

RECUEIL DES REVENDICATIONS

Le bénévolat, force vive de l'Afeas !

59^e congrès provincial

Les 6 et 7 septembre 2025

**CULTIVER
L'ENGAGEMENT
RÉCOLTER
L'IMPACT**

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	3
Féminisme et masculinisme	4
La précarité menstruelle.....	7
L'intelligence artificielle	10
L'écoblanchiment.....	13

Rédaction : Lise Courteau

Collaboration à la rédaction : Nicole Comtois
Francine Duchaine
Danielle Michaud
Marie-Thérèse Poulin

Couverture : Emma Saffar

La traduction et la reproduction totale ou partielle de la présente publication à des fins non commerciales sont autorisées à la condition d'en mentionner la source complète.

Dépôt légal Bibliothèque nationale du Québec 2025
Bibliothèque nationale du Canada 2025

Introduction

L'Association féministe d'éducation et d'action sociale (Afeas), un réseau de plus de 5 207 femmes et hommes engagé·e·s et dynamiques, réparti·e·s dans 145 instances locales à travers le Québec, poursuit inlassablement son combat pour l'égalité entre les femmes et les hommes.

Forte de son 59^e congrès provincial, qui a réuni environ 200 personnes sur la plateforme Zoom sous le thème *Le bénévolat, force vive de l'Afeas*, notre association présente ses revendications visant à bâtir une société plus juste et équitable.

Les résolutions adoptées lors de notre dernier congrès provincial, reflètent les préoccupations actuelles des femmes québécoises. Nous demandons aux autorités d'agir concrètement et de prendre les mesures nécessaires afin de les concrétiser et de les mettre en œuvre, pour ainsi renforcer l'autonomie des femmes et favoriser leur pleine participation à la vie démocratique.

Féminisme et masculinisme

Portraits et enjeux de la manosphère

Internet et les réseaux sociaux ont permis de faciliter les communications. Malheureusement, des contenus haineux et violents envers les femmes sont aussi diffusés dans un cadre masculiniste communément appelé « la manosphère ». Ces échanges se partagent entre les jeunes gens dans les établissements scolaires de niveau secondaire, et inquiètent plusieurs parents. « Manosphère » désigne un ensemble de communautés majoritairement présentes en lignes qui partagent des idées masculinistes, antiféministes et misogynes. Ces propos sont véhiculés dans quatre mouvances différentes au sein du masculinisme et peuvent varier en intensité selon les groupes.

Ces quatre mouvances, ou types, au sein de la manosphère, sont :

- les artistes de la séduction (*pick-up artists*), dit l'art du comment séduire les femmes ;
- la 2^e catégorie sont les hommes qui se sentent en position d'infériorité et d'oppression car pour eux, les femmes et leurs idées féministes sont allées trop loin ;
- la 3^e catégorie est de se détacher de toutes relations avec les femmes, de cette manière les hommes vont se libérer de toutes manipulations venant des femmes (*MGTOW : men going their own way*) ;
- le dernier type ou mouvance, ce sont les célibataires involontaires (*incel*) ; pour eux, ce qui intéresse les femmes c'est un idéal masculin inatteignable et c'est la montée du féminisme, les femmes qui sont la cause du problème¹.

Montée de discours masculiniste chez les ados

Selon une enquête menée par l'équipe de madame Diane Miconi, professeure adjointe au département de psychopédagogie et d'andragogie dans le domaine du développement, de la santé et du bien-être des adolescents, 34 % des propos à caractère masculiniste recensés dans six écoles montréalaises proviennent principalement de garçons se réclamant des religions chrétienne et musulmane. Ces élèves adhèrent davantage à une idéologie masculiniste que ceux qui ne s'identifient à aucune religion².

La Dre Cécile Rousseau, M.D., professeure à la Division de psychiatrie sociale et culturelle de l'Université McGill et titulaire d'une chaire de recherche du Canada en prévention de la radicalisation violente, rappelle que ce qui se passe dans les écoles est le reflet de la société où toutes les formes de polarisation sont aussi en augmentation, comme la xénophobie et l'homophobie³.

Selon David Ouellet, professeur au secondaire depuis une vingtaine d'années, « *Ce ne sont pas les ados qui ont changé au fil des ans mais plutôt ce à quoi ils sont maintenant exposés. Ils sont en quête d'identité, ils cherchent qui ils sont, mais il y a tellement de modèles de masculinité toxique, ils ne savent plus où aller chercher des modèles positifs* »⁴.

