

Nouvelles pratiques sociales



Associations coopératives d'économie familiale et services budgétaires

50 ans d'éducation populaire et de défense des droits

Anne-Marie Millaire

Volume 28, numéro 1, printemps 2016

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1039170ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1039170ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

1703-9312 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Millaire, A.-M. (2016). Associations coopératives d'économie familiale et services budgétaires : 50 ans d'éducation populaire et de défense des droits. *Nouvelles pratiques sociales*, 28(1), 9–19. <https://doi.org/10.7202/1039170ar>



L'ENTREVUE

Associations coopératives d'économie familiale et services budgétaires :

*50 ans d'éducation populaire
et de défense des droits*

Entrevue avec Simone Bilodeau, conseillère budgétaire (ACEF Rive-Sud de Québec), Véronique Bouchard, intervenante (Service budgétaire de Lac-St-Jean-Est), Michèle Goyette, conseillère budgétaire (Solutions Budget Plus), Cloé Paquette, responsable volet formation (ACEF de la Péninsule) et Caroline Soulard, consultante budgétaire (ACEF Rive-Sud de Montréal)

Anne-Marie MILLAIRE
Étudiante à la maîtrise en travail social
Université du Québec à Montréal

Il y a maintenant 50 ans, des organismes communautaires voués à la défense des droits des consommateurs commençaient à voir le jour. Connues, par exemple, sous les noms d'association coopérative d'économie familiale (ACEF) ou de service budgétaire, ces

associations de consommateurs sont toujours présentes dans de nombreuses régions du Québec et se spécialisent, entre autres, dans les questions de budget, de crédit et d'endettement. Elles agissent auprès des individus par des consultations budgétaires et auprès de l'ensemble des consommateurs par une offre de cours, de conférences ou de campagnes nationales de sensibilisation. Elles interpellent également les gouvernements lorsque des mesures sociales ou les droits des consommateurs sont menacés. La revue *Nouvelles pratiques sociales* a organisé une table ronde avec des intervenantes travaillant dans quelques-unes de ces organisations afin de faire le point sur les pratiques d'action collective dans le champ de la consommation.

La discussion très chaleureuse et animée a mis en lumière de nombreuses similitudes entre les services offerts par les associations, leurs philosophies de travail et leurs missions. Chaque intervention était brève, une personne complétant et ajoutant au point de vue de l'autre. Très souvent, les participantes approuvaient ce qu'une d'entre elles venait de dire. Pour alléger la lecture et produire un compte rendu intelligible de cette table ronde, nous avons choisi d'attribuer à l'ensemble des participantes les interventions sur les thèmes proposés. Nous avons également pris soin de rapporter des différences entre des associations lorsqu'elles se manifestaient.

La revue NPS a tout d'abord demandé aux participantes de décrire l'ensemble des services offerts dans les associations.

Les invitées ont d'entrée de jeu parlé de la grande diversité de services offerts à la population par les associations : consultations et suivis budgétaires individualisés, éducation populaire notamment sur le budget, le crédit, la prévention à l'endettement et les questions de consommation et de défense des droits des consommateurs. Les associations donnent des ateliers dans leurs locaux, dans des organismes de leur territoire ou en entreprise; elles organisent également des cliniques d'impôt gratuites. Une participante souligne par ailleurs qu'à ces services courants et habituels, d'autres services sont développés ou offerts par des ACEF et des services budgétaires pour combler, par exemple, l'absence d'un service d'aide aux locataires sur leur territoire ou pour maintenir un service d'impôt tout au long de l'année.

Les participantes affirment souvent être témoins de problématiques sociales complexes qui dépassent les difficultés de gestion d'un budget ou le désir de trouver une solution à l'endettement. Elles soulignent que les associations de consommateurs ont du

personnel formé pour cerner l'ensemble des besoins des personnes venues consulter, pour les référer aux bonnes ressources ou pour les accompagner dans leurs démarches. On insiste cependant sur le fait que plusieurs éléments influencent les services et le type de suivi qui sont offerts dans les associations comme la grandeur du territoire couvert, les caractéristiques sociodémographiques de leurs citoyens, une expertise particulière et leurs ressources financières. Le personnel est aussi appelé à travailler au sein du regroupement¹ auquel appartient leur association ou à interpeler les élus lorsque les droits des plus démunis et ceux des consommateurs sont brimés ou risquent de l'être. L'action politique est un autre volet très important du travail des associations; les participantes déplorent que leurs organismes n'arrivent malheureusement pas à y consacrer tout le temps et l'énergie qu'elles le voudraient.

