réussissons plus, par contre, à tenir en main les commandes de notre organisation tant sociale que spatiale. Ce n'est plus nous qui prenons les décisions.

* Nous reproduisons ci-après le compte-rendu d'une entrevue de la journaliste Renée Rowan avec M. Jean-Claude Marsan, de l'Université de Montréal. M. Marsan est un spécialiste de l'aménagement urbain. Le texte est paru dans la revue *Maintenant* (no. 141, 1974) et il comprend d'excellents éléments de réflexion.

« Lorsqu'arrive l'industrialisation, nous assistons à un transfert de civilisation en passant d'une production agricole basée sur un bien économique qui est celui de la terre vers une production fondée sur la capacité industrielle de produire des biens. »



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

Ce qui était nos terres apparaît comme une grille de rues. C'est aussi à cette époque que naît l'habitat industrialisé. Ce n'est plus la maison artisanale où son habitant est à la fois responsable de la conception du plan et de sa réalisation: on arrive à un point où les gens sont tout simplement logés dans une sorte de boîte dont les matériaux sont industrialisés.

Plus encore, parce que nos gens sont pauvres et doivent être près des sources d'emplois, ils sont entassés sur un territoire qui s'est développé en quartiers industriels. Ce sont d'autres qui organisent pour nous l'habitat, non pas en fonction de notre culture, de nos besoins, mais en fonction des besoins d'une production industrielle.

Le reflet d'une nécessité

Malgré cela, on trouve pendant cette période d'industrialisation une structure de quartiers qui, même si elle nous échappe au niveau de l'organisation spatiale, n'en réussit pas moins à s'implanter au niveau de l'adaptation sociale. Il reste de cela des structures, des images qui caractérisent nos quartiers.

Même si l'église a une position moins privilégiée que dans le monde rural, elle continue toujours à dominer l'environnement. Presqu'à tous les coins de rue, il y a un élément de service qui s'appelle



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

l'épicerie et, en face, un élément de réjouissance qui se nomme taverne. À Outremont et à Westmount, on ne retrouve pas cela.

L'architecture même de nos maisons a aussi ses caractéristiques: les escaliers extérieurs qu'on ne retrouve nulle part ailleurs et qui proviennent d'un besoin de minimiser les coûts d'espace; le hangar, élément de dépôt, est aussi à l'extérieur parce que ça coûte moins cher; la cour qui, bien souvent, est la ruelle. Tout cela ne se voit pas dans les quartiers anglophones situés dans l'ouest de la ville, les quartiers de « riches » où l'on peut s'organiser d'une façon autonome à l'intérieur de la maison.

Même si, dès cette période, nous avons perdu la capacité de vouloir quelque chose par nous-mêmes, nos quartiers sont marqués par des caractéristiques bien à nous — qu'on les aime ou non — imposés par des facteurs de nécessité, de pauvreté. Ce sont quand même là des reflets intéressants et authentiques de ce que nous sommes. On peut encore, d'une certaine façon, parler de culture.

Mais parvenus à la période actuelle où l'élément technique, économique devient si puissant qu'il est le seul élément organisateur de notre milieu, la culture disparaît complètement. Que vous soyez à Montréal, Los Angeles, Toronto ou Tombouctou, nos banlieues se ressemblent toutes. Leur structure est basée sur des exigences économiques et des possibilités techniques qui font que notre authenti-

« Le « centre d'achat » qu'on retrouve dans toutes nos banlieues est aujourd'hui universel. Il ne correspond strictement pas aux façons de faire qui étaient les nôtres alors qu'il y avait une épicerie à chaque coin de rue. »



EDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

cité, notre identité québécoise ont complètement disparu pour ne refléter que ces exigences ou ces potentiels.

Le « centre d'achat » qu'on retrouve dans toutes nos banlieues est aujourd'hui universel. Il ne correspond strictement pas aux façons de faire qui étaient les nôtres alors qu'il y avait une épicerie à chaque coin de rue. Ici, comme partout ailleurs, c'est l'automobile, le métro, la télévision, la radio. Nous sommes totalement acculturés.

À tout le monde, sauf à nous

Lorsqu'on regarde la structure sociale, elle n'existe pas; elle n'est en aucune façon authentifiée à ce que nous sommes. Lorsqu'on étudie l'expression architecturale, elle appartient à tout le monde, sauf à nous.

Reprenons l'exemple de nos « centres d'achat ». On a vite fait de constater que nous sommes allés chercher nos modèles en Californie, en Espagne, dans les villes coloniales de l'est des États-Unis pour les copier tout bêtement. On a pris le modèle californien authentique à cette région de l'ouest en ce qu'il est le reflet d'une société très bien nantie financièrement, pour le ramener ici en le rapetissant à la mesure de nos budgets moyens. Résultat net: on assiste à une accumulation d'expressions qui n'a plus aucune racine. Nous n'avons rien créé, rien adapté qui corresponde véritablement à nos besoins qui ne sont pas ceux des Californiens.

Montréal a sa ville souterraine. Plusieurs en sont très fiers. Ça représente sûrement un effort remarquable d'aménagement, mais je ne suis pas convaincu que ce soit propre à notre culture. Je me refuse à voir en cela une innovation. Déjà au Moyen Âge, le principe de la ville souterraine existait. Tout le XIXe siècle a eu une série de galeries couvertes qui étaient, à mon avis, bien supérieures à ce que nous avons ici. Les Galeries Vittorio Emmanuel, à Milan, offraient toutes les qualités que nous reconnaissons à la Place Ville-Marie, plus un milieu naturel avec le soleil et l'air. Être protégé des intempé-

ries et du froid quand on le veut, profiter du soleil quand on le souhaite, l'un n'exclut pas l'autre. C'est dans cette direction qu'il aurait fallu explorer.

Nos aménagements sont dépourvus de ce caractère humain qui donne à un pays son véritable visage. Il y a une sorte de monstruosité qui s'attache à nos édifices comme si, parce que nous sommes dans un pays à économie avancée, on voulait en profiter pour que tout ce que nous faisons soit brutal. Par contre, la Suède, la Finlande, des pays qui nous ressemblent à plusieurs points de vue, ont su, tout en faisant appel à la technique, contrôler les matériaux mais toujours avec un grand raffinement. Même si l'architecture y est extrêmement moderne, on ne peut l'assimiler à l'architecture canadienne tandis que la nôtre s'assimile à tout, à partir de ce qui se fait à Toronto jusqu'à Tombouctou. Il y a une absence au niveau de l'expression.

Nous avons toujours copié. Nous n'avons pas été les seuls à le faire, mais ce fut peut-être plus flagrant chez nous qu'ailleurs parce que nous avons toujours été défavorisés sur le plan culturel. On n'a jamais cherché à valoriser le milieu montréalais, à le favoriser. Au contraire, ce qui était ailleurs a toujours été mieux.

Pendant longtemps, les Canadiens français ont eu leur métropole à l'extérieur du Québec: ce fut Rome, à cause de l'Église catholique, puis Paris que bien des nôtres connaissent mieux que Montréal. On se cherche toujours une métropole sans penser qu'on l'a déjà.

Ça commence toutefois à changer, surtout chez les jeunes. Québec, maintenant, ça veut dire quelque chose. C'est le point de repère. On s'appelle Québécois. On sent chez plusieurs un intérêt pour le milieu montréalais, mais cela est encore plus récent. Parallèlement, ces mêmes jeunes découvrent que nous avons un milieu urbain, porteur de valeurs mais ces valeurs elles ont toujours existé. Ayant bouclé la boucle, peut-être assisterons-nous à un retour à la culture? »

Éléments de réflexion et images de la vie quotidienne

L'humain . . .

L'urbain . . .

De certaines erreurs . . .

Le sens du quotidien

De certaines solutions . . .

L'embourgeoisement

Choix des citations:

Michel Beauchamp

Mise en valeur et illustration des textes:

Odette Duchesne

A propos de l'humain...

Citation / 1

« L'homme est en aquarium. Cela veut dire principalement deux choses. Premièrement, qu'on ne peut en sortir pour s'imaginer ce que serait voir l'aquarium de l'extérieur et que l'on ne peut vivre en dehors de cet enclos. Deuxièmement, que ce serait illusion de s'imaginer comprendre ce qui se passe chez un autre parce qu'on verrait clairement le poisson à travers la transparence de l'eau. Le sens de l'homme ne peut être saisi de l'extérieur, mais de l'intérieur et au dedans de ses limites. C'est par implication plutôt que par explication, que l'homme est connu.

L'homme est aussi une banquise: la part submergée est la plus importante et elle fonde autant qu'elle soutient, la partie qui émerge: le domaine des apparences. Les comportements ne sont que des indicateurs, ils n'atteignent jamais l'expérience et celle-ci n'est jamais totalement exprimable, c'est-à-dire, transposable. »

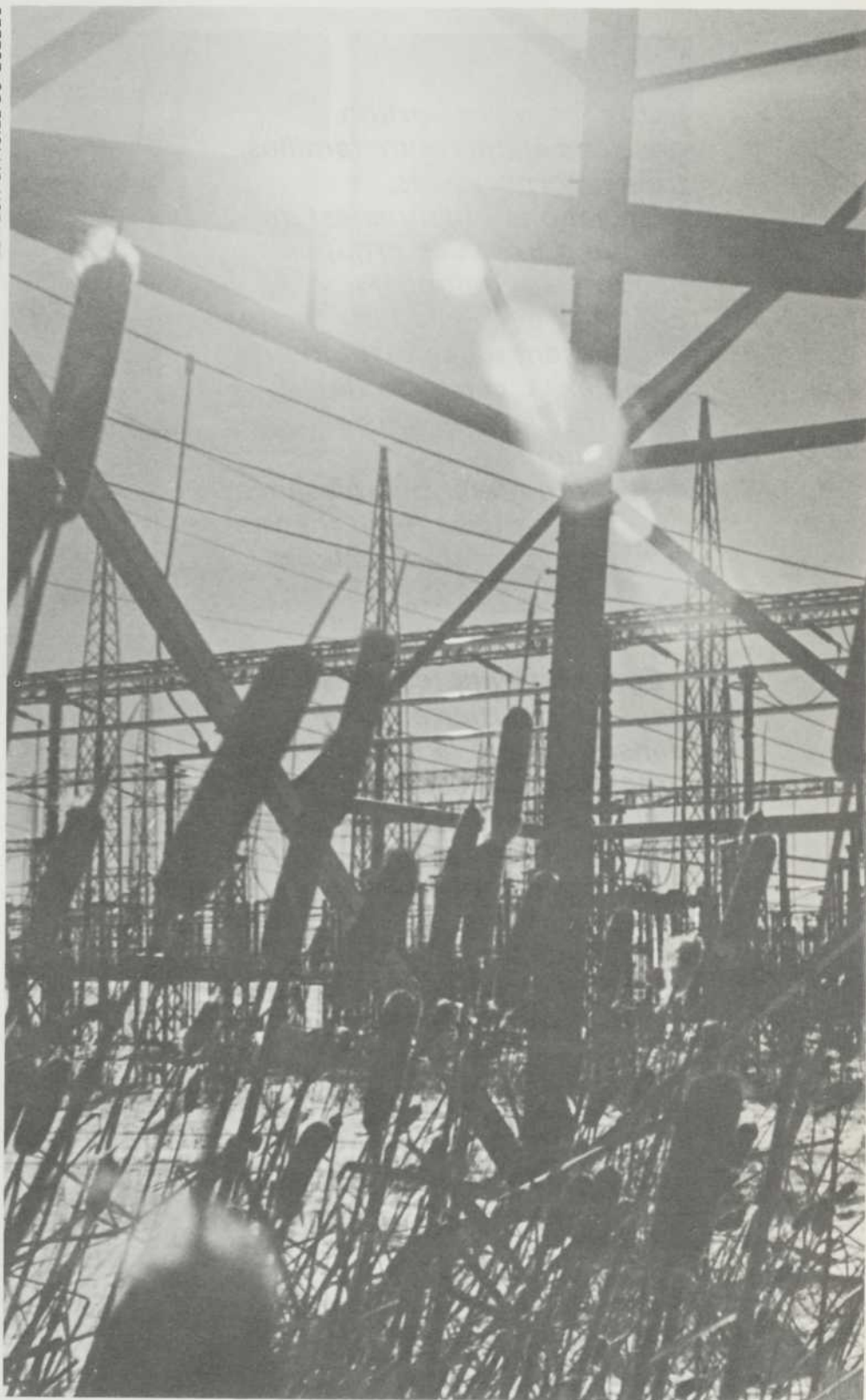
Placide Gaboury, L'homme inchangé.

Citation / 2

« Ainsi, les extensions de l'homme — les mass-media, la technologie — progressent et changent, mais l'homme ne change pas en ce qu'il est toujours tenu de se réaliser, de devenir libre, de choisir, de s'accomplir: en croissance. L'homme n'a jamais fini de prendre position; il y a toujours une autre décision à prendre et aucune n'est la définitive, le voyage est toujours en cours et c'est pourquoi il ne peut y avoir d'homme achevé ou totalement connu. Un homme comme tel n'existe pas plus qu'un regard ne voit une maison comme telle: on ne voit jamais plus que trois côtés à la fois, et en marchant on peut voir les quatre successivement. L'homme est toujours sommé, toujours interpellé, mis à la question, appelé à une responsabilité accrue. »

Placide Gaboury, L'homme inchangé.

ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC



Citation / 3

« L'homme naît « à relier », « à rallier », « en creux »: ses poumons existent en fonction de l'oxygène, son oeil, son oreille sont des entonnoirs à sons et lumières, sa bouche est un gouffre à remplir, sa main, un piège guettant sa prise. L'homme n'est entier qu'affixé au monde, qui est sa nourriture autant que son extension, son aura, son second placenta; l'homme naît parcellaire et devient entier en retissant lui-même des fils avec l'univers. Cette tapisserie s'appellera son monde, sa vision ou sa version du monde. Mais la maille du départ paraît toujours. »

Placide Gaboury, L'homme inchangé.

A propos de l'urbain...

Citation / 4

« Une faible proportion des liens établis entre familles, tribus, corporations, associations et autres est de longue durée. Ces groupes peuvent se multiplier et établir des liens qui aboutissent à des institutions complexes, capables de survivre pendant plusieurs générations. »

Richard Meier, « Croissance urbaine et théorie des communications ».

Citation / 5

« En transférant les gens dans un quartier à faible densité situé à la périphérie urbaine, il en résulte souvent un vide étrange dans leur vie que les sociologues ont appelé anomie. »

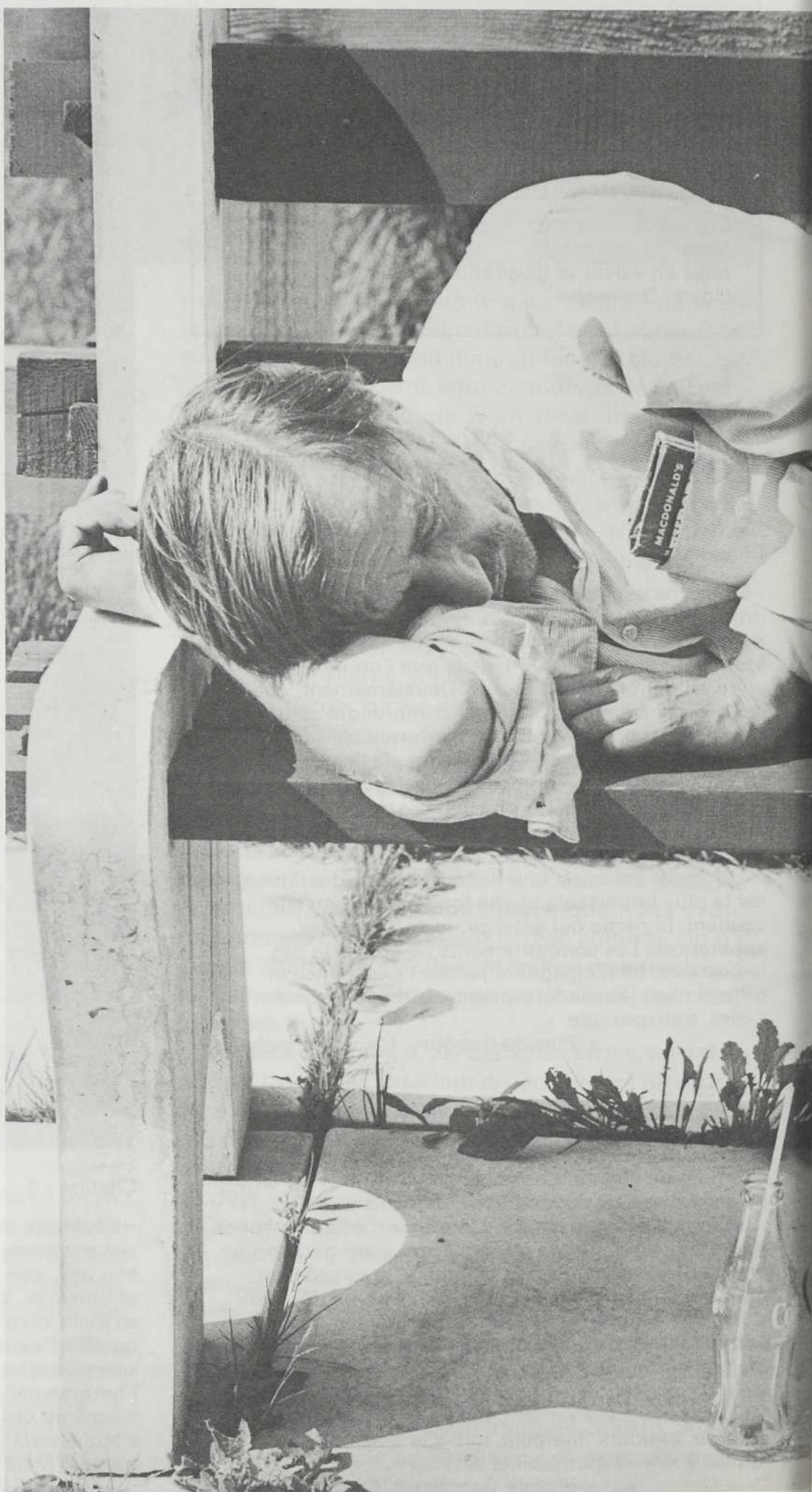
Richard Meier, « Croissance urbaine et théorie des communications ».

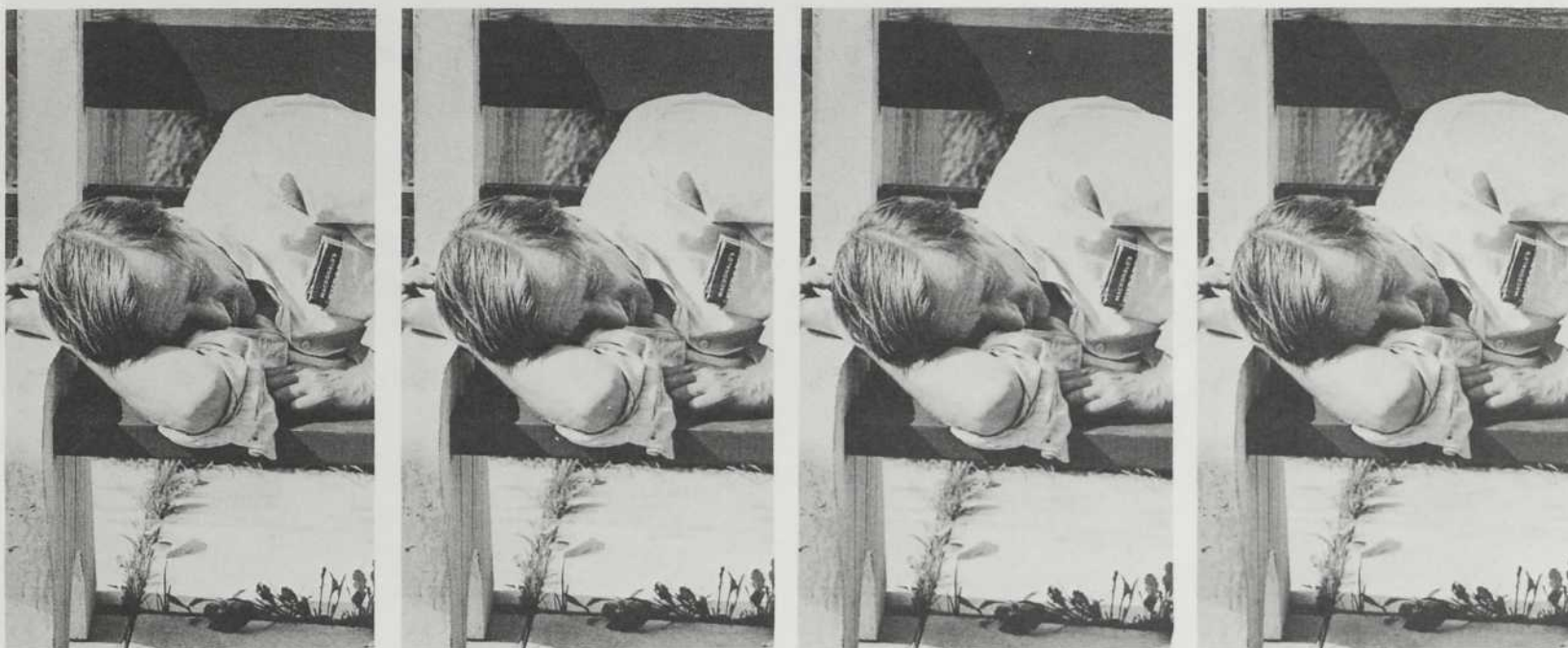
Citation / 6

« De nouveaux styles de vie vont probablement apparaître dans les villes modernes, qui permettront aux individus et aux groupes de nouer de longues relations à des niveaux très proches de leurs capacités respectives et sans pourtant dépasser les limites du supportable. Ce style se caractérise essentiellement par l'initiative qu'ont les gens de nouer ou de rompre les relations. Elle devrait être abandonnée aux individus et aux groupes qui supportent la plus grande tension (la tension des communications n'en représente qu'une parmi plusieurs catégories identifiables), de façon à garantir la plus grande liberté de choix. »

Richard Meier « Croissance urbaine et théorie des communications ».

ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC





Citation / 7

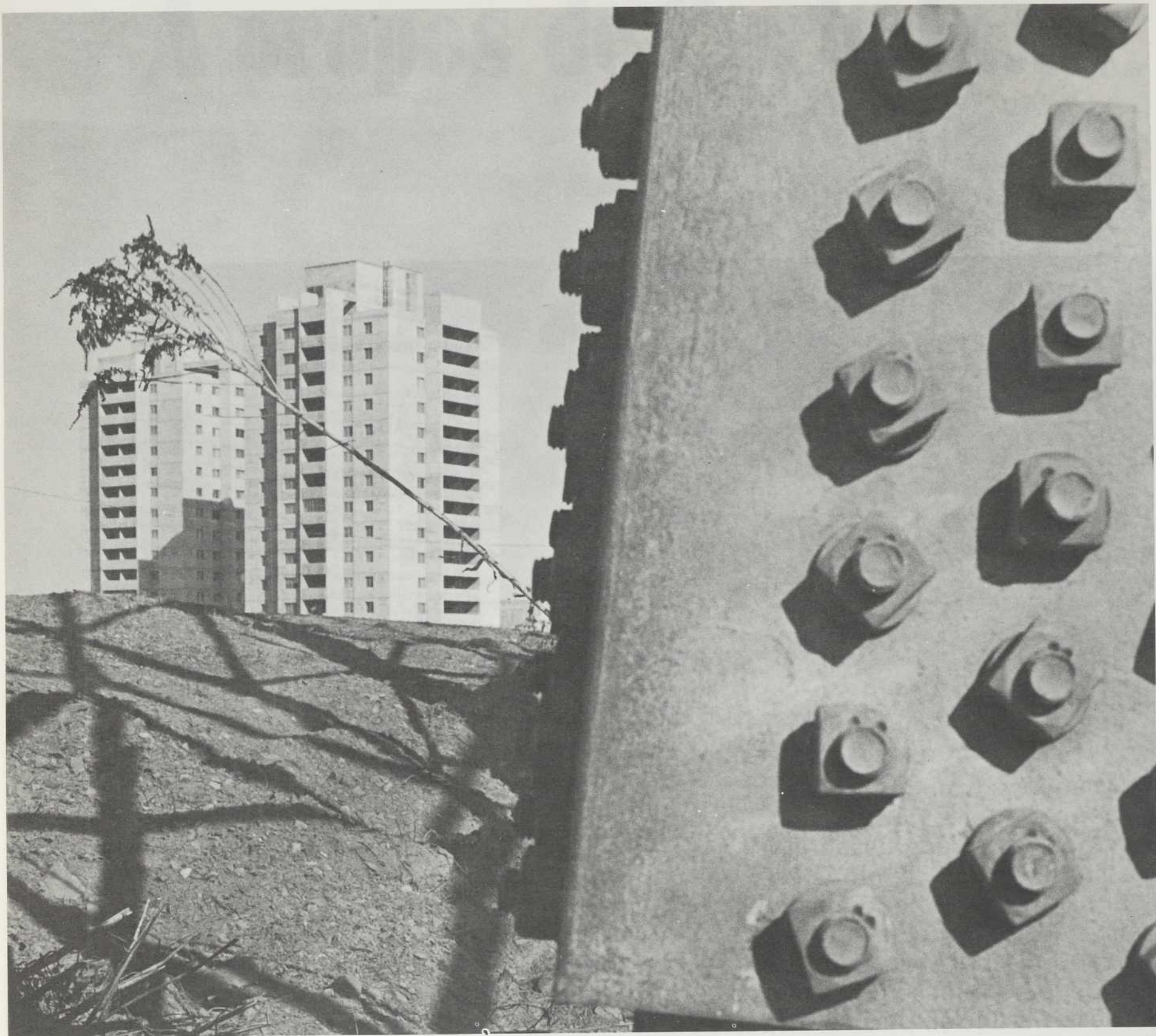
« Comment s'explique l'existence d'une métropole? Pourquoi les hommes ne se répartissent-ils pas sur la surface du globe en obéissant grosso modo à la concentration des ressources naturelles? Pourquoi les hommes devraient-ils chaque jour se rassembler dans un désert artificiel, puis se disperser dans des logements situés à la périphérie? Quelles sont les forces qui empêchent une métropole de s'étendre dans la campagne, là où les tensions de la population sont moins fortes? Pourquoi les hommes seraient-ils obligés de se regrouper dans des unités urbaines de plus en plus étendues — dont les limites extrêmes finissent par rencontrer celles d'agglomérations voisines —, ce qui laisse prévoir un vaste tissu urbain en tache d'huile pour les années 1970, 1980 et plus tard? »

Richard Meier, « Croissance urbaine et théorie des communications ».

Citation / 8

« Chemin faisant, nous avons pu montrer la complexification de la société, quand elle passe du rural à l'industriel et de l'industriel à l'urbain. Complexification multiple (si l'on peut dire en émettant un pléonasme!) qui atteint à la fois l'espace et le temps; car la complexification de l'espace et des objets qui l'occupent ne va pas sans une complexification du temps et des activités qui se déroulent dans le temps. »

Henri Lefebvre,
La révolution urbaine.



Citation / 9

« Il faudra, note le rapport du groupe de travail sur l'habitation (Rapport Legault, publié en mars dernier), construire dans les cinq prochaines années au Québec, 300,000 logements neufs, et en rénover 360,000 autres. Actuellement, le rythme de rénovation n'est que de 5,000 par année environ, alors que le nombre de mises en chantier de logements locatifs est tombé à 20,000 en 1975. La construction unifamiliale est bien sûr florissante (34,000 l'année dernière), mais seulement 13,9 pour cent des Québécois peuvent présentement devenir propriétaires sans y consacrer plus de 25 pour cent de leurs revenus bruts (comparativement à 23,7 pour cent en 1971).

En outre, la majorité des mises en chantier dans ce domaine concernent des maisons unifamiliales détachées, celles qui sont le moins « rationnelles » sur le plan de l'utilisation de l'espace et du coût des services à fournir ».

Pierre Sormany, « L'habitation en crise ».

A propos de certaines erreurs...

Citation / 10

« Nous pourrions encore quelques années continuer d'abattre la moitié de nos quartiers populaires, pour qu'une poignée d'hommes d'affaires égoïstes arrivent plus vite à leurs bureaux le matin, et dans leurs villas le soir. Mais viendra un jour où nos grandes villes ne seront plus des villes. Mais des désastres. Nous aurons non seulement détruit tout notre héritage socio-culturel, mais détruit les bases minimum sur lesquelles une société peut survivre sans secousses irrémédiablement dommageables. »

Michel Régnier, « Pour une politique des transports publics ».

Citation / 11

« Nous avons élevé d'énormes structures sur des milieux de vie, sur des étoffes communautaires déchirées, sur une quotidienneté sans consistance, sans cohérence. Pourtant, il y avait, à ce niveau, des dynamismes collectifs, des expériences et même des sagesses pratiques valables. Il fallait réaménager, réassumer, réorienter cette infrastructure sociale en même temps qu'on se dotait de structures modernes et de grandes politiques. »

*Jacques Grand-Maison,
« Une société à deux étages ».*



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC



Citation / 12

« La réalité urbaine, avant de naître et de s'affirmer, se voit réduite d'un côté par le rural (les banlieues pavillonnaires, les espaces dits verts) et de l'autre par le quotidien industriel (les unités d'habitation fonctionnelles, les voisinages, les relations, les trajets monotones et obligatoires), quotidienneté soumise aux exigences des entreprises et traitée selon la rationalité de l'entreprise. »

Henri Lefebvre,
« La révolution urbaine ».

Citation / 13

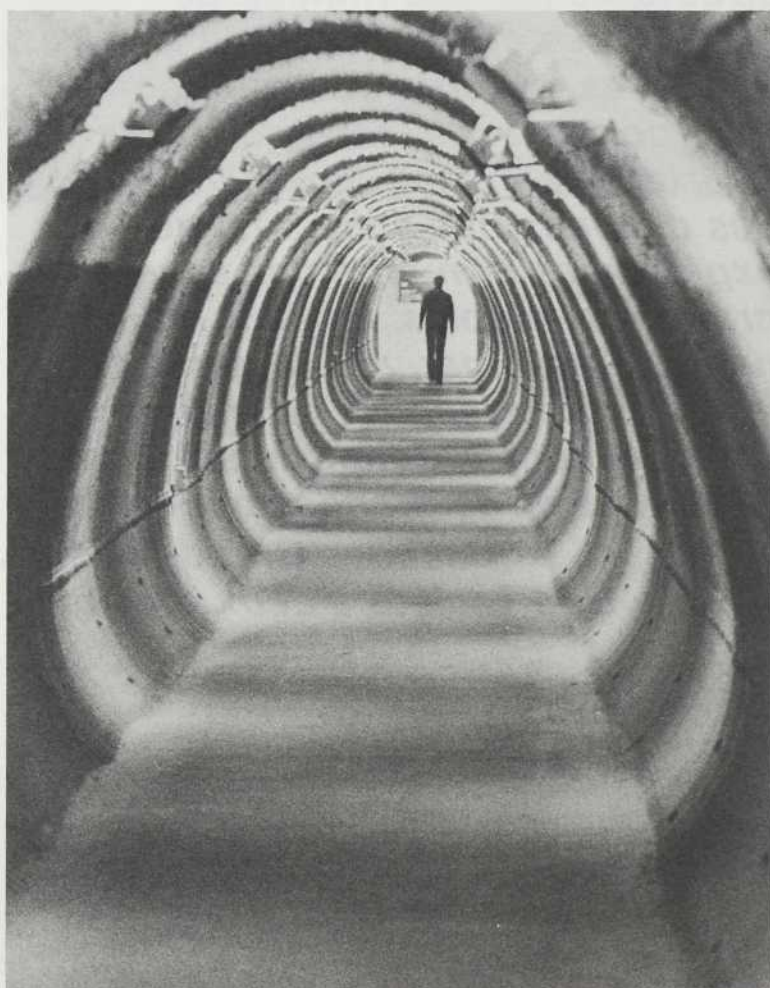
« Qu'est-ce qui évoque avec le plus de force l'urbain? Le foisonnement des lumières, la nuit, surtout quand on survole une ville — l'éblouissement des clartés, néons, enseignes lumineuses, incitations de toutes espèces — l'accumulation simultanée des richesses et des signes. Mais au cours de sa réalisation, la concentration toujours fléchit et craque. Il faut un autre centre, une périphérie, un ailleurs. Un autre lieu et un lieu autre. Ce mouvement, produit par l'urbain, produit à son tour l'urbain. »

Henri Lefebvre,
« La révolution urbaine ».

Citation / 14

« La passivité des intéressés, leur silence, leur prudence réticente en ce qui les concerne, mesurent l'absence de démocratie urbaine, c'est-à-dire de démocratie concrète. En bref, la révolution urbaine et la démocratie concrète (développée) coïncident. »

Henri Lefebvre,
« La révolution urbaine ».



A propos d'habitants, associations, organisations A dont l'action et la communication

Citation / 15

« Les transformations des styles de relations humaines, de communication, de mobilité en disent long sur le processus d'urbanisation et les attitudes collectives nouvelles. Quels sont les activités sociales privilégiées, les centres d'identification, les points de ralliement, les groupes moteurs? Plus que jamais la surface écologique subit des transformations rapides qui mettent en question sans cesse notre perception trop figée de l'ensemble social. Que d'illusions on entretient dans ce domaine. Les arbres masquent la forêt. S'en remettre à ses intuitions ou à ses constatations superficielles, c'est faire preuve d'une grande naïveté; la vie se charge de nous dépasser rapidement. »

Jacques Grand-Maison,
« Stratégies sociales et
nouvelles idéologies ».

Citation / 16

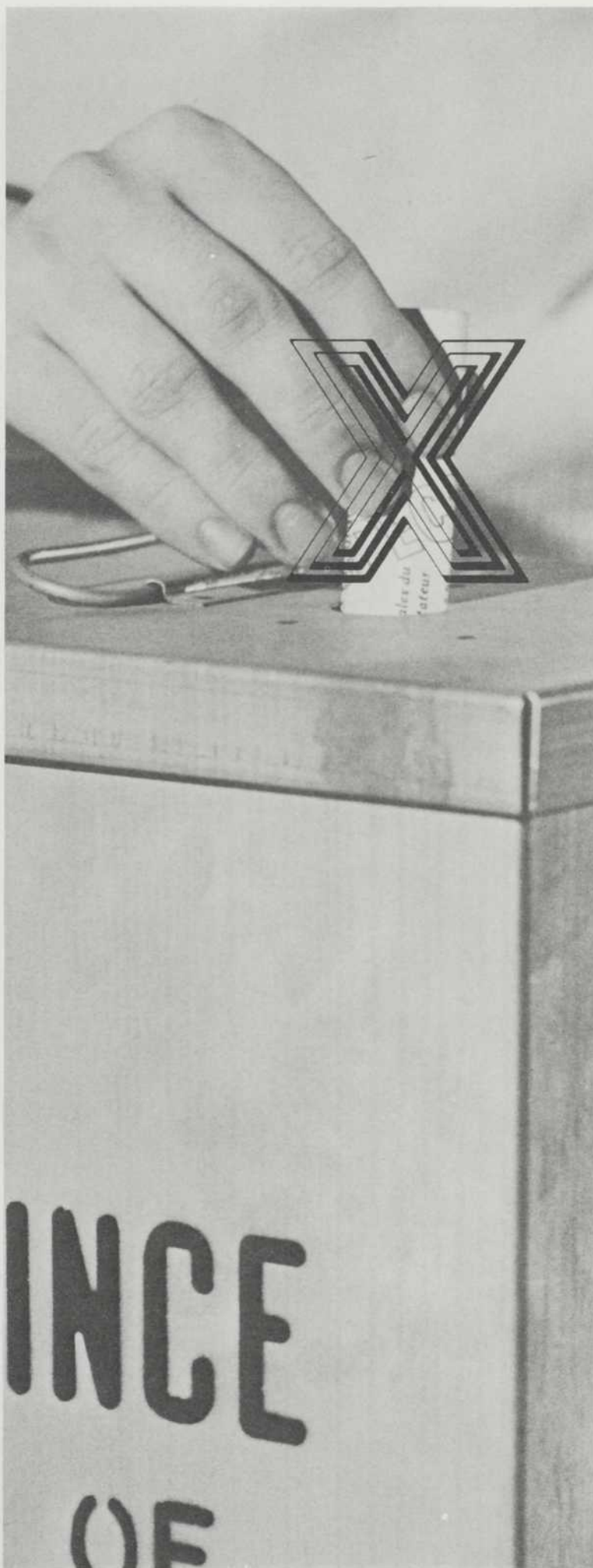
« Tout se passe comme si les institutions scolaires, économiques ou politiques, les nouveaux ensembles urbains, régionaux ou autres n'avaient pas de tissu humain de soutien. »

Jacques Grand-Maison,
« Stratégies sociales et
nouvelles idéologies ».

Citation / 17

« On bâtit de grosses affaires pour les gens, puis ils ne viennent pas ». Précisément, parce que ce ne sont pas « leurs » affaires, leurs projets, leurs expériences. Ils ne se retrouvent pas dans les appareils institutionnels de plus en plus complexes. Alors, il se contentent de regarder la télévision. Faudra-t-il que les citoyens ordinaires prennent le contrôle des bureaux du gouvernement ou de la rue Saint-Jacques? On n'en est sûrement pas là. »

Jacques Grand-Maison,
« Une société à deux étages ».



A propos du sens du quotidien...



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

Citation / 18

« L'histoire comme les expériences récentes nous aident à redécouvrir l'importance et la nécessité des valeurs communautaires privilégiées: le sens du partage, l'attention à la personne dans sa totalité, la solidarité dans le vécu, la spontanéité des relations humaines, la loyauté d'appartenance, la ductilité de la communication, l'expérience tonifiante de la fête, le souci d'un certain égalitarisme, la possibilité de fraternité et d'amitié plus stable, le renforcement des divers liens humains. »

Jacques Grand-Maison,
« Stratégies sociales et nouvelles idéologies ».

Citation / 19

« Les insignifiances du quotidien ne peuvent prendre un sens que transformées, métamorphosées dans un autre ensemble que l'actuelle quotidienneté. Autrement dit, il est impossible de constituer un système théorique et pratique tel que les détails de la vie quotidienne prennent un sens dans et par ce système. »
Henri Lefebvre, « La vie quotidienne dans le monde moderne ».

A propos de certaines «solutions» ... dont l'action et la communication

Citation / 20

« Avec la disparition de la société rurale et la diminution du nombre des ouvriers, parallèlement à l'augmentation des emplois dans le secteur tertiaire et dans les professions libérales (sans parler de ceux qui utilisent le plus les communications), les communications sont appelées à devenir l'activité dominante du monde civilisé. »

Richard Meier, « Croissance urbaine et théorie de communications ».

Citation / 21

« La société actuelle aboutit à un tel chaos qu'elle réclame à cor et à cri la cohérence. Sa suffisance n'est pas pour cela démontrée. La route qui s'ouvre, c'est celle de la reconstruction d'un humanisme dans, par et pour la société urbaine. »

Henri Lefebvre,
« La révolution urbaine ».

Citation / 22

« Mais il s'agit en quelques décennies de ranimer, transformer parfois le processus même qui a été à l'origine des grandes villes et les a fait se développer, expression du dynamisme social. Ce processus complexe d'actions, de conflits, de dialogues, d'arbitrages au cours duquel les choses mais aussi les hommes se transformaient peu à peu, doit donc devenir plus réfléchi, plus volontaire et plus rapide. »

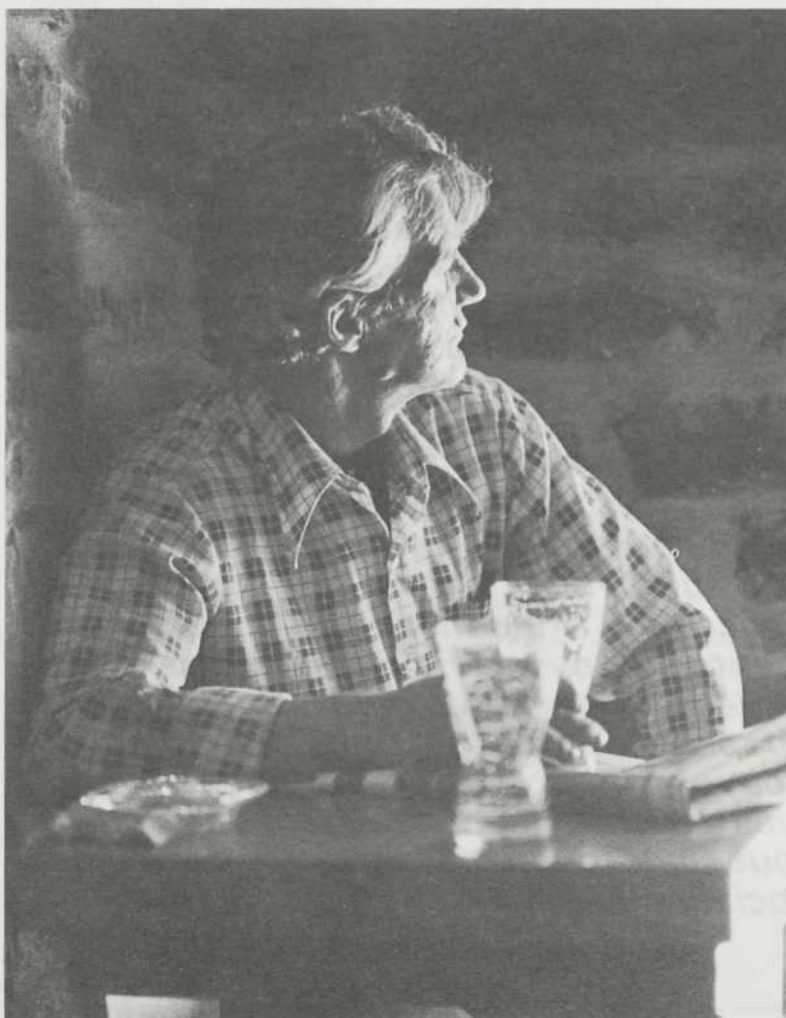
Claude Soucy, « La ville et ses contradictions ».



Citation / 23

« Pour la formation et l'action collectives des citoyens, on se contente souvent de séances de discussion, de cours, de rassemblements artificiels. Ou bien, on suscite des gestes spectaculaires, des manifestations dans la rue ou des expressions symboliques similaires. Loin de nous la volonté d'exclure ces façons d'agir. Mais il est une autre forme d'action autrement plus efficace et plus féconde. Il s'agit de celle qui se déploie à même la vie quotidienne, à même le tissu des relations journalières, dans le quartier, à l'usine, à la taverne ou au club, chez le coiffeur, dans le groupe de loisirs, dans le cercle d'amis ou à l'assemblée syndicale. »

Jacques Grand-Maison, « Stratégies sociales et nouvelles idéologies ».