Faire face au discours masculiniste chez les élèves

Selon le personnel enseignant, le discours masculiniste commence dès l'âge de 8 ans chez certains garçons⁵. Pour Léa Clermont-Dion, « *Le problème n'est pas le fait que les femmes restent à la maison. C'est plutôt le fait de leur dire qu'elles doivent servir et obéir à leur mari et que leurs efforts pour l'émancipation de la femme est mauvais.* »⁶.

Selon un sondage réalisé au Royaume Uni en 2024, un jeune homme sur quatre (âgé de 13 à 15 ans) pense que la vie est plus dure pour l'homme que pour la femme⁷.

Le journal Le Curieux, dont la mission est de donner l'habitude aux jeunes de s'informer, de leur apprendre à s'informer auprès de sources fiables et de développer leur esprit critique, a produit, en partenariat avec le Secrétariat à la condition féminine, un numéro sur le masculinisme. On peut y lire « *Ce n'est pas le masculinisme qui est problématique. C'est le comportement de certains hommes qui l'est. Contrairement au masculinisme, le féminisme ne prône pas la domination d'un sexe sur l'autre mais bien l'égalité entre les femmes et les hommes* »⁸.

Différents portraits de la violence

Les attentats ne sont pas la seule manifestation de violence envers les femmes. La violence est démontrée par de l'intimidation sur les réseaux sociaux, par la banalisation et l'appel à l'agression sexuelle et par des manifestations physiques. Il n'est pas rare de trouver dans les forums et les communautés en ligne de la manosphère des propos racistes, xénophobes, antisémites et néonazis. L'extrême droite et la manosphère partagent des éléments idéologiques dans l'antiféminisme, la misogynie et dans leur vision des rôles genrés⁹.

Dans le guide d'animation 2024-2026, on nous rappelle que 34 % des femmes entre 18 et 29 ans subissent de la violence en ligne, comparativement à 17 % des hommes entre 18 et 29 ans. Une enquête mondiale d'Amnistie internationale menée dans 8 pays occidentaux montre que 58 % des répondantes ayant subi des violences ou du harcèlement avaient été victimes de propos racistes, sexistes, homophobes ou transphobes, et que les femmes racisées ont 34 % plus de risques que les femmes blanches de subir des remarques désobligeantes. Cela augmente jusqu'à 84 % si on parle exclusivement des femmes noires¹⁰.

La prévalence du cyberharcèlement était plus élevée chez les femmes et les hommes plus jeunes. Par exemple, 14 % des femmes de 15 à 24 ans avaient subi du cyberharcèlement, comparativement à 7 % des femmes de 45 à 54 ans. Parallèlement, 9 % des hommes de 15 à 24 ans ont déclaré avoir fait l'objet de cyberharcèlement par rapport à 4 % des hommes de 45 à 54 ans¹¹.

Discours masculiniste inégalitaire

Les jeunes sont exposés, sur le Web et dans certains espaces publics, surtout scolaires, à un discours masculiniste inégalitaire préoccupant. Ils ne bénéficient pas souvent d'une exposition équivalente à un discours féministe sur l'égalité femme-homme.

Les jeunes connaissent peu ce qu'est le féminisme et ce qu'il prône. Peu d'organismes sont présents en milieu scolaire pour faire la promotion de l'égalité femme-homme, pour faire l'historique des luttes féministes et pour outiller les jeunes à répondre aux discours masculinistes.

Le mouvement masculiniste gagne en visibilité et en influence aux États-Unis. Un dialogue sur les enjeux de genre est essentiel pour prévenir la radicalisation. La désinformation et la stigmatisation peuvent exacerber les tensions entre hommes et femmes.

Programme de sensibilisation et d'éducation

Nous demandons que le ministère de l'Éducation du Québec mette en place, dans un délai de deux ans, un programme de sensibilisation et d'éducation au discours égalitaire entre les femmes et les hommes, autant pour les enseignant-e-s que pour les étudiant-e-s, en consultant aussi les conseils d'établissements du primaire et du secondaire.

Programme éducatif national

Nous demandons au gouvernement la mise en place d'un programme éducatif national axé sur l'égalité des sexes, dans les écoles et les communautés, afin de promouvoir des valeurs de respect mutuel et de partenariat entre garçons et filles.