Les échanges se sont poursuivis en s'intéressant aux personnes qui demandent des services, à leurs conditions de vie, à leurs positions sociales, à leurs profils.

Les intervenantes des associations rencontrent et viennent en aide à des personnes de toutes les tranches d'âge, des jeunes jusqu'aux aînées qui font notamment l'objet d'une attention particulière depuis quelques années. Les femmes ont depuis toujours été plus nombreuses à consulter que les hommes. On souligne que le territoire couvert par une association peut être très vaste, il est donc fréquent d'être en présence d'une grande diversité de portraits sociodémographiques. Les personnes qui consultent sont en général à faible et très faible revenu, mais les participantes constatent que leurs associations accueillent de plus en plus de personnes de la classe moyenne qui vivent de l'endettement. Historiquement, les associations se sont surtout fait connaître auprès des personnes les plus démunies, celles qui avaient besoin d'une aide immédiate. Maintenant, les participantes accueillent beaucoup de personnes dont les revenus sont modestes et leurs associations souhaitent rejoindre le plus grand nombre afin de faire de la prévention à l'endettement et de l'éducation budgétaire. On constate qu'il y a de plus en plus de travailleurs qui font affaire avec les services parce que leurs revenus ne sont pas suffisants par rapport à leurs dépenses ou parce qu'ils ne sont pas assez bien préparés à gérer ce type de situation. Les participantes remarquent qu'il y a maintenant beaucoup de ménages qui ont des revenus moyens et qui sont très endettés; l'ampleur des dettes est souvent en relation avec le revenu théoriquement disponible. On mentionne que les dettes

1. Les deux grands regroupements d'associations de consommateur au Québec sont la Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ) et l'Union des consommateurs.

liées à l'achat ou la location d'une automobile sont très fréquentes chez les personnes qui vivent dans une région où le système de transport collectif n'est pas développé; les citoyens sont alors obligés d'avoir recours au crédit pour pouvoir se déplacer.

NPS a également voulu en savoir davantage sur les principes qui guident l'action des associations et des intervenantes.

Les associations sont autonomes dans leur fonctionnement, mais les principes derrière leurs actions se ressemblent. Elles favorisent un accueil sans jugement de toute personne venue consulter, quels que soient son revenu et son histoire. Ce sont des lieux où les gens peuvent se confier à propos de leurs problèmes financiers, un sujet quasi tabou et difficile à aborder. Nombreux sont ceux qui se sentent soulagés d'être écoutés et compris. Les associations ont un parti pris pour les consommateurs, une prise de position que les participantes disent être à la limite politique. Sans déresponsabiliser les consommateurs envers leurs créanciers pour autant, les associations mettent la priorité sur les besoins de base par rapport au paiement des dettes – elles sont les seules à tenir un tel discours.

Que ce soit lors d'un atelier ou d'une consultation budgétaire, on cherche à ce que les personnes soient assez informées et outillées pour qu'elles deviennent autonomes dans leurs décisions. La consultation budgétaire n'a pas toujours comme but ou résultat d'améliorer ou de corriger une situation financière dans son ensemble, mais les rencontres sont toujours l'occasion de semer une graine, ne serait-ce que quelques bouts d'information sur la *Loi sur la protection du consommateur* ou tout autre renseignement qui va permettre aux personnes de récupérer un certain contrôle sur leur vie. Il n'est jamais question d'imposer une façon de faire, mais plutôt d'y aller de trucs, de conseils et de pistes de réflexion. Dans ce sens, le savoir c'est le pouvoir; c'est une forme d'*empowerment*.

Les participantes à la discussion insistent également pour parler d'une approche collective qui est mise de l'avant dans certaines associations notamment avec l'utilisation d'ateliers obligatoires de solution aux dettes avant de passer à une rencontre individuelle. Mais tout en parlant de cette approche plus collective, on prend soin de préciser que les associations restent à l'écoute des besoins individuels et peuvent proposer d'autres avenues selon les cas. D'autres associations laissent le choix d'assister ou non à un atelier ou offrent en premier lieu des consultations budgétaires. Le choix de l'approche est relié à la philosophie de l'association, mais est aussi guidé par les ressources disponibles et le

nombre de demandes de rencontre. Des suivis individualisés sont aussi offerts à ceux qui en font la demande.

