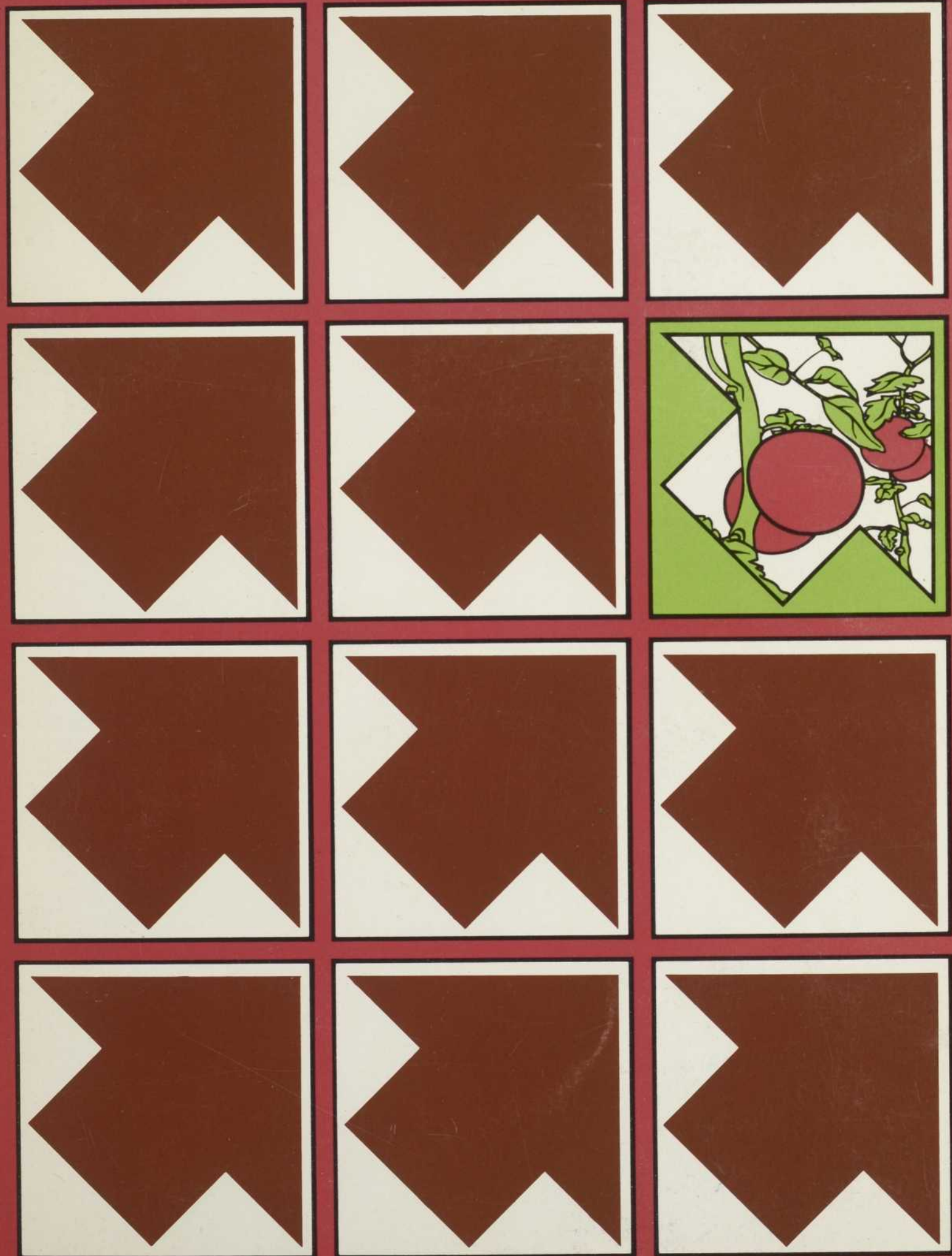
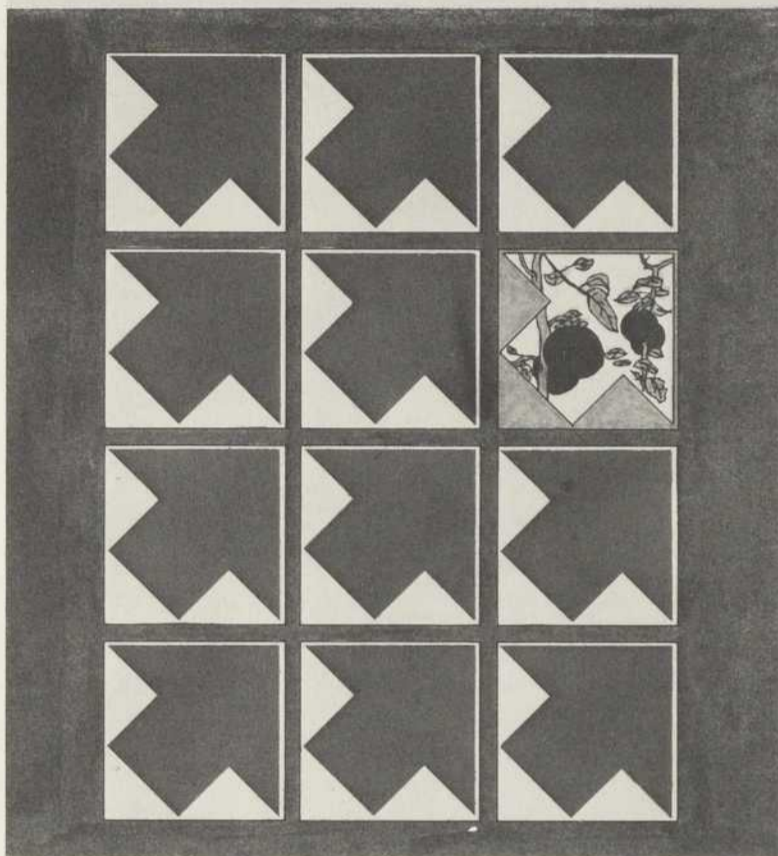


DES JARDINS





On reconnaît à la formule coopérative des applications de plus en plus nombreuses. Le graphiste Serge Perreault montre le développement de la formule coopérative dans de multiples secteurs, y compris celui de la culture des tomates en serre.

VOLUME 40 N° 2

LA REVUE DESJARDINS est l'organe officiel de La Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins, 150, avenue des Commandeurs, Lévis, Québec, Canada. Ce numéro est tiré à 20,000 exemplaires. Il est imprimé aux ateliers Charrier & Dugal (1965) Limitée. Le prix de l'abonnement annuel est de \$3.50. Affranchissement numéraire au tarif de la troisième classe, permis n° 110. Port payé à Québec.
ISSN 0035-2284

direction: Madeleine Joubert

responsable de la rédaction: Claude Moquin

rédacteur: Denise Boutin-Grégoire

maquettiste: Pierre Brousseau

DROITS ET RESPONSABILITÉS

Il n'existe aucun droit de reproduction ou de traduction pour les articles de cette Revue. Par ailleurs, les éditeurs vous seraient reconnaissants de bien vouloir identifier la source quand vous prendrez la liberté de nous reproduire.

Les opinions émises dans les articles publiés pour *La Revue Desjardins* n'engagent que la responsabilité de leur auteur.

DÉPÔTS LÉGAUX: Bibliothèque nationale du Québec, Montréal.
Bibliothèque nationale du Canada, Ottawa.

SOMMAIRE

La Coop Tomates de Manseau: une nouvelle application de la formule coopérative — *Denise Boutin-Grégoire*..... 3

ADMINISTRATION ET COOPÉRATION: genèse d'un nouveau cours — *Georges-Étienne Proulx*... 9

Le MARKETING vu par un profane — *Guy Hamel* 12

Congrès de l'Union régionale de Québec: « Le développement et l'intercoopération »..... 16

On n'a qu'une vie à vivre — *Normand Lemire*... 20

Un mini-congrès qui transformera les politiques de l'Union régionale de Joliette..... 23

Notre séjour dans le Mouvement des Caisses populaires Desjardins — *Lucrecia Fernandez et Bernardino Ortiz*..... 28

Congrès de l'Union régionale de Trois-Rivières: « L'intercoopération, c'est pour quand? »..... 33

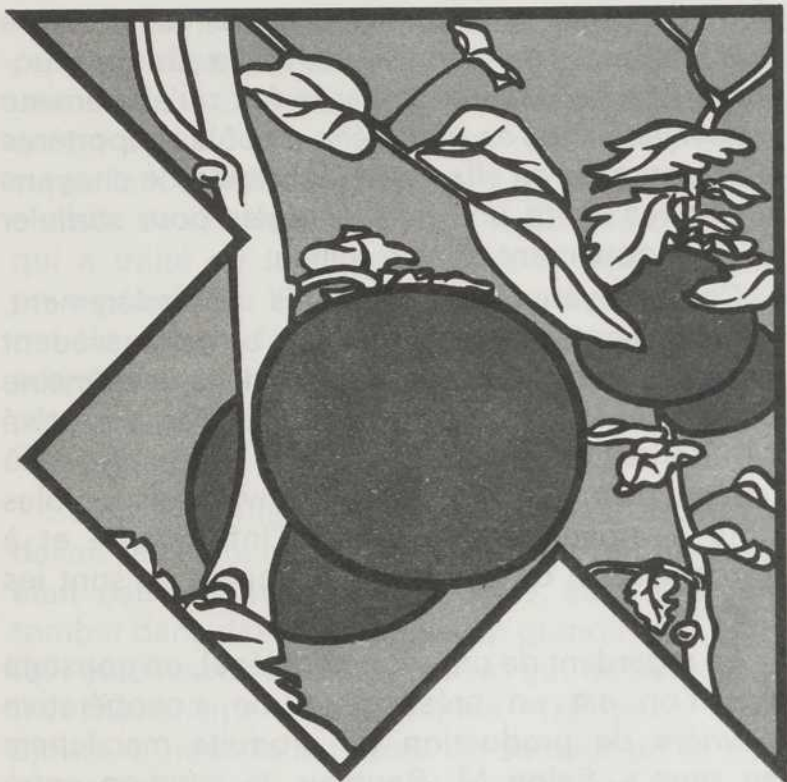
D'un opium à l'autre... une déshumanisation invisible — *Jacques Grand'Maison*..... 37

Un autre pays, d'autres problèmes..... 43

La Coop Tomates de Manseau:

Une nouvelle application de la formule coopérative

Denise Boutin-Grégoire



Depuis quelques temps, la « Coopérative ouvrière de production de produits maraîchers en serre de Manseau », mieux connue sous le nom de « Coop Tomates de Manseau », défraie les manchettes. Cette nouvelle application de la formule coopérative vise à faire participer la population de cette région, surtout les assistés sociaux, à la mise en valeur de son territoire et au relèvement de la situation socio-économique des citoyens.

Née d'un désir de la population de réaliser quelque chose de concret, la « Coop Tomates de Manseau » est le résultat du travail accompli par un comité de citoyens et un animateur social qui cherchaient un moyen de redonner une vie active à leur milieu. Le slogan employé par les promoteurs de la coopérative, « C'est pas avec Rockefeller qu'on va bâtir le Québec » illustre bien l'esprit qui anime les coopérateurs. Ces derniers tiennent à ce que l'avenir économique du Québec appartienne aux Québécois.

Manseau est un village situé au centre du triangle formé par les villes de Québec, Trois-Rivières et Victoriaville. Localisé à proximité de la route Transcanadienne, ce village fait partie du nouveau comté provincial de Lotbinière. Plus exactement, Manseau est un petit centre urbain érigé sur une plaine sablonneuse et humide dans le secteur ouest de ce comté.

Naissance du projet

D'abord, il faut replacer Manseau dans son contexte socio-économique. Selon une étude réalisée par monsieur Claude Bariteau, pour le compte du ministère des Institutions financières, compagnies et coopératives, la situation économique et sociale de la paroisse de Saint-Louis-de-Blandford se détériore graduellement comme celle des paroisses avoisinantes.

La paroisse de Saint-Louis-de-Blandford est formée de Manseau, la municipalité du village, et de Saint-Louis-de-Blandford, la municipalité rurale. « Seulement la moitié de la main-d'œuvre trouve un emploi régulier à l'intérieur de la paroisse dans l'industrie du bois, les ateliers de couture, l'industrie du transport, le commerce, les services, les entreprises artisanales et l'agriculture. »

En plus du ralentissement de son activité économique, a précisé l'auteur de l'étude intitulée *Défi coopératif et son cheminement. L'exemple de Manseau*, la paroisse de Saint-Louis-de-Blandford connaît, depuis quelques années, des saignées importantes de ses effectifs. « Plusieurs personnes devant l'absence d'emploi quittent le milieu et vont s'implanter à proximité de leur source de revenu. »

Suite aux recommandations d'un animateur communautaire, un comité de citoyens a vu le jour à Manseau durant l'année 1970 pour essayer de trouver des solutions aux problèmes de l'heure. Au tout début, nous a mentionné le responsable de la publicité pour la Coopérative de Manseau, M. Pierre Allard, il n'était pas question de coopérative de tomates, mais bien de trouver un moyen qui permettrait aux gens de poser des gestes plus concrets que, par exemple, lutter pour obtenir un Centre local de services communautaires (C.L.S.C.).

