

Terroir atout

Marie Anne Rainville

Numéro 98, automne 2003

Place aux marchés

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/15598ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (imprimé)

1923-2543 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Rainville, M. (2003). Terroir atout. *Continuité*, (98), 28–31.

Terroir atout



Que l'on soit OGM ou épeautre, McDo ou José Bové, nous ne pouvons que constater l'écart de pouvoir entre les multinationales de l'agroalimentaire et les producteurs du terroir. Paradoxalement, l'ampleur même de cet écart peut devenir l'atout de David contre Goliath. Tout est question d'affirmation des cultures, de protection des savoir-faire et de niches commerciales.



par Marie Anne Rainville

L'agneau de pré salé de l'île Verte dans le Bas-du-Fleuve est un produit du terroir, fruit d'un savoir-faire local et de conditions climatiques et de culture particulières à l'île elle-même.

Photo : Solidarité rurale du Québec

À l'heure de la mondialisation des échanges et de l'affirmation de la diversité culturelle, des OGM et du bio, le paradoxe du global et du particulier tiraille l'Occident plus que jamais. Au nombre des expressions de ce paradoxe, il y a la dualité ville/village à laquelle chacun des pays

membres du G8 est confronté. Le philosophe français Edgar Morin considère même cette dualité comme un défi de civilisation.

Au Québec, cette opposition se lit partout. Au cinéma, dans les thèmes et les personnages des deux films à succès de l'heure, *La grande séduction* et *Les invasions barbares*, en littérature, dans l'univers fermé de *La petite fille qui aimait trop les allumettes* ou l'urbanité lubrique de *Putain*,

dans le contenu des médias ou du panier d'épicerie hebdomadaire. Dans ce dernier cas, l'expression du paradoxe est particulièrement explicite: le cheddar Perron voisine avec le pot de Cheez Wiz! L'alimentation sous toutes ses coutures fait la manchette en plus de nourrir chroniques et peurs. Qui n'a pas son idée sur la vache folle et le poulet aux antibiotiques, les fromages de lait cru et les légumes bio, le marché public et les mégasurfaces? De notes d'appréciation en dégustations télévisées, le vinaigre balsamique, la mangue, le pain d'épeautre côtoient le Pied-de-vent ou les fraises de l'île d'Orléans dans l'assiette comme dans l'imagination. Au moment où, qu'on les craigne ou les souhaite, les organismes génétiquement modifiés gagnent les marchés de la planète, le Riopelle, un fameux fromage de l'île aux Grues, est fréquemment en rupture de stock. En somme, plus le monde se plastifie, plus les terroirs font mouche. Cet engouement en faveur des terroirs, les nôtres comme ceux d'ailleurs, ouvre de nouveaux horizons pour les communautés rurales. Le phénomène est d'autant plus

intéressant et prometteur qu'il s'ancre dans l'histoire, le patrimoine, la culture distincte des villages. Voilà ce qui motive depuis 12 ans l'intérêt de Solidarité rurale du Québec pour les terroirs.

Essentiellement, la démarche de Solidarité rurale du Québec dans le secteur des produits du terroir vise à lier l'économie au territoire rural, à valoriser des ressources naturelles – qu'elles soient agricoles, minières ou maritimes – en faisant de l'identité culturelle une source inépuisable pour irriguer l'économie rurale. Cette notion large et ouverte de ce qu'est le terroir a été rendue publique lors du Symposium international sur l'économie des terroirs (Trois-Rivières, 1999). Elle a d'abord paru inusitée à de nombreux Européens, pour qui le terroir est l'essence

La carrière d'ardoise de Saint-Marc-du-Lac-Long dans le Témiscouata contribue à faire de ce matériau de construction, apprécié tant pour les toitures que pour les dallages au sol, un produit du terroir de cette région.

Photo: Michel Dompierre, coll. Solidarité rurale du Québec



**Couvertures
en tous genres
Estimation gratuite**



**12190, rue April
Montréal (Québec) H1B 5N5
Tél. : (514) 640-8787
Fax : (514) 645-3456
<http://www.cverdun.com>
R.B.Q. 1118-5527-31**



La production viticole de la région de Dunham est considérée comme un produit régional des Cantons-de-l'Est. Bien qu'elle nécessite un climat et un savoir-faire particuliers, la production de vin s'est développée depuis les années 1980 et se retrouve dans quelques autres régions du Québec.

Photo: Linda Turgeon

même du goût. Un porto exige un vin fortifié du Douro, un roquefort a besoin de grottes aveyronnaises. On peut dire, pour faire image, que l'appréciation européenne de l'idée de terroir est subjuguée par l'usage qu'en ont fait les vignerons : le vin français a fait le terroir. Pour Solidarité rurale du Québec, l'idée de terroir s'appuie plutôt sur la réalité du monde rural, sur la richesse et la variété de son identité, au chapitre tant des ressources que du métissage des cultures amérindienne, française, anglaise et américaine.