La revue NPS a proposé aux participantes de brosse un portrait des personnes qui travaillent dans leurs associations, de leur type de formation et de leurs liens avec le milieu.

Les participantes constatent que les associations de consommateurs vivent, comme les organismes communautaires en général, une professionnalisation des travailleurs. Les intervenants possèdent habituellement une formation de base en consommation, en droit, en éducation, en finances, en sociologie, mais surtout en travail social. Les intervenants doivent avoir une facilité et un intérêt pour les chiffres, mais aussi pour les questions psychosociales. Il faut en effet qu'ils soient capables d'avoir un regard large sur les problématiques, non seulement lorsqu'ils sont face à des personnes venues consulter, mais aussi pour avoir un recul et une vision critique sur l'ensemble des normes qui guident notre société axée sur la consommation. Ils doivent pouvoir mettre en contexte la détresse des personnes endettées ou d'autres qui n'arrivent pas à tout payer avec leur petit revenu. Il n'existe pas d'études formelles qui conduisent à un tel poste – il faut maîtriser tout autant la relation d'aide, le domaine budgétaire, des principes économiques, connaître les ressources du milieu, des notions légales et ainsi de suite. Les intervenants sont donc formés sur place. L'enrichissement des savoirs et des pratiques se fait aussi beaucoup par les échanges entre les collègues à l'intérieur de l'association, mais aussi entre les ACEF et services budgétaires.

Cet esprit de solidarité et d'appartenance est très présent et valorisé. Un des intérêts de faire partie d'un regroupement c'est de pouvoir se rencontrer, se parler, partager les expériences et profiter de celles des autres. Les échanges sont toujours enrichissants et ils sont très importants notamment pour les associations des régions plus éloignées qui font face au problème des frais de déplacement très élevés qui rendent difficile leur participation à de la formation continue en groupe et la rencontre d'autres intervenants. On multiplie le plus possible les contacts avec des collègues d'autres ACEF et services budgétaires pour se maintenir aussi bien informées que les autres.

Face aux demandes d'aide des consommateurs, aux besoins d'éducation populaire et aux dossiers nationaux susceptibles d'être traités par les associations, les participantes ont été invitées à identifier leur priorité : l'individu consommateur, l'ensemble des citoyens ou le terrain politique, celui des lois et politiques sociales.

Les participantes ont convenu qu'il faut travailler aux trois niveaux en même temps, chacun a son importance. Elles mentionnent que le niveau politique a un rôle à jouer en déterminant les balises de l'acceptable ou de l'inacceptable. Le gouvernement a le pouvoir et le devoir de protéger les consommateurs, mais la collectivité a un rôle de chien de garde à jouer. Quand le gouvernement adopte des lois faibles ou qu'il les fait plus ou moins respecter, il envoie le message qu'elles ont peu d'importance et qu'il est facile, par exemple, d'abuser du consommateur. Dans de telles circonstances, il est très difficile pour les associations d'accompagner le citoyen ou de sensibiliser la société. Il arrive souvent aux participantes d'être en présence d'une personne qui fait de multiples efforts pour se sortir d'une situation difficile, mais qui est freinée par des éléments hors de sa portée comme le contexte économique ou des lois. On rappelle que c'est le citoyen qui élit le gouvernement, il a le pouvoir de le remplacer, il suffit qu'il soit convaincu que c'est ce qu'il faut faire et qu'il passe à l'action. Il peut aussi démarrer un recours collectif et faire des choix économiques et sociaux, il faut inviter et encourager les gens à se faire entendre et à utiliser leurs recours.

Les participantes soulèvent que l'éducation citoyenne est donc très importante pour la défense des droits et la force de la collectivité. Les rencontres individuelles sont une belle occasion pour faire cette éducation. Bon nombre de personnes ont en effet besoin d'en apprendre plus sur leurs droits et leurs devoirs en tant que citoyen et consommateur. D'un autre côté, des personnes qui ont des questions d'ordre budgétaire, qui vivent des difficultés financières ou un endettement problématique peuvent aussi avoir besoin d'une aide personnalisée ou d'un coaching en fonction de leur situation personnelle. Quant aux groupes ou aux campagnes de sensibilisation nationale, ils permettent de rejoindre un plus large éventail de personnes. On souligne que l'important c'est que l'information circule d'une façon ou d'une autre. Ce que les gens en feront leur appartient. Si l'information n'est pas pertinente dans l'immédiat, pour eux-mêmes ou pour leurs proches, elle le deviendra peut-être plus tard.