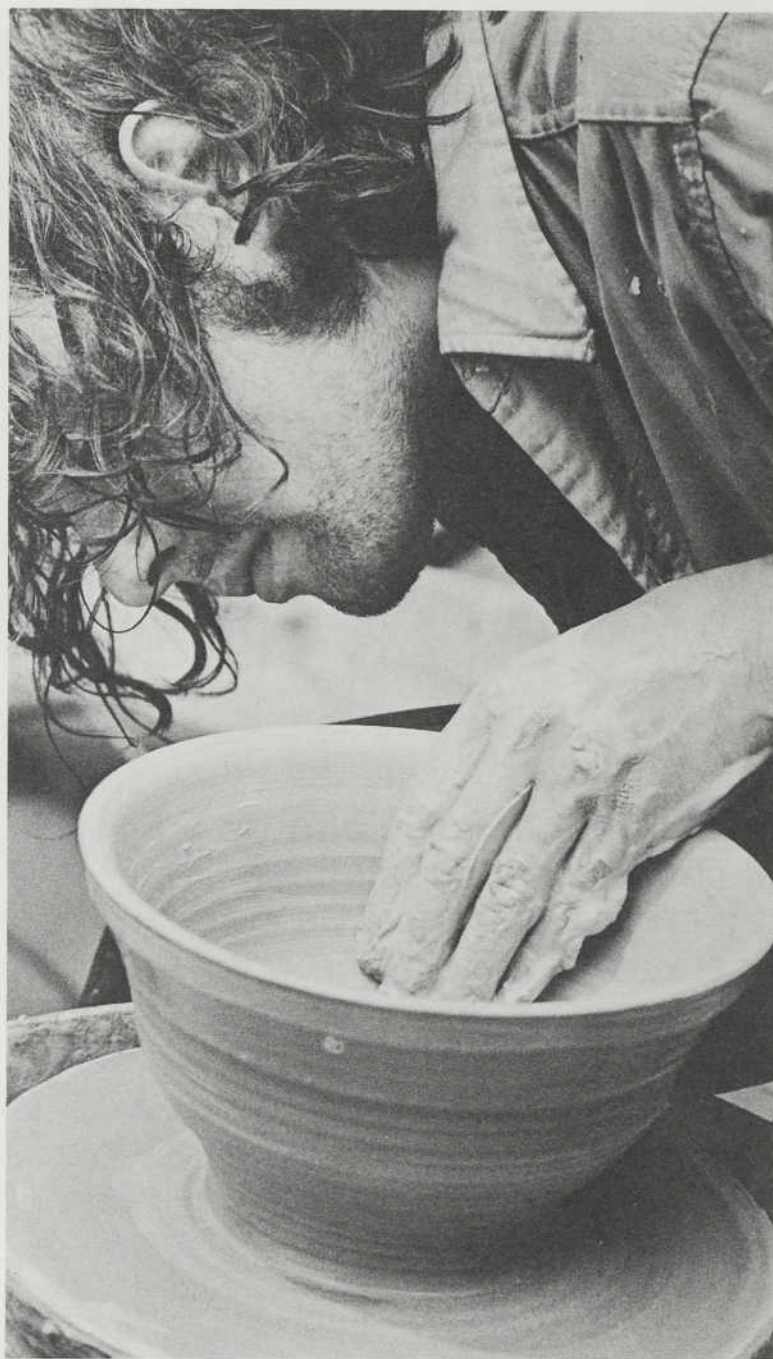


ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

Citation / 24

« Nous sommes tous renvoyés à la qualité de nos efforts quotidiens, de nos débats démocratiques, de notre participation courageuse et lucide à la promotion collective. Dès aujourd'hui, nous sommes acculés à d'importants investissements matériels et spirituels dans les secteurs vitaux de notre collectivité. Y consentirons-nous vraiment? Qu'est-ce que je fais dans mon syndicat, mon parti, ma caisse populaire, mon Église, ma commission scolaire? Suis-je une composante du problème ou un élément de solution? Toute décision importante d'un leadership ou l'autre ou toute politique dynamique reposent en définitive sur la qualité de ma responsabilité et de mes solidarités avec d'autres citoyens. Faudra-t-il nous rappeler les uns aux autres que la société nous apporte cent fois plus que ce que nous pouvons lui donner? Certains privilégiés qui prétendent avoir fait leur chemin tout seuls, oublient cette première vérité sociale ou se mentent à eux-mêmes. »

**Jacques Grand-Maison,
« Stratégies sociales et
nouvelles idéologies ».**



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

Citation / 24

« Nous sommes tous renvoyés à la qualité de nos efforts quotidiens, de nos débats démocratiques, de notre participation courageuse et lucide à la promotion collective. Dès aujourd'hui, nous sommes acculés à d'importants investissements matériels et spirituels dans les secteurs vitaux de notre collectivité. Y consentirons-nous vraiment? Qu'est-ce que je fais dans mon syndicat, mon parti, ma caisse populaire, mon Église, ma commission scolaire? Suis-je une composante du problème ou un élément de solution? Toute décision importante d'un leadership ou l'autre ou toute politique dynamique reposent en définitive sur la qualité de ma responsabilité et de mes solidarités avec d'autres citoyens. Faudra-t-il nous rappeler les uns aux autres que la société nous apporte cent fois plus que ce que nous pouvons lui donner? Certains privilégiés qui prétendent avoir fait leur chemin tout seuls, oublient cette première vérité sociale ou se mentent à eux-mêmes. »

**Jacques Grand-Maison, « Stratégies sociales
et nouvelles idéologies ».**

A propos de l'embourgeoisement...



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

Citation / 25

« Un petit monde bien à soi, avec ses semblables, avec son zonage exclusif, ses barrières invisibles, ses écoles sans contamination par les pauvres, ses relations sociales sélectives, sa religion confortable, son gaspillage de temps et d'espace, son transport individuel, son conformisme aliénant. »

Jacques Grand-Maison,
« Stratégies sociales et nouvelles idéologies ».

Citations

* Les citations ont été puisées dans les ouvrages ou articles suivants:

Gaboury, Placide, L'homme inchangé, Hurtubise HMH, Montréal 1972, Citations # 1-2-3 (pages 14-41, 108)
Grand-Maison, Jacques, Stratégies sociales et nouvelles idéologies, Hurtubise HMB, Montréal 1970 Citations # 15-16-18-23-24-25 (p. 83-167-24-104-262-37)
Lefebvre, Henri, La révolution urbaine, Gallimard, Coll. Idées 1970, Citations # 8-12-13-14-21 (p. 221-43-159-182-95) Lefebvre, Henri, La vie quotidienne dans le monde moderne, Coll. Idées, Gallimard 1968, Citation # 19 (p. 187) Meier, Richard, Croissance urbaine et théorie des communications, P.U.F., Paris 1972, Citations # 4-5-6-7-8-20 (p. 32-53-107-29-221-110)
Grand-Maison, Jacques, « Une société à deux étages », Perspectives, vol. 11, nos 2-3, Avril-Juin 1975 p. 77 et suivantes, Citations # 11-17 (p. 77-80)
Soucy, Claude, « La ville et ses contradictions », Esprit no. 10, octobre 1969, p. 503 et suivantes, Citation # 22 (p. 512)
Régner, Michel, « Pour une politique des transports publics », Le Devoir, 25/5/76, Citation # 10 (p. 5)
Sormany, Pierre, « L'habitation en crise », Québec-Sciences, vol. 14, no. 10, Juin 1976, p. 11 et suivantes, Citation # 9 (p. 12)

La personne âgée et la Caisse Populaire Desjardins

Claude Moquin

Le conseil d'administration de la Fédération de Québec des Caisses Populaires Desjardins a donné son accord quant à une proposition sur la tenue et l'objectif de la *7e Semaine de la Caisse Populaire*. Cette semaine d'information et de promotion visera plus particulièrement la personne âgée, sa situation et le comportement de la population envers la personne âgée.

L'objectif général accepté se lit comme suit:

« Nous proposons cette année de sensibiliser chaque membre et la population en général à ses responsabilités face à la qualité de vie des personnes âgées, de rappeler à celles-ci qu'elles ont une place dans la société, d'engager tous et chacun à modifier leurs attitudes et leur comportement face au troisième âge. »

L'objectif d'entreprise suggéré est de faire comprendre à la population que, depuis toujours, la Caisse Populaire Desjardins est présente à tous, à tous les âges, y compris les personnes âgées. La suggestion de plusieurs types d'initiatives permettra de montrer, qu'à tout âge, il fait bon de vivre

au Québec avec la Caisse Populaire Desjardins et que le troisième âge est l'aboutissement d'un long cheminement.

Le thème

Compte tenu des objectifs poursuivis, nous proposons comme thème de ralliement: **AJOUR-D'HUI, LE PLUS BEL ÂGE**. En somme, il s'agit de se rappeler que *l'Âge d'Or, c'est toute la vie*. Autrement dit, nous suggérons que les contenus des sujets traités adoptent l'esprit du thème accepté.

Le slogan

Au plan de l'identification, la Caisse Populaire sera invitée à utiliser le graphisme et les couleurs de la campagne de publicité institutionnelle de façon à projeter la même image dans le grand public sur l'ensemble du territoire du Québec.

Le slogan retenu pour la campagne institutionnelle est: « **LE GROS BON SENS** »



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

Les moyens disponibles

Les suggestions que vous trouverez ci-après s'inscrivent dans un esprit qui respecte l'équité des membres dans une Caisse Populaire. Il est reconnu que les services de la Caisse Populaire ne visent pas à favoriser des catégories de membres en particulier. La Caisse Populaire respecte chacun de ses membres suivant leur participation aux opérations de la Caisse Populaire.

Ces mêmes suggestions ont pour objectif d'attirer un plus grand nombre de personnes âgées à la Caisse Populaire en montrant que celle-ci offre de nombreux services à la personne âgée et d'inciter la personne âgée à se présenter ou à contracter la Caisse Populaire pour mieux savoir tout ce qu'elle peut lui offrir.

Suggestions d'ordre promotionnel

Il ne fait aucun doute que la Caisse Populaire est ouverte à rendre de nombreux services de renseignements gratuits à chacun de ses membres, de façon à ce que chacun puisse mieux voir à ses propres affaires. C'est ainsi que la Caisse Populaire peut être amenée à rendre différents services:

Heures d'ouverture

On pourrait privilégier certaines périodes d'ouverture de la Caisse Populaire qui sont moins fréquentées pour inviter les membres à bénéficier de cet ensemble de services.

Plus particulièrement, la personne âgée pourrait bénéficier de l'obtention de certains services de renseignements qui lui sont plus particuliers comme l'aider à compléter différents genres de formules gouvernementales afin qu'elle obtienne sa pension, son régime de rentes, etc.

Rencontrer la personne âgée

Depuis toujours, ce qui fait le succès de la Caisse Populaire est le contact humain qui a été établi avec chacun des membres. C'est ainsi qu'il y a lieu de privilégier la rencontre avec diverses associations de personnes âgées afin d'apporter la collaboration de la Caisse Populaire. Par exemple, il y a lieu de mentionner:

- Service à domicile en cas d'incapacité à se déplacer
- Service d'assistance pour compléter les formules gouvernementales.

- Service de conseils en placements et en analyse de valeurs.
- Utilisation du local de la Caisse Populaire pour les groupes de personnes âgées.

Voyages

En collaboration avec Voyages Constellation, la Caisse Populaire pourrait conseiller correctement les membres intéressés.

Renseigner les personnes intéressées aux voyages de groupe, tant à l'intérieur de leur région qu'à l'extérieur du pays.

Obtenir l'information nécessaire pour remplir adéquatement un passeport.

Réunion sur le « comment voyager » et les différents problèmes qu'on peut rencontrer, en fonction d'un voyage.

Testament

En collaboration avec la Fiducie du Québec, la Caisse Populaire pourrait offrir d'aider à rédiger un testament ou, à tout le moins, de communiquer l'information de base.

Budget

Au moment de prendre sa retraite, le budget familial prend une orientation différente. La Caisse Populaire pourrait s'équiper pour véhiculer l'information pertinente. Des réunions de groupe pourraient être prévues à cette fin.

Assurances

De l'information pourrait être donnée sur:

- les particularités de l'assurance-vie épargne.
- les possibilités de transformer l'assurance-vie en rentes, avec L'Assurance-Vie Desjardins et La Sauvegarde.
- les notions et les différents types de rentes.
- les différents types d'assurances générales avec La Société d'Assurance des Caisses Populaires et La Sécurité.

Participation

En plus de tout ce qui précède, la Caisse Populaire peut offrir différents types de participation financière, technique ou humaine à différentes organisations ou lors de différentes manifestations.

ENTREVUE AVEC MICHÈLE ANDREN-ROY*

Les personnes âgées: des goûts simples et une volonté de vivre.

R.D. À quel titre avez-vous travaillé à la Caisse Populaire Saint-François d'Assise et combien de temps y avez-vous travaillé?

M.A.R. J'ai travaillé à la Caisse Populaire de Saint-François d'Assise à titre de conseillère sociale... Mon travail en a été un de conseillère sociale. Occasionnellement, je guidais les gens vers les ressources de la Caisse Populaire... Mon stage s'est déroulé de janvier à mai 1976.

R.D. Avec quel public étiez-vous surtout en contact?

M.A.R. J'ai surtout travaillé auprès des personnes âgées, c'est-à-dire auprès des personnes âgées de soixante ans et plus. Ces personnes âgées étaient peu scolarisées et la plupart d'entre elles étaient locataires. Elles ont — très souvent — vu le jour dans le quartier et y ont passé leur vie... Ces personnes sentent qu'elles vivent dans « leur » quartier.

R.D. Est-ce que vous avez rencontré beaucoup de personnes âgées au cours de votre stage? Est-ce que vous rencontriez ces personnes, à leur domicile ou à la Caisse Populaire?

M.A.R. Je rencontrais ces gens dans leur milieu de vie. La « prise de contact » se déroulait au domicile des personnes âgées... C'est après avoir obtenu, grâce à la collaboration de l'Age d'Or de la paroisse, une liste des personnes âgées que j'ai débuté mon action dans le milieu... Le processus d'animation s'est rapidement mis en branle. J'évalue avoir rencontré environ trente à quarante personnes par mois... Il m'arrivait, dans certains cas, de rencontrer une même personne à plusieurs reprises.

R.D. Quelle sorte de « passé » avaient les personnes que vous rencontriez?

M.A.R. En ce qui concerne les femmes, il s'agissait souvent de personnes qui avaient vécu « à la maison » pour y élever d'assez « grosses familles »... Les hommes étaient, pour la majorité d'entre eux, d'anciens travailleurs d'usine ou hommes de métier. Ces personnes âgées ont des goûts simples... Elles sont « heureuses de vivre ». Ce ne sont pas des gens qui contestent l'autorité... Ces gens n'ont pas, comme tel, connu la société de consommation de masse... Aussi, trouvent-ils encore leur bonheur dans certaines valeurs: le travail, les enfants, etc.

R.D. Quels sont les problèmes que vous avez identifiés lors de vos rencontres avec les personnes âgées?

M.A.R. Le faible degré de scolarisation des personnes âgées leur cause beaucoup de problèmes. Ces gens ont de la difficulté à s'informer et à profiter des mesures de sécurité sociale... Ils ne savent pas toujours comment obtenir justice. La « paperasse à remplir » leur cause d'énormes problèmes. Un autre problème: l'adaptation aux changements sociaux. Les personnes que j'ai rencontrées ne comprennent pas dans quel sens va la société d'aujourd'hui... Très souvent, aussi, ces gens habitent des logis mal situés (au troisième ou quatrième étage, par exemple). La solitude pèse également lourd sur les épaules des gens du troisième âge... Mais ce que je retiens davantage de mon expérience, c'est l'existence d'un « mur » entre les personnes âgées et certaines institutions en place (v. ministères, Régie des Loyers, etc.). Quand il est question d'assurances, de testament ou de rapport d'impôt, les personnes âgées ne savent pas à qui et comment communiquer... Très souvent, ces gens ne savent même pas qu'ils peuvent avoir accès à certains services... Mal informés, ils craignent toujours de devoir payer. Ces personnes âgées conservent, très souvent, de l'argent à la maison. Ils ont peur du Gouvernement, de l'impôt, etc. Il faut donc informer ces gens, les rassurer et leur faire connaître les avantages qu'il y a de ne pas garder leurs épargnes chez eux.

R.D. Est-ce que ces gens sont un peu pris de panique devant les problèmes auxquels ils ont à faire face? Si oui, pourquoi?

M.A.R. Oui... Ces personnes âgées sont conscientes de leur manque d'information. Elles se sentent démunies. Le fait d'être peu scolarisées ou peu informées nuit beaucoup aux personnes âgées. Dans les cas des personnes âgées, un tant soit peu « instruites », c'est surtout le « support moral » qui manque.

R.D. Quels sont les atouts dont disposent les personnes âgées — au plan individuel — pour solutionner leurs problèmes ou faire face à la vie?

M.A.R. En général, ces personnes ne vivent pas au-dessus de leurs moyens. Elles essaient d'épargner pour faire face aux situations imprévues. Ce

* Michèle Andren-Roy a été stagiaire à la Caisse Populaire Saint-François d'Assise (Trois-Rivières). Elle étudie pour devenir conseillère sociale. Elle nous fait part de son expérience de travail auprès des personnes âgées.

« Elles ont — très souvent — vu le jour dans le quartier et y ont passé leur vie. . . Ces personnes sentent qu'elles vivent dans « leur » quartier. »



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

ne sont pas les personnes âgées qui font vivre les « maisons de crédit ». Le bon sens de ces gens et leur sérénité les aident à faire face à la « vie ».

Ces gens aiment la « vie ». Ils ont des plantes, des animaux, etc. De plus, ils puisent beaucoup d'énergie dans leur religion. Les personnes âgées s'intéressent aussi à ce qui se passe dans leur milieu. Elles aimeraient participer à la solution de certains problèmes collectifs.

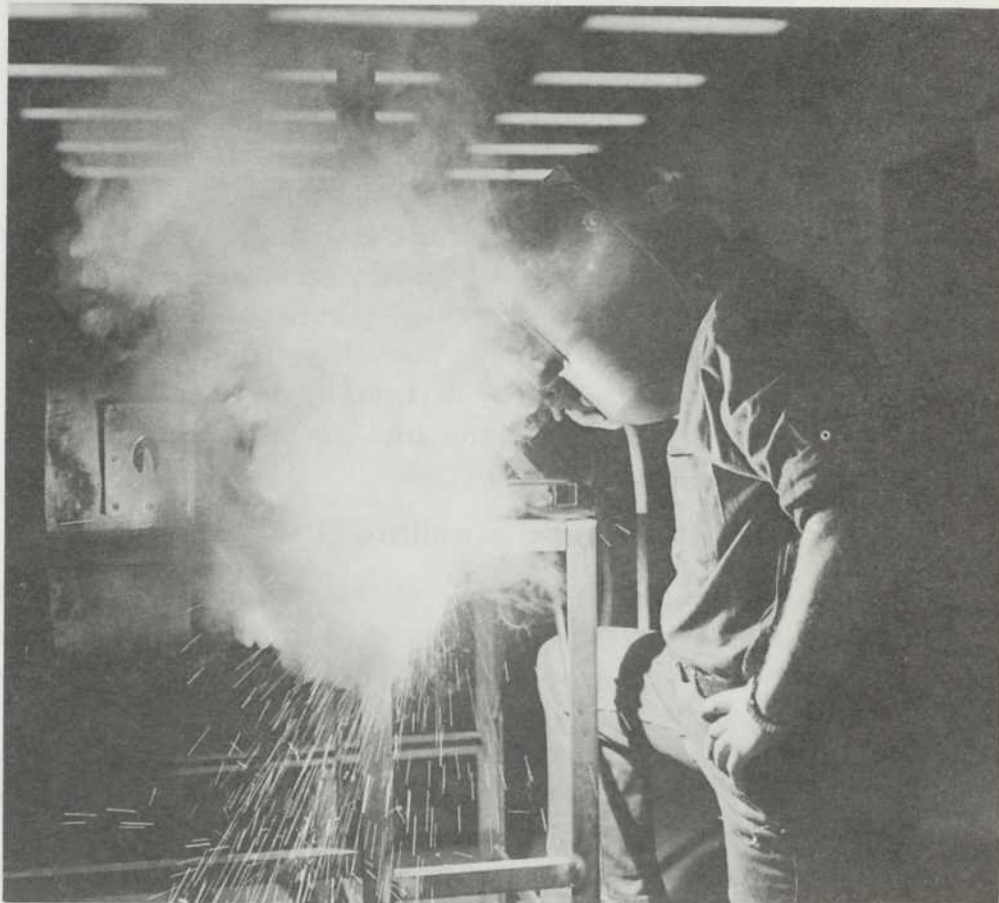
R.D. Au plan de l'intégration sociale, les mécanismes de participation (ex: clubs de l'Age d'Or) qui existent depuis quelques années sont-ils suffisants?

M.A.R. Selon mon expérience, les Clubs de l'Age d'Or répondent à un besoin. La mise sur pied de certains autres mécanismes serait, par ailleurs, souhaitable . . . Les hommes semblent, en général, moins enclins à « sortir ». Il ne faut pas oublier que les femmes ont été pendant de longues années contraintes à demeurer « à la maison ». . . Les personnes âgées ne désirent pas de loisirs « compliqués ». Elles se contentent d'activités très simples.

