

3

Atelier Éthique et Environnement

Les mots «éthique» et « environnement », qui ne franchissaient guère les cercles des militants puristes font désormais de plus en plus d'adeptes. L'éthique sort enfin de sa marginalité et s'annonce comme une nouvelle tendance que les consommateurs semblent prêts à suivre.

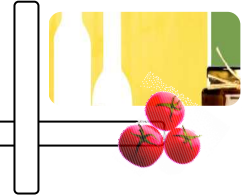
Cette tendance fait entre autres, référence au commerce équitable et à l'offre de produits respectueux de l'environnement ou résultant d'un processus de développement durable. Les nouvelles générations X, et tout particulièrement Y, sont conscientisées de par leur éducation à ces problématiques. L'achat et la consommation de certains produits sont en fait une véritable prise de position par des choix écologiques et socialement responsables.

Le commerce équitable peut être défini comme étant un système d'échanges économiques respectueux de l'environnement et des droits des travailleurs. Il permet principalement de rendre plus équitables les rapports commerciaux entre les pays du nord et du sud et d'améliorer les conditions de vie des travailleurs. La liste de produits certifiés équitables ne cesse de s'allonger et ne se limite plus au café. Ainsi, on peut désormais trouver du chocolat, du coton et même des ballons de soccer certifiés équitables. Auparavant disponibles uniquement dans des magasins spécialisés, ils sont désormais en vente dans des grandes chaînes de distribution.

Les notions d'éthique et d'environnement ne touchent pas uniquement la production agricole, mais elles visent également à bannir les emballages superflus, à diminuer les transports et à maîtriser l'utilisation rationnelle de l'eau et de l'énergie.

Plus près de chez nous, un nouveau concept de l'Agriculture soutenue par la communauté (ASC), appelée également « paniers bio » fait de plus en plus d'adeptes. Le consommateur devient « partenaire » d'une ferme biologique en achetant une part de la récolte à l'avance. On parle alors d'achat local et de consommation engagée qui favorisent non seulement la production locale, mais également la création d'emplois. Cette tendance est en forte hausse.

Lors de cet atelier, nous aborderons les 4 P du marketing sous l'angle de l'éthique et de l'environnement. Dans les prochaines années, de nombreuses opportunités se manifesteront dans ce secteur. Il est important que les entreprises comprennent les valeurs qui les sous-tendent. Pour illustrer ce propos, M. Frédéric Paré de l'organisme Équiterre et Mme Marie Lacasse de la Coopérative La Mauve nous livreront leur expérience.



3

Atelier Éthique et Environnement

M. Frédéric Paré
Équiterre



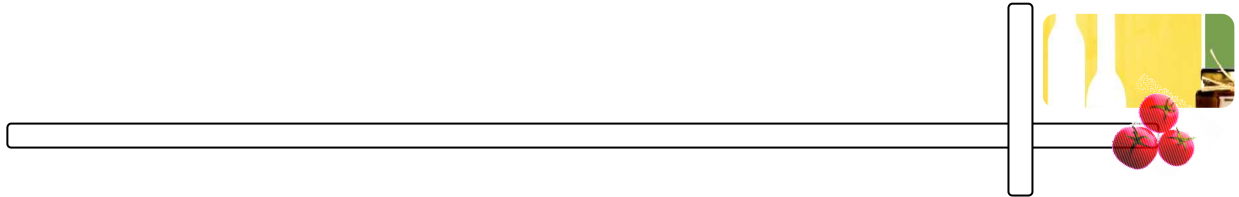
Agronome diplômé de l'Université Laval en 1987 et détenteur d'une maîtrise en gestion du développement des coopératives de l'Université de Sherbrooke, **Frédéric Paré** est coordonnateur du programme Agriculture écologique chez Équiterre depuis 2001. Il a oeuvré à la direction de coopératives agricoles québécoises et à la direction d'une organisation de certification de produits biologiques. Il est membre du conseil d'administration de Solidarité rurale du Québec et de la Table de concertation montréalaise, Nourrir Montréal.