Forums communautaires

Nous proposons d'organiser des forums communautaires impliquant des hommes et des femmes pour discuter des enjeux économiques, sociaux et de genre, favorisant ainsi une compréhension mutuelle.

Promotion du féminisme dans les écoles secondaires

Nous demandons que l'Afeas provinciale puisse répertorier les organisations qui peuvent offrir des conférences, des ateliers dans les écoles secondaires pour promouvoir le féminisme, tout en rappelant l'historique des luttes féministes afin d'outiller les jeunes face au discours masculiniste.

États généraux

Nous demandons à l'Afeas provinciale d'organiser des états généraux sur l'égalité femme-homme ayant comme objectif l'exploration de solutions permettant de contrer les reculs liés au masculinisme et renforcer les droits des femmes, ce qui favoriserait l'harmonie et l'épanouissement de chacun et chacune.

¹ Présentation « La Manosphère : Portraits et enjeux » par le Centre de prévention de la radicalisation menant à la violence

² <https://www.journaldequebec.com/2025/04/02/montee-du-discours-masculiniste-chez-les-ados-cest-une-preoccupation-dans-plusieurs-ecoles-du-quebec>

³ <https://www.fcpq.qc.ca/action-parents/masculinisme-retention-du-personnel-et-explosion-des-signalements/>

⁴ Idem 2

⁵ <https://rire.ctreq.qc.ca/faire-face-au-discours-masculiniste-chez-les-eleves-questions-pedagogiques-ethiques-et-juridiques/>

⁶ Citation extraite de *Sur le Fil* à Télé Québec, 2024

⁷ <https://www.fcpq.qc.ca/action-parents/discours-masculinistes-une-tendance-inquietante/>

⁸ https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/org/SCF/LC_LeMasculinisme_FEV25_INTER.pdf

⁹ Idem 1

¹⁰ www.afeas.qc.ca Guide d'animation 2024-2026, Opération Tendre la main, page32

¹¹ Revue Femmes d'ici, automne 2020, vol. 55 no 1, pages 4-5

La précarité menstruelle

Définition de la précarité menstruelle

La précarité menstruelle désigne les difficultés de nombreuses femmes et filles à se payer des produits menstruels à cause de leurs faibles revenus. Cela comprend également le poids financier des antidouleurs, ou encore des sous-vêtements de rechange¹.

La précarité menstruelle existe aussi lorsque les femmes n'ont pas d'endroit pour se changer, pas d'accès à de l'eau et à du savon et ni à la gestion des déchets. Bien que l'on vive dans un monde où règnent l'envie et le besoin constants de vouloir tout connaître et comprendre, les menstruations, aussi simples et inhérentes soient elles, restent un sujet marqué par la désinformation, le tabou et la honte. Bien que les menstruations fassent partie intégrante de la vie de millions de filles et de femmes dans le monde, il y a toujours un nombre préoccupant d'entre elles qui, à ce jour, n'ont pas accès aux protections adéquates. Ce manque d'accès a un effet direct sur leur santé physique, notamment, sur la santé reproductive et mentale².

Une femme a des menstruations pendant environ 40 ans, soit 2 500 jours au cours de sa vie. Les saignements menstruels durent en moyenne 5 jours et la perte de sang est d'environ 20 à 80 ml³.

Initiatives dans le monde

Au Québec, au Canada et dans le monde, plusieurs initiatives ont été mises en place⁴ :

- en 2021, la Ville de Montréal a lancé un projet pilote sur la distribution de produits menstruels dans quatre lieux publics. Grâce au succès de ce projet pilote, des produits sont maintenant offerts dans plusieurs bâtiments municipaux et autres lieux publics ;
- au Collège LaSalle à Montréal, des serviettes hygiéniques et des tampons sont offerts dans des distributeurs installés dans les toilettes pour femmes ou non genrées ;
- l'Université Laval a lancé un projet pilote d'équité menstruelle pour rendre accessibles gratuitement des serviettes et des tampons. Le projet se déploie dans plus d'une vingtaine de toilettes situées dans quatre pavillons du campus ;
- depuis 2017, l'Association étudiante de l'Université McGill (AEUM) offre des produits menstruels jetables à différents endroits sur le campus ;
- en janvier 2021, l'Association générale des étudiants du Cégep de Trois-Rivières a mis sur pied un programme de distribution de coupes menstruelles ;
- la Colombie-Britannique, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard, l'Ontario, le Manitoba et Terre-Neuve-et-Labrador offrent des produits menstruels gratuitement dans les écoles de leur territoire ;
- en 2021, le gouvernement de l'Alberta a annoncé un partenariat avec Centraide pour distribuer des produits menstruels dans les écoles de la province. Un montant de 260 000 \$ a été octroyé à l'organisme dans le cadre d'un projet pilote d'une durée de deux ans. La campagne intitulée *Period Promise* a pour mission d'installer des distributeurs dans plus d'une centaine d'écoles ;
- le 27 avril 2021, le conseil d'administration des écoles publiques d'Edmonton a adopté une motion pour offrir des produits menstruels dans les écoles publiques. Les raisons invoquées derrière cette décision incluent des motifs de santé physique, l'absentéisme et le fait qu'il s'agit de produits essentiels au même titre que le papier hygiénique ;