« C'est tranquillement qu'a germé l'idée de la création d'une coopérative et pas nécessairement une coopérative ouvrière de production. » Un fait cependant était indéniable : les gens intéressés à relever la situation économique de la paroisse de Saint-Louis-de-Blandford préféraient la formule coopérative à la formule capitaliste.

Le projet d'une coopérative maraîchère est issu de leur réflexion. La coopérative de Manseau n'est pas le projet d'une firme multinationale, d'un entrepreneur local, du rêve d'une élite, du fruit de la concertation d'une population qui

réagit face à des politiques gouvernementales ou qui cherche une solution à un problème créé par la fermeture d'une usine. Au contraire, ce projet constitue la réponse de citoyens ordinaires, ouvriers, cultivateurs, ménagères, artisans, qui prennent en main leur propre développement et qui utilisent les moyens à leur portée.

Par contre, a précisé M. Bariteau, à ses débuts, parce qu'elle était le fruit de l'effort déployé par des citoyens ordinaires, la Coopérative de Manseau faisait l'objet de beaucoup de réserve de la part de l'élite locale. « Ces derniers mettaient en doute sa viabilité, et sans chercher volontairement à la discréditer, manifestaient une certaine indifférence à son égard. » Cette attitude, explique-t-il, découle probablement de la position qu'occupent les promoteurs du projet dans la hiérarchie sociale de Manseau.

En outre, pour un bon nombre de citoyens ordinaires, elle est devenue un espoir important, une entreprise qui leur permettra de trouver un emploi. Cependant, a ajouté M. Allard, graduellement, vu les nombreux efforts déployés par les promoteurs pour informer toute la population, la coopérative est devenue un projet collectif auquel participe l'ensemble de la population.

Principales caractéristiques de la « Coop Tomates de Manseau »

La Coopérative de Manseau est une coopérative de production maraîchère qui utilise la culture en serre. Créée en mai 1973, elle véhicule une formule neuve tant par le domaine de sa produc-

tion (légumes en serres) que par sa structure économique (coopérative ouvrière de production). Elle se caractérise par le fait qu'elle émane d'un milieu situé en périphérie de pôles importants d'attraction et qu'elle est la réalisation de citoyens ordinaires ayant uni leurs énergies pour stimuler le développement de leur milieu.

Ces citoyens sont démunis financièrement, inexpérimentés dans la gestion et ne possèdent que des connaissances limitées dans le domaine de la production en serre. Tout au plus, a précisé M. Bariteau, ils sont motivés à redonner vie à leur milieu et à utiliser tous les moyens disponibles pour y arriver. Le recours à l'information et à l'organisation d'une corvée nationale en sont les preuves.

En regardant de près son nom légal, on constate que l'on est en présence d'une « coopérative ouvrière de production de produits maraîchers en serre ». Selon M. Bariteau, la jonction entre les termes « ouvriers », « produits maraîchers » et « en serre » reflète parfaitement les principaux traits occupationnels des membres.

« Tout se passe comme si cette coopérative était le fruit, au niveau de son projet d'ensemble, d'une symbiose entre les préoccupations propres à chacune des personnes qui en furent les promoteurs. Le terme « ouvriers » est à l'image des ouvriers-membres de la coopérative tandis que les termes « produits maraîchers » et « en serre » correspondent davantage aux intérêts des agriculteurs et des ménagères, la culture en serre se comparant quelque peu à l'activité agricole des femmes qui s'adonnaient à l'horticulture il y a quelques années au Québec. »



C'est en janvier 1973 que les promoteurs du projet ont rencontré un cultivateur qui possédait une serre. C'est à partir de ce moment-là qu'est partie l'idée. Après des recherches sur le sujet, le comité de citoyens a entendu un spécialiste de l'Université Laval, le Dr Marc Trudel, qui a traité de la tomate en serre. Par la suite, on a procédé à l'élaboration d'études sommaires qui s'avèrent fort intéressantes. L'originalité du projet tenait du fait qu'il s'agissait de l'une des premières expériences dans ce domaine au Québec.

Selon M. Allard, la population de Manseau devait se lancer dans un secteur où la technologie était peu coûteuse et disponible, sans toutefois tomber dans des projets de trop grande envergure tel l'établissement d'une aciérie qui demande des investissements considérables. De plus, a-t-il ajouté, il nous fallait aussi un secteur où le coût d'immobilisation par emploi était très bas afin d'être le moins dépendant possible des capitaux pour faire fonctionner la coopérative. On veut également essayer d'éliminer dans la mesure du possible le coût de production en tentant d'amoin-drir le profit sur la tomate.

Les promoteurs de la Coopérative de Manseau sont en pourparlers avec la Fédération des magasins Coop pour la mise en marché du produit. « Si nous réussissons à arriver à un point d'entente, a précisé M. Allard, la coopérative orientera sa publicité sur le fait que la Fédération des magasins Coopes est le seul distributeur de la tomate de Manseau et trouvera une formule pour dire aux gens qu'il n'y a pas de capitalistes qui prennent un profit exagéré sur le produit. »

De plus, en faisant affaires avec la Fédération, les promoteurs sont certains qu'en baissant le prix du produit, il y aura des répercussions directes sur le consommateur. Le publicitaire de la Coop Tomates de Manseau a cependant ajouté que malgré ceci le coût de la tomate sera assez élevé vu les coûts de production. « Quand les coûts de production seront réduits, nous réduirons le prix de la tomate et ceci aura des répercussions sur le marché. »

En mai 1973, c'est la création de la coopérative formée de quatorze membres sous la présidence de M. Dominique Lambert. C'est actuellement Mme Yolande Lavoie qui assume ce poste.

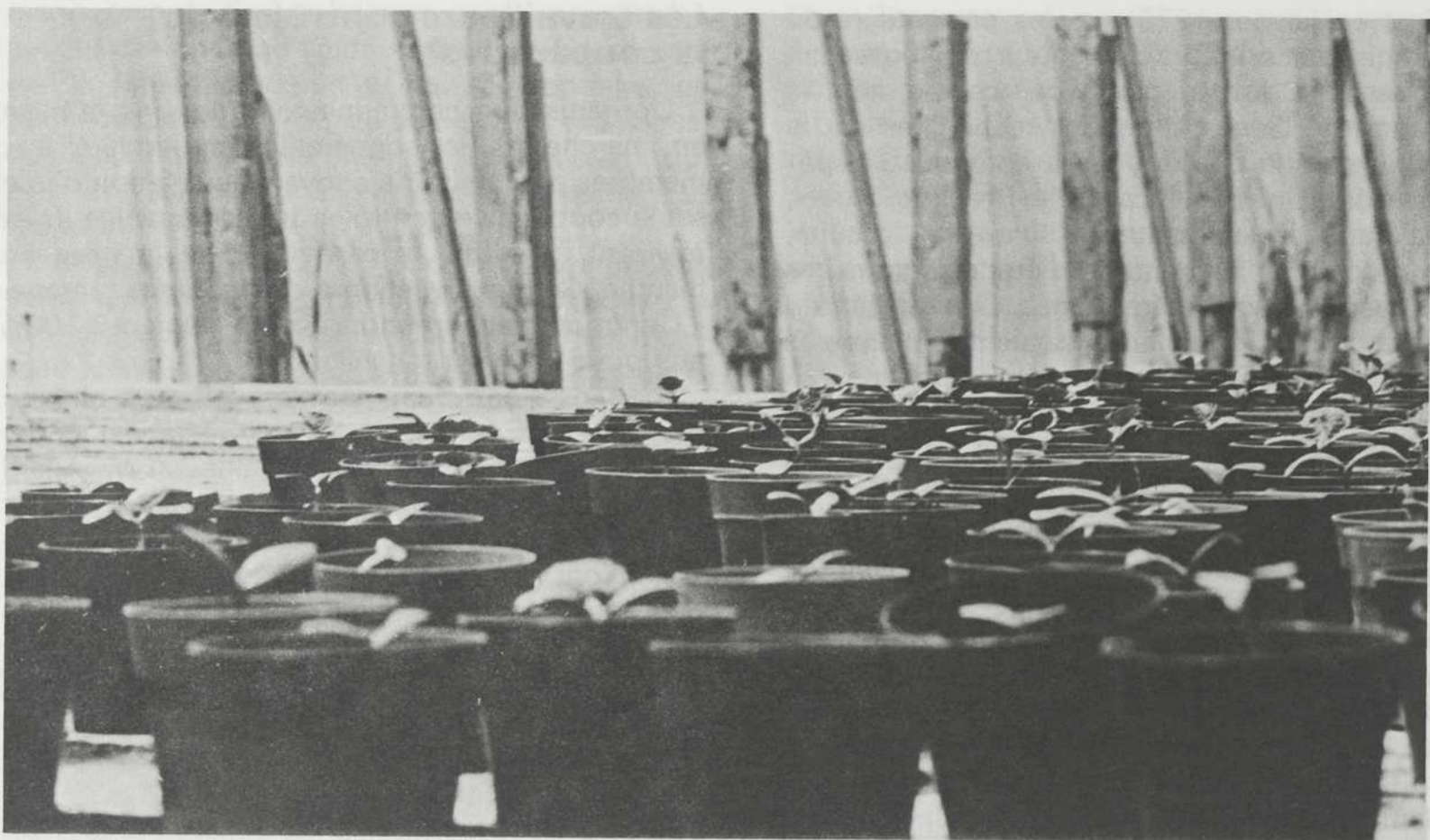
Les travailleurs contrôleront la coopérative

L'organisateur communautaire, lors de la mise en marche de la coopérative, a suggéré aux membres du comité de citoyens la création d'une seule coopérative contrôlée par les travailleurs et réalisant à la fois la production et la mise en marché. Cette suggestion a d'ailleurs été retenue. « L'entreprise appartiendra éventuellement à 100% aux ouvriers qui y travaillent. »

Il ressort donc clairement que le but, à plus ou moins longue échéance de la coopérative, est de la remettre aux mains des travailleurs. M. Allard a souligné que les membres auxiliaires, formés du public, des coopératives et des divers organismes, n'ont aucun droit, ne sont pas associés aux décisions, sauf dans deux cas bien précis, soit la



La gérante de la production de la Coop Tomates de Manseau, Mme Gisèle Dubois, à l'œuvre dans une des serres.



Les concombres en serre . . . en vente actuellement.

vente de la coopérative ou de sa fusion ou si l'on veut émettre une autre série de parts privilégiées, capital qui provient actuellement des travailleurs.

Les promoteurs de la Coopérative de Manseau ont l'intention de faire une campagne de recrutement de membres auxiliaires durant la saison estivale dans le but de ramasser les fonds nécessaires à la mise en marche d'un acre.

Le but à atteindre est un montant de \$170,000 pour défrayer le coût des opérations, soit \$80,000 en immobilisations pour la serre, \$20,000 en équipement supplémentaire, \$40,000 en capital de roulement et \$30,000 pour la formation technique, administrative et socio-politique des membres-travailleurs de 1974-75.

La coopérative, a souligné le publicitaire de la Coop Tomates de Manseau, tient à se bâtir un capital de roulement élevé afin d'éviter d'être aux prises avec des problèmes financiers à court terme à cause du revenu qui n'est que bi-annuel.

Le financement peut se diviser en quatre volets. Il y a tout d'abord le financement assuré par les coopérateurs qui comprend la participation des membres-travailleurs et celle de la population de Manseau. « À date, les coopérateurs ont investi

\$10,000 et les promoteurs demandent une participation collective des habitants de Manseau de l'ordre de \$5,000.

Le deuxième volet est la participation du gouvernement. « Cette année, a affirmé M. Allard, la Coopérative de Manseau ira chercher le maximum de subventions parce qu'elle possède des arguments assez frappants ». Un dossier très sérieux a été monté comprenant une étude de rentabilité et des plans exécutés par un ingénieur. C'est avec ce bagage que les promoteurs ont l'intention de se présenter devant le ministre de l'Agriculture et devant l'organisme, « Opération-Placement des assistés sociaux ». « La coopérative s'attend à recevoir environ \$122,000 du gouvernement pour financer les opérations, \$30,000 en support pour défrayer le coût des salaires et \$92,000 pour les immobilisations et le coût des salaires. »

Le troisième volet comprend la participation des coopératives financières. Trouvant cependant que « dans le fond, la coopérative de Manseau n'en aurait presque pas besoin », M. Allard estime qu'il est important dans le contexte qu'elles contribuent à un montant d'environ \$20,000.

Georges Étienne Frenette, maître
Vice-recteur du Collège de Lével

Le dernier volet est la participation du public en général, participation qui est jugée la plus importante même si c'est à ce niveau que les promoteurs ont l'intention d'aller chercher le moins d'argent possible. Selon M. Allard, la Coopérative de Manseau a une vocation-image au Québec. « Il ne faut pas qu'elle tombe puisque dans le domaine du développement de la coopération ouvrière, elle détient le leadership, peut-être malgré elle, à cause de son action éclatante. »

Pour revenir à la participation des travailleurs, il faut mentionner qu'actuellement, aucun salaire n'a été payé directement. « Les employés travaillent à temps partiel et investissent dans la coopérative les argents qu'ils seraient en droit de percevoir. Le tout est capitalisé en parts privilégiées au nom du travailleur.