Malheureusement, les associations de consommateurs ne sont pas en mesure d'agir en même temps sur les trois fronts, mais ne veulent pas en prioriser un seul. Dans le cas du crédit, on peut sensibiliser ou responsabiliser l'individu pour qu'il comprenne

mieux les conséquences qui viennent avec son utilisation et qu'il en connaisse les coûts. Les participantes rappellent qu'il y a aussi des responsabilités qui incombent au gouvernement, entre autres au niveau de l'encadrement du crédit, un dossier suivi de près par les associations depuis 2010 et qui n'est toujours pas réglé. Les associations n'en peuvent plus d'attendre après les élus, elles voudraient que les choses bougent beaucoup plus vite. Par exemple, il existe encore des contrats qui comportent des clauses illégales et qui passent inaperçues pour le consommateur moyen – l'État, qui devrait le protéger, ne le fait pas toujours. D'autre part, les valeurs véhiculées dans la société peuvent être en cause dans des problèmes de surconsommation et d'endettement de consommateurs. Les campagnes d'information nationales comme celle proposée par la Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ) intitulée *Des communautés plus futées que le crédit* cherchent justement à proposer un modèle différent de consommation.

La revue NPS a ensuite demandé aux participantes à la table ronde de parler, sujet inévitable, de la question du financement des associations de consommateurs : sont-elles financées à la mission ou au projet?

Le Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales (SACAIS) subventionne les associations pour leur mission, ce que fait aussi Centraide, mais pour quelques-unes seulement, ce qui crée des inégalités à travers le Québec nous rappellent certaines participantes. La majorité des associations doivent trouver d'autres subventions, organiser des activités lucratives ou établir des ententes de partenariat afin de pouvoir fonctionner. Elles participent à divers projets comme *Mes finances mes choix* de Desjardins qui est aussi très présente dans les associations à travers les Fonds d'entraide Desjardins que les ACEF et services budgétaires administrent. L'autonomie et l'intégrité des associations ainsi que leur rôle de défense des droits sont parfois difficiles à maintenir dans un tel contexte conviennent les participantes, mais la survie de nombreuses associations dépend par ailleurs de ces fonds. L'idéal serait tout de même qu'elles reçoivent une seule subvention du SACAIS pour leur mission.

Les participantes constatent que les associations de consommateurs vivent des moments difficiles, leurs ressources financières sont coupées, elles doivent diminuer leur offre de service ou procéder à des fermetures temporaires. Elles sont appelées à revoir leurs priorités tout en souhaitant rejoindre le plus de gens possible et craignent de ne pas être en mesure de répondre à la demande d'aide provenant de gens qui sont dans des situations urgentes et de plus en plus difficiles. Les associations se sentent toujours prises

entre deux feux, comme travailler sur des dossiers de défense des droits à l'échelle nationale ou répondre à la personne qui frappe à leur porte. Ce sont des choix extrêmement difficiles à faire, mais c'est ce qui se passe dans tout le système hors du réseau public de la santé et des services sociaux, un système qui porte le poids des coupures sans être soutenu. Les participantes ajoutent qu'en même temps, pour que les associations se développent, on doit pouvoir y consacrer du temps et du personnel qui, de son côté, est déjà très occupé. Le défi est grand et permanent. Les associations font face à des situations difficiles qui mènent à l'épuisement du personnel et à la perte de leur expertise précieuse, ce qui nuit finalement à leur offre de services. Membres de l'Action communautaire autonome, les associations ont cru que la Politique gouvernementale sur l'action communautaire allait mettre à l'avant-plan leur contribution et leur importance dans l'univers québécois, mais cela ne s'est pas concrétisé. Au contraire, les participantes constatent que les organismes communautaires perdent des plumes, certains plus que d'autres. On insiste sur le fait que la situation est très différente d'une association de consommateurs à une autre, surtout entre celles en région et celles des grands centres urbains. Des ACEF ont récemment fermé leurs portes, ce qui fait dire que la sécurité des associations n'est pas assurée.

