

ment vérifiable par les nombreux dossiers menés durant cette période, mais aussi par la critique systématique qu'on se permet à l'égard de l'Office qui, selon eux, n'a pas les moyens de ses prétentions.

• 1976-1985: le rouleau compresseur de l'État

La réponse aux pressions exercées par les associations de consommateurs du Québec va définitivement trouver un écho avec l'arrivée au pouvoir du Parti québécois en 1976. Pierre Marois, ancien dirigeant des ACEF entre 1968 et 1974, est nommé ministre d'État au Développement social et Mme Lise Payette prend la direction du ministère des Consommateurs, Coopératives et Institutions financières. Dès cet instant, on assiste à une véritable révolution dans le secteur de la consommation: nouvelle loi de la protection des consommateurs en 1978, réforme de l'OPC, relance de la revue *Protégez-Vous*, création des bureaux régionaux de l'OPC et d'un service de recherche, loi sur l'assurance-automobile, loi sur le Recours collectif, etc.

Le budget de l'Office, à compter de 1978, va faire un bond spectaculaire encore inimaginable quelques années auparavant.⁴ À l'Office, à même la toute nouvelle taxe de 2% sur la publicité électronique, on orchestre une campagne de publicité contre la publicité destinée aux enfants qui va frôler le million de dollars. Les montants alloués à la relance de la revue *Protégez-Vous* sont tout aussi impressionnants.

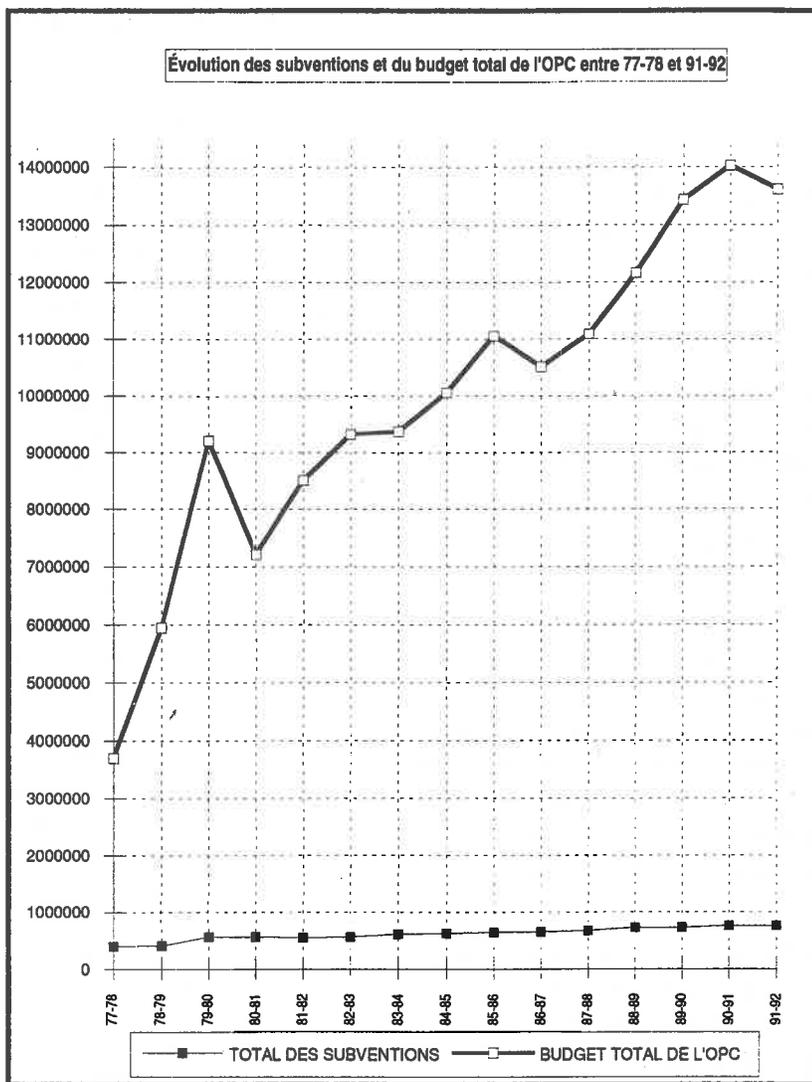
La conjoncture globale au Québec, entre 1976 et 1980, est beaucoup trop complexe pour aborder ici, en si peu d'espace, toute la dynamique de cette période. Mentionnons seulement, qu'au niveau politique, on semble assister à une prise en charge quasi totale par l'État du champ de la consommation et cela au moment même où la conjoncture économique donne déjà des signes d'une crise majeure à l'horizon. Tout se passe comme si l'État québécois tentait désespérément de fermer les yeux sur cette réalité en fonction de l'échéancier politique de 1980. Au niveau social, par contre, la crise se manifeste déjà et les groupes sont traversés par des idéologies conflictuelles qui viennent remettre en question la belle unanimité de la période précédente. Mentionnons, à titre d'exemple, qu'au moment même où l'État semble avoir le vent dans les voiles, la FACEF va subir une scission majeure en 1977 — donnant ainsi naissance à la Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ) —, l'IPIC va disparaître en 1978, minée par une crise idéologique interne et l'ACQ, en 1978, est, elle aussi, en processus de rupture avec l'entité nationale canadienne. Pour les principaux groupes, l'approche traditionnelle — réclamer une intervention de l'État —, n'est vrai-

ment plus à l'ordre du jour et la recherche d'une nouvelle pertinence n'est pas facile dans la mesure où la conjoncture politique/idéologique est, elle aussi, en profonde mutation.