CONNAÎTRE POUR AGIR

Mais où qu'aïlle notre adhésion théorique, Solidarité rurale du Québec estime que ce qu'elle a de mieux à faire, c'est améliorer l'état de la connaissance sur les terroirs et leur production. Cette quête de connaissance ne relève ni du ruralisme, ni du pastoralisme, ni du passéisme, ni du mercantilisme ; elle est toute stimulée par des idées modernes comme l'innovation, la propriété intellectuelle, la valeur ajoutée, les filières de production ou les niches commerciales.

L'idée que les savoir-faire sont la propriété des collectivités qui en sont détentrices appelle l'intervention des États nationaux. Les Européens, les Français en particulier, ont bien compris les enjeux culturels et commerciaux inhérents à cette propriété qu'ils protègent grâce à un savant système de labels et d'appellations. D'ailleurs, ils en font un enjeu des négociations en cours à l'Organisation mondiale du commerce. Et pour cause ! La prospérité économique de régions entières en dépend. Les balances commerciales française et italienne sont tribu-

La Maison de la prune à Saint-André-de-Kamouraska a développé des produits du terroir à partir de la culture de la prune de Damas, qui se fait depuis 1840 sur ce site dont la prunelaie comptait alors 1000 pruniers.

Photo: Solidarité rurale du Québec

taires des ventes de bordeaux, de champagne, de parmesan ou de prosciutto. Les cultures catalane ou écossaise et leurs modes de vie sont intimement liés à la table. Au XXI^e siècle, tourisme et terroir riment si bien qu'Air Transat, au Québec, amène directement les touristes au cœur de la France pastorale.

Or, l'exemple européen enseigne qu'en matière de terroir, certains gestes s'imposent à qui veut prendre des parts de marché et assurer la survie de savoir-faire traditionnels. Le premier geste est certainement de dresser l'inventaire de ces savoir-faire. Le deuxième est d'en assurer la transmission. Le troisième geste consiste à les mettre à l'abri des contrefaçons en créant un cadre réglementaire sévère et concurrentiel qui puisse rassurer autant les artisans que les consommateurs. Un autre geste est de promouvoir les terroirs et non les produits, car il n'y a pas de terroir vivant sans hommes et femmes qui les habitent.

Mais comme chacun de ces gestes implique des changements de mentalités, les gouvernements provincial et fédéral sont plus que lents à agir, il faut bien le constater. Néanmoins, la popularité imprévue de nos fromages fermiers et alcools artisanaux crée une pression sur les autorités que des mouvements comme Solidarité rurale du Québec, l'Union des producteurs agricoles ou l'Union paysanne savent relayer. Il demeure cependant regrettable que les gens de culture en poste ici et là hésitent à considérer les produits du terroir comme un pan du patrimoine national. Pourtant, ces produits sont bel et bien le résultat d'une alliance savante entre nature et culture et, à ce titre, ils participent pleinement à la vie contemporaine puisqu'ils témoignent de la façon dont les hommes et les femmes ont vécu.

Pour toutes ces raisons et parce que son mandat est de défendre la culture rurale, les villages et leurs secteurs économiques émergents, Solidarité rurale du Québec s'affaire à valoriser les paniers de hart rouge de Kamouraska, la morue salée et séchée de la Gaspésie, le caviar d'esturgeon du lac Témiscamingue, le cidre de glace de l'île aux Coudres, l'ardoise du Témiscouata. D'ailleurs, elle participait en juin dernier à la création d'Origin (www.origin-gi.com), une organisation internationale dont le mandat est de sensibiliser l'OMC à la nature des produits



du terroir, qu'ils soient européens, nord-africains ou américains. Dans cette joute pour la survivance des cultures et des productions liées au territoire et aux gens, la différence peut se révéler un atout de taille si elle est bien connue et mise en valeur.

■
Marie Anne Rainville est secrétaire générale par intérim de Solidarité rurale du Québec.



Depuis quelques années, les fils Arsenault de Havre-aux-Maisons ont repris l'entreprise familiale et, avec le retour du hareng dans les eaux entourant les Îles-de-la-Madeleine, ils boucanent au Fumoir d'antan du hareng qu'ils vendent sous forme de filets fumés ou de conserves de hareng fumé-mariné. Ces produits du terroir sont prisés des Madelinots et des visiteurs.

Photo: Louise Mercier

CONTINUITÉ

Vous lisez Continuité avec plaisir ?

Abonnez-vous!

C'est la meilleure façon de nous dire que vous nous aimez.

ÉDITIONS CONTINUITÉ INC.
82, Grande Allée Ouest,
Québec (Québec)
Canada G1R 2G6

Téléphone : (418) 647-4525
Télécopieur : (418) 647-6483
Courriel : continuite@cmsq.qc.ca
<http://www.cmsq.qc.ca>

Une époque en **Art**
8^e édition

SYMPOSIUM 2003

DU 3 AU 5 OCTOBRE

100 ARTISTES

PEINTRES
SCULPTEURS
PHOTOGRAPHES

VOILET CHAMPÊTRE

ARTISANS
ANIMATION

45 rue Robert
Saint-Basile-le-Grand
Informations:
(450) 461-8085
Entrée libre