Il y a une augmentation du nombre de références du réseau public vers les associations de consommateurs selon les participantes. Leur impression c'est qu'on envoie facilement les personnes dans le « communautaire », comme si là tout allait se régler tout seul. Le problème est que le financement n'a pas augmenté depuis dix ans dans de nombreuses associations. Les associations sont déjà au bout du rouleau, elles manquent de temps pour accomplir leur mission et ne peuvent absorber une augmentation de demande de services. Elles craignent de devenir des fourre-tout. Les associations doivent se concentrer sur l'expertise qu'elles ont en défense des droits et au niveau du budget, de l'endettement et de la consommation, une expertise qui n'est offerte par aucun autre type d'organisme.

Ce thème de l'expertise propre aux associations de consommateurs a amené les participantes à parler des formes d'aide qu'elles peuvent proposer aux personnes en difficulté financière qu'elles rencontrent.

On a tout d'abord insisté sur le fait qu'il faut tout d'abord chercher à comprendre l'ensemble de la situation de la personne qui consulte et dans quel état d'esprit elle le fait. Est-elle venue par elle-même ou référée par le milieu de la santé, par le centre jeunesse,

la justice ou la famille qui menace de couper l'aide au jeune s'il ne consulte pas l'ACEF? Est-elle bien au fait de sa situation financière, confuse ou dans un certain déni? Selon les participantes, les premières interventions seront l'occasion de faire baisser le stress et la culpabilité et de mettre certaines choses en perspective — comme le fait qu'il est impossible de vivre dignement avec seulement la Sécurité du revenu, que c'est normal de ne pas arriver à tout payer avec 650 \$ par mois. Les associations constatent que la situation des personnes qui consultent se détériore depuis quelques années; le coût de la vie qui augmente et les revenus qui ne suivent pas y sont fort probablement pour quelque chose.

Les participantes constatent que parler d'argent est difficile, surtout lorsqu'il y a un endettement problématique ou un sentiment de honte face à ses revenus. Être accueilli, écouté et compris par les intervenantes des associations est une première étape vers un travail de réflexion sur sa situation financière, réflexion qui mènera, au besoin, à des changements de comportement ou à des décisions majeures. La progression diffère d'une consultation à l'autre, elle peut être plus ou moins longue selon la situation financière et la compréhension qu'en a la personne. Il se peut que les rencontres ne mènent pas à des résultats concrets, mais une porte a été ouverte, une lueur d'espoir a été allumée, une graine a été semée et qui sait comment le tout évoluera chez la personne. Les associations croient justement dans le potentiel des personnes venues consulter, c'est à ces personnes que revient le choix des actions qu'elles entreprendront ou non, choix qu'elles feront à l'aide des informations et des outils qui leur ont été donnés.

Certaines situations sont particulièrement difficiles et les solutions sont quasi inexistantes, mais le soutien de l'intervenante aide les personnes à repartir avec un peu moins de pression sur leurs épaules – elles savent aussi qu'elles pourront revenir. Au besoin, on explique et démystifie des solutions, par exemple la faillite personnelle, en prenant soin de présenter ses aspects positifs et négatifs par rapport aux autres solutions. La défense des droits des consommateurs s'illustre bien dans cet exemple alors que les associations verront à présenter aux personnes venues les consulter les avantages et inconvénients de toutes les solutions disponibles.

Les participantes insistent sur le fait qu'il faut s'accrocher et valoriser les petits gains, même si ce n'est qu'une référence à une banque alimentaire qui est proposée. Il y a par ailleurs des résultats encourageants et des histoires de réussite, des gens pour qui leur passage dans une ACEF ou un service budgétaire a amélioré leur vie. Les associations savent qu'elles font une différence dans la vie des gens lorsqu'elles apprennent par