Par contre, dès cet été, avec le plan d'un acre (289 pieds par 155 pieds) sous serres jumelées en bois, il y aura embauche de quatre ou cinq employés au niveau de la construction et sept employés cet automne pour la production de tomates. Il est aussi de l'intention des promoteurs de construire deux autres serres pour l'été 1975. Entre-temps, ils verront à la formation de personnel qualifié qui pourra prendre en main le fonctionnement des serres. Pour en arriver là, de préciser M. Allard, la coopérative a besoin de l'aide gouvernementale.

Il faut par contre mentionner que cette formation est déjà commencée au niveau des membres-fondateurs, car la coopérative a été mise en opération avec des gens qui n'étaient pas des administrateurs ni des producteurs de tomates. « À date, a poursuivi le publicitaire, on a formé pendant une année ces personnes et les résultats sont extraordinaires. »

La mise en opérations

Les premières opérations d'une coopérative sont réalisées habituellement en fonction du programme de travail accepté lors de l'assemblée d'organisation. Ce programme modifie toujours quelque peu le projet initial. « Dans le cas de Manseau, a précisé M. Bariteau, ce programme prévoyait la construction de vingt serres en 1973, une trentaine en 1974 tandis qu'en 1975, la construction de cinquante autres serres était envisagée. »

La réalisation de la première phase devait se concrétiser par une corvée nationale sous la direction des deux organisateurs communautaires et d'un responsable de l'information.

« À la fin de 1973, a ajouté l'auteur de l'étude, le résultat des premières opérations est apparu nettement inférieur aux attentes. » Cinq serres avaient été construites dont deux totalement aménagées. « À la suite de vandalisme, la récolte d'automne de ces deux serres a été irrémédiablement perdue. De plus, ces deux serres ont été gravement endommagées lors d'une tempête de verglas à la fin de décembre dernier. » Malgré tout, la coopérative était en possession d'un actif d'environ \$28,000.

Compte tenu des imprévus qu'entraînent le recours à une corvée nationale, l'absence d'un plan d'aménagement, les limites dans la disponibilité des membres, l'imprécision dans la définition des tâches du conseil d'administration et des responsables de la première phase, etc., ces résultats demeurent surprenants, selon M. Bariteau, même si en apparence, ils paraissent négatifs.

Prenons par exemple la mise sur pied d'une corvée nationale. « La corvée nationale a eu des effets positifs puisque plus de 900 personnes provenant des diverses régions du Québec ont répondu à l'appel et grâce à leur apport en travail, elles ont aidé à la préparation du sol, à la fabrication de serres, à leur montage et à leur recouvrement. » « La venue de travailleurs bénévoles a aussi permis l'établissement d'échanges cordiaux et de liens de solidarité entre ces derniers et les coopérateurs de Manseau. »

Par cette première expérience, les coopérateurs ont pu découvrir les points faibles de leur organisation par rapport à l'ampleur des réalisations qu'ils prévoyaient.

Difficultés rencontrées

Enfin, M. Bariteau conclut dans son rapport que les démarches effectuées par les promoteurs de la *Coopérative ouvrière de production de produits maraîchers en serre de Manseau* ont fait ressortir quelques-unes des principales difficultés que rencontrent quotidiennement la majorité des coopératives nouvelles qui cherchent à s'implanter. « Nous avons été à même de cons-



À part la culture de la tomate en serre, la Coopérative de Manseau se lance également dans la culture de la pomme de terre, de la salade et des petites fèves. Sur la vignette, le coin réservé aux petites fèves.

tater que les promoteurs, foncièrement motivés, sont souvent inexpérimentés, financièrement démunis et inhabitués à gérer une entreprise et que l'aide financière qu'ils espèrent leur est remise selon le bon vouloir des « donateurs » . . .

Puisque la Coopérative n'est pas une entreprise capitaliste et qu'elle émane habituellement de milieux populaires, a poursuivi M. Bariteau, leur fournir des outils appropriés, c'est en quelque sorte leur permettre d'éviter un échec et les aider à promouvoir la formule coopérative.

En l'absence d'organisme spécialement conçu pour leur venir en aide, les promoteurs de la Coopérative de Manseau tentent présentement de pallier aux difficultés qu'ils rencontrent en faisant appel à une stratégie basée à la fois sur la mobilisation collective et la démonstration du sérieux du projet.

Selon M. Bariteau, le cheminement que réalisent les coopérateurs de Manseau en l'absence d'un service pouvant leur venir en aide constitue d'une certaine façon un embryon de solution. « Cet embryon est cependant très exigeant, car les coopérateurs doivent trouver ici et là divers outils dont ils ont besoin, convaincre un nombre considérable de personnes et d'organismes, demeurer dépendant de la bonne volonté de chacun et attendre leur rapport sachant pertinemment qu'ils devront en faire la coordination. »

Par contre, a poursuivi M. Bariteau, il est facile de présumer que la Coopérative de Manseau ne pourra pas y échapper tant et aussi longtemps que le système capitaliste demeurera dominant et orientera l'économie québécoise. « Les coopératives doivent être conscientes de ce dilemme afin qu'elles ne cherchent pas uniquement à tirer profit d'un système donné en valorisant la propriété locale mais tentent plutôt de le modifier fondamentalement. »

L'expansion

Même si la Coopérative de Manseau fait face à de nombreuses difficultés, les promoteurs mettent tout de même à l'avant plusieurs projets d'expansion fort intéressants. Mentionnons entre autre, l'accroissement des plants qui passeraient de 1,500 à 12,500 et la mise en marché de 125,000 livres de tomates en serre grâce à la construction d'une serre géante. Pour réaliser ces projets, les promoteurs comptent sur l'aide gouvernementale qui défraierait les deux tiers du coût total de \$140,000 et \$30,000 pour la formation de quatre travailleurs.

Dès maintenant, les promoteurs de la coopérative cultivent la pomme de terre, la salade, les petites fèves et du concombre en serre.

Administration et Coopération

(Genèse d'un nouveau cours)

Georges-Étienne Proulx, prêtre
Vice-recteur du Collège de Lévis

En septembre 1972, le Collège de Lévis accueillait des étudiants et étudiantes qui avaient choisi une option nouvelle (et même exclusive) à cette institution, soit le cours « Administration et coopération ».

C'est donc une histoire toute récente, mais une histoire qui s'enracine loin dans le passé.

Histoire récente, parce que ce cours en Administration et coopération était offert pour la première fois en 1972; racines lointaines, parce que, depuis toujours, des liens très forts ont existé entre le Collège de Lévis et les Caisses populaires Desjardins.

Racines lointaines

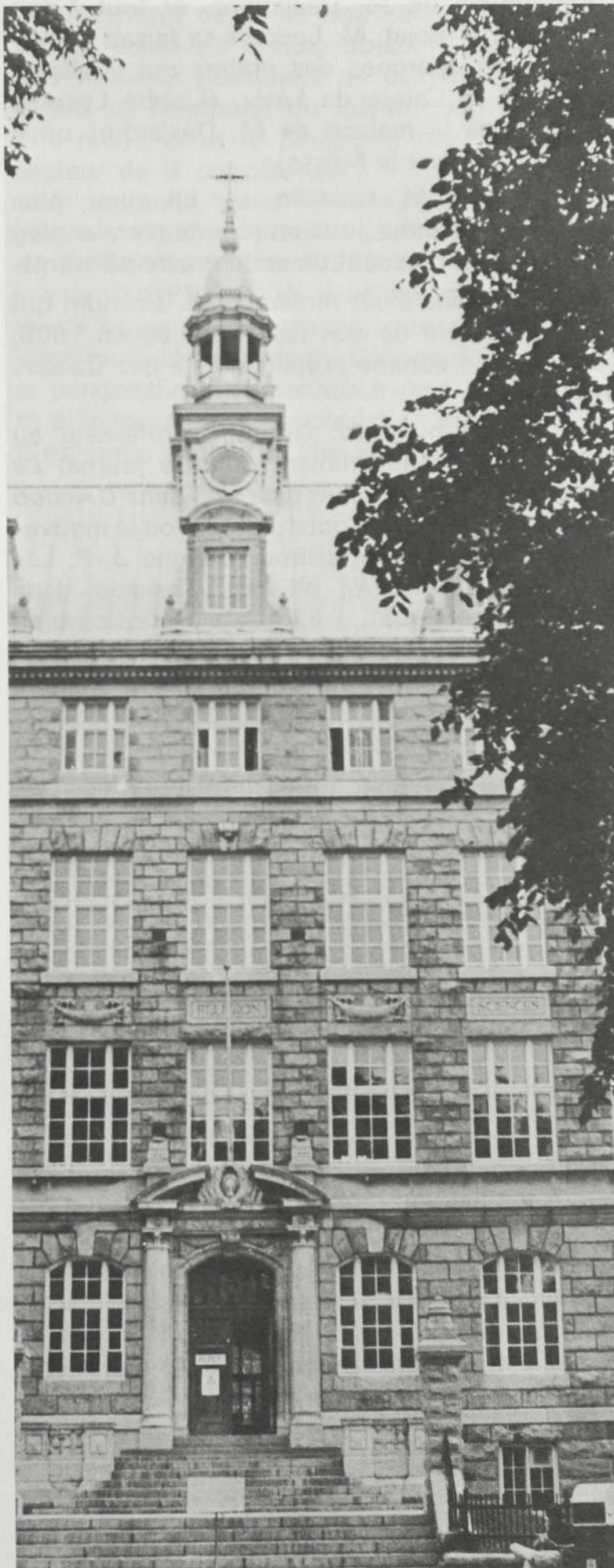
On sait peut-être que Monsieur Alphonse Desjardins a été professeur de sténographie au Collège de Lévis et qu'il s'y fit de bons amis. Lorsqu'il fonda en 1900 la première Caisse populaire il trouva au Collège des appuis moraux importants: M. l'abbé Joseph Hallé, plus tard évêque de Hearst, qui traduit sa correspondance avec les coopérateurs italiens, tel Luzzati; tel autre professeur donne à Alphonse Desjardins des cours de philosophie sociale, . . . et que d'appuis discrets, restés inconnus, il a reçus des prêtres du Collège.

Concrètement, lors de la fondation de la première Caisse, à Lévis, seize prêtres du Collège souscrivent 27 parts (\$5.00 chacune) et le Collège lui-même souscrit dix parts sociales.

Si on songe que le prêtre œuvrant au Collège à cette époque gagne \$50.00 par an, et que le procureur doit parfois retarder le paiement de cette somme, faute d'argent . . ., on peut dire que l'effort était grand et que l'on croyait à l'œuvre entreprise.

J'ai sous les yeux le carnet de Caisse de M. le Chanoine Philibert Grondin, qui, à partir de son Ordination, commence à déposer à la Caisse populaire de Lévis où il souscrit ses deux premières parts sociales le 13 septembre 1906 (L'enregistrement porte la signature d'Alphonse Desjardins).

Plus loin, dans le même carnet de Caisse, en juin 1909, cinq parts sociales sont souscrites par l'abbé Grondin et c'est la signature de l'abbé Irénée Lecours qui apparaît à titre de « percepteur ».



Ami intime de M. Desjardins, et tout à fait acquis à son projet, M. Lecours se faisait le percepteur des épargnes des prêtres qui voulaient déposer à la Caisse de Lévis. (L'abbé Lecours mourra dans la maison de M. Desjardins où il venait de célébrer la Messe).

Revenons à M. Grondin, car lui aussi, plus encore que d'autres, joua un rôle de premier plan dans le développement de cette œuvre naissante.

M. Desjardins avait remarqué M. Grondin qui était le confrère de son fils Raoul et, en 1906, il se l'attache comme propagandiste des Caisses populaires.

Dès ce moment, M. Grondin, professeur au Collège, écrit régulièrement dans le journal *La Vérité* de J.-P. Tardivel et plus tard dans *L'Action catholique* des articles pour promouvoir le mouvement des Caisses populaires (Il signe J.-P. Lefranc dans *La Vérité* et Louis Arneau dans *L'Action catholique*). Toute sa vie il continuera cette précieuse collaboration. Fait à signaler, c'est alors Cyrille Vaillancourt, étudiant au Collège, qui, chaque semaine, porte au journal le billet de M. l'abbé Grondin.

Pendant longtemps aussi, les assemblées annuelles des C.P. se tiennent au Collège de Lévis où on entendra chaque fois la formule de M. Desjardins: « on n'a pas perdu un seul sou ».

Et voilà pour le passé lointain des relations entre les Caisses populaires et le Collège de Lévis, relations dont le souvenir est resté vivace et qui faisaient dire à M. René Croteau, directeur général actuel de la Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins, que sans le Collège de Lévis, les Caisses populaires n'existeraient pas. C'est ce qui explique aussi que depuis les débuts, la Caisse de Lévis a toujours compté, parmi ses administrateurs, au moins un prêtre du Collège. Voilà pour le passé « lointain ».

Je m'en voudrais cependant de ne pas mentionner ici qu'il existe depuis 1944 une caisse populaire au Collège de Lévis, l'une des rares caisses qui ait survécu en milieu étudiant, et que son actif en 1973 s'établissait à plus de \$600 000.

Cette présence au Collège d'une caisse florissante a contribué largement à maintenir les liens avec le Mouvement Desjardins et à faire du Collège de Lévis un terrain propice à l'implantation d'un cours en coopération.

Histoire récente

On peut dire que l'histoire récente des cours de « Coopération et Administration » commence par un deuil, vivement ressenti au sein du Mouvement Desjardins et au Collège de Lévis. En effet, le 30 octobre 1969, M. Cyrille Vaillancourt, depuis des années l'ami du Mouvement des Caisses populaires et ancien élève du Collège décédait, à Lévis.