R.D. Lors des rencontres avec les personnes âgées, est-ce que ces dernières parlaient de la Caisse Populaire?

M.A.R. La plupart des personnes âgées que j'ai rencontrées étaient membres de la Caisse Populaire . . . La proximité physique de la Caisse Popu-

« Les hommes étaient, pour la majorité d'entre eux, d'anciens travailleurs d'usine ou hommes de métier. Ces personnes âgées ont des goûts simples. . . »



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

laire est un atout pour cette institution . . . Les personnes âgées aimeraient que la Caisse Populaire « descende dans la rue », vienne davantage vers eux . . .

R.D. Croyez-vous, après votre séjour à la Caisse Populaire de Saint-François d'Assise, que la Caisse Populaire peut jouer un rôle important au sein d'une communauté donnée?

M.A.R. La Caisse Populaire peut jouer un rôle fort important au sein d'une communauté . . . Les gens ressentent le besoin de rencontrer quelqu'un qui puisse les comprendre, qui les accueille bien . . .

R.D. N'y a-t-il pas danger que les Caisses Populaires jouent le rôle qui devrait être joué par d'autres institutions, en matière sociale?

M.A.R. Le Gouvernement pourrait-il être aussi présent que les Caisses Populaires dans tous les quartiers du Québec? . . . Le « social » des Caisses Populaires peut être et est rentable . . . Le contact suivi et continu avec les membres, c'est l'avenir des Caisses Populaires . . .

R.D. En plus d'avoir travaillé avec les personnes âgées, auprès de qui avez-vous travaillé?

M.A.R. J'ai travaillé avec quelques assistés-sociaux de familles monoparentales et certains individus qui voulaient savoir comment utiliser leurs épargnes ou les services de la Caisse Populaire.

« Le gros bon sens . . . »

Les personnes âgées: des goûts simples et une volonté de vivre.

Roland Lelièvre

J'ai assisté récemment aux séances d'enregistrement sur bobines magnétoscopiques des messages que présenteront conjointement à la télévision, la saison prochaine, l'Office de Protection du Consommateur du Québec et le Mouvement des Caisses Populaires Desjardins.

Il s'agit, tout comme c'était le cas en 1975, de messages dont le contenu vise à mieux éclairer le citoyen. L'an dernier, les messages traitaient des droits et prérogatives des citoyens en matière juridique; cette année, ils traitent des habitudes des consommateurs dans une société de super-consommation.

Une question d'équilibre

L'on n'a qu'à considérer les récentes statistiques sur l'endettement moyen du citoyen, sur les appels publicitaires invitant de plus en plus à la facilité « d'acheter maintenant . . . et de payer plus tard », sur les tentatives des autorités pour enrayer la poussée inflationniste, pour se rendre compte qu'un hola! s'impose.

Le Mouvement des Caisses Populaires Desjardins et l'Office de Protection du Consommateur ont donc décidé de faire appel au « *gros bon sens* » des consommateurs.

En effet, la raison d'être même des coopératives d'épargne et de crédit, fondées par Alphonse Desjardins, s'inscrit sous le signe de la mesure, de la prévoyance et de l'équilibre. On n'a qu'à se référer à la lutte qu'ont menée les premières caisses populaires contre l'usure, à l'incitation, à l'épargne et à la prévoyance des successeurs, de Desjardins, au « penser avant dépenser », du Sénateur Vaillancourt, pour comprendre que les objectifs de l'Office de Protection du Consommateur rencontrent, on ne peut mieux, ceux des caisses populaires.

L'effet particulier de cette mise en commun sera de combiner les efforts de deux campagnes individuelles qui, pour poursuivre les mêmes objectifs, se seraient présentées isolément dans des formats différents.

L'esprit même de la coopération commandait donc que nous mettions nos efforts en commun afin de renforcer l'impact d'une campagne conjointe d'éducation à la consommation.

« Le gros bon sens »

Suite à l'étude des objectifs communs et particuliers tant de l'Office que des caisses populaires, les spécialistes consultés en sont venus à suggérer



Signature pour le slogan de la campagne: « le gros bon sens »

comme slogan de la campagne: « le gros bon sens ».

Un appel commun au raisonnement, à l'équilibre, ne pouvait mieux s'exprimer. D'autant plus que l'expression colle à l'histoire et à la réalité québécoise. Nos ancêtres ont avancé à travers les contraintes et les espoirs de leur époque, guidés par ce gros bon sens. Depuis 75 ans, les membres des caisses populaires ont appris à épargner, à évoluer et à s'affirmer sous le signe du gros bon sens.

« Le gros bon sens » sera donc le titre de la brochure éditée par l'Office de Protection du Consommateur, disponible au comptoir de chaque caisse populaire.

« *Le gros bon sens* » sera le slogan véhiculé dans les messages présentés conjointement à la télévision, de septembre 1976 à juin 1977.

Le porte-parole: Yvon Deschamps

Autre recommandation des spécialistes consultés: attirer l'attention du consommateur et l'amener à remettre en cause ses habitudes, par l'absurde; en somme, une caricature à gros traits et parfois chargée d'une situation à travers laquelle le téléspectateur en arriverait lui-même à conclure: « ça ne peut plus durer . . . ça n'a pas de bon sens ».

Le « caricaturiste » recommandé pour évoquer de telles situations, dans des monologues de 60

secondes, n'est nul autre que le comédien Yvon Deschamps, qui a perçu sa contribution à une telle campagne tel qu'on pourra le voir dans une brève entrevue ci-contre, comme un service à la collectivité.

Les sujets traités

Nombreux pouvaient être les sujets abordés dans une telle campagne. Au terme de plusieurs rencontres, les responsables de cette campagne, tant à l'Office qu'à la Fédération, ont arrêté leur choix sur six sujets, abordés dans le style Deschamps, dont voici quelques extraits révélateurs de l'essence même du message:

LES BESOINS

« Avant ça... y'avait les pedleurs! Besoin pas besoin, ces beaux parleurs parvenaient à nous vendre chaque année une couple d'encyclopédies, des brosses, des chaudrons pis des médicaments. »

« Les gens se sont tannés, pis ils ont écrit sur les portes en français «Pas de colporteurs». »

« Les colporteurs quand ils ont vu ça ont dit... «Faut se moderniser, faut être de son époque quoi». »

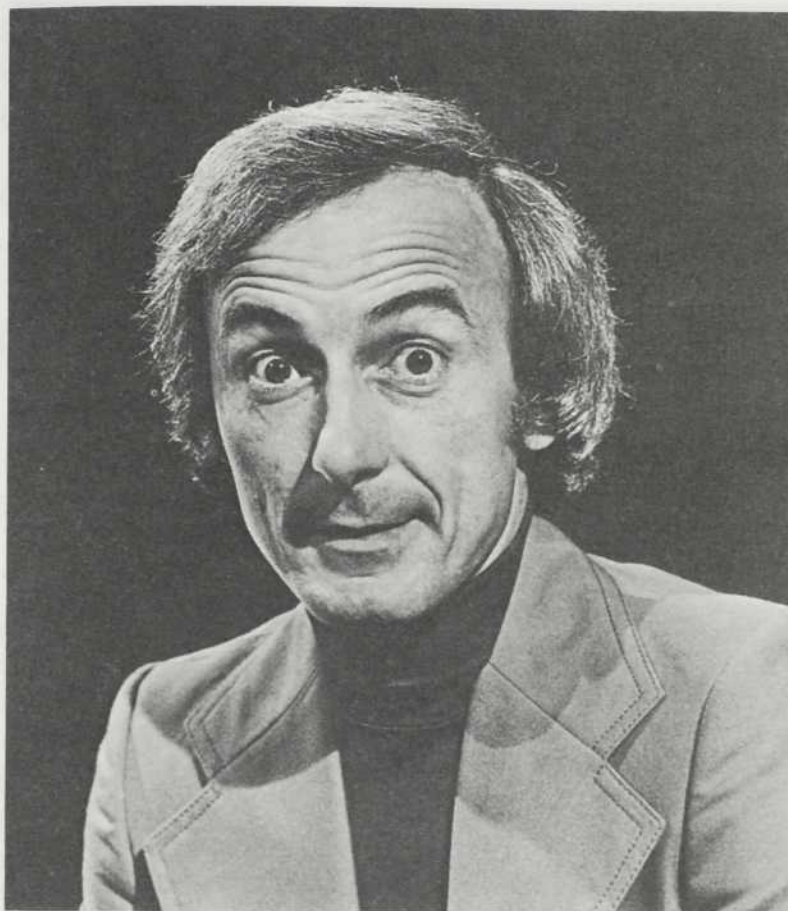
« Depuis ce temps là, ils ne cognent plus pour entrer chez vous, ils sont chez vous. Ils sont entrés en même temps que la télévision, la radio pis les journaux. Eux autres, ils nous disent ce qu'on a besoin. (...) Une chance qu'il y a du monde pour s'occuper de ceux qui sont dans le besoin, hein? Décidez de vos besoins, selon vos moyens! C'est le gros bon sens! »

LA PUBLICITÉ

« Trouvez-vous que j'ai l'air épais? »

« Bon! Ben y'en a une qui me prend pour un épais, pis j'aime pas ça! C'est la publicité! »

« Saviez-vous ça vous autres que LA PUBLICITÉ ben... a dit pas toujours toute la vérité, rien que la vérité? La démonne, a m'a fait des accroires! Je me demandais aussi pourquoi je ne pognais pas comme les gars dans les annonces — je dépensais sans bon sens, pis j'étais jamais heureux comme le monde dans les annonces — même que j'étais de plus en plus mal pris! (...) La publicité... j'ai été trop bon pour elle, je vais vous l'dire, je l'ai trop crue... pis quand tu commences à la croire, elle te lâche pus, (...). La publicité faut en prendre puis en laisser. C'est le gros bon sens! »



LE CRÉDIT

« De nos jours, on roule dans un trente-six paiements, on regarde la télévision-couleur sur un 24 paiements, on s'habille avec un 12 paiements, plus une douzaine de paiements pour les cadeaux de Noël, pis une autre douzaine de paiements pour les vacances. »

« Comment que ça coûte?... c'est pas un problème! »

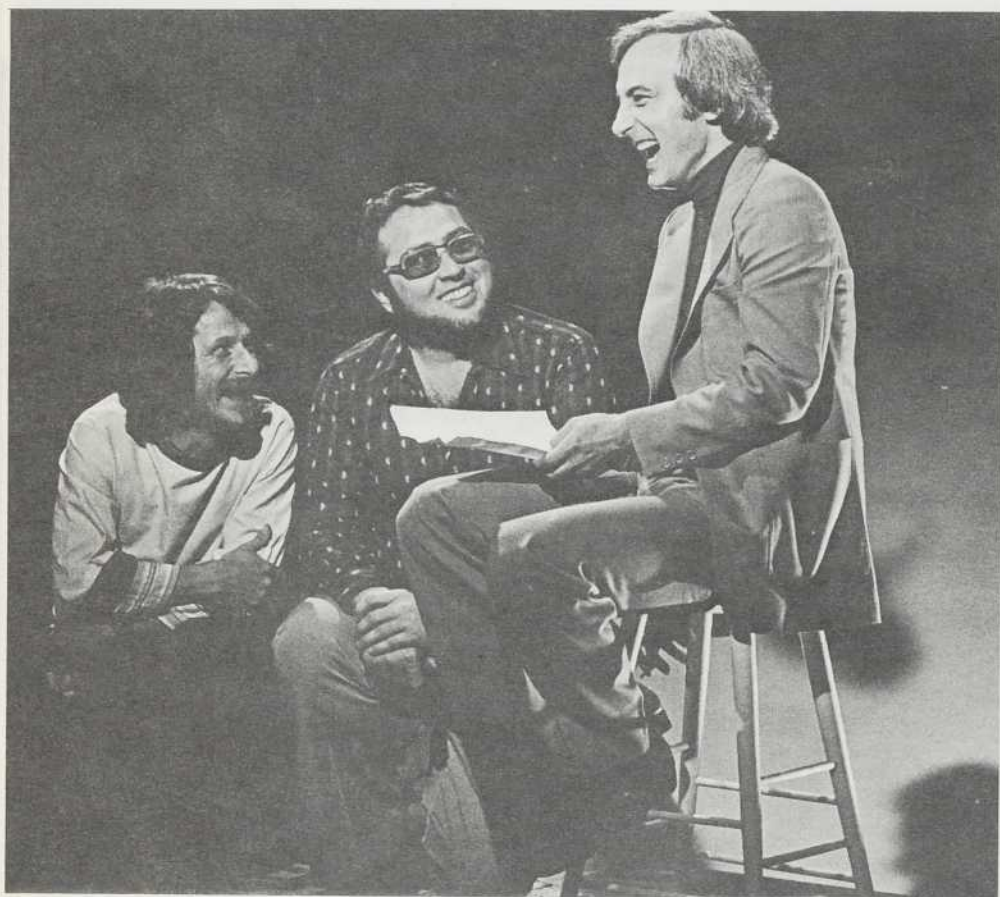
« C'est rendu que le prix qu'on demande c'est comment de paiements! (...) Mais les paiements... ça tombent pas du ciel, ça se fait pas tout seul... ça se fait à deux... VOUS PIS LE CRÉDIT... (...) Le crédit faut savoir s'en servir. C'est le gros bon sens. »

LA CARTE DE CRÉDIT

« Si vous n'êtes pas capable de payer comptant... ben vous n'avez pas les moyens d'avoir une carte de crédit. »

« Ça veut dire, que si vous avez une carte de crédit, vous avez les moyens de payer cash, donc vous n'avez pas besoin de carte de crédit, c'est simple, tout le monde peut comprendre ça! (...) »

« Vous avez pas les moyens — mais vous êtes capable! »



« Juste un flic-flac, puis on peut acheter n'importe quoi — sur le coup, c'est facile, mais trente jours après... chacun des flic-flac devient une facture qui presse, parce que l'intérêt va s'y ajouter. »

« Votre meilleure protection contre l'endettement c'est d'arrêter de flic-flaquer! C'est le gros bon sens! »

NOËL

« Pour Noël », faut que j'achète un cadeau à Thérèse, André, Michel, les quatre p'tits de Cécile, les trois belles-soeurs, papa pis maman, pis à Jacqueline parce que c'est là qu'on va réveillonner — pis y'a les enfants — pis me semble que j'en oublie. »

« Avec un peu de chance, 40 heures de magasinage! Noël — c'est pas un cadeau! Si on essayait de changer ça cette année. Un peu moins de folie — un peu plus d'amour! Qu'avez-vous eu en cadeau Noël passé? Vous vous en souvenez pas! Pourtant y'a des choses toutes simples qui ne s'oublient pas... et qui ne coûtent rien... rien qu'un peu plus de vous-même. Ça c'est le gros bon sens! »

LES VENTES À RABAIS

« Connaissez-vous ma tante Gertrude? Elle! Ben c'est une femme économe. Elle a ménagé toute sa

vie, du matin jusqu'au soir. En 42 ans de mariage, ma tante Gertrude n'a pas manqué une seule vente dans sa ville; les ventes de feu, de liquidation, d'après-Noël, de fin de saison, les ventes de la fête des pères, ... »

« Elle dépensait pas... mais elle achetait tout l'temps. »

« Je me souviens d'avoir entendu mon oncle lui dire « Gertrude, on arrive pus, je pense que t'économises aux dessus de nos moyens ». Dans ce temps-là j'étais p'tit gars pis je riais. »

« Astheure j'suis pus un p'tit gars, pis je ris pus. (...) Au fond là! même quand c'est en vente, si t'en a pas besoin, c'est toujours trop cher, c'est le gros bon sens! »

Le calendrier de diffusion

Le budget combiné de l'Office de Protection du Consommateur et de la Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins, va nous permettre sur 39 semaines, une pénétration de 85% de l'auditoire du Québec avec une fréquence hebdomadaire supérieure à celle de l'an dernier, à la télévision.

AU RÉSEAU TVA

Tous les postes du réseau TVA diffuseront nos messages de même que certains autres postes privés.

Nos messages seront ainsi diffusés dans l'ensemble des régions du Québec.

De plus, plusieurs de ces messages seront retransmis en surplus et gratuitement, comme geste d'appui de ces postes dans l'intérêt public.

À RADIO-CANADA

Des difficultés relatives aux politiques de diffusion de messages du genre nous empêchent pour le moment de pouvoir utiliser les ondes des postes de Radio-Canada.

Nous le regrettons vivement. Nous ne voulons pas pour l'instant interpréter les motifs du refus de ces messages, tant comme messages commandités que comme messages gratuits d'intérêt public. La F.Q.C.P.D. entend bien étudier cette question et faire connaître son point de vue.

500,000 brochures

Tout comme l'avait fait l'Aide juridique l'an dernier, 500,000 brochures seront à la disposition des

Le Prix Gérard Roussel décerné à la Coopérative de Développement Agro-Forestier du Témiscouata (JAL)

Jean-Claude Turpin

membres des Caisses Populaires et du public au comptoir de chacune des 1,250 caisses populaires du Québec.

Cette brochure éditée conjointement traitera tout particulièrement des sujets abordés dans les mes-

sages télévisés ainsi que d'une foule d'autres domaines où l'intérêt du consommateur peut être davantage respecté et protégé.

Cette campagne se présente comme devant être une des plus percutantes des dernières années.

« On se fait accroire . . . ben des accroires »

Au terme des sessions d'enregistrement messages de 60 secondes de cette campagne du « gros bon sens » en regard de nos habitudes de consommation et de leurs conséquences, nous avons posé, à Yvon Deschamps, les questions suivantes:

R.D. Pour vous, être le porte-parole de cette campagne, ça représente quoi?

Y.D. Personnellement, le contenu des messages m'a semblé conforme à moi-même, à mes idées, à mon image, à l'homme moyen que je pense représenter dans mes monologues et qui incarne souvent ce gros bon sens . . . en raison de sa prudence naturelle et de son désir de ne pas aller dans les excès.

Pour la collectivité, des messages de cette nature deviennent plus nécessaires, assaillis que les gens sont par la publicité . . . et ceux qui créent des besoins imaginaires: tel genre d'auto . . . d'ameublement . . . d'habillement. Face à ce phénomène, il

nous faut retrouver la simplicité des valeurs humaines.

R.D. C'est pourquoi vous dites que la publicité « vous a fait des accroires ».

Y.D. J'aime ce canadianisme, parce que de nos jours, poussés par les accroires de la publicité, « on s'en fait accroire soi-même ben des accroires ». Il me semble qu'il est temps qu'on revienne à la réalité québécoise . . . celle du gros bon sens.

R.D. Vous pensez donc que le consommateur a besoin d'être mieux informé, conséquemment mieux protégé.

Y.D. Un tel genre de message constitue selon moi un contre-poids à ce que l'on se fait « rabacher » quinze heures par jour, dans les mass-media.

Les gens ne peuvent tout de même pas tout acheter. C'est pourquoi il m'apparaît important qu'ils soient mieux informés . . . c'est la seule façon de mieux les protéger.



EDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

R.D. Un tel genre de message ne risque-t-il pas de vous mettre éventuellement en conflit avec d'autres « commerciaux » qu'on vous offrirait?

Y.D. Pas du tout. Je n'en fais pas. Les seuls messages que j'accepte de faire sont ceux qui m'apparaissent comme étant de « services publics », comme Oxfam, par exemple.

La « minute juridique », l'an dernier, et le « gros bon sens » cette année. On m'a déjà dit que « je pourrais vendre n'importe quoi ». C'est ça... qui serait grave... et qui n'aurait pas de bon sens.

R.D. Une telle campagne d'éducation à la consommation vous semble-t-elle répondre aux préoccupations sociales et économiques des caisses populaires?

Y.D. Absolument. Ces messages devraient être efficaces pour contrebalancer les effets de la publicité. Je suis personnellement heureux que les caisses populaires demeurent, ainsi socialement préoccupées, puisque c'est une des seules affaires qui nous appartienne en propre et qui soit vraiment québécoise.

BON SANG NE PEUT MENTIR

À la pause-café, la maquilleuse me confie: « Je trouve donc que les dirigeants des caisses populaires prennent, avec des messages de ce genre, le bon moyen de s'identifier. Elles font ainsi prendre conscience aux gens de leurs besoins au lieu de les inciter à dépenser. »

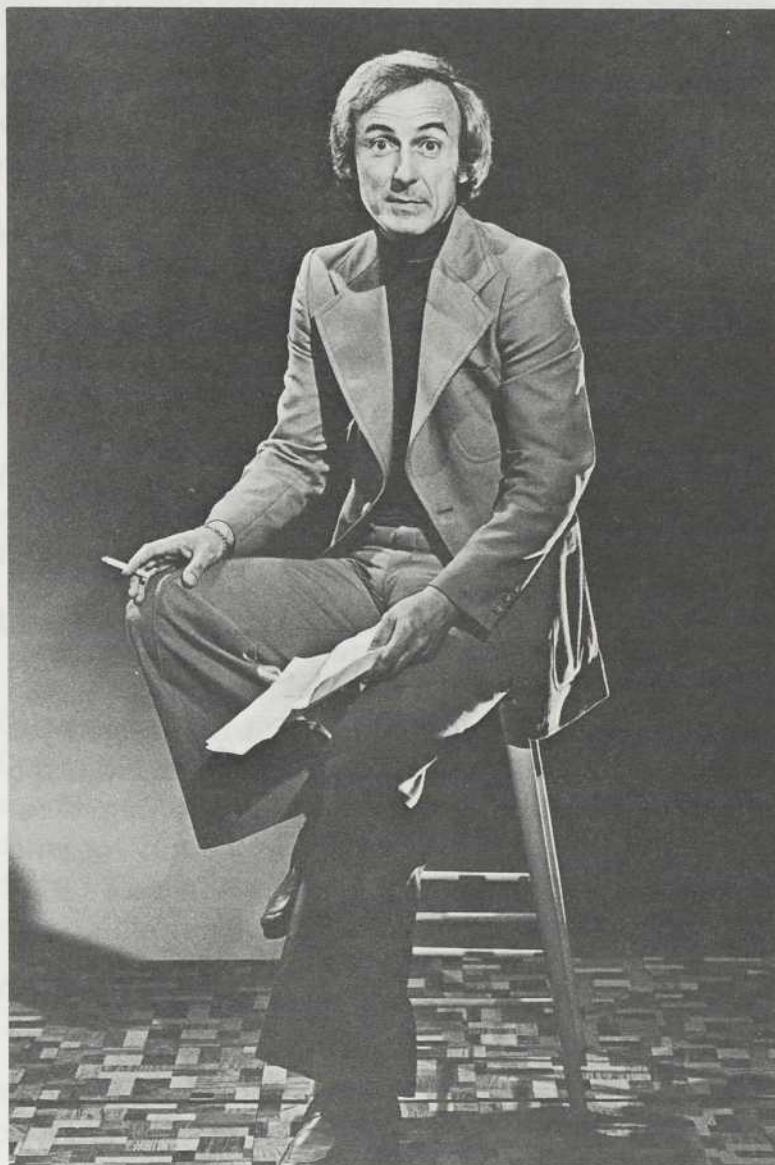
« Regarde tes besoins... et établis tes priorités. Moi, c'est ma philosophie » de dire Diane Gravel-Chagnon.