- au Royaume-Uni, le ministère de l'Éducation a introduit un plan de distribution libre-service de produits menstruels dans les écoles et les collèges d'Angleterre visant la population étudiante de 18 ans et moins ;
- depuis juin 2021, les écoles néo-zélandaises doivent distribuer des produits menstruels gratuitement à leurs étudiantes ;
- de 2018 à 2019, le gouvernement écossais en engagé des sommes pour rendre les produits menstruels accessibles dans les écoles, les collèges et les universités ;
- en 2020, le Parlement écossais a adopté à l'unanimité une loi qui établit un régime d'accès universel aux produits menstruels à toute personne qui en a besoin. L'Écosse est devenue la première administration au monde à se doter d'un tel régime.

Au Canada, depuis décembre 2023, tous les employeurs sous réglementation fédérale doivent fournir des serviettes jetables et des tampons à tout membre du personnel qui en a besoin dans leur milieu de travail. Les employeurs doivent fournir ces produits gratuitement aux membres du personnel, dans un lieu accessible qui offre de l'intimité, comme une toilette ou une armoire de fournitures de bureau⁵.

Mesures législatives

Peu de gouvernements ont adopté des mesures législatives visant à rendre les produits menstruels accessibles gratuitement aux femmes en situation de précarité financière. Seuls deux cas ont été répertoriés par l'étude du Conseil du statut de la femme en 2021⁶ :

- en 2016, la Ville de New York a adopté une loi qui garantit la distribution de produits menstruels gratuits dans les refuges pour personnes en situation d'itinérance, pour les jeunes en centre de détention et pour celles en attente d'un placement dans une famille d'accueil (Weiss-Wolf, 2020).
- dans l'État du Maryland, une loi adoptée en 2017 prévoit que l'État fournisse à certains prestataires de services et aux conseils scolaires une réserve suffisante de produits menstruels jetables pour combler les besoins des femmes fréquentant les refuges et ceux des étudiantes sans domicile fixe. En 2021, un projet de loi visant plus largement les femmes des ménages à faible revenu a également été déposé dans cet État.

Plusieurs municipalités du Québec ont déjà mis en place des programmes de subventions afin de réduire la production de déchets. Sur présentation d'un justificatif d'achat, les femmes peuvent bénéficier d'un remboursement⁷.

Encourager l'achat de produits écologiques

Plusieurs municipalités régionales de comté (MRC), municipalités et arrondissements de Montréal ont mis en place un programme de subvention, financé à même leur budget, qui vise à rembourser une partie des frais d'achat de produits menstruels réutilisables. Elles encouragent l'achat de produits écologiques, comme les couches lavables, les savons écologiques et les produits menstruels réutilisables dans l'objectif de réduire la consommation de produits à usage unique et, de ce fait, la production de déchets.

Selon le Conseil du statut de la femme⁸, si les produits réutilisables peuvent être une bonne option en raison de leur plus faible coût à long terme, ils ne sont pas populaires auprès des femmes en situation de précarité financière. La difficulté d'accès à des toilettes pour changer les produits, à du matériel pour les laver (ex. : dans le cas des serviettes lavables) et à un endroit pour les ranger sont des obstacles à l'utilisation de ces produits par des femmes en situation d'itinérance.

Bien qu'il s'agisse d'une dépense initiale plus importante, la coupe menstruelle, les culottes menstruelles et les serviettes lavables sont des options plus écologiques et peuvent vite devenir plus économiques, car

ces produits sont plus durables. Les produits menstruels réutilisables ont un impact réel sur la santé et l'environnement.