M. Vaillancourt avait demandé que, au lieu d'envoyer des fleurs, ses amis donnent de l'argent au Collège de Lévis pour y fonder une bourse « en faveur de l'élève qui a le plus fait pour ses confrères au point de vue social ».

Cette bourse, \$75.00, est accordée chaque année depuis 1970 à un étudiant finissant du Cours Secondaire.

À la suite de ce geste très significatif, l'Union régionale de Québec songe à augmenter la somme déjà acquise en vue de créer un fonds de bourse qui pourrait s'accroître d'année en année avec la collaboration des caisses de l'Union de Québec.

Je me souviens de la rencontre que j'eus alors, un soir, avec M. René Croteau, le directeur général de l'Union à ce moment; après une heure de discussion sur les bourses, en compagnie du procureur, l'abbé Arthur Turgeon, je me permis de poser à M. Croteau une question qui me préoccupait depuis quelques années, soit la possibilité d'une collaboration plus poussée entre le Collège et les Caisses populaires spécialement au plan de l'Éducation.

La réaction de M. Croteau fut non seulement positive mais, je peux le dire, enthousiaste. Nous nous sommes quittés ce soir-là résolus à poursuivre notre exploration dans cette direction, mais déjà le projet d'instaurer un cours portant sur la coopération était lancé.

À la suite de cette rencontre, deux professeurs MM. Renaud Bernardin et Marcel Guimond préparèrent, à ma demande, un premier rapport sur le sujet.

Malheureusement, d'autres préoccupations plus immédiates réclamèrent notre attention et retardèrent la suite de l'étude. C'est à l'automne de 1971 qu'on se mit à l'œuvre et qu'un comité formé de professeurs et de deux représentants de l'U.R. de Québec des C.P. fut formé pour préparer le projet.

Guy Hamel
Vice-président exécutif
Le Groupe La Laurentienne

En janvier 1972, M. Marcel Guimond est libéré de son enseignement et consacre tout son temps à la préparation des documents de travail et à diverses consultations.

Il faut dire que sept projets successifs virent le jour durant ces quelques mois et que le comité reçut l'aide précieuse de M. Paul-Émile Gingras et Philippe Gariépy du service de Recherche de l'Association des Collèges du Québec.

Enfin, en avril 1972, accompagné de M. René Croteau, je déposais le projet au bureau du Directeur de l'Enseignement privé, le P. Gaston Bibeau. Après quelques retouches exigées par la Direction générale de l'enseignement collégial, le programme était accepté.

En septembre 1972, malgré le temps très limité pour faire connaître ce programme, vingt-six étudiants s'y inscrivirent.

En mettant ce cours nouveau sur pied, nous avons réalisé un double objectif; d'abord offrir une nouvelle possibilité de carrière à nos étudiants et, collaborer du même coup à préparer une relève pour le personnel œuvrant dans le secteur de la coopération.

Je reprends, pour terminer, une phrase que j'écrivais dans un communiqué aux professeurs du Collège, le 13 mars 1972:

« La COOPÉRATION peut devenir, par le biais de ce nouveau programme, une caractéristique importante et originale du Collège de Lévis, dans la perspective d'un service à rendre à la région et à l'ensemble de la population du Québec ». C'est notre souhait le plus cher.



Le Marketing vu par un profane

Guy Hamel
Vice-président exécutif
Le Groupe La Laurentienne

N.D.L.R. — *Le vice-président exécutif et directeur général du groupe financier La Laurentienne, monsieur Guy Hamel, a prononcé la causerie suivante devant les membres du Chapitre de Québec de l'American Marketing Association. Monsieur Hamel aborde ce sujet dans des termes simples et clairs qui apportent un éclairage supplémentaire sur ce sujet d'intérêt particulier pour chaque entreprise.*

Marketing: le mot

Dans le vocabulaire des chefs d'entreprise, « Marketing » est un mot à la mode. Il est devenu un outil du langage d'affaires à un point tel qu'une fois de plus, il nous a fallu crânement devancer notre langue et baptiser d'un vocable étranger un concept pour lequel le français ne nous donne pas d'équivalent valable: MARKETING.

Cela ne doit pas choquer. Le français a les défauts de ses qualités: sa lenteur à suivre l'évolution technique est notoire. À nous de ne pas entraver pour autant notre progrès. Encore faut-il ne pas se laisser méduser par le tintement exotique du mot et passer à côté de l'esprit de la lettre.

Marketing: Communication

Il faut avoir à l'égard du marketing et de sa signification fondamentale le souci de la vérité. Loin de moi provient l'idée de contester au marketing son droit à l'existence. Au contraire, il est absolument nécessaire à la vie sociale moderne. Dans notre société fortement industrialisée et urbanisée, donc réunie en vastes agglomérations trop dépersonnalisées, il se doit d'être un élément d'ordre, de discipline sans lequel le chaos économique serait une menace effarante pour un pays, pour ses institutions et, en définitive, pour sa population.

À mes yeux, un bon marketing résulte d'une COMMUNICATION BILATÉRALE entre, d'une part le producteur et, d'autre part le consommateur, à condition que ce processus économique soit orienté vers une fin: mieux servir les consommateurs, et non pas vers un DÉBUT; mieux servir les producteurs.

... historiquement

Quand la vie sociale se menait à la dimension du village, le consommateur d'alors qui avait besoin, par exemple, d'un article de ferronnerie conforme à son besoin spécifique, se rendait

à la boutique de forge et exprimait son besoin. Le maître forgeron l'écoutait, l'aidait s'il le fallait à déterminer ce dont il avait exactement besoin, informait son client des possibilités qui lui étaient offertes. La communication était établie dans les deux sens; le service était rendu dans la mesure du possible, moyennant une entente quant au coût. Et, si quelque chose n'allait pas à l'usage, l'utilisateur du service revenait au producteur, cernait de plus près son besoin, donnait ses vues quant à ce qui n'allait pas... Bref, le processus de communication se poursuivait et le producteur s'ajustait au besoin, non sans apporter le fruit de ses connaissances techniques au développement de la cause: une réponse de plus en plus conforme au besoin de son client.

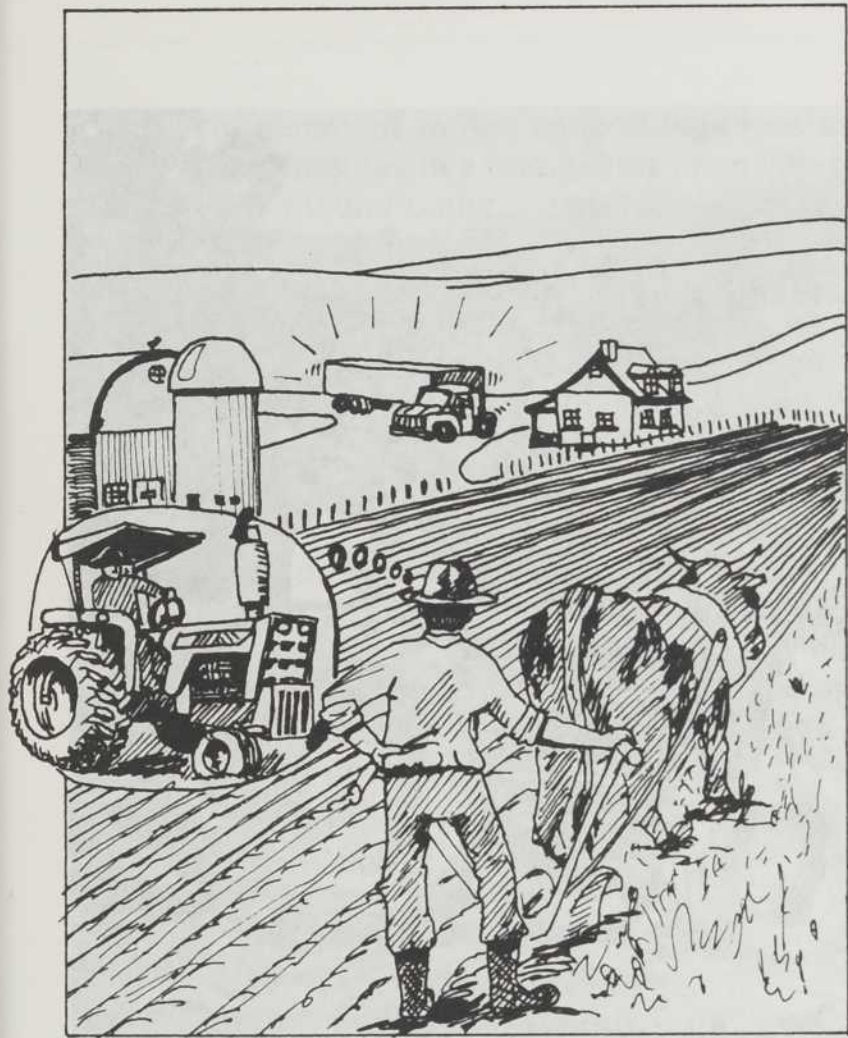
Au surplus, l'artisan spécialisé nourrissait sa créativité à la faveur de la connaissance et l'évolution des besoins et pouvait, à un moment donné, mettre au point un outil qui faisait faire d'emblée un saut marquant au progrès.

Je pense ici à un maître de forge et d'établi d'une de nos campagnes québécoises qui, jadis, après avoir longtemps réparé les presses à foin mues par l'énergie animale, avait conçu et réalisé, avec les moyens du bord, une presse à vapeur communautaire. Il avait fait avancer les progrès de son patelin...

... de nos jours

Tout ceci pour vous dire le plus concrètement possible que, selon moi, le marketing est né avec le temps et l'expansion industrielle, de la difficulté entre producteurs et consommateurs de communiquer efficacement, aller et retour et constamment.

Le marketing est né de la distance entre producteurs et consommateurs, entre concepteurs et utilisateurs d'un produit. Pour référer brièvement à notre exemple, l'ingénieur de quelque industrie de machinerie agricole, quelque part sur le continent est bien éloigné de ceux pour qui, finalement, il travaille. Il a donc fallu progressivement organiser l'aller et le retour de la communication entre eux. C'est le rôle du marketing.



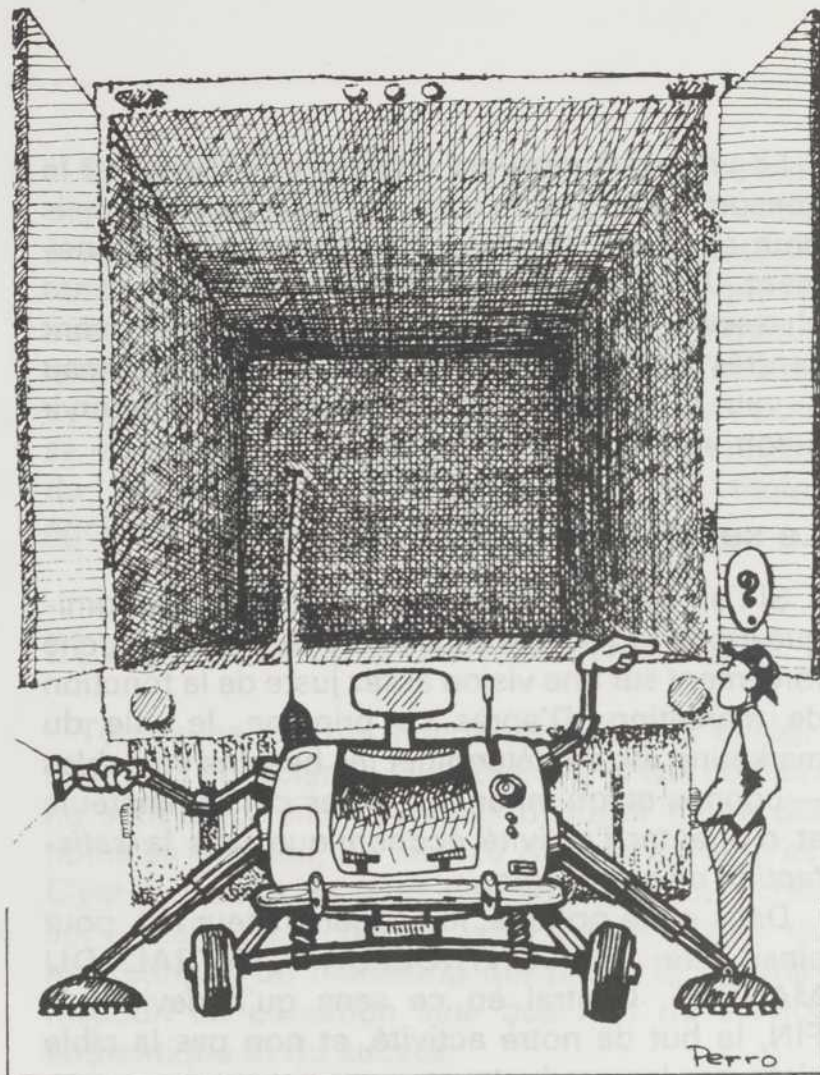
Tout le monde aspire à améliorer ses conditions de travail. Cependant.....les façons de

D'autre part, la production à l'échelle industrielle, contrairement à la production artisanale, suppose que l'on sert une multitude d'utilisateurs qui ont en commun des besoins analogues certes, mais qui ont aussi, en particulier, des besoins différents. Uniformiser le besoin risque d'amener des insatisfactions, des malaises, des critiques et finalement un certain insuccès. Un bon marketing vise à réduire au minimum ces cas d'espèce.