Et l'on comprend les racines d'une telle philosophie quand on apprend que le père de Diane était du nombre des fondateurs de la Caisse Populaire de La Tuque, qu'elle a eu son premier compte à la caisse scolaire; c'est sans doute pourquoi elle affirme que « les 5¢ d'aujourd'hui sont les \$5,000 de demain ».

On ne se surprend guère alors d'apprendre que son mari et elle-même ont leur compte personnel à la Caisse Populaire de Beloeil ainsi que leurs quatre enfants.

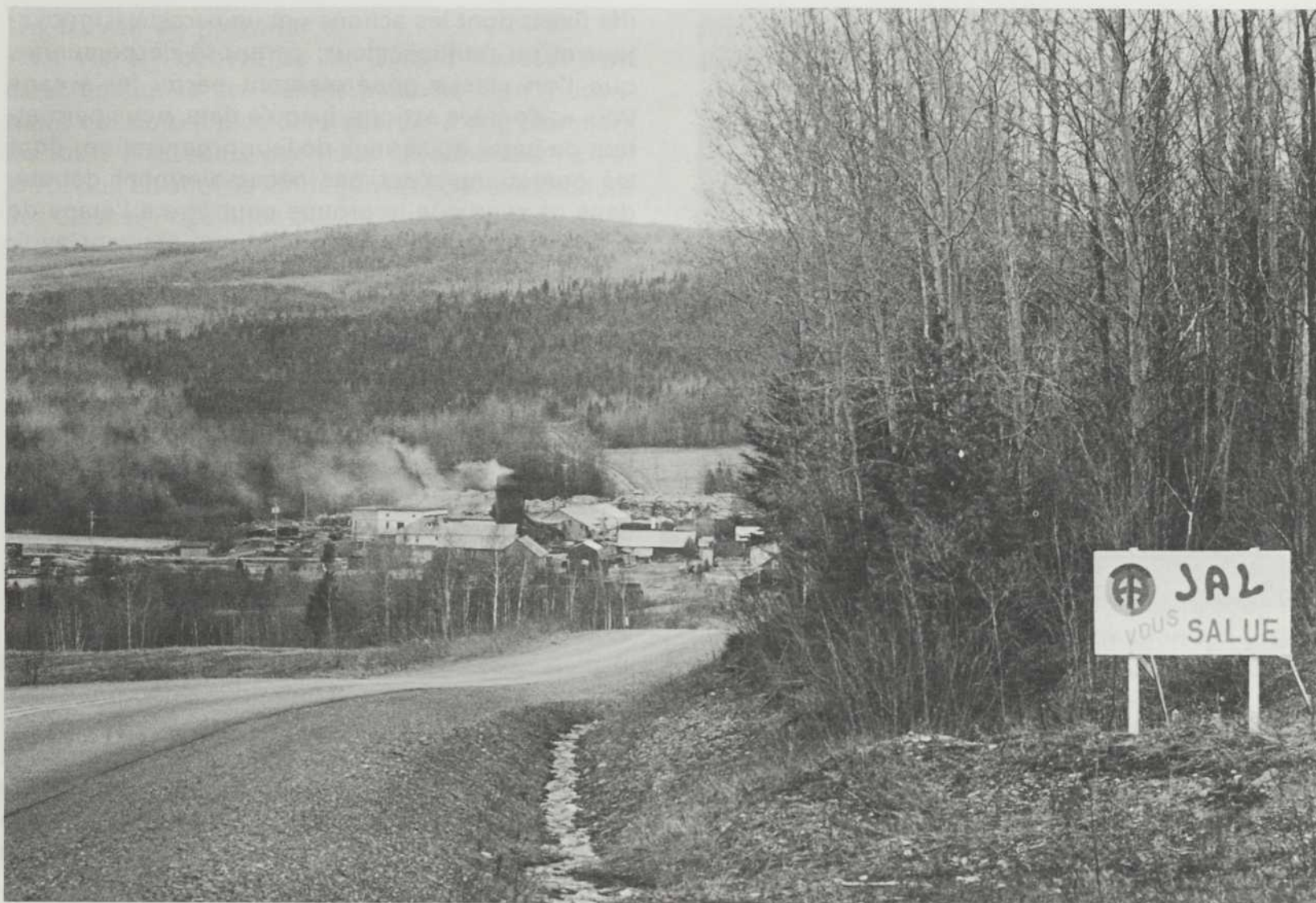
Appelée récemment par sa caisse populaire à établir ses priorités dans les investissements, elle a ainsi donné son premier choix à l'investissement dans les coopératives de consommation et son second choix au socio-culturel.

BON SANG NE PEUT MENTIR
C'EST LE GROS BON SENS



Le Prix Gérard Roussel décerné à la Coopérative de Développement Agro-Forestier du Témiscouata (JAL)

Jean-Claude Tardif*



Ceux-là mêmes qui avaient reçu une mention favorable du Prix Annuel Desjardins au printemps 1976, viennent de recevoir, à Rimouski, le « Prix Gérard Roussel » d'un montant de \$2,000.

C'est au cours de l'assemblée générale annuelle de l'Union régionale de Rimouski des Caisses Populaires Desjardins qui s'est tenue à Rimouski en juin dernier que le prix « Gérard Roussel » a été décerné à la Coopérative de Développement Agro-Forestier du Témiscouata, communément appelée JAL, du nom des trois paroisses qui la composent. Étaient présents des représentants de 55 des 82 Caisses Populaires, membres de l'Union régionale de Rimouski, des représentants du Mouvement coopératif régional et provincial et d'organismes orientés vers le développement régional.

En créant le prix annuel « Gérard Roussel », l'Union régionale de Rimouski met en pratique les valeurs qu'elle véhicule, s'associe à d'autres groupes et associations poursuivant des objectifs simi-

laires aux siens, encourage les initiatives favorisant l'épanouissement des individus et des collectivités, supporte des groupes de personnes dynamiques, à pensée sociale, mais démunies sur le plan des ressources financières, pose un geste concret d'encouragement pour les Caisses Populaires déjà engagées sur le plan social et communautaire et rend un hommage particulier à l'un de ses pionniers, M. Gérard Roussel qui, depuis maintenant trente-sept ans, oeuvre dans le Mouvement des Caisses Populaires Desjardins.

Était éligible pour l'obtention du prix « Gérard Roussel » tout groupe populaire répondant majoritairement aux critères suivants: orienté prioritairement vers le développement et/ou économique et/ou culturel du milieu et non pas vers des avantages individuels; ayant un minimum d'encadrement, de structures et des chances raisonnables de permanence; démunie sur le plan financier, compte tenu de la tâche à accomplir ou des objec-

* M. Jean-Claude Tardif est agent d'information (F.Q.C.P.D.)



Coopérative de Développement Agro-Forestier du Témiscouata (JAL)

■ Le projet JAL est un programme de développement communautaire polyvalent et intégré de toutes les ressources de l'unité d'aménagement que constituent les trois paroisses de Saint-Juste du Lac, Saint-Émile d'Auclair et Saint-Godard de Lejeune (v. développement intégral des ressources tant humaines que biophysiques: agriculture, forêt, tourisme, artisanat, mini-industrie, etc...).

■ De 1967 à 1970, on assiste au départ de 300 personnes de la région et on constate que des 15,822 acres de terres défrichées et cultivables, 3,000, à peine, sont mises en valeur; de plus, 85,717 acres de boisé privé sont exploitées sans plan rationnel établi; des ministères préconisent la fermeture des paroisses.

■ En 1972, les citoyens de la région se regroupent, consultent différents organismes (v. Faculté des Sciences de l'agriculture et de l'alimentation de l'Université Laval) et fondent le Groupement forestier, cellule-mère qui coordonne toute l'action d'aménagement du territoire, initie les projets, fournit tout un ensemble de services aux divers comités et à la population, etc... .

■ La coopérative a, depuis sa création, mis de l'avant et exécuté différents travaux de sylviculture,

tifs fixés; dont les actions ont un caractère innovateur et/ou multiplicateur; composé de personnes que l'on classe généralement parmi les « sans voix »; dont les actions, jusqu'à date, nous permettent de juger du sérieux de leur organisation; dont les opérations n'ont pas nécessairement débuté, dans ce sens que le groupe peut être à l'étape de l'organisation; dont les opérations peuvent avoir une répercussion locale, zonale ou régionale; désireux de donner un nouvel élan à son action; dont les opérations peuvent être d'ordre social, économique ou culturel.

Outre la Coopérative de Développement Agro-Forestier du Témiscouata à qui fut remis le prix, d'autres initiatives populaires ont reçu des mentions spéciales: la Poissonnerie des Méchins Inc., le projet EPOK de Causapscal, la Coopérative Funéraire du Bas St-Laurent et la Société d'Exploitation des Ressources de la Vallée.

réalisé le projet « Pommes de terre » de semence, etc... .

■ En 1974, la coopérative comptait 164 membres réguliers et 94 membres auxiliaires. Au plan financier, différentes campagnes de souscription ont été organisées dans le milieu et la coopérative a profité de certaines contributions de l'Union Régionale de Rimouski des Caisses Populaires Desjardins, de subventions gouvernementales (M.T.F., P.I.L., etc...).

■ Parmi les autres projets mis de l'avant par la Coopérative de Développement Agro-Forestier du Témiscouata, signalons les expériences suivantes: projet d'exploitation d'érablières, organisation et regroupement de fermes, projet de canot-camping, projets d'exploitation de lacs, travaux de coupe de bois, etc... .

Pour information supplémentaire:

Monsieur Jocelyn Lachance, président,
Coopérative de Développement Agro-Forestier du
Témiscouata (JAL),
Auclair,
Cté Témiscouata, Québec.
(418) 899-6422

M. Gérard Roussel et le développement du Mouvement Desjardins.*

Antonio Lechasseur et Guy Massicotte
Université du Québec à Rimouski

Un travail de pionnier

La vie et l'oeuvre de M. Gérard Roussel sont caractéristiques des débuts pénibles d'un mouvement qui doit, à plusieurs égards, à ses pionniers les jours florissants que nous lui connaissons aujourd'hui. En effet, la fondation et le développement des Caisses Populaires Desjardins ont reposé, dans la plupart des cas, sur des convictions personnelles profondes et la foi dans une idée commune: la coopération.

C'est en rappelant les péripéties d'une vie de labeur que nous pouvons juger de la ténacité, de la motivation, de la bonne volonté et des énergies déployées par les artisans de la première heure, sans lesquelles le Mouvement n'aurait pu croître. Depuis plus de trente ans, M. Roussel a été, avec quelques-uns de ses collègues, l'animateur de l'expansion des Caisses Populaires aux quatre coins du diocèse de Rimouski.

Avant de se consacrer à l'oeuvre des Caisses Populaires, M. Roussel fut d'abord à l'emploi d'un marchand général du Bic. Il exécutait pour ce dernier des tâches occasionnelles touchant la comptabilité de son établissement. Ainsi, il se familiarise tôt avec les rouages d'une saine administration en voyant au bon fonctionnement de cette petite entreprise.

Sa formation est celle d'un bachelier. Cependant, il n'obtiendra pas le diplôme de baccalauréat puisqu'il quitte le Séminaire dans sa dernière année de philosophie. Les études classiques n'ont pas toujours été pour lui d'une aide immédiate et pratique alors qu'on orientait peu les étudiants vers les carrières dites « économiques » ou commerciales.

Mais on ne peut mettre en doute que ses années de collège ont imprégné chez lui cet esprit de ténacité et de vigueur qui lui ont été nécessaires à l'accomplissement de sa tâche future.

M. Roussel fut poussé dans le Mouvement des Caisses Populaires lorsque M. Aurèle Gamache, premier gérant de l'Union Régionale, l'engagea en 1940 pour en faire son bras droit. Cette embauche prenait une forme assez particulière: en fait, M. Roussel devenait l'employé personnel de M. Aurèle Gamache et non un membre du personnel de l'Union. En fait, le gérant payait son adjoint à même son salaire. Cette nouvelle fonction consistait à aider le gérant dans son travail « sur la route », c'est-à-dire, dans l'entreprise de fondation de cais-

ses et de vérifications comptables. Son salaire s'élevait alors à dix dollars par mois.

Peu après, lors du décès de son ami Gamache, M. Gérard Roussel était la personne tout indiquée pour prendre la relève. D'ailleurs, il acquit auprès de son patron, l'expérience nécessaire au bon fonctionnement et au développement de cette institution. En 1941, alors âgé de trente ans, M. Roussel devint le deuxième gérant de l'Union Régionale des Caisses Populaires. Il ne cumulera pas tout de suite ce poste avec la gérance de la Caisse Populaire locale du Bic, Mme Gamache ayant manifesté le désir de continuer le travail de son mari.

Les dures conditions de travail qu'a connues M. Gérard Roussel sont l'illustration de l'état artisanal dans lequel se trouvait le Mouvement à l'époque. L'Union Régionale était toute jeune et le travail à accomplir était partout abondant. Le gérant devait toujours assurer l'avancement du concept coopératif au moyen de réunions d'information qui précédaient tout naturellement la fondation de nouvelles caisses.

Cette première tâche accomplie dans les localités, M. Roussel devait assurer, par la suite, la vérification des comptabilités tout en prodiguant conseils et suggestions aux gérants des Caisses Populaires locales. M. Roussel nous a affirmé que de 1940 à 1950, il y eut en moyenne de douze à quinze fondations par année.

Ce travail s'effectuait surtout l'été alors qu'on pouvait bénéficier de routes plus carrossables. Dans ces conditions, l'achat d'une automobile s'avérait nécessaire. Son choix se porta sur une Terraplane Essex qu'il payait deux cents dollars. Par la suite, il devait surnommer cette vieille voiture, la « boîte à caresses », vu une caractéristique bien spéciale au coffre arrière, lequel faisait place à un siège amovible. M. Roussel ne put garder sa « boîte à caresses » plus d'un mois, pendant lequel il lui fit subir des réparations se chiffant à près de cent cinquante dollars.

Durant la saison froide, ses déplacements se faisaient par chemin de fer, lorsque la chose était possible.

Il est certain que le salaire d'un gérant de l'Union Régionale ne pouvait suffire à de telles dépenses. De 1941 à 1943, M. Gérard Roussel devait recevoir un salaire mensuel de trente dollars. De plus, à l'exemple de son prédécesseur, il engagea à ses

* Extraits d'un excellent article paru dans la *Revue d'histoire du Bas Saint-Laurent* (vol. III, no 1, mai 1976).

frais, une assistante pour voir aux affaires courantes de l'Union: il lui remettait ainsi la moitié de son salaire. Il recevait toutefois de petits dédommagements à titre d'allocations de voyage.

Son horaire hebdomadaire n'avait rien de très compliqué: le lundi matin on pouvait le voir à son bureau; le reste de la semaine, y compris samedi et dimanche, on le trouvait « sur la route », c'est-à-dire dans l'un ou l'autre des cantons du diocèse.

Une vie de travail assidu, comme l'a été la sienne, ne se déroula pas sans quelques aventures particulières. Il se souvient d'avoir refait à plusieurs occasions des comptabilités entières dans des conditions pour le moins pénibles. Il lui arriva même de travailler avec le manteau sur le dos pour se protéger du froid qui envahissait une Caisse très mal chauffée. Dans ses déplacements, il couchera un peu partout; ce sera bien souvent chez les gérants de Caisses locales où l'on ne bénéficiait pas du grand confort. Par contre, le presbytère offrait un meilleur gîte, d'autant plus que le curé, trop souvent seul, aimait bien à disposer de la compagnie d'un visiteur avec qui il pouvait s'entretenir.

Quelques aventures cocasses ont aussi marqué la carrière de M. Roussel. La plus intéressante est sans doute celle d'une panne d'automobile survenue sur le chemin Estcourt — St-Alexandre: avec sa « boîte à caresses », il dut passer toute une nuit, isolé sur cette route secondaire, avec quinze mille dollars dans sa voiture, somme qui constituait l'épargne accumulée de nombreuses Caisses Populaires. Il dut attendre au lendemain matin pour qu'un autre véhicule passe et lui porte secours. Cette aventure serait presque aberrante de nos jours, mais celle-ci montre bien l'esprit de confiance dans lequel se faisaient les transactions à l'époque.

Il faut aussi mentionner que M. Roussel travailla seul jusqu'en 1947, date à laquelle M. Gérard Viel fut engagé comme inspecteur-propagandiste. De 1950 à 1970, M. Roussel s'occupa en plus de la Caisse Populaire du Bic. C'est dire toute l'omniprésence des Caisses Populaires dans la vie du gérant de l'Union Régionale. Ainsi, il occupera même, avec sa famille, le logement sis au premier étage du local de la Caisse paroissiale et de l'Union Régionale du Bic.

Ces quelques bribes de la vie de M. Gérard Roussel peuvent facilement se comparer à celle de Desjardins à l'heure des premières Caisses Populaires. Sans doute, les conditions n'étaient pas tout à fait identiques mais l'esprit d'initiative, la ténacité et la vigueur furent, nous semble-t-il, les mêmes.

Les Caisses Populaires et avec elles, l'Union Régionale, ont certainement contribué au développement économique de notre région et c'est à cet essor collectif que M. Gérard Roussel a contribué!

Des origines modestes

Habitués que nous sommes aux Caisses actuelles, généralement aménagées dans des édifices modernes et dotées de l'instrumentation la plus perfectionnée, nous imaginons mal à quoi pouvait ressembler une Caisse Populaire il y a vingt-cinq ou trente ans.

Une façon de nous plonger brutalement dans la situation de l'époque, est peut-être de penser à ce fait des plus caractéristiques que le système reposait alors presque entièrement sur le bénévolat. En effet, le gérant d'une Caisse était payé un dollar par année, et encore, à condition qu'il fournisse le local, qu'il le chauffe et qu'il l'éclaire. Il va sans dire que dans ces conditions, cette tâche était simplement confiée à ceux des paroissiens qui paraissaient plus instruits ou plus dégourdis que les autres.

Bien souvent, l'honnêteté devait être le principal critère retenu pour le choix du gérant. C'est ce qui explique sans doute qu'un tel système n'ait pas généré davantage d'abus ou de malversations. En fait, il arrivait bien de temps à autre qu'un gérant « emprunte » un peu largement, mais d'une façon générales il n'y avait pas de défalcation ou d'escroquerie. M. Roussel ne se rappelle que d'un seul cas de ce genre, au cours de la période quasi héroïque de la fondation des Caisses. Il s'agissait, en l'occurrence, d'un colon si pauvre que le représentant de l'Union avait dû procéder aux vérifications d'usage revêtu de son pardessus et de ses couvre-chaussures, tellement il faisait froid dans la maison.

Naturellement, l'honnêteté n'était pas toujours synonyme de rigueur, et M. Roussel a dû passer bien des soirées à faire du « pointage au fanal » pour réconcilier, quand ce n'était pas refaire complètement, des comptabilités souvent établies au petit bonheur.