Quelques mots sur Équiterre

Équiterre s'est donné pour mission de contribuer à bâtir un mouvement citoyen en prônant des choix individuels et collectifs à la fois écologiques et socialement équitables. À travers ses quatre programmes — agriculture écologique, commerce équitable, transport écologique et efficacité énergétique — l'organisme a développé des projets qui permettent au citoyen et au consomm'acteur de poser des gestes concrets qui auront une incidence positive sur l'environnement et la société. Pour appuyer ses interventions, Équiterre développe constamment son expertise en se basant sur les plus récents développements dans ses domaines d'intervention.

Équiterre

2177, rue Masson, bur. 317
Montréal (Québec) H2H 1B1
Téléphone : 514-522-2000
Télécopieur : 514-522-1227
info@equiterre.qc.ca
www.equiterre.org

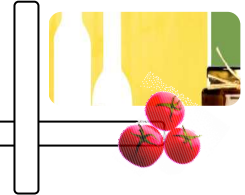


L'Éthique et l'Environnement par Frédéric Paré

Les sondeurs le remarquent de plus en plus, l'alimentation est, sur le plan des choix de consommation, un secteur en «déséquilibre», qui se cherche de nouveaux rapports. Qu'il s'agisse des produits biologiques, des produits équitables ou de l'identification fondée sur l'origine des aliments, toutes ces manifestations confirment la chose.

Après avoir brossé un bref tableau sur notre rapport collectif au système alimentaire ou sur la manière dont l'agriculture et l'alimentation sont considérés par les pouvoirs publics, tant au niveau local qu'international, des données sur la consommation responsable viennent confirmer la lente marche des citoyens vers l'authenticité et la capacité perdus. Mais les citoyens vivent des paradoxes puisqu'ils cherchent aussi des économies de temps. L'authenticité est donc ainsi contrecarrée par la vie trépidante que mènent les ménages, à la recherche d'aliments prêts à manger. L'augmentation fulgurante de la vente des plats précuisinés et précuits confirme également ce «déchirement» entre ce souci de l'authenticité, ce plaisir du bien manger, cette recherche d'un meilleur contrôle et le souci du vite fait.

Sur un plan conceptuel où l'abscisse et l'ordonnée représentent les aspects écologiques et sociaux posés par le système alimentaire, la conférence positionne quelques réalités montantes. L'outil permettra aux participants de questionner les solutions qu'ils proposent dans le cadre de leur travail d'acteurs dans le système alimentaire.



3

Atelier Éthique et Environnement

Mme Marie Lacasse
Coopérative La Mauve



Marie Lacasse est coordinatrice de la Coopérative la Mauve depuis 2002. Avant d'occuper ce poste, elle a travaillé plusieurs années dans le domaine de la mode : design et conception de vêtements et également comme conseillère.

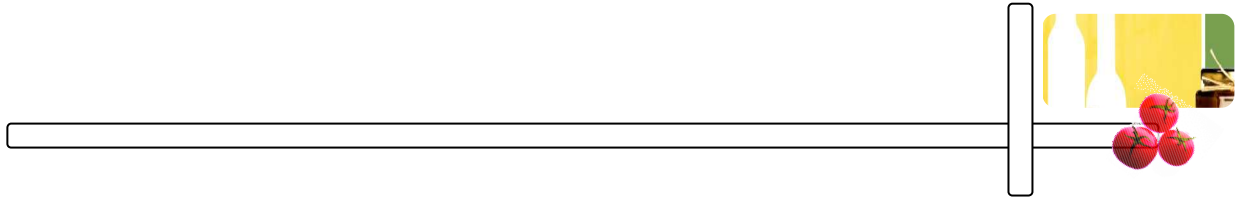
A titre de bénévole, elle a participé à la construction d'une école au Mexique. Elle a également travaillé avec des handicapés dans un orphelinat à Calcutta.

Quelques mots sur Coopérative La Mauve

Dans une optique d'équité sociale et économique, la mission de la coopérative est de favoriser le développement durable régional en mettant en place des structures et des activités dans le domaine environnemental et alimentaire. Cette mission est fondée sur la définition du développement durable : « Répondre aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».