Les débats idéologiques monopolisent les énergies. Les groupes, en pleine crise d'identité, se divisent et l'État consolide son monopole sur la protection des consommateurs.

• 1985-1990: retrait progressif de l'État

Cette présence marquée de l'État va se poursuivre, malgré la Grande Récession de 1981-82, jusqu'en 1985 au moment de l'arrivée au pouvoir du nouveau gouvernement libéral de Robert Bourassa. À partir de cette date, on assistera à



l'alignement du Québec sur les grandes tendances néolibérales déjà en action en Grande-Bretagne (1979), aux États-Unis (1980) et au Canada (1984).

Durant cette dernière période (1985-1990), trop récente encore pour en faire une véritable analyse historique, on assiste tout de même à un certain retour en force des associa-

tions de consommateurs, un peu comme si la retraite forcée durant la présence envahissante de l'État avait permis une reformulation des objectifs et des grandes orientations de ce mouvement. La dimension internationale fait son entrée au Québec avec une première participation au colloque de l'International Organization of Consumers Union (IOCU) tenu à New York en 1986. On voit apparaître de nouvelles préoccupations — comme l'environnement — à la protection des consommateurs. Le délestage de l'État semble redonner une nouvelle vitalité aux dossiers portant sur la santé, les services sociaux, les services publics, les communications, les services financiers, la privatisation dans le secteur de l'éducation, etc.

Tout se passe comme si le retrait progressif de l'État dans les programmes sociaux et le virage néolibéral en économie étaient en train de redonner pertinence aux groupes de défense des droits des consommateurs. C'est le constat qu'on peut faire à l'aube des années 90, mais cette hypothèse mériterait d'être confrontée à la lumière de ce qui est en train d'advenir dans le champ de la consommation en 1996. Une histoire à suivre... et à inventer !

1 Édith Saint-Hilaire, *Changements*, vol. 5, # 2, juin 1995.

2 Pour une étude plus détaillée, voir: Henri Goulet, *Origines et développements du mouvement ACEF au Québec, 1960 - 1970*, mémoire de maîtrise, Université de Montréal, juin 1993.

3 Claude Masse et Michelle Marois, *La règle du jeu. Enquête auprès des organismes de consommation et des consommateurs plaignants*, Groupe de recherche en jurimétrie, Faculté de droit, Université de Montréal, 1976, 280 p.

4 Gérard Duhaime, *Du combat au concile. Les vingt ans de l'Office de la protection du consommateur du Québec*, Département de nutrition humaine et de consommation, Université Laval, 1993. Selon l'auteur, «Nous constatons d'abord dans ce graphique que les subventions données à ces associations n'ont pas suivi l'accroissement du budget de l'Office lui-même. Le budget de l'Office est passé de 300 000 dollars en 1971 à 14 millions de dollars à la fin de la période (1990)», p. 19.

Quelques points de repère chronologiques

- 1948
 - Fondation de l'Association des consommateurs du Canada (ACC). Le membership est très élitiste et réservé exclusivement aux femmes.
- 1958
 - Création de la Fédération des Magasins Co-op (FMCo-op).
- 1962
 - L'ACC se transforme. Ouverture du membership aux hommes et lancement de la revue *Canadian Consumer*.

LE
Consommateur
CANADIEN



- Création du Service du budget familial à la CSN par André Laurin.
- 1964
 - Création de l'Association coopérative féminine du Québec (ACFQ) en lien étroit avec la FMCo-op.
- 1965
 - Assemblée de fondation des ACEF au Manoir du Lac Delage à Stoneham.
- 1966
 - L'ACFQ fonde la Fédération des consommatrices du Québec. La

FCQ mène une première grande campagne de boycott des chaînes alimentaires au Québec. 300 000 femmes participent à cette campagne.

- 1967
 - Création du ministère de la Consommation et des Corporations (MCC) par le gouvernement fédéral.
- 1968
 - Fondation de l'Association pour la protection des automobilistes (APA).



- 1969
 - Création du premier magasin Cooprix à Montréal et de l'Institut de promotion des intérêts des consommateurs (IPIC) par la FMCo-op.
- 1970
 - Création de la Fédération des ACEF du Québec (FACEF).



- Instauration du programme d'assurance-maladie du Québec.