Si l'on tient compte de cette pauvreté de moyens, il est presque miraculeux que tant de caisses aient été fondées en si peu de temps. M. Roussel se plaît à ce sujet à rappeler l'influence de Mgr Courchesne. Celui-ci s'était fixé comme objectif la fondation d'une Caisse par paroisse et faisait pression dans ce sens auprès de ses curés. Comme il y eut pen-

La société a besoin de la formule coopérative*

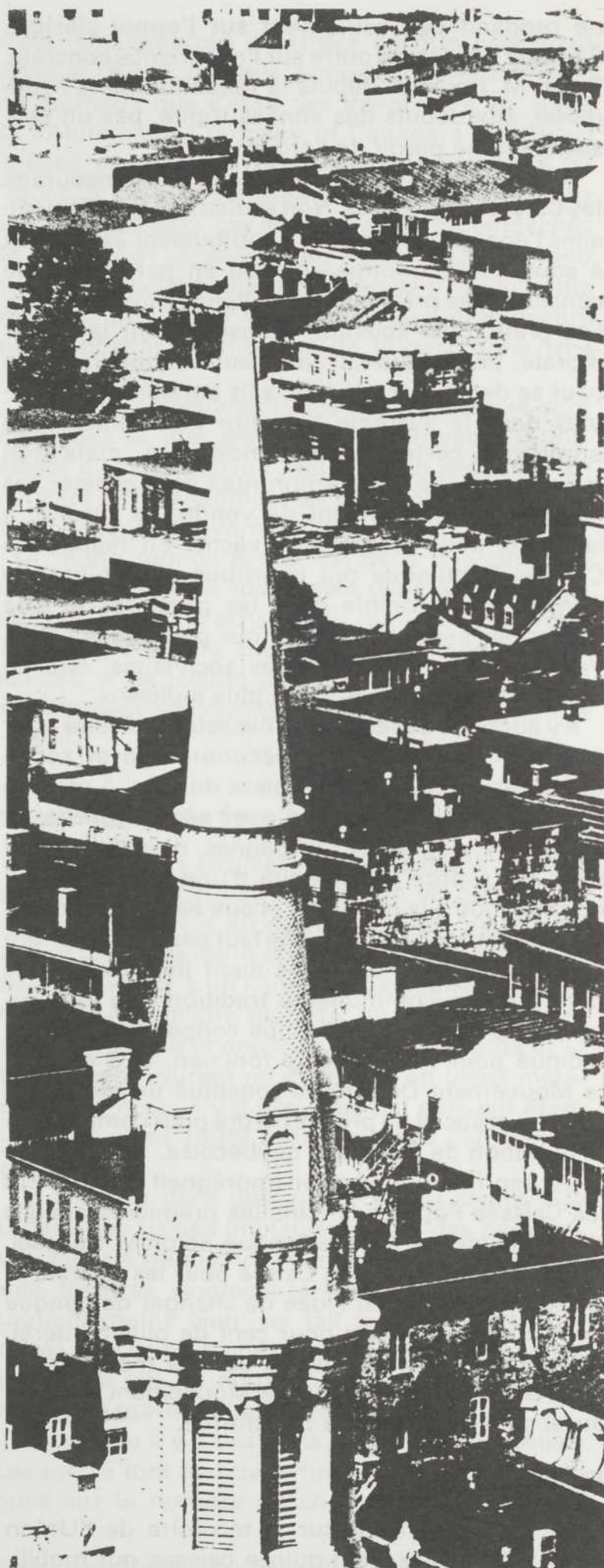
« En aidant à maintenir la confiance, l'Église fournissait peut-être le support le plus efficace et le plus nécessaire. »

dant un moment, cent huit Caisses sur cent quinze paroisses, on peut estimer que Mgr Courchesne avait atteint son objectif. Il y eut naturellement d'autres forces que l'évêque de Rimouski et son clergé pour inciter à la fondation des Caisses. M. Roussel mentionne spontanément les cercles d'études de l'U.C.C. qui, en général, préparaient le terrain en organisant des réunions d'information, et en regroupant dans un organisme quelque peu structuré, les éléments les plus dynamiques et les plus « modernistes » du milieu rural.

Habituellement, une Caisse naissait à la suite d'une initiative locale. On convoquait alors une réunion de fondation à laquelle M. Roussel était invité. Il faisait à cette occasion, la lecture des statuts et présidant à l'élection des membres du Conseil et des Commissions. Évidemment, la plupart des Caisses eurent des commencements fort modestes: vingt, trente, parfois quarante sociétaires qui souscrivaient chacun entre une et cinq parts. C'était suffisant pour faire démarrer l'institution, qui n'avait plus, par la suite, qu'à faire la preuve de son utilité et de son efficacité.

Il y avait d'ailleurs peu d'opposition dans les paroisses à la création des Caisses. Il y avait bien entendu les indifférents et les incrédules, mais ceux-là finissaient pas se laisser gagner quand ils voyaient le mouvement tenir ses engagements, et ses promesses.

Il serait présomptueux d'en vouloir à certains colons d'avoir manqué de foi, quand on sait que même les grandes banques ne prirent pas la menace au sérieux. Certes, selon M. Roussel, les gérants de succursales étaient plus clairvoyants, et certains essayèrent même de ruiner la confiance du public en répandant des rumeurs sur la solidité de telle ou telle Caisse. Il y eut même un cas où la Fabrique dut prêter quinze mille dollars pour contrecarrer un mouvement de retrait, à la suite d'une rumeur, fondée, semble-t-il, de défalcation. Les gens se mirent à retirer, la Caisse tint ses engagements, et bientôt, après avoir passé de la Caisse à la Banque, les épargnants entreprirent le chemin inverse. Si les sociétaires avaient eu davantage confiance dans leur Caisse, l'appui de l'Église n'aurait pas été nécessaire, mais le fait qu'elle intervint, et la nature même de son intervention, montre bien que son influence s'exerçait non seulement au moment de la création, mais également tout au long de son établissement. En aidant à maintenir la confiance, l'Église fournissait peut-être le support le plus efficace et le plus nécessaire. Cette confiance, d'ailleurs



ne reposait pas seulement sur l'appui clérical. Elle était fondée en outre sur l'expérience concrète. Selon M. Roussel, depuis la fondation de la Fédération, aux débuts des années trente, pas un seul sociétaire ne perdit de l'argent.

Il était normal, d'ailleurs, que l'Église encourage les Caisses Populaires. Non seulement favorisaient-elles l'épargne, mais elles contribuaient également à soutenir l'économie agricole en permettant de consentir des prêts aux agriculteurs dans le besoin. Les prêts, bien souvent, reposaient sur la valeur morale, plutôt que sur la valeur économique. On peut se demander dès lors, s'ils auraient été possibles dans le système bancaire traditionnel. Ces emprunts, certes, étaient modestes, mais non moins utiles. Le colon empruntait pour acheter ses semences, en attendant de vendre sa récolte, à la limite, pour acheter une vache. En réalité, les Caisses Populaires ont contribué à mobiliser le numéraire disponible dans les paroisses et à la mettre au service de ceux qui paraissaient, aux yeux de la communauté des sociétaires, être en mesure d'en faire l'usage le plus judicieux.

Il y aurait de belles études historiques à faire pour évaluer l'impact culturel, économique et social d'une caisse, dans une paroisse donnée. À mesure que l'économie de marché, avec ses exigences, en numéraire, gagne les campagnes, on sent monter dans les esprits la nécessité d'une institution qui corresponde à la mentalité et aux besoins du développement économique. Il ne faut pas se surprendre que les Caisses Populaires aient joué ce rôle de pont entre la communauté traditionnelle et l'économie de marché: le principe coopératif était tout indiqué pour remplir cette fonction, et à ce titre, le Mouvement Desjardins constitue un indicateur culturel et social de premier ordre pour comprendre la mutation de la société québécoise.

Cet esprit de coopération imprégnait entièrement les Caisses Populaires dans les premières années de leur jeunesse. À cette époque, selon M. Roussel, on ne déposait pas à la Caisse pour les intérêts et personne n'aurait eu l'idée de changer de banque pour obtenir un demi pour cent de plus d'intérêt. Les choses ont bien changé dans la mentalité du sociétaire. Il faut dire que le Mouvement s'est lui aussi considérablement transformé.

Essor fabuleux

En 1945, il y avait sur le territoire de l'Union Régionale quatre-vingt-quinze caisses qui mobili-

saient environ six millions d'épargne. Trente ans plus tard, il n'y a plus que quatre-vingt-deux caisses, mais qui totalisent plus de cent soixante-deux millions en épargne. L'Union Régionale, qui comptait un ou deux employés en 1945, en emploie maintenant quarante-six, grâce à un budget d'opération de près de un million de dollars. Ces quelques chiffres suffisent à illustrer l'essor fabuleux du Mouvement Desjardins pendant ces années, ainsi d'ailleurs que sa consolidation. La diminution du nombre de caisses et l'institutionnalisation de l'Union en sont des indices.

Ces transformations se sont accompagnées d'un changement de mentalité, M. Roussel manifeste un peu de nostalgie quand il constate la disparition de l'esprit de solidarité et de coopération qui a marqué l'origine du Mouvement. À mesure que le monde rural s'intègre à l'économie de marché, cela sans doute est inévitable. Il faut souhaiter cependant que les valeurs qui sont à la base de l'oeuvre de Gérard Roussel et du Mouvement Desjardins ne disparaissent pas complètement, et qu'ils sachent à nouveau s'incarner dans quelque grande réalisation.

La société a besoin de la formule coopérative*

Alfred Rouleau

Transformations économiques

Notre univers économique n'a plus beaucoup de similitude avec ce qu'il était il y a 25 ans ou 50 ans. L'État joue maintenant un rôle déterminant dans nos économies nationales. Certains économistes ont essayé de mesurer par exemple l'importance des dépenses militaires américaines par rapport au P.N.B. de ce pays. On sait que les différents gouvernements au Canada génèrent par leurs dépenses près de 40% du P.N.B. canadien.

Ce phénomène qui est estimé comme normal par les économistes d'aujourd'hui, même très conservateurs, serait apparu comme socialiste aux économistes libéraux d'il y a 50 ans. À remarquer toutefois qu'aujourd'hui certaines personnes jugent encore inacceptable le niveau des dépenses nécessitées par les divers programmes d'aide sociale administrés par les états. Cependant, ces mêmes personnes considèrent comme tout à fait normaux les programmes de subventions, d'aide et de prêts spéciaux que les états maintiennent en faveur des entreprises et qui constituent en quelque sorte une forme d'assistance sociale pour elles.

Des entreprises géantes

Notre univers économique subit aussi le poids des entreprises géantes. Ces entreprises multi ou transnationales dans une très large mesure aujourd'hui imposent leur volonté aux consommateurs et même parfois aux gouvernements. Quand on connaît la puissance de l'argent on ne peut qu'être très impressionné par l'influence que peuvent exercer par exemple les 500 plus grandes entreprises, dont le magazine *Fortune* dresse une liste annuelle. Je citerai deux exemples:

— Les cinq plus importantes banques canadiennes contrôlent plus de 90% de tous les actifs détenus par le système bancaire canadien.

— La plus grande banque canadienne détient des actifs 2 fois plus élevés que ceux détenus par les 4,000 Caisses populaires et credit unions du Canada.

Chacun d'entre vous dans son domaine particulier d'activités est capable de citer des exemples aussi ou sinon plus significatifs encore.

Les travailleurs dans certains secteurs se sont organisés pour faire face aux grandes entreprises. On connaît la puissance de certains syndicats ac-

tuels. Un exemple illustrera ce que cela peut signifier. Il y a quelque temps, on a relaté dans les journaux que c'était des travailleurs en grève de l'Aluminium Company of Canada à Arvida au Québec qui avaient remplacé les travailleurs de l'Alcan à Kitimat en Colombie Britannique pour faire du piquetage, ces derniers ayant été empêchés de le faire par un jugement de cour. On comprend que les travailleurs doivent disposer d'instruments adéquats pour faire contrepoids aux employeurs qui disposent de moyens de négociations très considérables.

Il reste que seulement 30% des travailleurs sont syndiqués et que beaucoup de citoyens ne disposent d'aucun pouvoir réel, sauf un droit de vote à utiliser périodiquement au plan politique pour le choix de leurs gouvernements.

Or, notre monde actuel est dans une situation paradoxale. Malgré toutes nos richesses, nos usines, nos centres d'achats, nos millions et nos milliards, il y a encore chez-nous un tiers-monde de pauvres et de laissés pour compte. Cela ne peut certainement pas non plus être considéré comme normal.

La pauvreté: une façon de vivre?

Dans certaines civilisations, la pauvreté est une façon de vivre. On naît pauvre, on vit pauvre, on tire sa subsistance en pauvre. On est pauvre de père en fils. Dans notre société industrialisée toutefois, la pauvreté a un caractère particulier. La pauvreté ne peut qu'être discrète, on dit parfois honteuse, en pays d'abondance, là où le succès et la réussite se mesurent en dollars et en biens matériels. Chez-nous, il y a des gens qui peuvent pratiquement vivre toute leur vie sans cotoyer de pauvres.

On travaille dans des gratte-ciel au centre-ville ou dans des usines implantées dans des parcs industriels, on fréquente les endroits biens (restaurants, théâtres, cinémas) rarement situés dans les quartiers moins bien; on fait la navette entre le bureau, ou l'usine et chez-soi (une banlieue) sur des autoroutes qui ne nous donnent pas souvent le temps de regarder autour de soi.

On sait qu'il y a des gens « moins bien nantis »: Les média font état de temps en temps de statistiques sur le nombre de chômeurs ou d'assistés

* Extraits d'une allocution faite par M. Alfred Rouleau durant l'Insurance Finance Conference, en juin 1976.



sociaux. Cela demeure des abstractions, des vues de l'esprit, de la mathématique.

Mais il faut dire que les pauvres ne nous donnent pas beaucoup de chances de les reconnaître non plus. Il s'habillent pratiquement comme tout le monde. Ils roulent parfois carrosse. Un vieux carrosse, mais un carrosse tout de même. Ils vont même souvent le payer longtemps après qu'ils n'en ont plus l'usage. Il faut être un peu curieux pour se rendre compte qu'ils vivent souvent dans des logements mal chauffés, mal aérés, qu'ils ne mangent pas toujours à leur faim ou aussi sainement qu'il le faudrait et qu'ils ne peuvent pas se payer des vacances à la campagne ou à la mer.

Même si la pauvreté ne nous saute pas aux yeux, il y a quand même des phénomènes nouveaux. Les assistés sociaux, les gens des bas quartiers, commencent à se regrouper et à nous interpeller.

Ils commencent à demander pourquoi l'abondance ne les atteint pas eux aussi. Ils commencent à demander pourquoi ils n'auraient pas le droit de connaître le « bonheur » promis à ceux qui possèdent toutes ces belles choses que la publicité nous vante sans arrêt. Ils demandent surtout pourquoi la société ne met pas à leur disposition les moyens qui leur permettraient de retrouver leur dignité et d'améliorer eux-mêmes leur sort.

Les jeunes

Les jeunes aussi nous questionnent. Ils ne nous posent pas toujours les questions comme nous aimerions les entendre. Leur musique, leur mode vestimentaire, leur manière de se divertir et de s'évader sont autant de messages qu'ils nous adressent. Ils ont eu, eux aussi, la tentation du gigantisme. À une certaine époque, ils ont eu leurs quartiers à eux (à San Francisco, à Toronto ou à Montréal) leur rassemblement monstre pour écouter leurs musiciens préférés ou pour protester. Ils ont rapidement abandonné cette façon d'agir pour la remplacer par le petit groupe, la petite communauté où on s'efforce de tout partager.

Ils ont compris qu'en faisant gros, ils risquaient de reproduire ce qu'ils reprochaient à la société: la dépersonnalisation, la perte du sens des rapports humains et la commercialisation des valeurs et des sentiments. Ils ont préféré vivre leur idéal plus modestement, plus fraternellement en dehors des conventions formelles reconnues.

On peut peut-être leur reprocher les barbes et les cheveux longs, mais on ne peut pas leur reprocher d'avoir un idéal de fraternité et de solidarité. On peut peut-être aussi leur reprocher leur tenue vestimentaire, mais on ne peut pas leur reprocher leur goût pour une société plus humaine, un travail plus créateur, une politique plus désintéressée.

Il y a de fortes possibilités cependant que leurs bonnes idées ne puissent pas se matérialiser. Il est sûr qu'elles ne se réaliseront pas toutes seules et que si leurs aînés ne les aident pas, elles risquent de ne jamais devenir réalité. L'appareil administratif des gouvernements sera de plus en plus gros et les entreprises seront de plus en plus puissantes.

Le citoyen ordinaire, l'humble travailleur, le sans-voix, risque d'être broyé par ces énormes machines impersonnelles.

On peut peut-être m'accuser ici de noircir à dessein le tableau et de manquer de nuances. Cela est possible. Il n'y a personne de volontairement

méchant, mais il y a des gens qui ne pensent pas aux autres surtout dans des pays où la réussite individuelle est une valeur essentielle et où on pense volontiers que la réussite collective est la somme des réussites individuelles. On ne peut pas nier non plus que dans nos pays il y a des gens bien équipés pour faire face à la vie et des gens mal équipés pour s'en sortir seuls.

Les coopérateurs doivent être du côté des mal équipés

De nos jours, beaucoup de groupes idéologiques essaient d'obtenir la faveur populaire et de convaincre la masse que telle ou telle doctrine est la solution à tous les problèmes. C'est presque comme au super-marché. Il y a par exemple les partisans de la ligne pure et dure; ceux du nivellement par le bas; ceux qui dédaignent les laides réalités terrestres pour se complaire des nourritures célestes; ceux qui répudient toute autorité. Les personnes qui font peut-être le moins de bruit et qui, à mon sens, devraient en faire bien davantage, ce sont les coopérateurs et leurs dirigeants.

La formule d'organisation coopérative peut offrir aux mal équipés de nos sociétés un moyen de s'en sortir. Je n'ai pas besoin d'en faire ici la démonstration. Les coopérateurs savent bien que la formule coopérative permet le développement véritable, c'est-à-dire économique, social, culturel, en un mot, le développement de tout l'homme.

Ils savent aussi que ce n'est pas la plus facile des formules de développement. Les dirigeants de coopératives doivent constamment maintenir un équilibre entre les exigences économiques et les objectifs sociaux, l'autonomie locale et l'intercoopération, le maintien d'une saine gestion et les exigences du contrôle démocratique, la publicité et l'éducation, la satisfaction des besoins des membres et l'ouverture aux besoins de la communauté.

Un débat de fond

Chez nous, du moins, on assiste à un débat de fond parmi les dirigeants des coopératives. Faut-il consacrer toutes nos énergies au développement de nos entreprises coopératives pour essayer de concurrencer les gros sur à peu près le même pied ou faut-il s'appliquer à faire de nos entreprises coopératives des instruments de satisfaction de besoins et de développements pour les communautés où elles sont implantées? En d'autres mots, nous faut-il jouer le jeu du « big business » ou

travailler au ras du sol avec des groupes de citoyens la plupart du temps marginaux, mais de plus en plus nombreux? Est-ce logique de penser qu'il est possible de dompter le capital en empruntant au capitalisme ses règles de jeu? Est-on capable de construire un environnement socio-économique parallèle au sein même d'une société où le capitalisme domine? Coopérer, est-ce d'abord et avant tout un projet économique ou un projet social? Ce sont autant de manières de formuler ordinairement les termes du débat.

Chaque dirigeant de Caisses populaires, de Credit Unions, de sociétés coopératives d'assurance, au détour d'une décision difficile à prendre, est confronté plus ou moins confusément avec ce type de questions. La réponse n'a pas encore été formulée clairement. Je ne pense pas non plus que l'accord des esprits pourra se faire là-dessus bientôt. Mais il existe à l'heure actuelle des sentiers de réflexion qui pourraient nous acheminer éventuellement vers des réponses satisfaisantes.

Il y a une place importante pour les coopératives

Nous savons que notre monde actuel vit une conjoncture difficile où les sociétés sont de plus en plus victimes d'affrontements entre groupes puissants. Nous savons qu'au sein même des sociétés d'abondance un segment important de la population vit en marge du courant principal des activités normales des citoyens. Nous savons aussi que la formule coopérative offre des modalités intéressantes d'organisation pour les consommateurs et les producteurs.

Chacun de vous ici peut en faire la preuve. Nous savons finalement que la formule coopérative connaît un peu partout une faveur populaire assez considérable. On citait récemment dans un grand magazine plusieurs exemples de coopératives mises sur pied par des groupes de jeunes citoyens de la Californie. Nous en connaissons plusieurs ici au Québec. Pourquoi alors, ne pas mettre davantage la formule coopérative à la disposition de tous les citoyens?

Bien sûr, les principes coopératifs sont à la portée de n'importe quel groupe. Il est relativement facile de former une association où tous ont accès, où les règles de la démocratie sont respectées, où les fruits de l'effort collectif sont partagés proportionnellement à l'effort de chacun. Le problème n'est pas dans l'application des principes coopératifs

par une association, mais de faire fonctionner une entreprise appartenant à une association en respectant ces principes. N'est pas comptable, gestionnaire, conseiller juridique qui le veut. Une entreprise coopérative doit non seulement respecter les principes coopératifs, mais aussi appliquer les principes normaux de la gestion. Ce n'est pas à la portée de n'importe quel groupe de citoyens ordinaires. Il lui faut des cerveaux pour assister les leaders démocratiquement élus. Les cerveaux permettent à l'entreprise d'atteindre son seuil de rentabilité et de se développer. En définitive, mettre la formule coopérative à la disposition de groupes de plus en plus nombreux de citoyens, c'est mettre à leur service des personnes de ressources rompues aux techniques de gestion et au fonctionnement des organismes démocratiques. Ces personnes n'existent pas beaucoup d'ailleurs que dans nos propres organisations et c'est nous qui sommes les mieux en mesure de les former et de les rendre disponibles.

La coopération a d'abord besoin d'hommes

L'expérience acquise en plus de 25 ans de vie au sein d'organismes coopératifs et de nombreuses réflexions sur les conditions du développement du mouvement coopératif actuel, me portent à penser que l'avenir de la formule coopérative et son adoption par un nombre toujours plus grand de citoyens sont moins liés à des questions financières qu'à des questions de compétence technique et coopérative.