348, rue Principale
Saint-Vallier (Québec) G0R 4J0
Téléphone : 418-884-2888
lamauve@globetrotter.net
www.lamauve.com



L'Éthique et L'Environnement par Marie Lacasse

Historique

La coopérative La Mauve est issue d'un organisme à but non-lucratif qui se nommait le GRAP. Cet organisme a commencé ses activités le 12 novembre 1999 avec trois membres. La partie de sa mission concernant le développement durable s'est d'abord concrétisée par le projet de L'Herboristerie à Beaumont. L'intérêt suscité par ce projet, la visibilité apportée par la présence de la boutique dans le village et l'élan donné par les efforts investis pendant trois ans ont permis de constituer un groupe de 15 personnes. Quand une terre et un boisé se sont trouvés disponibles dans la municipalité, un projet agrotouristique de plus grande envergure est apparu intéressant. Les membres ont donc décidé de conjuguer leurs efforts pour permettre de percer plus facilement le marché de la production et de la transformation d'aliments biologiques ainsi que celui de l'agrotourisme tout en gardant la mission d'économie sociale du groupe.

C'est en août 2002 que la Coopérative fût officiellement fondée. Suite à cette fondation, les membres ont acquis une épicerie boucherie vieille de 150 ans au cœur du village de St-Vallier. Ce magasin devint rapidement le fer de lance de sa mission et, avec les années, tous les efforts mis dans le projet portent leurs fruits dans la région. Aujourd'hui, La Coopérative la Mauve distribue, transforme et met en valeur les produits de plus de 35 membres de Chaudière-Appalaches dans son magasin et via ses paniers ASC. La progression du chiffre d'affaire de la Coopérative La Mauve est de 34 % annuellement et 69 % de celui-ci est composé des produits des membres et cette proportion est en croissance constante. En peu de temps, la Coop La Mauve est devenue un réseau incontournable de consommateurs, de producteurs agricoles et de citoyens ayant comme préoccupation première le développement durable de notre société, de l'économie et de l'environnement par le changement de nos habitudes de consommation.

Mission

Dans une optique d'équité sociale et économique, favoriser le développement durable régional en mettant en place des structures et des activités dans le domaine environnemental et alimentaire.

Notre mission est fondée sur la définition du développement durable : « Répondre aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. »

Quelques exemples de notre action : Pour arriver à nos objectifs, nous proposons, construisons, soutenons dans la solidarité d'autres formes d'organisation dans les domaines environnemental, économique et social.

Environnemental : par des pratiques innovatrices en agriculture et en agroforesterie comme la permaculture, la production biologique, l'herboristerie;

Économique : par un magasin d'alimentation mettant en valeur les producteurs régionaux, le commerce équitable, et offrant des services collectifs pour la transformation et la distribution;

Social : par la structure coopérative, par la pratique de l'économie sociale, par le réseautage entre les petits producteurs et les consommateurs, par des services à la communauté comme de la formation et de la documentation.

Secteurs d'activité - Trois volets solidaires

La Mauve est une coopérative d'économie sociale à but non lucratif. Ses membres ont placé le développement durable au centre de leurs préoccupations.

- Le commerce équitable local

Au cœur de Saint-Vallier, le magasin de La Mauve offre à la population des produits biologiques et locaux. Par le biais de ses paniers, La Mauve offre aussi une distribution alternative de produits alimentaires, ce qui permet de lier directement les producteurs et les consommateurs. La Mauve vise ainsi à établir les bases d'un commerce local, équitable, biologique et durable.

- Les jardins de production

Sur une terre située à Beaumont, La Mauve permet le regroupement de ressources qui encouragent la microproduction agricole, viable et certifiée biologique. Les jardins de La Mauve offrent une vitrine de démonstration en faveur du développement durable, dans les domaines agricole, forestier et de la diversité biologique.

- L'éducation populaire

Les membres de La Mauve organisent des ateliers, des formations et des événements saisonniers comme la fête des Semences et la fête des Moissons. Ils s'échangent des connaissances qui mettent en valeur les applications du développement durable dans le domaine agricole et environnemental.