C'est par la communication dans les deux sens — à l'aller et au retour — que le producteur peut ajuster son service au besoin. Dans cette optique, le marketing apparaît comme l'organisation de cette communication objective et honnête, centrée sur les besoins.

Communication bilatérale

Idéalement, un bon marketing devrait mettre à contribution la matière grise de toute une collectivité en canalisant les données de la recherche pratique que les individus poursuivent quotidiennement pour résoudre leurs problèmes, ou tout au moins les définir.



formuler nos demandes peuvent mettre en évidence le problème de la bonne communication.

Il faut bien garder en tête que le consommateur — c'est-à-dire vous et moi, et tous les autres pris individuellement — est un être pensant, un être en évolution qui essaie véritablement de résoudre ses problèmes de consommation de biens divers.

Une entreprise, quelle que soit sa taille et son importance, ne peut donc déceimment faire fi de ces données de base et décider UNILATÉRALEMENT des solutions.

C'est là, bien souvent, qu'achoppe en pratique le marketing. Beaucoup s'accordent à reconnaître qu'on doit comprendre le consommateur, découvrir et pressentir ses besoins. Combien le font dans le but conscient ou inconscient (et toujours inavoué, parce qu'inavouable) de trouver la meilleure manière de l'atteindre afin — n'ayons pas peur des mots — de le manipuler? *i.e.* d'en arriver à tout prix à lui vendre?

On trouve commode de se cacher derrière les mots. On veut connaître le consommateur et on prône une approche cible mais trop souvent pour capturer la proie pour soi, non pour servir ses besoins.

Ray Hermal
Vice-président adjoint
du Groupe La Laurentienne

Le vrai marketing est à l'affût pour observer le consommateur, non pour en faire sa proie mais pour améliorer sa vie et bonifier son environnement. La différence entre un Cousteau et un chasseur sous-marin, quoi! L'un et l'autre sont centrés sur la vie sous-marine. L'un — Cousteau — veut la servir. L'autre — le chasseur — l'asservir à son intérêt.

Le service au consommateur

Si l'on admet que le rôle du système économique est de SERVIR le consommateur, on débouche forcément sur une vision assez juste de la fonction de marketing. D'après ce principe, le rôle du marketing est de déterminer les besoins véritables — connus et/ou inconnus — des consommateurs et d'orienter l'activité économique vers la *satisfaction* de ces besoins.

Dans cette optique, le consommateur est, pour ainsi dire, le **CONTRÔLEUR CENTRAL DU MARCHÉ**. Central en ce sens qu'il devient la **FIN**, le but de notre activité, et non pas la cible visée par les producteurs.

... et le profit

Une entreprise n'est pas une organisation philanthropique. Il faut vivre, survivre et progresser. Il nous faut réaliser un profit, étant moi-même engagé à la direction d'une entreprise qui, loin de dédaigner le profit, le juge vital pour son expansion qualitative et quantitative, dans et par le service.

Le profit perd sa légitimité, à mon sens, s'il devient le but du système, le but d'une entreprise. Car, à ce moment-là, le producteur devient la fin du processus, non le début et de là à faire du consommateur une proie, une victime, il n'y a qu'un pas.

Si, par contre, le profit est un **ROUAGE** du système, un **ROUAGE** de l'entreprise, il est tout à fait légitime. Il est le résultat d'une saine administration dans un circuit de service rendu et reçu, pour lequel l'utilisateur doit payer un prix équitable.

Au plan de la communication entre le producteur, au début du processus, et le consommateur, à la fin, il y a le **ROUAGE**, c'est-à-dire la **PARTIE** essentielle d'un tout, sans lequel ce tout ne fonctionne pas.



Le profit n'est pas le but. Il doit être le **ROUAGE** de la machine économique (prise dans son tout ou dans ses composantes). Il doit être le **ROUAGE**, de la machine économique orientée vers un but : la **SATISFACTION DU CONSOMMATEUR**. C'est vers là que doit tendre en principe et en pratique le processus de gestion dans son ensemble.

... et l'investissement en marketing

Comment fait-on du marketing dans le concret de l'administration? On a beau vouloir... Le peut-on? Quel investissement cela implique-t-il?

Ce à quoi je suis tenté de répondre que ce n'est pas d'abord une question d'investissement mais de survie et de progrès. Que d'entreprises jadis florissantes n'a-t-on pas vues périr et finalement disparaître, pour avoir perdu le contact — la communication — avec les besoins réels d'une population en évolution? D'autres leur ont damé le pion et se sont taillé une place au soleil, parce qu'ils avaient senti venir le vent... parce qu'ils étaient arrivés à temps pour répondre à un besoin.

Il y a évidemment toutes les contingences et toutes les contraintes des possibilités financières. Il est certain qu'une petite entreprise n'a pas les moyens de payer le prix d'enquêtes scientifiques sur les besoins des consommateurs. Par contre, comme elle est relativement près de sa clientèle (ce qui est à peu près notre cas à tous) la communication est beaucoup plus facile à établir et à maintenir.

Beaucoup plus, en tous cas, que pour une entreprise servant des Québécois et opérant de New-York ou de Toronto. À partir d'un désir réel d'être un agent dynamique dans cette communication, les entreprises de chez nous peuvent mettre à contribution toutes les données internes disponibles pour s'évaluer vis-à-vis le consommateur. C'est l'un des grands avantages d'une force de vente personnalisés comme celles qui caractérisent la plupart de nos entreprises. La mettons-nous au service du Marketing?

D'autre part, au-delà de cette connaissance empirique, a-t-on idée de la masse de statistiques déjà disponibles et qu'il nous suffirait de découvrir pour porter un regard neuf sur nos perspectives d'avenir dans nos secteurs respectifs. Faisons-nous seulement l'effort de chercher, l'effort de penser?

. . . et l'engagement économique des chefs d'entreprise

Pour faire du marketing, il faut d'abord *vouloir* cette COMMUNICATION BILATÉRALE dont je vous entretenais plus tôt. Il faut en outre vouloir être en état de SERVICE, de disponibilité, d'ouverture d'esprit. Il faut être en état de MOBILITÉ et souple dans le changement puisque le consommateur est un être pensant qui évolue.

En résumé, je pense qu'il faut être VRAI dans son engagement économique. La vérité plénière du marketing, en fin de compte, c'est sa vérité sociale et c'est finalement dans la mesure où il tend à rétablir cette COMMUNICATION, jadis spontanée et aujourd'hui, plus sophistiquée, entre producteur et consommateur, qu'il conquiert ses titres de noblesse et peut prétendre améliorer la qualité de la vie et le bien-être des hommes. Tout cela, il va sans dire, sans se contenter de se gargariser de mots.

On a beau dire et beau faire, il faut en revenir aux données fondamentales quand on cherche à se situer et à s'évaluer dans la complexité du monde d'aujourd'hui. C'est l'approche que je considère « profane » et qui aide chacun à quitter quelques instants sa carapace d'homme d'affaires « poigné » dans les impératifs du quotidien pour se jauger à nu dans les faits et l'action, en regard de ses aspirations fondamentales les moins égoïstes et les moins intéressées.

Et . . . notre conscience d'hommes

Toutes les lois du monde ne sauraient enrégimenter la conscience des hommes, si ces derniers ne sont sincèrement animés du désir d'être des hommes de bien, au service de leur collectivité. C'est à chacun de nous de relever, chacun chez soi — mais non chacun pour soi — le défi du marketing, d'un marketing qui prône la communication en condition *sine qua non* du service authentique et du succès.

Et ce qui me plaît particulièrement dans cette approche, c'est que vu sous cet angle, l'engagement à servir dans et par l'économie des affaires vaut tout autre engagement, moins terre à terre en apparence. Car une telle activité s'inscrit en vrai dans la ligne des comportements qui permettent à un homme de se tenir debout, face à lui-même et face à autrui.

Congrès de l'Union régionale de Québec : "Le développement et l'intercoopération"



Deux cents cinquante caisses populaires, affiliées à l'Union régionale de Québec, étaient représentées par 2,200 délégués au Congrès 1973, qui s'est tenu il y a quelques mois. Les femmes représentaient 36% de l'assistance.

Les participants ont travaillé sept sujets. La synthèse a été transmise par le notaire Georges-Octave Langlois, vice-président de l'Union régionale de Québec.

L'uniformisation des services

Les congressistes, dans une proportion de 80% croient que les membres s'identifient davantage au Mouvement des Caisses populaires Desjardins qu'à une caisse populaire en particulier. Ils sont favorables à l'idée que l'Union régionale de Québec accentue ses politiques d'uniformisation concernant les taux d'intérêt et les services financiers en général. Ils insistent pour que l'Union régionale propose des solutions à ce problème. La formule la plus retenue semble celle des protocoles d'entente par région. 77% des participants sont de cette opinion. 85% des délégués sont favorables à des « mécanismes de péréquation qui permettront de donner un sens plus efficace à l'égalité et au respect de la personne dont se réclament les caisses populaires ».

La communication

Tous considèrent la publicité comme un phénomène très important dans les caisses populaires; ils demandent une utilisation maximum des mass media et notent aussi l'importance et la nécessité d'utiliser le matériel et le potentiel humain de la Fédération et de l'union régionale.

La tendance est générale: les délégués désirent une publicité uniforme inspirée des programmes de l'union régionale où l'on tienne compte des idées émises par les Comités des gérants pour respecter les besoins de chaque milieu et mieux utiliser les ressources en place. Quant au coût global de la publicité, on suggère de le répartir au prorata de l'actif des caisses populaires. C'est dans une proportion de 98% que les congressistes reconnaissent que les caisses populaires doivent unifier leurs efforts en collaboration avec l'union régionale, tant sur les plans publicitaire que de l'information.

Les points de service et l'informatique

Le nombre de caisses populaires et les comptoirs et l'informatique sont deux phénomènes inséparables qui amènent les caisses populaires d'un même milieu à unifier leurs efforts, en colla-



boration avec leur union régionale, pour offrir des services adéquats à leurs membres. Les congressistes proposent une participation financière de l'Union régionale de Québec aux caisses populaires dont l'actif est moindre ; l'entière responsabilité de la planification des points de service relèverait de l'Union régionale de Québec et la création d'un comptoir de services par un certain nombre de caisses populaires d'un même milieu ; celles-ci en assumeraient les frais au prorata des actifs ou de l'utilisation par les membres. Les congressistes sont d'accord pour oublier la notion de territoire et mettre plutôt l'accent sur l'amélioration des services aux membres. Relativement à l'informatique, les délégués désirent que l'union régionale planifie l'intégration des caisses populaires au télétraitement, même si elle doit demander de partager les coûts pour les caisses populaires à plus faible actif et ainsi assurer un service égal dans tout le territoire. 68% des

congressistes croient qu'il vaudrait mieux prévoir un ou deux points de service dotés de l'informatique à des endroits stratégiques.

La formation du personnel

Les congressistes, dans une proportion de 96%, désirent, par le biais de l'union régionale, un centre de formation permanente. Tous les employés pourraient, à tour de rôle, être intégrés dans un programme de formation planifié, adapté à leurs besoins et à ceux de la caisse populaire. Pour 93% des congressistes, il serait avantageux que tout nouvel employé participe à un stage de formation avant son entrée en fonction à la caisse populaire. Le besoin du recyclage du personnel en place doit être assuré d'une façon permanente. Les congressistes sont de cet avis dans une proportion de 94%. La majorité des congressistes (89%) croit que l'Union régionale de Québec doit créer un mécanisme permettant de fournir à chaque caisse populaire un personnel de relève à chaque fois qu'un de ses employés est absent pour un stage de formation et est prête à accepter de libérer un employé sur les heures de travail pour suivre un cours.

Le regroupement

Regrouper des caisses populaires n'est pas une solution « miracle » et absolue. Celles-ci doivent envisager des cas d'espèce d'après des études faites avec les membres, les dirigeants et l'union régionale. 80% des congressistes croient que l'uniformisation de certains services peut être une solution pour certaines caisses populaires, sans recourir nécessairement au regroupement « juridique ». Dans l'hypothèse où un nombre restreint de caisses populaires décideraient d'opter pour le regroupement « juridique », plus de 89% croient que ces « caisses regroupées » doivent conserver une représentation suffisante de leurs membres au sein des trois nouveaux conseils.

Les ristournes et le patrimoine

Les délégués conviennent qu'il est normal pour une entreprise comme les caisses populaires de contribuer à l'impôt. On dit même qu'une caisse populaire ne doit pas être administrée en fonction de l'impôt à payer ou non.

Congrès de l'Union régionale de Québec : "Le développement et l'intercoopération"



91% des délégués croient que les caisses populaires doivent redoubler de prudence dans le versement des ristournes, consolider davantage leur patrimoine, afin de mieux faire face à l'avenir et assurer ainsi le développement éventuel de chacune et de l'ensemble des caisses. 89% des délégués estiment que plus les réserves nettes accumulées des caisses populaires seront importantes, plus l'union régionale pourra créer des outils de développement susceptibles d'harmoniser la croissance des caisses populaires.