Si nous trouvions le moyen de mettre au service des citoyens qui ne sont pas encore impliqués des hommes convaincus de l'idéal coopératif et professionnellement compétents, nous changerions le visage de nos sociétés en quelques générations. Je sais qu'au fond c'est un peu faire appel à l'héroïsme des dirigeants actuels des divers mouvements coopératifs. Dans n'importe quel organisme, on ne se passe pas volontiers des services d'un homme compétent, pour le mettre au service d'autres secteurs d'activités. C'est demander de l'héroïsme aussi à un homme travaillant pour une entreprise établie, de sacrifier sa sécurité pour s'engager dans une aventure qui risque d'être aléatoire.

Il nous faudra donc trouver des formules pour arriver à opérer ce nécessaire partage de ressources. Nous trouvons le moyen de le faire pour répandre la formule coopérative dans des pays en voie de développement. Pourquoi ne le ferions

nous pas pour notre propre tiers-monde? Il y aurait sûrement en contrepartie des avantages pour nos organismes à se dispenser pour quelques temps des services de certains de ces spécialistes et à les réintégrer ensuite avec une expérience des problèmes quotidiens vécus par les simples citoyens. On pourrait sans aucun doute rapprocher ainsi nos entreprises de leurs membres et résoudre plus facilement certaines des contradictions entre exigences économiques et objectifs sociaux.

Il m'apparaît tout à fait possible et réalisable d'unir nos voix pour faire connaître davantage les bienfaits de la coopération. En Amérique du Nord, il faut beaucoup d'argent, d'imagination et d'efforts juste pour se faire entendre. Il en faut bien davantage encore pour convaincre les citoyens de s'unir, de s'entraider, de mettre leurs ressources en commun pour atteindre une réussite collective. Si nous ne voulons pas qu'on nous reproche un jour d'avoir enterré notre trésor au lieu de le partager, il nous faut saisir toutes les occasions de convaincre les gens à qui nous nous adressons. Il faut nous donner les moyens de faire entendre la voix des coopérateurs au grand public et de détruire le mythe que seule l'entreprise capitaliste ou les gouvernements sont susceptibles d'améliorer l'avenir collectif. Nous savons pertinemment que l'avenir le plus désirable n'est pas celui que pourrait nous préparer les technocrates du gouvernement ou des multinationales, mais celui qu'aménagent eux-mêmes les citoyens producteurs et consommateurs.

Il ne faut pas avoir peur non plus de nous dire différents des autres et des représentants d'un avenir meilleur possible. Le capitalisme n'est plus très jeune. Il date de près de 6 siècles. La coopération a moins de 150 ans et il y a déjà au-delà de 300 millions de personnes dans le monde qui apprennent à en vivre. Si aujourd'hui nous sommes fidèles à notre mission de dirigeants d'entreprises coopératives préparant l'avenir et solidaires avec ceux que j'ai appelé les moins bien équipés, nous avons de fortes chances de donner un visage neuf à nos sociétés et au monde.

y aurait
our nos
temps
et à les
problè-
ens. On
si nos
re plus
tre exi-
alisable
age les
Nord,
efforts
davan-
s'unir,
n com-
tive. Si
un jour
rtager,
vaincre
ut nous
oix des
e mythe
uverne-
mir col-
venir le
it nous
ou des
nt eux-
omma-
us dire
ts d'un
est plus
opéra-
delà de
qui ap-
ommes
reprises
es avec
s, nous
ge neuf



La gestion budgétaire*

Définitions, rôles et buts

1. Définition

Le dirigeant de toute entreprise se doit de savoir quel est son champ d'action et de quelle façon il peut intervenir dans ce champ. Nous avons distingué au cours de la session 1975 les secteurs d'activités propres et spécifiques à l'organisation (épargne, crédit, communications), de même que les différentes fonctions de la Caisse (administration, personnel, finance, marketing, organisation, contrôle).

Nous voulons cependant par la présente session insister davantage sur la fonction contrôle, puisque la gestion budgétaire incite les dirigeants à mieux planifier et à obtenir une meilleure coordination des activités, tout en permettant un contrôle global et périodique des résultats. De plus, même si la gestion budgétaire permet d'interrelier les autres fonctions, il n'est pas dans notre intention de développer cet aspect de la question, mais plutôt d'élaborer les mécanismes et les procédures à suivre.

La gestion budgétaire se divise en trois étapes: la PRÉVISION, la BUDGÉTISATION et le CONTRÔLE.

La prévision consiste d'abord à analyser toutes les informations internes et externes de façon à pouvoir fixer des objectifs répondant aux aspirations de l'organisation. Une fois cette étape franchie, la budgétisation servira à quantifier les objectifs déterminés, les tendances observées et les normes à respecter. Finalement, le contrôle permet de comparer les résultats observés avec le budget, d'analyser les écarts et de corriger ou modifier ce budget.

2. Rôles et buts

La gestion budgétaire est avant tout un *outil de planification*. Cet outil permet, dans un premier temps, de posséder tous les éléments d'une situation de façon à pouvoir facilement en repérer les points forts et les points faibles. Dès lors, il est possible d'établir des plans susceptibles d'améliorer cette situation pour être en mesure de la contrôler plus rationnellement.

« Faire du budget », c'est donc se faire du souci avant, plutôt qu'après. On applique d'ailleurs ce

même principe dans un budget familial, où l'individu regroupe toutes les sources de revenus de la famille, de même que les dépenses anticipées.

Par exemple, pour une Caisse, le fait de procéder à la construction d'un nouvel immeuble se traduit par des coûts en éclairage, chauffage, entretien, taxes et amortissement. D'un autre côté, la décision de promouvoir une catégorie d'épargne peut avoir des effets sur les coûts de la publicité aux membres actuels et potentiels, de même que sur les intérêts afférents à cette catégorie d'épargne.

La gestion budgétaire est aussi un *outil de coordination*, en ce sens qu'elle fait le lien entre les activités des dirigeants et celles des cadres. Tous les individus ont donc un rôle important à jouer dans l'administration de la Caisse, et la gestion budgétaire veille à ce que chacun assume ses responsabilités en temps et lieu.

Enfin, la gestion budgétaire est également un *outil de contrôle*. Elle évalue les réalisations en fonction d'une certaine planification et favorise ainsi une continuité administrative.

Les étapes de la gestion budgétaire

Comme nous l'avons vu précédemment, la gestion budgétaire s'articule en trois étapes: la prévision, la budgétisation et le contrôle. Ces trois concepts méritent cependant d'être précisés.

1. La prévision

Prévoir, c'est imaginer, anticiper un événement futur, avec tout ce que cela implique quant au déroulement et aux conséquences. Il s'agit donc de projeter ce que sera l'organisation à un moment bien précis dans le temps.

La prévision ne doit pas être la réplique pure et simple, sans examen préalable, des résultats, des structures antérieures. Elle doit être l'expression d'une politique, d'un choix, d'un engagement. Ainsi, toute organisation peut vouloir prévoir, entre autres:

- les besoins spécifiques à court, moyen et long terme, des utilisateurs de ses services;
- ses besoins en personnel, en immobilisation, en ressources financières;
- les effets de la concurrence;
- les conséquences d'une décision.

* Nous reproduisons le premier de quelques chapitres d'un document traitant du processus de gestion budgétaire. Ce document a été produit, en 1976, par l'Union régionale de Montréal (Service conseil). Le titre du document: « Le dirigeant et le processus de gestion budgétaire ».

« On applique d'ailleurs ce même principe dans un budget familial, où l'individu regroupe toutes les sources de revenus de la famille, de même que les dépenses anticipées. »



ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC

La prévision va donc tenir compte de l'évolution générale de la Caisse et de l'analyse financière de l'exercice en cours. Pour ce faire, il sera nécessaire de pouvoir compter sur une information complète et pertinente. Ces informations proviennent en général de sources internes et externes.

a) Les informations internes

Les informations dites internes sont produites par la Caisse et par les autres institutions du Mouvement, telles l'Union régionale et la Fédération.

La Caisse, par son système comptable, est en mesure de fournir des situations mensuelles qui, par leur analyse, permettent de suivre l'évolution des activités courantes, des rendements, des coûts, etc.

La Fédération et l'Union régionale produisent aussi sous forme de rapports statistiques ou d'études (SEC, potentiel) une foule d'informations pertinentes.

b) Les informations externes

De leur côté, les informations externes ont pour objet l'environnement démographique, la conjoncture économique, la concurrence... Elles sont en général disponibles sous forme de rapports statistiques ou autres, et on peut les obtenir auprès des différents paliers de gouvernements et des institutions financières.

La possession de toutes ces informations est le point de départ en vue de la fixation d'objectifs, de l'élaboration de programmes, de politiques, etc.

Il va de soi que ces mêmes objectifs sont fonction des aspirations de la Caisse; qu'ils ont pour but de perpétuer les points forts et de corriger les points faibles; enfin que le tout serve de guide aux cadres lors de l'élaboration du budget.

En somme, la prévision se doit d'être faite collectivement, c'est-à-dire que chacun, selon sa fonction, contribue d'une certaine façon à la réalisation des objectifs de la Caisse populaire.

2. La budgétisation

La budgétisation est à toute fin pratique un *plan financier* visant à améliorer l'exploitation de l'organisation. Elle quantifie, en termes monétaires, les objectifs à atteindre, de même que les programmes et les politiques que l'on entend mettre sur pied pour les réaliser.

Le résultat de la budgétisation se présente sous deux formes distinctes: premièrement le budget d'une situation moyenne (bilan) et deuxièmement le budget d'un état des opérations (revenus et dépenses).

a) Le budget de situation moyenne

D'abord, il faut quantifier une situation annuelle moyenne. Cependant, personne n'est en mesure de prévoir parfaitement l'avenir. C'est pourquoi, de façon à obtenir des résultats concrets et réalistes, les outils mis à la disposition des responsables de cette budgétisation, vont de la simple intuition et du jugement, aux méthodes plus scientifiques telles: étude des tendances, étude de marketing et

de potentiel, taux de croissance, nombre moyen de comptes et solde moyen par compte, etc.

Le budget de situation se trouve donc complété et prend, à titre d'exemple, la forme que l'on trouve ci-dessous.

SITUATION MOYENNE — EXERCICE ÉCOULÉ

Services	En \$	Taux de croissance %	
		En %	En %
ACTIF	A	B ⁽¹⁾	C ⁽²⁾
Encaisse:			
Transit	315,000	9.0	—
Dépôt à l'U. Rég.	350,000	10.0	—
Placements:			
Oblig. et autres	420,000	12.0	—
Fonds de gestion	490,000	14.0	—
Mouv. Desjardins	35,000	1.0	—
TOTAL DE L'ACTIF LIQUIDE	1,610,000	46.0	—
Prêts:			
Rec. de dettes (nets)	735,000	21.0	—
Autres	—	—	—
Hypothécaires (nets)	1,155,000	33.0	—
TOTAL DES PRÊTS	1,890,000	54.0	—
Immobilisations (nettes)	105,000	3.0	—
Autres actifs	35,000	1.0	—
TOTAL DE L'ACTIF	3,640,000	104.0	—

On remarque que le budget de situation (bilan) reflète les normes découlant de la loi et des règlements, de même que les objectifs, programmes et politiques fixés par les dirigeants et les tendances des années antérieures.

SITUATION MOYENNE PRÉVUE

Services	En \$	Taux de croissance %	
		En %	En %
ACTIF	A	B ⁽¹⁾	C ⁽²⁾
Encaisse:			
Transit	308,000	7.0	(2.2)
Dépôt à l'U. Rég.	440,000	10.0	25.7
Placements:			
Oblig. et autres	405,000	9.3	(3.6)
Fonds de gestion	616,000	14.0	25.7
Mouv. Desjardins	35,000	0.7	—
TOTAL DE L'ACTIF LIQUIDE	1,804,000	41.0	12.0
Prêts:			
Rec. de dettes (nets)	1,232,000	28.0	67.6
Autres	—	—	—
Hypothécaires (nets)	1,364,000	31.0	18.1
TOTAL DES PRÊTS	2,596,000	59.0	37.3
Immobilisations (nettes)	176,000	4.0	67.6
Autres actifs	44,000	1.0	25.7
TOTAL DE L'ACTIF	4,620,000	105.0	26.9

PASSIF ET PATRIMOINE

Capital social	525,000	15.0	—
É.op.:			
Avec intérêts	1,680,000	48.0	—
Sans intérêt	—	—	—
Épargne stable	525,000	15.0	—
Concours divers	—	—	—
Autres	—	—	—
Épargne à terme	770,000	22.0	—
TOTAL DÛ AUX MEMBRES	3,500,000	100.0	—
Emprunts	—	—	—
Autres passifs	70,000	2.0	—
Trop-perçus	17,500	0.5	—
Réserves	52,500	1.5	—
TOTAL PASSIF ET PATRIMOINE	3,640,000	104.0	—

PASSIF ET PATRIMOINE

Capital social	396,000	9.0	(24.6)
É.op.:			
Avec intérêts	1,584,000	36.0	(5.7)
Sans intérêt	—	—	—
Épargne stable	969,000	22.0	84.6
Concours divers	—	—	—
Autres	—	—	—
Épargne à terme	1,451,000	33.0	88.6
TOTAL DÛ AUX MEMBRES	4,400,000	100.0	25.7
Emprunts	40,000	0.9	—
Autres passifs	88,000	2.0	25.7
Trop-perçus	22,000	0.5	25.7
Réserves	70,000	1.6	33.3
TOTAL PASSIF ET PATRIMOINE	4,620,000	105.0	26.9

A — Valeurs moyennes annuelles de chacun des postes.

B — Pourcentage (%) que représente chaque poste de la situation moyenne par rapport au « Total dû aux membres ».

C — Calcul des taux de croissance entre les valeurs prévues et les valeurs réelles.

Exemples:

Normes:

- Dépôt à l'Union régionale
- Fonds de gestion

Objectifs, programmes, politiques:

- Augmenter la proportion des prêts sur reconnaissance de dette
- Réaménager le local
- Accroître la proportion de l'épargne stable
- Emprunter de l'Union régionale afin de mettre plus d'argent à la disposition des emprunteurs
- Etc.

Tendances:

- Autres actifs
- Autres passifs
- Trop-perçus
- Etc.



b) Le budget de l'état des opérations

Ensuite et à partir de cette situation, il reste à budgétiser un état des opérations. On peut dès lors s'apercevoir qu'une grande part des revenus et dépenses de la Caisse est liée directement aux divers postes de l'actif (encaisse, fonds commun, prêts) et du passif (capital social et épargnes).

Cette première partie de l'état des opérations permet de dégager un trop-perçu brut (marge brute), c'est-à-dire la différence entre les revenus en intérêts d'une part et, d'autre part, les dépenses en intérêts ainsi que les autres coûts des dépôts (assurance-vie sur le capital social et les épargnes), les autres coûts des prêts (assurance-vie sur les prêts; frais et pertes sur prêts) et la contribution à l'Union régionale.

SITUATION MOYENNE PRÉVUE

Services	En \$	En %	Taux de croissance %
ACTIF	A	B ⁽¹⁾	C ⁽²⁾
Encaisse:			
Transit	308,000	7.0	(2.2)
Dépôt à l'U. Rég.	440,000	10.0	25.7
Placements:			
Oblig. et autres	405,000	9.3	(3.6)
Fonds de gestion	616,000	14.0	25.7
Mouv. Desjardins	35,000	0.7	—
TOTAL DE L'ACTIF LIQUIDE	1,804,000	41.0	12.0
Prêts:			
Rec. de dettes (nets)	1,232,000	28.0	67.6
Autres	—	—	—
Hypothécaires (nets)	1,364,000	31.0	18.1
TOTAL DES PRÊTS	2,596,000	59.0	37.3
Immobilisations (nettes)	176,000	4.0	67.6
Autres actifs	44,000	1.0	25.7
TOTAL DE L'ACTIF	4,620,000	105.0	26.9

NOTES EXPLICATIVES

(1) À la colonne B on calcule le % que représente chaque poste de la situation moyenne par rapport au total dû aux membres soit: $\frac{\text{valeur prévue}}{\text{total du aux membres}} \times 100 = \%$

(2) À la colonne C on calcule le taux de croissance prévu; soit: $\frac{\text{valeur prévue} - \text{valeur exercice écoulé}}{\text{valeur exercice écoulé}} \times 100 = \%$

PASSIF ET PATRIMOINE

Capital social	396,000	9.0	(24.6)
É.op.:			
Avec intérêts	1,584,000	36.0	(5.7)
Sans intérêt	—	—	—
Épargne stable	969,000	22.0	84.6
Concours divers	—	—	—
Autres	—	—	—
Épargne à terme	1,451,000	33.0	88.6
TOTAL DÛ AUX MEMBRES	4,400,000	100.0	25.7
Emprunts	40,000	0.9	—
Autres passifs	88,000	2.0	25.7
Trop-perçus	22,000	0.5	25.7
Réserves	70,000	1.6	33.3
TOTAL PASSIF ET PATRIMOINE	4,620,000	105.0	26.9

ÉTAT PRÉVU DES OPÉRATIONS

Services	En \$	Par \$100 de total dû aux mem- bres	Rende- ment du coût %
REVENUS EN INTÉRÊTS	D	E ⁽³⁾	F ⁽⁴⁾
Dépôt à l'union régionale	13,200	0.30	3.0
Obligations et autres plac.	35,025	0.79	8.6
Fonds de gestion	46,200	1.05	7.5
Placements Mouv. Desjar.	1,750	0.04	5.0
REVENUS DE L'ACTIF LIQUIDE	96,175	2.18	5.3
Prêts rec. de dettes	172,500	3.92	14.0
Autres	—	—	—
Prêts hypothécaires	158,225	3.60	11.6
REVENUS DES PRÊTS	330,725	7.52	12.7
TOTAL DES REVENUS EN INTÉRÊTS (A + B)	426,900	9.70	

NOTES EXPLICATIVES

(3) À la colonne E on calcule ce que chaque compte de revenus et dépenses représente par \$100 de « total dû aux membres »: $\frac{\text{soit revenus ou dépenses} \times \$100}{\text{total dû aux membres}}$

(4) À la colonne F, on calcule le rendement ou coût de chaque compte de revenus et dépenses en intérêts soit: $\frac{\text{revenus ou dépenses en intérêts} \times 100}{\text{poste correspondant de la situation}} = \%$

DÉPENSES EN INTÉRÊTS

Capital social	30,100	0.69	7.6
É.op.:			
Avec intérêts	26,925	0.61	1.7
Sans intérêt	—	—	—
Épargne stable	66,875	1.52	6.9
Concours divers	—	—	—
Autres	—	—	—
Épargne à terme	129,100	2.93	8.9
COÛT EN INTÉRÊTS DU PASSIF DÛ AUX MEMBRES	253,000	5.75	5.7
EMPRUNTS (51.19xx)	3,600	0.08	9.0
TOTAL DES DÉPENSES EN INTÉRÊTS (D + E)	256,600	5.83	
REVENUS MOINS DÉPENSES EN INTÉRÊTS (C - F)	170,300	3.87	

Moins: autres coûts des dépôts

Ass.-vie capital social	(2,000)	(0.05)
Ass.-vie épargne	(5,700)	(0.13)
Moins: autres coûts des prêts		
Ass.-vie prêts R/D	(10,800)	(0.25)
Ass.-vie prêts hypothécaires	(12,300)	(0.28)
Frais et pertes sur prêts R/D	(7,000)	(0.15)
Frais et pertes sur prêts hypo.	—	(—)
Moins:		
Contribution à l'U. Rég.	(11,500)	(0.26)
TROP-PERÇU BRUT	121,000	2.75

La seconde partie est indirectement liée à la situation moyenne et elle regroupe:

— les autres revenus: charges administratives, charges sur effets irréguliers, revenus sur perceptions, etc . . .

— les dépenses administratives: coût du personnel, dépenses de direction, dépenses d'informatique, coût du local, etc . . .

— les dépenses extraordinaires: anniversaire de la Caisse, etc . . .

Par exemple, le besoin en personnel peut être déterminé à partir du nombre de membres prévu et du nombre d'opérations par membre, mais non pas en fonction du bilan moyen. Afin de compléter cette partie, il est souhaitable de comparer les résultats de l'exercice écoulé, puisque plusieurs postes ont des incidences sur les revenus ou dépenses projetés.