Les produits menstruels devraient être considérés comme des produits de première nécessité, rendus disponibles en permanence pour la santé et la dignité de toutes les femmes. Selon l'organisme Médecins du Monde, dont la mission principale est d'assurer et de défendre l'accès à la santé pour les personnes exclues et en situation de vulnérabilité, la précarité menstruelle constitue un enjeu important aujourd'hui : elle est considérée comme une question de santé publique⁹.

Disponibilité dans les endroits publics

Nous demandons aux gouvernements provincial et fédéral, ainsi qu'à l'Union des municipalités du Québec et les Municipalités régionales de comté que des mesures soient prises afin que tous les endroits publics soient munis de distributeurs de produits menstruels jetables, et ce, gratuitement.

Distributeurs dans les établissements scolaires

Nous demandons au gouvernement provincial que toutes les écoles (primaires, secondaires, cégeps, universités, écoles privées, centres de formation spécialisés, etc.) soient munies de distributeurs de produits menstruels jetables, accessibles aux étudiantes, aux enseignantes et au personnel féminin, et ce, gratuitement.

Distributeurs dans les lieux de formation fédéraux

Nous demandons au gouvernement fédéral que tous les lieux de formation qui relèvent du palier fédéral, comme l'armée, l'aviation, etc., soient munis de distributeurs de produits menstruels jetables, et ce, gratuitement.

Programme de soutien à l'achat de produits menstruels réutilisables

Nous demandons à l'Union des municipalités (UMQ), aux Municipalités régionales de comté (MRC) et à la Fédération canadienne des municipalités (FCM), que toutes les municipalités se dotent d'un programme de soutien à l'achat de produits menstruels réutilisables.

¹ <https://www.medecinsdumonde.org/medecins-du-monde/quest-ce-que-la-precarite-menstruelle>

² <https://www.humanium.org/fr/influence-de-la-precarite-menstruelle-sur-les-droits-des-filles-et-des-femmes-dans-le-monde/>

³ <https://medicspark.fr/magazine/comment-fonctionne-le-cycle-menstruel-duree-et-phases-du-cycle-symptomes/>

⁴ <https://premierelecture.bibliotheque.assnat.qc.ca/2024/01/31/laccessibilite-des-produits-menstruels-au-quebec/>

⁵ <https://www.canada.ca/fr/emploi-developpement-social/nouvelles/2023/12/les-produits-menstruels-sont-maintenant-fournis-gratuitement-aux-membres-du-personnel-des-milieus-de-travail-sous-reglementation-federale.html>

⁶ CONSEIL DU STATUT DE LA FEMME (2021). *Faciliter l'accès aux produits menstruels : mesures possibles, Québec*, Conseil du statut de la femme, 117 p. <https://csf.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/produits-menstruels.pdf>

⁷ <https://viitaprotection.com/fr/pages/going-green-subsidy>

⁸ <https://csf.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/produits-menstruels.pdf>

⁹ Idem 1

Intelligence artificielle (IA)

Guide d'animation

Le guide d'animation 2024-2026 consacre tout un chapitre aux nouvelles technologies pour démontrer que, bien qu'elles soient souvent présentées comme neutres et au service de toutes et tous, il est clair que celles-ci reproduisent les inégalités qui existent déjà dans la société¹.

Positions Afeas

L'Afeas s'inquiète depuis plusieurs années des conséquences de l'utilisation des nouvelles technologies. Entre autres :

- En 2013, face à la cyber intimidation, l'Afeas demandait de mettre sur pied des publicités diffusées aux heures de grande écoute sur tous les réseaux incluant les médias sociaux pour inciter les parents, les éducateurs et éducatrices à avoir plus de vigilance envers l'utilisation que les enfants, les adolescent-e-s font des médias sociaux et à les informer des conséquences, des précautions à prendre et des ressources existantes² ;
- L'année dernière, en 2024, nous demandions aux gouvernements fédéral et provincial et au Commissaire à l'éthique et à la déontologie d'adopter une loi sur l'IA et un code de déontologie et d'éthique apte à protéger la population de ces fraudes et abus³.