L'aspect communautaire

Les caisses populaires devraient avoir une vue plus globale des problèmes à caractère social du milieu. 85% croient que la caisse populaire doit apporter sa contribution à un ou des projets sociaux (village-vacances, loisirs familiaux, etc.) qui peuvent se concrétiser dans un endroit autre que sa localité puisque les besoins des membres ne sont pas seulement d'ordre individuel, mais aussi d'ordre communautaire. 90% des participants envisagent l'unification de leurs efforts pour une action sociale plus cohérente, plus efficace et de plus d'envergure.

De telles réalisations pourraient être davantage identifiées aux caisses populaires. Dans cette optique, la majorité des congressistes (90%) croit que l'union régionale en collaboration avec ses caisses populaires affiliées doit se doter des outils nécessaires en vue de mettre sur pied des services accessibles à la majorité des membres telle la préparation des rapports d'impôt, des prêts à taux réduits. En outre, 90% des délégués sont d'avis que l'Union régionale de Québec doit embaucher des spécialistes en organisation communautaire en vue d'effectuer des études pour déceler les besoins d'une région ou d'un secteur.

Ces assises ont pris la forme d'une large et profonde consultation auprès des caisses populaires affiliées. Durant les prochaines années, cette enquête permettra d'apporter des réponses à bien des attentes des membres.

Résultats des cinq questionnaires « sprint »

Le congrès 1973 des caisses populaires de l'Union régionale de Québec a fourni également une excellente occasion d'une plus ample consultation auprès des délégués. Ceux-ci ont été invités à répondre à cinq questionnaires « sprint ». Pour l'un de ces formulaires on a enregistré un maximum de 1,344 répondants.

La présence des caisses dans les centres commerciaux

83.3% des délégués jugent que l'union régionale, de concert avec la Fédération, devrait prendre les mesures pour rendre certaines clauses d'exclusivité non valides.

44.7% des délégués estiment que l'union régionale devrait fournir d'autres services aux caisses affiliées, tandis que 37.7% des délégués ne le savent pas.

La communication

43.1% des délégués jugent qu'elle est très bonne ;
41.6% des délégués estiment qu'elle est bonne ;
6.6% des délégués pensent qu'elle est parfois bonne, parfois mauvaise ;
0.2% des délégués affirment qu'elle est très mauvaise.

DANS LE CAS OU IL Y A DÉFICIENCE,
LA RESPONSABILITÉ EST ATTRIBUÉE À QUI ?

- 10.9% à l'union régionale ;
- 9.4% à la caisse populaire ;
- 2.9% à autres sources ;
- 76.8% ne donnent pas de réponse.

La promotion du personnel

- 78.6% des délégués accepteraient de se départir d'un employé pour satisfaire aux besoins d'une autre caisse populaire.
- 85.8% des délégués croient que les caisses populaires devraient accepter les normes proposées par l'union régionale concernant le recrutement, la sélection et l'embauchage du personnel.
- 92.7% des délégués estiment que l'union régionale, avec des outils nécessaires, pourrait aider le gérant de caisse à assurer la relève de son personnel.

L'intégration du personnel à l'entreprise

- 83.3% des délégués affirment que les caisses devraient accepter et appliquer une politique uniforme d'administration du personnel.
- 82.8% des délégués affirment que le fonds de pension offert par L'Assurance-Vie Desjardins devrait être obligatoire pour tous les employés admissibles des caisses affiliées.
- 72.9% des délégués sont d'avis que le gérant de la caisse a suffisamment de pouvoir et d'autorité en matière d'administration du personnel, tandis que 22.7% des délégués pensent que non.

Les élections aux assemblées annuelles des caisses populaires

- 82.5% des délégués pensent qu'il devrait y avoir des bulletins de vote uniformes émis par l'union régionale.
- 83.8% des délégués soutiennent que l'union régionale devrait fournir une carte d'identification à l'intention des membres des caisses.

Prêts autorisés préalablement par l'union régionale

- 89.5% des délégués savent que c'est un service qui n'engage pas la responsabilité financière de l'union.



Pour ce qui est des prêts consentis par les caisses à des fins commerciales, industrielles et professionnelles, les délégués ont été invités à se prononcer sur l'éventualité des pertes

- 68.8% des délégués disent que oui ;
- 13.9% des délégués affirment que non ;
- 14.4% des délégués ne le savent pas ;
- 2.9% des délégués ne répondent pas.

QUEL SERAIT LE POURCENTAGE MOYEN DES PERTES ?

- 18% des délégués estiment moins de 1% ;
 - 40.0% des délégués signalent de 1 à 3% ;
 - 8.7% des délégués notent de 3 à 8% ;
 - 3.5% des délégués pensent de 8% et plus ;
 - 29.8% des délégués ne répondent pas.
- 66.8% des délégués disent que l'union régionale devrait constituer une réserve pour combler les pertes encourues par les caisses sur des mauvais prêts.
- 28.8% des délégués affirment que non.
- 46.9% des délégués répondent que les caisses populaires devraient consentir un taux d'intérêt préférentiel sur les prêts consentis aux commerçants, industriels et professionnels.
- 48.3% des délégués répondent par un non.

On n'a qu'une vie à vivre...

Normand Lemire

N.D.L.R. — Au cours de la semaine précédant son décès, monsieur Normand Lemire avait préparé ce texte pour son rapport de fin d'année qu'il devait livrer aux membres de l'assemblée générale annuelle de l'Union régionale de Joliette des Caisses populaires Desjardins, en tant que directeur général.

Cet extrait du rapport de monsieur Lemire constitue un véritable testament moral qui peut s'adresser à chaque dirigeant des caisses populaires Desjardins.

Le lecteur pourra en obtenir des tirés à part directement de la direction de l'Union régionale de Joliette.

(...) Que de chemin parcouru au cours des dix dernières années. Les chiffres que je viens de vous mentionner sont révélateurs et laissent présager de nouveaux sommets pour les prochaines années. Cependant, il ne faudrait pas se laisser éblouir par les succès financiers et croire que ceux-ci assureront notre survivance. Il faut que nous bâtissions pour ceux qui viennent après nous.

L'accepteront-ils tel que nous le concevons aujourd'hui? Il semble bien que demain, pour les organismes qui voudront trouver leur support dans le peuple, il sera exigé que leur principale préoccupation soit tournée vers l'humain; qu'ils acceptent de mettre véritablement le capital au service de l'homme. N'est-ce pas là l'objectif fondamental de la contestation actuelle qui s'amplifie de jour en jour?

Il semble bien que particulièrement chez nous, au Québec, la nouvelle génération, dans sa recherche d'avenir, s'oriente de plus en plus vers la vraie COOPÉRATION: non celle qui se proclame mais celle qui agit; non celle dont l'action est motivée par le projet, mais celle dont le mieux-être de tous, réalisé par une plus juste répartition des biens, est le motif d'action.

Ce choix semble tellement sérieux et basé sur une réflexion si profonde que les contestataires n'épargnent pas notre mouvement coopératif qu'on dit « embourgeoisé ». Cela pourrait signifier que nos préoccupations sont plus tournées vers la classe aisée, négligeant ainsi le gagne-petit, que nous sommes surtout capitalistes recherchant en premier lieu le profit.

Il faut comprendre ces avertissements. Autrement, il existe le danger que d'autres coopératives authentiques viennent prendre notre place au cours de la prochaine décennie. Dans notre monde en ébullition, nous ne retrouverons peut-être jamais, du moins pas dans un avenir prochain, le calme plat des années d'après-guerre où dans l'abondance et la sérénité, avec des formules pratiquement toutes faites, nous avons

pu bâtir dans la quiétude d'un certain immobilisme. Nous devons tous admettre que le changement permanent est aujourd'hui un « mode de vie ».

On entend dire parfois que si on veut progresser, il ne faut pas « faire de sentiments ». Moi, je me dis que si on enlève le sentiment, il ne sert à rien de progresser parce qu'alors il n'est plus intéressant de vivre.

On a toujours tendance à diviser des choses qui peuvent aller ensemble, comme le progrès et les sentiments. Ou encore, on divise le monde en riches et en pauvres. En réalité, les pauvres peuvent être riches en sentiments et les riches peuvent être pauvres, s'ils ont le cœur sec.

Cela irait mieux si chacun partageait sa richesse et sa pauvreté. À partir de là, on chercherait peut-être à s'aider au lieu de se dévorer les uns les autres. Quand on se sent, tous ensemble, pris dans la misère, on unit ses forces pour s'en sortir. Mais, quand on en est sorti, on trouve très embêtant que d'autres traînent de la patte. Alors, on leur en veut parce qu'ils nous retardent. Il serait peut-être préférable d'aller un peu moins vite et de marcher tout le monde ensemble, que de partir à pleine vitesse et d'être pris à attendre ceux qui vont moins vite.

À ce moment-là, la « chicane » prend et plus personne n'est content. Ceux qui traînent reprochent aux autres d'aller trop vite et ceux qui ont pris les devants sont mécontents et accusent ceux qui sont en arrière de tout retarder. Finalement, il n'y a plus de plaisir pour personne. Tout le monde est divisé. Et, aucune unité d'action ne tient plus. Je pense qu'il vaille mieux aller un peu moins vite afin de ne pas se diviser. L'important est d'être heureux ensemble, peu importe la vitesse à laquelle on va.

Il vaut mieux aller moins vite et prendre le temps de vivre que de toujours être à la course et de se demander après quoi on court. C'est ce qui arrive aujourd'hui. On court tout le temps sans trop savoir pourquoi.



Lors du dernier congrès provincial tenu en mai 1973, dont le thème était « Le Défi Coopératif », on a parlé de Coopération. L'an dernier, à l'assemblée générale, j'avais tracé un certain visage de la Coopération au Québec. Permettez-moi d'élaborer quelques instants sur cet esprit coopératif, tel que je le conçois en 1973.

Si la coopération que nous avons prônée par tout le Québec depuis les 25 ou 35 dernières années ne commande pas plus d'engagements concrets de notre part, il faut se demander si la façon que nous la vivons actuellement n'est pas d'une autre époque.

Craindrions-nous de relever le défi? Craindrions-nous d'imaginer un style nouveau de coopération entre nous; un style qui dépasse la simple coopération aux coutumes d'hier? Sommes-nous prêts, tout en étant prudents, à servir ou coopérer aux innovations d'aujourd'hui?

Ce qui est important pour nous actuellement, semble-t-il, c'est la viabilité, l'efficacité, la rentabilité, et bien sûr l'augmentation de nos actifs!... Nous sommes des bâtisseurs et des organisateurs. Dans cette gamme d'activités, nous méritons un beau diplôme et beaucoup d'éloges.

Cependant, si nous ne cherchons pas à innover, nous cesserons bientôt de bâtir et d'organiser. Pourquoi? Parce que c'est un nouveau mode de vie qu'il faut accepter... Parce que seule l'innovation est capable de préparer l'avenir et de nous permettre la concurrence.

Vous me direz qu'il est difficile d'innover. C'est vrai. Mais, pourquoi? Parce que nous

sommes trop riches, trop orgueilleux, et aussi trop autonomes. Pour innover, il faut que nous prenions conscience que nous avons besoin de quelque chose et surtout que nous pouvons mieux faire.

Quand nous serons décidés à mieux faire, c'est à ce moment que les choses commenceront à changer. Tant et aussi longtemps que nous serons craintifs, que nous ne ferons que parler, que nous dénoncerons les autres, les autorités, les contestataires, les exploités; tant que nous aurons peur de déplaire à quelqu'un, nous resterons toujours au même point: une satisfaction personnelle seulement. Nous ne bâtissons rien pour l'avenir, pour ceux de demain, nos enfants, quand ceux-ci envahiront le marché du travail.

Aujourd'hui, il est urgent de prendre le temps d'analyser les conditions concrètes de la société afin d'en saisir toutes les implications et donner « le coup de barre » qui s'impose. Cela demande beaucoup de courage et de persuasion.

Aujourd'hui, il n'y a pas de recette toute faite. Autrefois, c'était facile. La coopération se limitait au mouvement coopératif dans la paroisse. Tout le monde pensait de la même façon et tout le monde était d'accord pour dire la même chose.

Aujourd'hui, il n'y a plus de frontières. La coopération n'est plus limitée à la paroisse, aux caisses populaires. Surtout, tout le monde ne pense pas de la même façon. D'une part, il est bon que cela ait changé parce que la coopération n'est pas un livre de recettes comme nous en trouvons dans nos cuisines. D'autre part, la Coopération présente un défi, et c'est à chacun

de nous, coopérateur, à inventer une réponse nouvelle.

Nous avons eu très peu d'occasions de nous demander ensemble ce que la coopération aurait pu faire dans telle ou telle situation concrète. Aujourd'hui, ces occasions se présentent de plus en plus. Je crois qu'il est de notre devoir d'y participer activement afin d'être moins isolé et d'y apporter notre témoignage qui aura une plus grande portée.

La coopération a souvent connu la dure réalité de l'avortement de plusieurs coopératives. Il est vrai que la route coopérative est périlleuse parce qu'elle passe entre deux écueils :

— L'échec économique qui la guette comme entreprise et dont elle se défend par la recherche de l'efficacité.

— Le succès économique qui la menace comme association, car il engendre la quiétude, le relâchement et l'indifférence.

Plusieurs sont convaincus qu'après ces essais infructueux, les autres formes de coopération n'iront guère mieux. Devant ce cul-de-sac, la peur nous ramènera-t-elle vers le passé en freinant nos efforts pour développer le système coopératif et en nous empêchant de recentrer notre foi sur l'essentiel de la formule coopérative ? Je dis non. Nous devons toujours agir en administrant sagement l'argent des autres et nous devons aussi faire confiance aux promoteurs de nouveaux projets, si nous, nous ne pouvons innover.