TROP-PERÇU BRUT	121,000	2.75
Plus autres revenus⁽⁵⁾	25,500	0.58
Moins: dépenses administratives⁽⁵⁾		
Coût du personnel	(76,600)	(1.74)
Dépenses de direction	(300)	(0.01)
Dépenses d'informatique	(17,600)	(0.40)
Coût du local	(5,300)	(0.12)
Dépenses de sécurité	(3,100)	(0.07)
Dépenses d'information	(1,300)	(0.03)
Dépenses générales d'admin.	(2,650)	(0.06)
TROP-PERÇU D'OPÉRATION	39,650	0.90
Moins:		
Dépenses extraordinaires	(1,500)	(0.03)
TROP-PERÇU NET	38,150	0.87

On peut finalement regrouper la situation moyenne prévue et l'état des opérations sous la forme suivante:

SITUATION MOYENNE PRÉVUE

Services	En \$	En %	Taux de croissance %
ACTIF	A	B ⁽¹⁾	C ⁽²⁾
Encaisse:			
Transit	308,000	7.0	(2.2)
Dépôt à l'U. Rég.	440,000	10.0	25.7
Placements:			
Oblig. et autres	405,000	9.3	(3.6)
Fonds de gestion	616,000	14.0	25.7
Mouv. Desjardins	35,000	0.7	—
TOTAL DE L'ACTIF LIQUIDE	1,804,000	41.0	12.0
Prêts:			
Rec. de dettes (nets)	1,232,000	28.0	67.6
Autres	—	—	—
Hypothécaires (nets)	1,364,000	31.0	18.1
TOTAL DES PRÊTS	2,596,000	59.0	37.3
Immobilisations (nettes)	176,000	4.0	67.6
Autres actifs	44,000	1.0	25.7
TOTAL DE L'ACTIF	4,620,000	105.0	26.9

NOTES EXPLICATIVES

(1) À la colonne B on calcule le % que représente chaque poste de la situation moyenne par rapport au total dû aux membres soit: $\frac{\text{valeur prévue}}{\text{total dû aux membres}} \times 100 = \%$

(2) À la colonne C on calcule le taux de croissance prévu; soit: $\frac{\text{valeur prévue} - \text{valeur exercice écoulé}}{\text{valeur exercice écoulé}} \times 100 = \%$

PASSIF ET PATRIMOINE

Capital social	396,000	9.0	(24.6)
É.op.:			
Avec intérêts	1,584,000	36.0	(5.7)
Sans intérêt	—	—	—
Épargne stable	969,000	22.0	84.6
Concours divers	—	—	—
Autres	—	—	—
Épargne à terme	1,451,000	33.0	88.6
TOTAL DÛ AUX MEMBRES	4,400,000	100.0	25.7
Emprunts	40,000	0.9	—
Autres passifs	88,000	2.0	25.7
Trop-perçus	22,000	0.5	25.7
Réserves	70,000	1.6	33.3
TOTAL PASSIF ET PATRIMOINE	4,620,000	105.0	26.9

1ère Partie

ÉTAT PRÉVU DES OPÉRATIONS

Services	En \$	Par \$100 de total dû aux membres	Rendement du coût %
REVENUS EN INTÉRÊTS	D	E ⁽³⁾	F ⁽⁴⁾
Dépôt à l'union régionale	13,200	0.30	3.0
Obligations et autres plac.	35,025	0.79	8.6
Fonds de gestion	46,200	1.05	7.5
Placements Mouv. Desjar.	1,750	0.04	5.0
REVENUS DE L'ACTIF LIQUIDE	96,175	2.18	5.3
Prêts rec. de dettes	172,500	3.92	14.0
Autres	—	—	—
Prêts hypothécaires	158,225	3.60	11.6
REVENUS DES PRÊTS	330,725	7.52	12.7
TOTAL DES REVENUS EN INTÉRÊT (A + B)	426,900	9.70	

NOTES EXPLICATIVES

(3) À la colonne E on calcule ce que chaque compte de revenus et dépenses représente par \$100 de « total dû aux membres »: soit $\frac{\text{revenus ou dépenses} \times \$100}{\text{total dû aux membres}} =$

(4) À la colonne F, on calcule le rendement ou coût de chaque compte de revenus et dépenses en intérêts soit: $\frac{\text{revenus ou dépenses en intérêts} \times 100}{\text{poste correspondant de la situation}} = \%$

DÉPENSES EN INTÉRÊTS

Capital social	30,100	0.69	7.6
É.op.:			
Avec intérêts	26,925	0.61	1.7
Sans intérêt	—	—	—
Épargne stable	66,875	1.52	6.9
Concours divers	—	—	—
Autres	—	—	—
Épargne à terme	129,100	2.93	8.9
COÛT EN INTÉRÊTS DU PASSIF DÛ AUX MEMBRES	253,000	5.75	5.7
EMPRUNTS (51.19xx)	3,600	0.08	9.0
TOTAL DES DÉPENSES EN INTÉRÊTS (D + E)	256,600	5.83	
REVENUS MOINS DÉPENSES EN INTÉRÊTS (C - F)	170,300	3.87	
Moins: autres coûts des dépôts			
Ass.-vie capital social	(2,000)	(0.05)	
Ass.-vie épargne	(5,700)	(0.13)	
Moins: autres coûts des prêts			
Ass.-vie prêts R/D	(10,800)	(0.25)	
Ass.-vie prêts hypothécaires	(12,300)	(0.28)	
Frais et pertes sur prêts R/D	(7,000)	(0.15)	
Frais et pertes sur prêts hypo.	(—)	(—)	
Moins:			
Contribution à l'U. Rég.	(11,500)	(0.26)	
TROP-PERÇU BRUT	121,000	2.75	

2ième Partie

Plus autres revenus ⁽⁵⁾	25,500	0.58
Moins dépenses adm.⁽⁵⁾		
Coût du personnel	(76,600)	(1.74)
Dépenses de direction	(300)	(0.01)
Dépenses d'information	(17,600)	(0.40)
Coût du local	(5,300)	(0.12)
Dépenses de sécurité	(3,100)	(0.07)
Dépenses d'information	(1,300)	(0.03)
Dépenses générales d'adm.	2,650	(0.06)
TROP-PERÇU D'OPÉRATION	39,650	0.90
Moins:		
Dépenses extraordinaires	(1,500)	(0.03)
TROP-PERÇU NET	38,150	0.87

(5) On fait la prévision des comptes composant ces postes sur la formule FQ 0160 030 « regroupements de certains postes de revenus et dépenses »

IMPORTANT: Arrondir au dollar près.

La budgétisation est confiée aux cadres de la Caisse. Elle se doit de respecter les objectifs fixés, tout en utilisant les programmes et les politiques qui ont été prévus. La budgétisation doit aussi refléter l'évolution économique impliquant ainsi qu'elle soit flexible et qu'elle puisse être révisée au besoin. Les budgets ayant été adoptés, on assiste alors au transfert (délégation) des pouvoirs.

3. Le contrôle

À la session 1975, nous avons distingué deux types de contrôle dans une organisation: le contrôle de gestion et le contrôle des opérations.

Le *contrôle de gestion* vise à évaluer l'efficacité des décisions qui sont prises concernant la gestion des ressources humaines, financières et matérielles. Le *contrôle opérationnel* est orienté, quant à lui, vers les opérations et les tâches.

Le contrôle, dont il sera question, en est un de gestion, permettant de comparer le budget déjà élaboré et les résultats obtenus durant l'exercice. De cette comparaison, on détermine des écarts positifs ou négatifs, dépendamment que l'on ait sous ou surévalué certains facteurs.

On retrouve généralement deux catégories de facteurs, soient les *facteurs internes* et les *facteurs externes*. La première catégorie comprend tous les éléments sur lesquels la Caisse peut agir, par exemple: le nombre de membres, la structure du passif dû, la liquidité, la répartition des prêts, le personnel, etc... Les facteurs externes sont par contre des éléments indépendants de la Caisse et sur lesquels cette dernière n'a que peu ou pas d'influence. On songe ici à tout ce qui touche la conjoncture économique, le marché des taux d'intérêts, les institutions concurrentes,...

Pour en revenir aux écarts, mentionnons que l'on peut en trouver aussi bien au niveau de la situation (bilan) qu'à l'état des opérations (revenus et dépenses). Par exemple, il se peut que la croissance projetée du capital social ne se réalise pas. De même, il se pourrait que cette croissance se réalise mais que la dépense d'intérêt prévue initialement soit différente.

Ce contrôle, pour des raisons pratiques, devrait normalement se faire sur une base trimestrielle. Comme nous le verrons dans un autre article, il s'agit de comparer la réalité avec les prévisions contenues dans les budgets. De fait, le budget de la situation moyenne (bilan) peut facilement être établi par trimestre, puisque la procédure suggérée

par la Fédération et l'Union régionale tient compte de projections trimestrielles en ce qui a trait aux différentes catégories d'épargnes et de prêts. Les autres postes du bilan peuvent également être déterminés par l'étude des résultats de l'année antérieure et des changements qui peuvent survenir.

Quant à l'état des opérations, la manière la plus simple est de diviser les résultats annuels anticipés par quatre (4). Cependant, la répartition uniforme de certains revenus ou dépenses peut créer des problèmes, puisque leur avènement n'a pas lieu sur une base régulière. Par exemple, la contribution à l'Union régionale a lieu au cours d'un trimestre en particulier, et non sur une base régulière. Il est alors préférable d'inscrire le montant au trimestre où cette dépense viendra à échéance. Il en est ainsi pour les intérêts de certaines catégories d'épargnes, les primes d'assurances, les amortissements, etc...

Cependant, bien que la méthode expliquée précédemment puisse paraître la plus simple, il résulte certains problèmes importants, tels: impossibilité de contrôler véritablement un poste de revenus ou de dépenses avant son avènement, trop-perçu net non ajusté, ... Pour remédier à cet état de choses, les cadres de la Caisse peuvent alors procéder par des régularisations apportées aux résultats réels trimestriels.

Une fois les résultats réels connus (et régularisés s'il y a lieu), il ne reste plus qu'à les comparer à chacun des postes correspondants aux budgets et à analyser les écarts possibles.

Ces écarts peuvent avoir trois causes bien différentes. Premièrement, ils peuvent être causés par une mauvaise mise en application des plans prévus pour atteindre les objectifs. Deuxièmement, les plans proposés peuvent s'avérer inefficaces, et, troisièmement, il se peut que les objectifs fixés soient irréalisables.

Une fois en possession de toutes ces informations et après avoir statué sur les causes des écarts, les dirigeants doivent planifier et décider pour les mois à venir. Ils doivent donc répondre aux questions suivantes: est-ce que les objectifs sont encore réalisables? Si oui, est-ce que les plans prévus ne devraient pas être réévalués? Si non, n'y aurait-il pas lieu de redéfinir d'autres objectifs, d'autres plans, et, finalement, budgétiser en fonction de ces nouveaux objectifs?

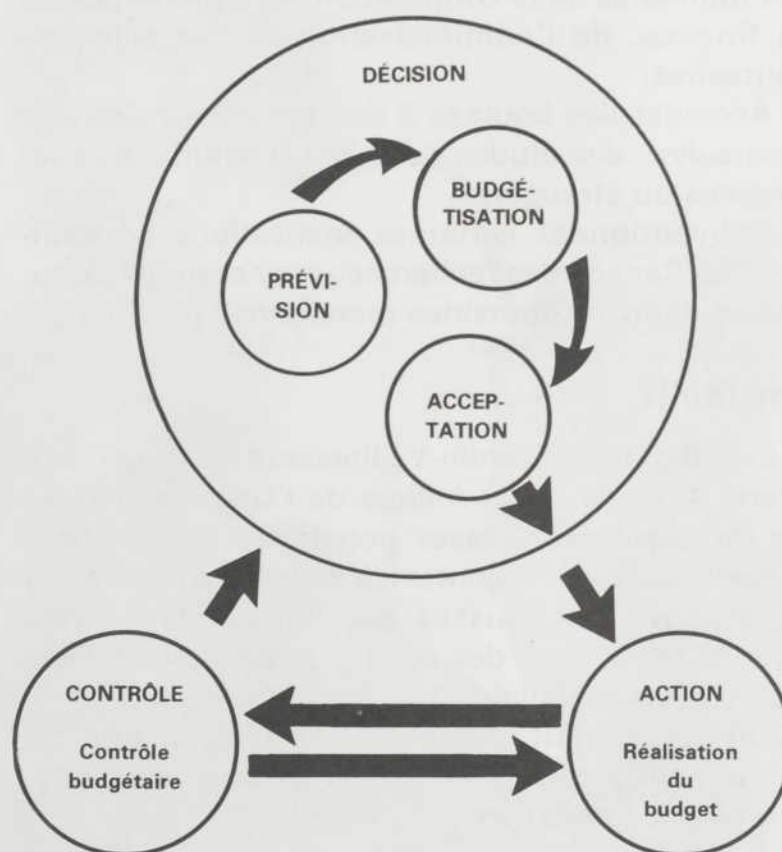
Le contrôle apparaît de cette façon comme un outil de communication facilitant les relations entre

les cadres et les dirigeants. De plus, le contrôle budgétaire oblige toutes ces personnes à mieux connaître le marché et le milieu de la Caisse de même que les besoins des membres actuels et futurs. Le contrôle budgétaire joue donc un rôle d'information et de coordination:

- il informe les cadres au moment de l'élaboration des budgets puisqu'il a aidé les dirigeants dans la fixation des objectifs;
- il fournit des analyses préalables aux dirigeants lors de la prévision;
- il facilite la préparation des budgets.

En somme, le contrôle budgétaire a pour objet de dégager les informations et, par là, d'orienter l'action. On s'aperçoit ainsi que les différentes étapes de la gestion budgétaire s'insèrent parfaitement dans un cycle de gestion, pour former un processus.

PROCESSUS DE GESTION BUDGÉTAIRE



La Fondation Girardin — Vaillancourt: une oeuvre sociale.

Une corporation

Une oeuvre sociale qui est destinée à promouvoir l'éducation et la recherche dans les domaines de la coopération, de l'économie, de la finance, de l'administration et des sciences humaines.

Le projet de cette fondation a été annoncé, en octobre 1969, lors des fêtes du 50^e anniversaire de service ininterrompu aux Caisses Populaires Desjardins de M. Émile Girardin.

Depuis mars 1975, cette fondation est devenue Fondation Girardin-Vaillancourt, et ce dans le but d'associer le nom d'un autre grand coopérateur à celui de M. Girardin.

La Fondation Girardin-Vaillancourt est une corporation à but non lucratif constituée par lettres patentes du Gouvernement de la province de Québec.

Les buts

Promouvoir l'éducation et la recherche dans les domaines de la coopération, de l'économie, de la finance, de l'administration et des sciences humaines.

Accorder des bourses à des personnes désirant poursuivre des études dans des institutions canadiennes ou étrangères.

Subventionner certaines institutions poursuivant au Canada des recherches ou y assurant l'éducation dans les domaines mentionnés plus haut.

Les fonds

La Fondation Girardin-Vaillancourt est constituée d'une mise de fonds initiale de l'Union régionale de Montréal des Caisses populaires Desjardins à laquelle viennent s'ajouter les dons de la Fédération de Québec des Caisses populaires, des autres Unions régionales, des caisses populaires affiliées aux Unions régionales, des institutions du Mouvement Coopératif Desjardins, d'institutions du secteur coopératif et de membres donateurs intéressés à la Fondation.

Les candidats aux bourses

1. Tout finissant d'un CEGEP de la province de Québec, ou de toute autre institution dispensant un niveau d'enseignement équivalent au Canada qui désire entreprendre des études universitaires en coopération, en économie, en finance, en administration ou en sciences humaines est éligible aux

bourses d'études de la Fondation Girardin-Vaillancourt.

2. Tout canadien diplômé d'une université qui veut poursuivre des études en coopération, en économie, en finance, en administration ou en sciences humaines est aussi éligible à ce programme de bourses.

3. Le personnel et les dirigeants du Mouvement Coopératif Desjardins, de même que le personnel du secteur des coopératives.

4. Les boursiers sont libres de poursuivre leurs études au Canada ou à l'étranger.

Les bourses

Les bourses d'étude accordées par la Fondation Girardin-Vaillancourt sont destinées à couvrir en tout ou en partie les frais de scolarité ou ceux inhérents à un programme de recherche.

L'aide financière de la Fondation Girardin-Vaillancourt pourra aussi combler des besoins financiers autres que ceux énoncés ci-haut, mais toujours directement rattachés aux buts de la Fondation.

Administration de la Fondation Girardin-Vaillancourt

La Fondation est administrée par un conseil formé de représentants de l'Union régionale de Montréal des Caisses populaires Desjardins, de la Fédération de Québec des Caisses Populaires Desjardins et des institutions du Mouvement Coopératif Desjardins.

Un comité de sélection voit au choix des boursiers.

Les noms des boursiers annoncés

La Fondation Girardin-Vaillancourt fera connaître annuellement les noms des personnes à qui elle a décerné des bourses d'étude.

Comment procéder?

L'étudiant qui désire obtenir l'aide financière de la Fondation Girardin-Vaillancourt doit présenter sa demande avant le 1^{er} mai de l'année courante. Celle-ci doit être adressée au Secrétaire qui lui fera parvenir la formule en usage.

Cette formule doit être complétée suivant les exigences et à la satisfaction des membres du Comité de sélection et du Conseil d'administration. Les membres du Conseil d'administration accorde-

ront les bourses sur la recommandation des membres du Comité de sélection.

L'étudiant qui a obtenu une aide financière de la Fondation Girardin-Vaillancourt pourra formuler une nouvelle demande l'année suivante. Les membres du Conseil d'administration, après une étude du dossier, décideront s'ils doivent accorder une nouvelle bourse.

Où doit-on s'adresser?

L'étudiant qui désire solliciter une aide financière de la Fondation Girardin-Vaillancourt doit adresser sa demande au secrétaire de la Fondation.

Fondation Girardin-Vaillancourt,
8175, boul. St-Laurent,
Montréal, Qué.

Statistiques / Fondation Girardin-Vaillancourt

- 175 bourses ont été accordées depuis les débuts de la Fondation.
- Ces bourses totalisent environ \$150,000.
- En 1975-76, 11 bourses ont été renouvelées et 41 nouvelles bourses ont été accordées. Ces 52 bourses totalisaient près de \$40,000.
- Depuis le début des opérations jusqu'au 31 décembre 1975, la Fédération de Québec des Caisses Populaires Desjardins, les Unions régionales, certaines caisses populaires locales, les institutions du MCPD et certains individus ont fait des dons totalisant \$563,477.84 à la Fondation Girardin-Vaillancourt. L'Union régionale de Montréal, a fourni \$344,318.61.



EDITEUR OFFICIEL DU QUEBEC

■ **Nouvel administrateur**

M. Guy Bernier, nouveau président de l'Union régionale de Montréal, a été élu administrateur de la Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins. Il remplace M. J. Gaudiose Hamelin qui a été administrateur de la Fédération de 1966 à 1976.

■ **Intercoopération**

La Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins et les différentes Institutions du Mouvement, ainsi que la Coopérative Fédérée de Québec, ont été les hôtes de la 1976 Insurance Finance Conference de la Coop League of USA, qui s'est tenue à Montréal du 27 au 30 juin.

■ **Entente F.Q.C.P.D. — Fiducie du Québec**

Les textes de deux conventions confirmant l'entente que la Fédération, en son nom et au nom des Unions régionales, et la Fiducie du Québec ont préparés dans le but d'uniformiser l'administration des régimes d'épargne-retraite et d'épargne-logement des Caisses populaires Desjardins, ont été approuvés par le Conseil d'administration de la F.Q.C.P.D.

■ **Statistiques éloquentes**

Deux récentes informations obtenues du Gouvernement provincial nous font voir que les Caisses populaires ont augmenté leur part du marché dans les secteurs suivants:

1. Prêts à l'agriculture garantis par le Gouvernement

M. Camille Moreau, président de l'Office du crédit agricole du Québec, établissait récemment à la Conférence internationale sur le crédit agricole, que les caisses d'épargne et de crédit ont été responsables, au cours de l'année 1975, de 47.6% des prêts à l'agriculture garantis par le Gouvernement.

C'est là une statistique intéressante! Les dernières statistiques disponibles établissent notre part du marché aux environs de 40%.

2. Prêts aux étudiants garantis par le ministère de l'Éducation

Les récentes statistiques fournies par le service de Prêts aux étudiants du ministère de l'Éducation nous permettent de constater les points suivants: — En 1974-75, les Caisses populaires ont consenti un peu plus de la moitié des prêts aux étudiants

garantis par le Ministère (53% en nombre et 51% en valeur). C'est la deuxième année consécutive où le nombre de prêts effectués par les Caisses excède celui des banques (28,400 prêts contre 24,800), mais c'est la première année où les montants prêtés par les Caisses excèdent ceux des banques (\$13.8 millions contre \$13.2 millions).

— Depuis 1966, début du service de Prêts aux étudiants, les Caisses populaires ont consenti 191,000 prêts pour une valeur de \$97.5 millions. Les prêts en cours au 30 juin 1975 totalisaient \$39.6 millions, soit 3.3% plus élevé que l'année précédente. Ce solde comprend uniquement les prêts dont l'intérêt était payé directement par le Ministère et n'inclut pas les soldes dus par les étudiants ayant terminé leurs études.

Quoique les Caisses populaires prennent une part sans cesse croissante de ce marché, le pourcentage de leur actif investi dans ces prêts est légèrement décroissant. De plus en plus, la consolidation et le remboursement des anciens prêts compensent pour les nouveaux prêts.

■ **Prix annuel Desjardins 1977**

Des documents d'information et des formulaires d'inscriptions diffusés à l'intention des groupes désireux de poser leur candidature au Prix annuel Desjardins 1977 seront distribués dans les caisses populaires locales à compter de septembre 1976. Les candidatures devront parvenir, avant le 1er décembre 1976, à l'adresse suivante:

Prix annuel Desjardins
Direction des Communications
La Fédération de Québec des
Caisses Populaires Desjardins
150, avenue des Commandeurs
Lévis, Québec.
(418) 835-7277

■ **La Sauvegarde: départ de M. André G. Leroux**

M. André G. Leroux, trésorier de La Sauvegarde, a récemment pris sa retraite. Il a été remplacé par M. Gérard Bouvier.

M. Leroux continuera à siéger comme personne déléguée par La Sauvegarde au Conseil d'administration de Corporation Immobilière Place Desjardins. M. Leroux est entré au service de La Sauvegarde en 1939.

et 51%
utive où
excède
24,800),
nts pré-
anques

aux étu-
191,000
es prêts
millions,
nte. Ce
l'intérêt
n'inclut
terminé

une part
centage
erement
on et le
pensent

mulaires
groupes
x annuel
caisses
re 1976.
t le 1er

vegarde,
placé par

personne
adminis-
e Desjar-
a Sauve-

REÇU LE

10 SEP. 1976

BIBLIOTHÈQUE NATIONALE
DU QUÉBEC