Projet de loi C-27

Le projet de loi C-27, *Loi édictant la Loi sur la protection de la vie privée des consommateurs, la Loi sur le Tribunal de la protection des renseignements personnels et des données et la Loi sur l'intelligence artificielle et les données et apportant des modifications corrélatives et connexes à d'autres lois*, a été déposé le 16 juin 2022 à la Chambre des communes⁴. Cependant, bien qu'il ait été adopté en deuxième lecture le 24 avril 2023, il n'a pas été adopté définitivement dans son ensemble. Le processus législatif a été interrompu au déclenchement des élections 2025, ce qui a eu pour effet de faire « mourir au feuilletton » ce projet de loi.

Si tous les parlementaires semblaient s'accorder sur le besoin d'une loi sur l'IA, la structure en trois parties du projet de loi agaçait les oppositions depuis son dépôt⁵.

Industrie culturelle

Les six principaux syndicats de l'industrie culturelle québécoise ont uni leurs voix et dévoilé un manifeste pour la défense de la création authentique, intitulé *L'art est humain*, exhortant les gouvernements provinciaux et fédéral à mettre en place un cadre de régulation plus efficace autour de l'IA générative, affirmant que chaque jour, des œuvres de créateurs sont usurpées à des fins d'entraînement de l'IA⁶.

Avec son projet de loi sur la découvrabilité des contenus francophones, le ministre de la Culture et des Communications du Québec, monsieur Mathieu Lacombe, espère convaincre ses homologues de l'UNESCO d'adopter un protocole contraignant sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Son objectif est de forcer les géants du numérique à respecter la souveraineté des nations qui veulent mettre de l'avant les films ou les albums de musique de leur langue et de leur culture⁷.

Conséquences de l'utilisation de l'IA

L'Institut du Québec, organisme à but non lucratif, axe ses recherches et ses études sur les enjeux socioéconomiques auxquels le Québec fait face. Il vise à fournir aux autorités publiques et au secteur privé les outils nécessaires pour prendre des décisions éclairées, et ainsi contribuer à bâtir une société plus dynamique, compétitive et prospère.

En appliquant, pour la première fois au contexte québécois, une méthodologie éprouvée à l'international pour identifier les travailleurs et travailleuses vulnérables, l'Institut du Québec a pu estimer :

- que dans les domaines manufacturiers, environ 810 000 personnes, soit 18 % de la main d'œuvre québécoise, travaille ou cherche un emploi dans 96 professions actuellement vulnérables à l'automatisation à la fois par la robotisation et par des applications d'IA ;
- que les jeunes de 15 à 24 ans, qui occupent plus souvent des emplois en vente et services, sont davantage à risque. La situation est particulièrement préoccupante pour celles et ceux qui ne poursuivent pas d'études et qui souhaitent faire carrière dans ces emplois vulnérables à l'automatisation ;
- que quelque 27 % des adultes de plus de 25 ans sans diplôme occupent ou cherchent un emploi dans une profession vulnérable ;
- que bien que les diplômées et diplômés universitaires de 25 ans et plus ne soient pas complètement épargnés, ils restent très peu exposés : 8 % d'entre eux occupent ou cherchent un emploi dans une profession vulnérable, et ce, même si les nouvelles formes d'IA génératives – capables de créer du contenu original – les exposent plus qu'avant au risque d'automatisation⁸.

Autres conséquences possibles de l'utilisation de l'IA

Bien que l'utilisation de l'IA, notamment pour faire des recherches, soit encouragée, Me Catherine Claveau, bâtonnière du Québec, met en garde la population contre les raccourcis qu'on pourrait être tenté d'emprunter en utilisant les outils d'IA, qui ne peuvent pas remplacer un véritable accompagnement par un·e professionnel·le du droit. Elle mentionne qu'il y a des enjeux éthiques et déontologiques autour de la profession juridique qui pourraient ne pas être couverts par une machine. Une réponse générée par l'IA n'est pas tout à fait adaptée au contexte, puisque les données sont dépersonnalisées. Elle rappelle aussi que les avocat·e·s sont responsables. Si une erreur est commise par une personne, une assurance responsabilité professionnelle est là pour pouvoir obtenir compensation, ce qui n'est pas le cas si la perte de droits provient d'une machine⁹.

Même si l'IA a connu des avancées spectaculaires au cours des dernières années, les millions de calculs qui servent à faire rouler ces technologies sont gourmands en énergie et ont des graves répercussions sur les changements climatiques.

De plus, l'IA permet la falsification des images des lieux physiques, des personnes et de la voix, ainsi que l'hypertrucage mensonger dans un but trompeur, ouvrant la voie à l'exploitation des femmes, des enfants et des hommes, notamment dans un but pornographique et de toute autre fraude.