Les problèmes économiques et sociaux, qui sugissent de notre société, ne peuvent laisser indifférentes les caisses populaires, qui contribuent dans la mesure de leur moyens et dans le cadre de leurs fonctions, à y apporter des solutions. Car, si personne ne peut penser que les caisses populaires peuvent apporter une solution à tous les problèmes, tous peuvent raisonnablement penser que les caisses populaires ont des responsabilités vis-à-vis certains problèmes économiques et sociaux. Aujourd'hui, elles s'identifient au peuple québécois. Elles peuvent apporter une contribution nécessaire, voire même indispensable, à la solution de certains problèmes qui nous confrontent.

Opérant dans une société sans cesse en évolution, nos caisses populaires doivent être des entreprises en santé. Les caisses populaires doivent offrir les meilleurs services possibles.

Dans certains cas, ceci semble impossible. Cela est dû à plusieurs facteurs. Il serait donc souhaitable que la collaboration inter-caisse et la « fusion » soient étudiées et utilisées dans une période où l'entreprise est prospère. L'objectif est de profiter d'une situation de force et d'accroître le rythme de l'expansion de l'entreprise. Trop souvent, on songe à recourir à cette collaboration dans une période de crise alors que la survie de l'entreprise est menacée. On risque alors de ne point trouver de partenaire intéressé.

Voilà, mes chers amis, ce que j'ai cru bon de porter à votre réflexion. Je souhaite, de tout cœur, que ces observations ne resteront pas lettre morte et qu'aussitôt terminées, elles continueront à hanter votre conscience. Si nous voulons être libres économiquement et socialement, il faut plus que des mots. La vraie libération se trouve dans des choix quotidiens, des gestes concrets à poser là où nous œuvrons. À NOUS D'AGIR!

Je termine par ces questions : Quel est notre but ? Développer l'esprit de la Coopération ? Préparer l'avenir des jeunes ? Intéresser les jeunes pour la relève de demain ? En faire de meilleurs citoyens ? Leur enseigner la vraie coopération ? Ou, simplement augmenter le rendement de notre caisse populaire et encaisser toujours de plus en plus de profits ? Demandons-nous lequel est le plus important, non en pensant comme en 1950, mais en pensant en fonction de l'an 2000.

Merci, d'abord, à vous tous d'être venus aujourd'hui vous occuper de vos affaires : soit prendre connaissance de quelle façon votre union régionale a été administrée en 1973.

Merci à tous les employés qui ont accompli leur travail avec diligence. Leur compétence est un atout formidable pour la bonne gestion de votre union régionale.

Merci aux directeurs de service pour leur doigté à répartir le travail avec justice et impartialité. Ils s'acquittent de leurs responsabilités avec finesse et persuasion.

Enfin, merci à tous mes collègues des trois conseils qui prennent leurs responsabilités consciencieusement, ce qui facilite ma tâche d'autant. L'esprit d'équipe qu'on rencontre chez-eux est la clef du succès que connaît votre union régionale.

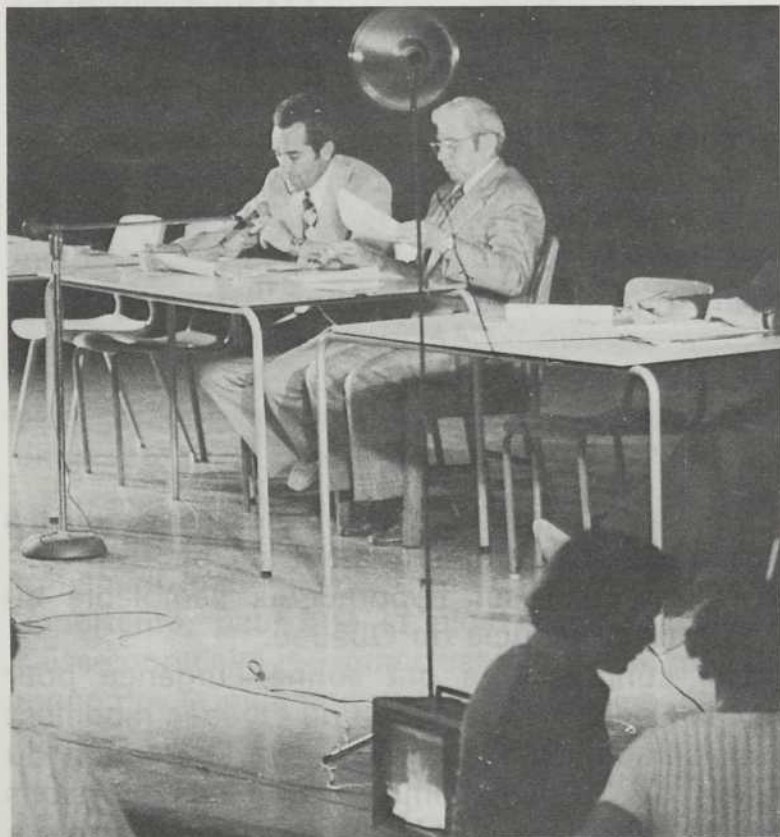
Un mini-congrès qui transformera les politiques de l'Union régionale de Joliette

« Les membres du conseil d'administration se sont engagés à répondre aux attentes des caisses populaires affiliées à l'Union régionale de Joliette. » Voilà, la raison d'être du mini-congrès qui a été tenu récemment dans ce territoire, sous la présidence du vice-président du conseil d'administration de l'Union régionale, monsieur Georges-Étienne Jodoin, président de la Caisse populaire Crabtree Mills.

Les 220 participants ont été réunis en quinze ateliers de travail. Un travail préliminaire d'importance avait précédé la tenue de cette journée. Les congressistes avaient à se prononcer sur quatre sujets de travail soit, les services de la caisse populaire à l'individu, les services à la communauté, l'union régionale et ses services et les politiques régionales.

La télévision en circuit fermé a servi de véhicule principal pour alimenter et informer les participants sur ces quatre sujets généraux. Un exposé sur les différents sujets avait été préparé à l'avance de façon à accélérer la discussion.

Il faut retenir que les sujets qui ont principalement fait l'objet des discussions seront présentés au conseil d'administration de l'union régionale, laquelle devra tenir compte de l'orientation retenue par les dirigeants et le personnel des caisses populaires affiliées.



Les préparatifs d'une journée de congrès

Une série d'assemblées de zones a permis à la majorité des dirigeants et du personnel des caisses populaires affiliées à l'Union régionale de Joliette d'identifier leurs besoins primordiaux parmi une multitude de possibilités.

À chacune de ces réunions, on a étudié les besoins et les attentes déjà exprimés par des gens de caisses populaires, à différents niveaux et dans différentes régions. Par exemple, on a étudié les synthèses du douzième congrès général des Caisses populaires Desjardins, tenu en mai 1973; du congrès régional de l'union régionale, tenu en 1972; et du rapport annuel de l'assemblée générale annuelle de l'union régionale et du message de feu Normand Lemire.

De ces synthèses, il est ressorti des priorités sectorielles qui ont servi à alimenter la discussion, de façon à tenter d'identifier les priorités régionales. De ces priorités, la direction de l'union régionale devrait tirer les éléments qui permettront au conseil d'administration de transformer en politique et en mandat les sujets qui ont retenu l'attention de la majorité des délégués.

Les quatorze sujets traités en moins d'une journée avaient déjà été traités au plan local et sectoriel.



LES SERVICES DE LA CAISSE POPULAIRE AU MEMBRE

L'épargne

La majorité des participants opte pour l'implantation provinciale du système Inter-Caisses, lequel pourrait permettre à un membre de caisse populaire d'être reconnu comme tel dans toutes les caisses populaires.

On croit également que ce système permettrait au Mouvement Desjardins de recueillir un plus fort montant d'épargne, en permettant au membre la flexibilité d'accès à la caisse populaire. Les participants ont pratiquement trouvé un slogan pour ce système, en parodiant un autre slogan : « Être membre d'une caisse populaire, c'est être accrédité auprès de 1,268 autres ».

Le mode d'épargne par engagement en vue d'un besoin particulier, comme la caisse de Noël, la caisse-vacances, la caisse-taxes, etc., est à favoriser parce qu'il aide à développer la prévoyance chez le membre. Il revient au membre de déterminer le besoin qui lui apparaît comme étant le plus important. L'essentiel est que le membre apprenne à se donner des objectifs et qu'il persiste dans les moyens choisis pour les attendre.

On incite l'union régionale à trouver les moyens nécessaires pour développer de nouvelles formules qui pourraient être attrayantes pour les membres. Quant aux possibilités de déduction d'un montant d'épargne à la source, du dépôt du salaire à la caisse populaire par l'employeur ou de certificats d'épargne achetables par petites coupures, on préfère s'orienter vers une uniformisation des taux d'intérêt tout en dégagant de nouvelles formules dynamiques qui répondraient adéquatement au besoin du membre.

Le prêt personnel

L'ensemble des participants s'accorde pour donner une importance accrue au gérant de la caisse populaire de façon à ce qu'il puisse consentir certains prêts aux membres. Un amendement à la loi des caisses d'épargne et de crédit s'impose pour modifier le rôle du gérant quant à son pouvoir de prêt.

Quant aux limites qu'on veut fixer au gérant, elles sont de plusieurs natures. Avec un membre

bien connu de la caisse populaire, il n'y a pas de problème. Dans certains cas, il y aurait lieu que la commission de crédit ratifie les prêts accordés par le gérant, ou inversement.

Une telle ouverture pour le gérant permet d'envisager la formule du crédit variable ou d'ouverture de crédit pour le membre. On demande à l'union régionale de fournir un document qui donnera toute la procédure à suivre pour offrir ce genre de prêt.

Les participants demandent également à leur union régionale de mettre à la disposition de la caisse populaire la technique permettant de prendre un lien sur les biens achetés et pour lesquels le prêt est consenti. On est également porté à s'affilier à un organisme reconnu pour les enquêtes de crédit.



Le prêt hypothécaire

Les participants sont favorables à ce que les institutions Desjardins mettent sur pied un système de prêts sur hypothèque, semblable au P.C.P. de la Fiducie du Québec.

Les congressistes ont sonné l'urgence pour que la Société d'Habitation du Québec modifie considérablement les critères de l'obtention du rabais de 3%. On demande que des pressions soient effectuées au niveau de la Fédération. La



hausse des coûts de construction et des taux d'intérêt sont les deux principales raisons qui motivent l'assemblée.

La Commission de crédit

On demande que la Commission de crédit de la caisse populaire soit utilisée pour l'étude des demandes particulières et aussi pour contrôler le service des prêts que le gérant peut accorder. Ce changement de mentalité oblige à reviser en profondeur la loi des caisses d'épargne et de crédit, de façon à accorder au gérant une plus grande latitude. Néanmoins, l'ensemble des rapports soumis indique que les prêts autorisés et consentis devront être soumis à la Commission de crédit pour ratification.

LES SERVICES À LA COMMUNAUTÉ

L'éducation à la consommation

Les dirigeants et le personnel des caisses populaires affiliées à l'Union régionale de Joliette des Caisses populaires Desjardins croient qu'il faut intensifier les cours en éducation à la consommation, lesquels ont pour objectif de mieux faire comprendre aux membres les mécanismes de notre société. Ces cours devraient favoriser une plus grande sensibilisation du personnel et des dirigeants de la caisse populaire.

On met une importance croissante sur la participation réelle de la caissière ou du caissier. On s'aperçoit graduellement que c'est une personne importante, peut-être la plus importante de la caisse populaire puisque c'est elle que le membre rencontre le plus souvent. Elle participe étroitement à l'image que projette la caisse populaire. De ce fait, il faudrait amplifier la formation du personnel.

Les congressistes ont insisté également sur le fait que les gérants et les préposés aux prêts deviennent des agents d'éducation de leur milieu quant à informer les membres sur les différents services de la caisse populaire.

On mentionne également que les dirigeants de la caisse populaire se doivent de connaître les services qui y sont offerts. Comment veut-on que les membres soient au courant si les membres du conseil d'administration les ignorent eux-mêmes dans beaucoup de cas?

L'information et la communication sont une préoccupation constante dans tous les domaines d'activité de la caisse populaire. On ressent un vide quant aux moyens dont on se sert par rapport aux moyens dont on devrait se servir pour mieux informer le membre sur les services de la caisse populaire dans tous les domaines. On suggère également que la Fédération puisse commanditer ou initier une émission du genre de « Consommateurs avertis ».

Les organismes du milieu

On est favorable à la création d'un comité local d'éducation populaire qui aiderait la caisse populaire à devenir de plus en plus présente dans le milieu. Avec la participation des dirigeants et du personnel, ce comité pourrait être coordonné par le Conseil de Surveillance de la caisse populaire.

La collaboration de l'union régionale s'avère la solution à tous les problèmes. Elle doit fournir toute l'aide nécessaire que ce soit au plan technique ou au plan humain.

Le secteur jeunesse

On renouvelle une demande, demande qui est acheminée au ministère de l'éducation ou encore au Gouvernement du Québec depuis plus d'une centaine d'années. En effet, on recommande



que des pressions soient faites pour que le Gouvernement du Québec instaure des cours d'éducation économique tant au plan de la consommation que de la coopération, à tous les niveaux académiques.