exemple qu'une personne qui ne dormait plus depuis deux ans à cause du harcèlement téléphonique de ses créanciers a retrouvé le sommeil après un atelier ou une rencontre individuelle où on lui a expliqué qu'elle n'avait pas à subir ces appels et qu'on pouvait entreprendre des démarches pour qu'ils cessent. L'intervenante n'a pas trouvé d'argent neuf pour la personne ni rempli son réfrigérateur, mais elle a contribué à faire baisser son niveau d'inquiétude et son sentiment de culpabilité. Certains participants à des activités ou à des rencontres individuelles reviennent aussi après quelques années. Si le message reçu n'avait pas trouvé d'écho auparavant, il a au moins été entendu (et peut-être transmis à d'autres). Des participantes racontent qu'elles voient des personnes revenir consulter quelques mois ou quelques années plus tard. En soi, c'est une réussite. Ceux qui reviennent ont peut-être une situation financière différente, meilleure ou pire, mais ils savent qu'il existe un lieu où ils auront de l'aide, des réponses à leurs questions, où on leur donnera des outils et de l'information pour augmenter leur pouvoir, un lieu où on cherche et trouve des solutions. Les participantes tablent sur l'espoir que ce qui a été semé fera surface lorsque la personne sera prête à y porter son attention, qu'elle voudra ou pourra se pencher sur sa situation financière et travailler à l'améliorer.

En conclusion de la table ronde, NPS a voulu entendre les participantes sur le sujet de la reconnaissance de leur expertise, de leurs difficultés reliées à leur financement et de la survie des services qu'elles offrent. En quelques mots, comment entrevoir l'avenir?

Les participantes rappellent que les organismes communautaires sont importants et leur utilité n'ira pas en diminuant, surtout si l'État continue à se désengager des programmes sociaux comme il le fait présentement. Les participantes insistent. Il faut reconnaître la richesse de l'expertise présente dans les associations de consommateurs, il faut l'encourager et la financer. Cette reconnaissance doit venir des instances décisionnelles gouvernementales, d'intervenants sociaux qui utilisent les services des associations ou qui y réfèrent des gens, mais aussi des citoyens qui ont tout intérêt à ce que les services soient maintenus là où ils le sont encore ou qu'ils leur soient de nouveau offerts. Financer adéquatement les associations serait la preuve de cette reconnaissance, elles auraient les ressources pour accomplir leur mission, être présentes pour les citoyens qui ont besoin d'elles, rencontrer des groupes, participer aux diverses concertations et s'assurer d'être vues et entendues par les gouvernements.

Les associations n'ont pas le choix que de poursuivre leur travail parce que leurs services sont uniques, appréciés et incontournables. Depuis quelques années, des compagnies privées, des institutions financières et d'autres organismes se sont lancés dans l'éducation financière. On peut se réjouir que le sujet devienne plus populaire, mais on crée ainsi une concurrence à des organismes qui ont déjà toute l'expertise à ce sujet, des organismes qui n'auront par ailleurs jamais les budgets pour faire de la publicité sur leurs services comme des compagnies privées peuvent le faire. Les participantes rappellent qu'il faut un grand bagage de connaissances et d'expérience pour prendre la personne venue consulter dans sa globalité, explorer les solutions sans jugement, ouvrir les yeux de certains sur la fragilité de leur situation financière ou relativiser l'ampleur du problème pour un autre, contextualiser les comportements en regard des valeurs de la société ou négocier des ententes pour les plus démunis. Les associations de consommateurs le font depuis 50 ans et elles ont aidé beaucoup de personnes au bout du rouleau, qui doivent choisir entre le paiement de leur loyer et celui du paiement minimal de leur carte de crédit.

Les associations de consommateurs permettent de sortir de la logique des institutions financières et du modèle social prônant la surconsommation. De nombreuses personnes ont souligné avoir vu leur budget et leur situation financière sous un tout nouvel angle grâce à une ACEF ou un service budgétaire. On leur apprend qu'elles peuvent avoir le contrôle sur certains aspects de leur vie, on met en perspective les difficultés vécues et on travaille à trouver des solutions selon les situations. Comme plusieurs autres organismes, les associations de consommateurs rencontrent la plupart du temps des personnes dont la situation est déjà bien difficile. Les participantes avouent qu'elles se retrouvent malheureusement plus souvent en mode curatif que préventif. Il faut mettre l'accent sur la prévention et la sensibilisation aux conséquences du crédit pour que les personnes consultent avant que leur situation ne se soit trop dégradée. Mais encore faut-il avoir les moyens d'y mettre du temps.

La revue NPS remercie Simone, Véronique, Michèle, Cloé et Caroline pour leur participation à cette table ronde passionnante.