Loi sur l'IA

Nous demandons au gouvernement fédéral de déposer une loi sur l'IA (et non sur de tiers sujets tels que l'ex-projet C-27), qui inclut un code d'éthique et de déontologie appliqué dans toutes les activités où l'IA est requise tant au provincial qu'au fédéral.

¹ Guide d'animation 2024-2026, pages 24 à 26

² Idem 2, page 3

³ https://afeas.qc.ca/prop_annuelles/recueil-des-revendications-2024/

⁴ https://www.justice.gc.ca/fra/sjc-csj/pl/charte-charter/c27_1.html

⁵ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2080787/intelligence-artificielle-loi-canada-c27>

⁶ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2170708/art-humain-manifeste-syndicats-culturels-quebec-ia-generative>

⁷ <https://www.lapresse.ca/arts/2025-06-13/souverainete-culturelle/un-combat-pour-la-survie-des-cultures-nationales.php#>

⁸ <https://institutduquebec.ca/content/publications/repercussions-de-l-automatisation-et-de-l-ia-sur-la-main-d-oeuvre-au-quebec/idq-202501-ia.pdf>

⁹ <https://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/2025-01-12/intelligence-artificielle/le-barreau-du-quebec-plaide-la-prudence.php>

L'écoblanchiment

Sujet à l'étude

Le guide d'animation 2024-2026 de l'Afeas nous amène à réfléchir au sujet de l'écoblanchiment qui est une stratégie courante en marketing, visant à vendre davantage de produits ou services aux personnes qui souhaitent limiter leur impact environnemental¹.

Définitions

Le Centre québécois du droit de l'environnement (CQDE) désigne l'écoblanchiment (ou *greenwashing*) comme les stratégies qui transmettent, de manière consciente, des informations fausses ou trompeuses qui suggèrent qu'un produit ou une pratique est plus écoresponsable qu'elle ne l'est en réalité^{2 3}.

L'Office québécois de la langue française définit ce terme comme une « opération de relations publiques menée par une organisation, une entreprise pour masquer ses activités polluantes et tenter de présenter un caractère écoresponsable »⁴.

Positions de l'Afeas

Depuis plusieurs années, l'Afeas se soucie de l'environnement en demandant que plusieurs mesures soient mises en place concernant l'eau, le suremballage, le compostage ou le recyclage⁵.

L'écoblanchiment climatique

Selon le rapport du CQDE intitulé *L'écoblanchiment climatique au Québec et au Canada : Comment renverser la vapeur ?* publié à l'automne 2022, « les consommateurs se fient aux informations communiquées par les entreprises en matière climatique pour leurs choix de consommation, les investisseurs pour leurs choix d'investissements, les organismes publics pour la surveillance et le contrôle des entreprises, en plus des concurrents et des autres parties prenantes qui s'y fient à diverses autres fins, pour ne nommer que quelques exemples. Cependant, lorsque ces déclarations sont vagues ou non justifiées, que ce soit intentionnellement ou non, toutes ces décisions peuvent être faussées. Encadrer adéquatement l'écoblanchiment climatique peut permettre de fournir au public un portrait plus clair des progrès accomplis dans la lutte contre les changements climatiques et peut permettre d'assainir les marchés, lesquels sont de plus en plus nombreux à être affectés par l'écoblanchiment climatique⁶.

Dispositions législatives au Canada

Le 20 juin 2024, le gouvernement fédéral canadien a adopté le projet de loi C-59 en modifiant la *Loi sur la concurrence* lui accordant la sanction royale. Les modifications apportées à la Loi visent expressément l'écoblanchiment en revoyant les dispositions générales actuelles de la Loi quant aux indications fausses ou trompeuses⁷.

Avec ses nouvelles dispositions législatives contre l'écoblanchiment, le Canada veut faire le ménage dans les étiquettes vertes et rétablir la confiance des consommateurs et consommatrices. Le Canada veut mettre fin aux affirmations plus ou moins douteuses, voire franchement mensongères, qui fleurissent sur de plus

en plus de produits dans les commerces, et encadrer la façon dont les entreprises communiquent sur l'impact environnemental de leur activité⁸.

Avis des acteurs économiques

Cependant, bien que salué par les écologistes, ce projet de loi est critiqué par des acteurs économiques, la réglementation étant jugée trop imprécise et elle inquiète. « *Elle laisse planer un grand flou. Nos membres ne savent plus exactement de quoi ils peuvent parler* », rapporte la vice-présidente de la Chambre de commerce de Calgary, Ruhee Ismail-Teja. Pour elle, « *les mesures législatives contre l'écoblanchiment empêchent ses membres de parler librement de leurs objectifs climatiques* »⁹.

Dans un communiqué de presse, Alliance nouvelles voies parle d'« *un climat d'incertitude considérable pour les entreprises canadiennes souhaitant s'exprimer publiquement sur les travaux qu'elles entreprennent pour améliorer leur rendement au chapitre de l'environnement et lutter contre les changements climatiques* »¹⁰.

De même, le géant pétrolier Suncor Énergie, établi à Calgary, a supprimé de ses supports de communication toute référence à ses actions en matière climatique, « *jusqu'à ce que le Bureau de la concurrence présente des clarifications et des directives précises* »¹¹.

Le secteur de l'agroalimentaire serait également plus frileux à communiquer sur les questions écologiques par peur d'être accusé d'écoblanchiment, rapporte Olivier Boiral, qui a mené une enquête auprès d'une trentaine d'acteurs¹².

Les entreprises « *s'interdisent de s'engager ouvertement alors que le but de la loi n'est pas de réduire la quantité d'informations disponibles, mais d'améliorer la qualité. On peut se demander si [elles] n'exagèrent pas les risques* », considère Julien Beaulieu, qui y voit avant tout une « *posture politique* »¹³.

L'écoétiquette

L'écoétiquette ou un label environnemental sont des logos apposés sur un produit pour informer les consommateurs et les consommatrices sur les caractéristiques environnementales de ce produit. Cette marque distinctive permet de communiquer des informations sur l'impact écologique du produit, comme son mode de fabrication, ses matériaux ou son empreinte carbone. Dans certains cas, l'écoétiquette peut également renseigner sur des aspects sociaux et économiques liés au produit, comme les conditions de travail des employés ou la durabilité du produit¹⁴.

Charge mentale

La sécurité financière des femmes, d'avoir à toujours vérifier les informations mentionnées sur les produits équivaut à des pertes de temps et d'argent énormes pour les femmes. Ces deux constatations augmentent la charge mentale encore trop présente en venant fragiliser le pouvoir d'achat chez les femmes.

Afin de s'assurer que les produits que nous consommons respectent les règles de protection de la biodiversité, le gouvernement doit revoir ses réglementations sur l'écoblanchiment afin de mieux informer les entreprises et les consommateurs et les consommatrices sur leur rôle dans la lutte contre les changements climatiques et leurs répercussions.

Logos environnementaux certifiés

Nous demandons au gouvernement fédéral de rendre obligatoire l'apposition de logos environnementaux certifiés, faciles à identifier, sur tous les produits afin de garantir leur conformité à la réglementation canadienne et voire internationale.

¹ Guide d'animation 2024-2026, page 51

² Idem 1

³ <https://old.cqde.org/fr/nos-actions/ecoblanchiment/>

⁴ <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8365406/ecoblanchiment>

⁵ www.afeas.qc.ca, section membres privée, Positions Afeas, 660 – Environnement

⁶ https://cqde.org/wp-content/uploads/2022/09/Ecoblanchiment_Rapport_Francais.pdf, page 5

⁷ <https://mcmillan.ca/fr/perspectives/lecoblanchiment-et-le-resserrement-de-la-reglementation-du-canada-en-matiere-de-declarations-environnementales-les-recentes-modifications-apportees-a-la-loi-sur-la-concurrence/>

⁸ <https://francopresse.ca/sciences/2025/01/25/le-canada-impose-de-nouvelles-regles-pour-mettre-fin-a-lecoblanchiment/>

⁹ Idem 8

¹⁰ <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/des-modifications-apportees-a-la-loi-sur-la-concurrence-reduisent-au-silence-les-entreprises-canadiennes-qui-adoptent-des-mesures-contre-les-changements-climatiques-895493191.html>

¹¹ <https://www.suncor.com/fr-ca/nouvelles-et-histoires/reponse-de-suncor-aux-recentes-modifications-apportees-a-la-loi-sur-la-concurrence>

¹² Idem 8

¹³ Idem 8

¹⁴ <https://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/ecoetiquette/savoir-plus.htm>