On favorise la création d'une équipe volante qui pourrait assurer l'éducation des jeunes, particulièrement des étudiants au niveau secondaire et chez les jeunes travailleurs. On parle de la formation d'un personnel compétent et d'expérience qui serait fourni par l'union régionale et payé par la caisse populaire. Un tel placement pourrait faire partie d'une politique d'investissement communautaire de l'ensemble des caisses populaires. On s'attend également à une participation gouvernementale.

L'UNION RÉGIONALE ET SES SERVICES

La publicité

La publicité, comprise sous plusieurs formes, jouit d'une importance relativement nouvelle au niveau de la caisse populaire. On se rend compte qu'un message publicitaire unique pour l'ensemble des caisses populaires du Québec ne règlera pas les problèmes de chacune des caisses populaires en particulier. Il faut maintenant tenter d'appliquer localement la publicité nationale à ses besoins en s'appuyant sur le ou les slogans nationaux.

Au niveau régional, on conçoit qu'il faudrait un conseiller qui pourrait avoir pour tâche de coordonner la publicité régionale, de façon à traduire correctement les besoins qu'on ressent au niveau régional. Ce publicitaire régional pourrait également aider la caisse populaire à traduire correctement dans les faits ses véritables besoins publicitaires.

La formation

Par formation aux dirigeants, on entend qu'il faudrait informer chaque dirigeant sur son rôle, sur la structure du Mouvement des Caisses populaires Desjardins, sur le fonctionnement de la caisse populaire, sur les services qu'elle offre, de façon à ce que les dirigeants puissent être en mesure de mieux renseigner les membres.

On s'attend à ce que le gérant de la caisse populaire puisse jouer ce rôle auprès des dirigeants. On insiste également pour dire que les membres du Conseil de Surveillance ont un rôle d'éducation et de participation à jouer.

Le personnel

Les dirigeants et le personnel de la caisse populaire privilégient l'emploi d'un personnel recruté localement, à la condition qu'il ait la compétence nécessaire. On doit recourir aux services de l'Union régionale sous forme de rôle supplétif dans l'engagement du personnel clérical.

Il est du ressort de l'union régionale de faire passer les tests d'aptitude aux candidats intéressés mais, la décision d'engagement revient de plein droit au conseil d'administration de la caisse populaire.

On considère que l'union régionale devrait avoir à son service un professionnel du Personnel. Un spécialiste permettrait d'agir plus rapidement et plus sûrement au niveau des caisses populaires.

On déclare que l'Institut coopératif Desjardins devrait être davantage utilisé pour les besoins de formation des employés du Mouvement.

La gestion et la technique

Comme priorité, on s'entend pour demander les services d'un conseiller légal et d'un conseiller budgétaire et en rentabilité pour l'ensemble des caisses populaires de la région de Joliette.

En somme, on s'attend à ce que l'union régionale joue un rôle supplétif sur plusieurs plans comme agent d'information ou consultant sur les questions économiques, techniques, fiscales, légales, sécuritaires.

Le prêt au commerce et à l'industrie

Les participants sont d'accord pour que l'union régionale privilégie les prêts aux commerçants et à la petite industrie plutôt que d'effectuer des prêts aux commissions scolaires. On suggère même d'abolir ces derniers ou de les diminuer sensiblement.

D'une part, on est conscient que la Société d'Investissement Desjardins existe pour effectuer des prêts ou des placements dans ces secteurs. Par ailleurs, on recommande qu'un personnel compétent soit engagé au niveau de l'union régionale ou des unions régionales afin de conseiller adéquatement les Commissions de Crédit des caisses populaires.

On croit que les prêts à être effectués au niveau de la petite industrie et du commerce devraient l'être par l'union régionale plutôt que par la caisse populaire afin que celle-ci puisse prêter d'abord et avant tout à ses membres, le plus souvent possible.

LES POLITIQUES RÉGIONALES

L'uniformisation des taux

Dix ateliers sur quinze sont favorables à l'uniformisation des taux d'intérêt. Cependant, on est bien conscient qu'il sera difficile en pratique d'en arriver là. On ne pourra y parvenir que par une communication franche et fréquente entre les caisses populaires.

L'union régionale doit également jouer un rôle de compensation quant aux besoins exprimés par différentes caisses populaires au sujet de la fluctuation des taux et de l'application des politiques quand celle-ci seront officielles.

Tout ce problème met en relief l'existence de caisses populaires marginales qui ne peuvent suivre l'allure du marché financier. Que devra-t-on faire dans ces cas? C'est ce qu'on pourrait appeler la principale « question coopérative ».

La liquidité

L'expression du « système des vases communicants » est très populaire dans le mouvement Desjardins depuis quelques années. Devant le problème relativement aigu de liquidité, problème qu'on relève à l'échelle provinciale, on préconise un fonds pour répartir les excédents de liquidité. D'autres ateliers préconisent l'abaissement du taux de liquidité. On revient également sur la suggestion de faire moins de prêts aux commissions scolaires.

Notre séjour dans le Mouvement des Caisses populaires Desjardins au Québec

Bernardino Ortiz et
Lucrecia Fernandez
de la République Dominicaine

N.D.L.R. — *Dans le numéro 3-1973 de La Revue Desjardins, nous avons présenté un reportage de messieurs Yvan Forest et Louis-Georges Gervais, lesquels avaient séjourné quelque temps en République Dominicaine. Depuis ce temps, le Mouvement des Caisses populaires Desjardins a reçu des visiteurs de ce pays.*

Du 25 janvier au 15 février 1974, les auteurs de cet article réalisaient un stage d'étude dans notre Mouvement. Au cours de cette période, ils ont pu observer des caisses populaires, des unions régionales et des institutions du Mouvement. Les auteurs livrent leurs impressions en étant conscients qu'il est bien difficile de saisir toute la « réalité Desjardins » en un temps aussi restreint. Leur passage chez nous est livré dans un langage propre à cet autre groupe de citoyens de l'Amérique du Sud.

Monsieur Bernardino Ortiz est directeur général de la Fédération dominicaine des Coopératives d'épargne et de crédit FEDOCOOP et, président de la Confédération latino-américaine des Coopératives d'épargne et de crédit (COLAC), regroupant dix-sept pays.

Mademoiselle Lucrecia Fernandez est comptable à la FEDOCOOP.

Par l'entremise du Père Grégoire Bissonnette (un Canadien qui pendant quelques années est venu travailler au bénéfice de la République Dominicaine), quelques groupes d'étudiants de la province de Québec sont venus dans notre pays pour connaître les réalités propres aux groupes sociaux des gens à bas revenus. Le Père Grégoire Bissonnette a considéré que la visite des Canadiens dans la République Dominicaine devait aussi être complétée par un voyage de Dominicains vers le Canada, pour que ceux-ci connaissent aussi les réalités sociales du pays frère. En même temps, le Père Grégoire Bissonnette a compris que la Belle Province (Québec), tout autant que le continent de l'Espoir (les pays latino-américains), devaient ouvrir mutuellement leurs portes dans le but de mettre en commun leurs richesses respectives.

Pour initier cet échange, la République Dominicaine offrait plusieurs avantages :

- déjà, plusieurs Québécois avaient visité la République Dominicaine et il était logique que les Dominicains découvrent le Québec ;
- la République Dominicaine avait à son crédit une des fédérations de coopératives d'épargne et de crédit les mieux développées en Amérique latine ;
- la République Dominicaine pouvait avoir un contact avec toute l'Amérique latine en la personne du président de la Confédération latino-américaine des coopératives d'épargne et de crédit (COLAC), monsieur Bernardino Ortiz.

Ces circonstances ont contribué à ce que le Père Grégoire Bissonnette incite la Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins et le gouvernement canadien, à travers l'Agence

canadienne de Développement international, à patronner, appuyer et financer l'échange. C'est ainsi qu'à la fin d'octobre, messieurs Yvan Forest et Louis-Georges Gervais, respectivement représentant de la Fédération de Québec des Caisses populaires Desjardins et de l'Union régionale de Trois-Rivières, ont visité la République Dominicaine. À la fin de janvier, nous partions donc en direction de Québec, comme réponse à la visite de messieurs Yvan Forest et de Louis-Georges Gervais.

Le voyage à travers la belle province

Quand nous sommes arrivés à Québec, notre agréable impression a été de voir de la neige pour une première fois. (Cette impression est valable pour la comptable et non pour le gérant qui déjà, avait pu passer un hiver à Antigonish, alors qu'il était étudiant au Codey International Institute). De plus, nous prenions contact avec une température de -10°F , ce qui contrastait avec le 85°F que nous avions 6 heures auparavant à Santo Domingo.

Mais les effets de la basse température qui nous surprenait sont disparus rapidement avec le chaleureux accueil que nous ont réservé le Père Grégoire Bissonnette, Yvan Forest, les membres du Plan Nagua et les autres amis avec lesquels nous avons fait connaissance.

Installés à l'Institut coopératif Desjardins, nous avons discuté de l'intense plan de travail prévu à notre intention et comprenant des activités qui commençaient à 9 h 00 de l'avant-midi pour se terminer presque toujours après 10 h 00 de la soirée. Notre programme a débuté en nous faisant con-



Visite à la Caisse populaire de Lévis, en présence de monsieur Roger Beaudoin, gérant.

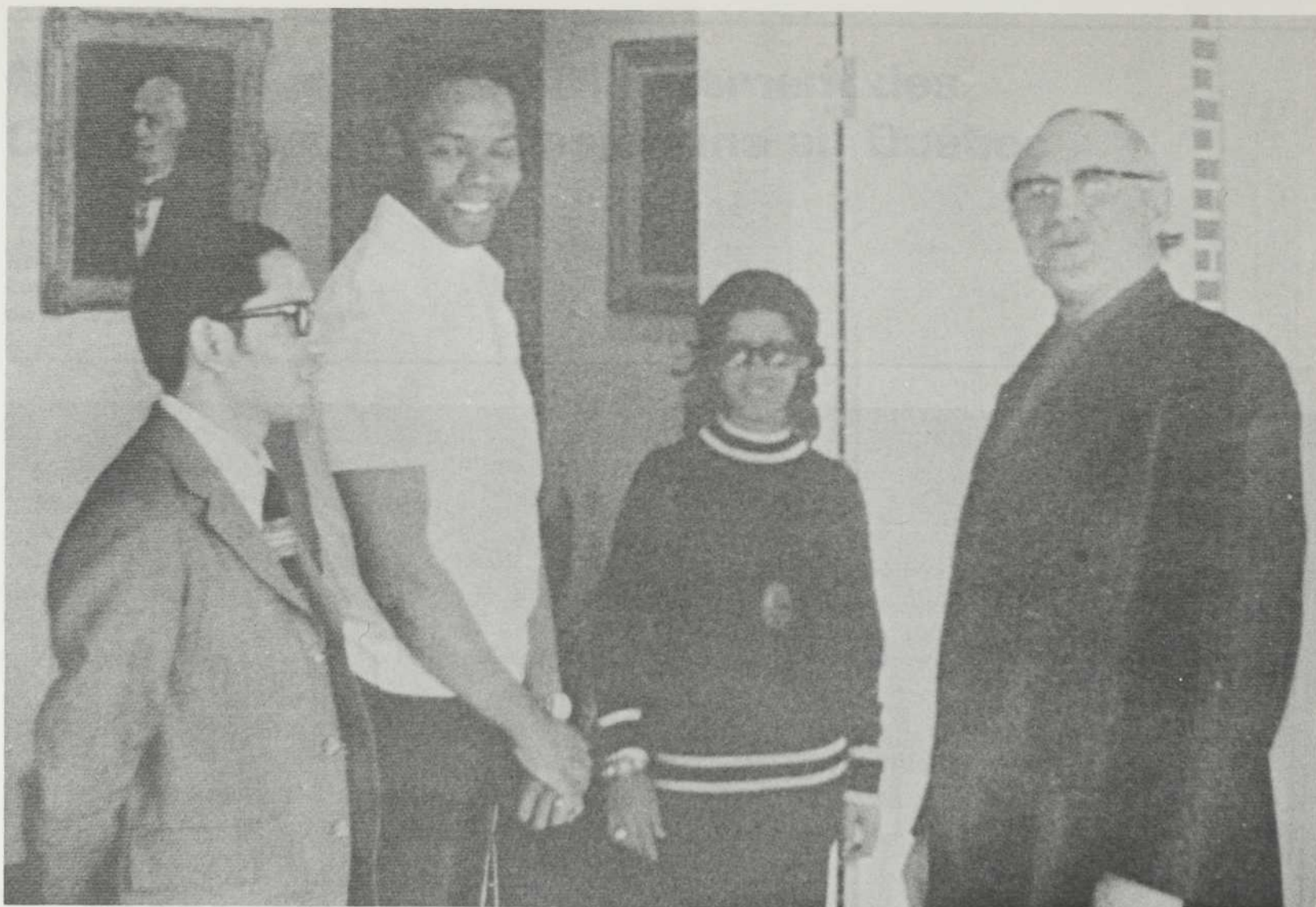
naître les organismes centraux et supérieurs du Mouvement des Caisse populaires Desjardins et s'est terminé par la visite de la première coopérative d'épargne et de crédit de l'Amérique, à Lévis.

La Caisse populaire de Monsieur Desjardins

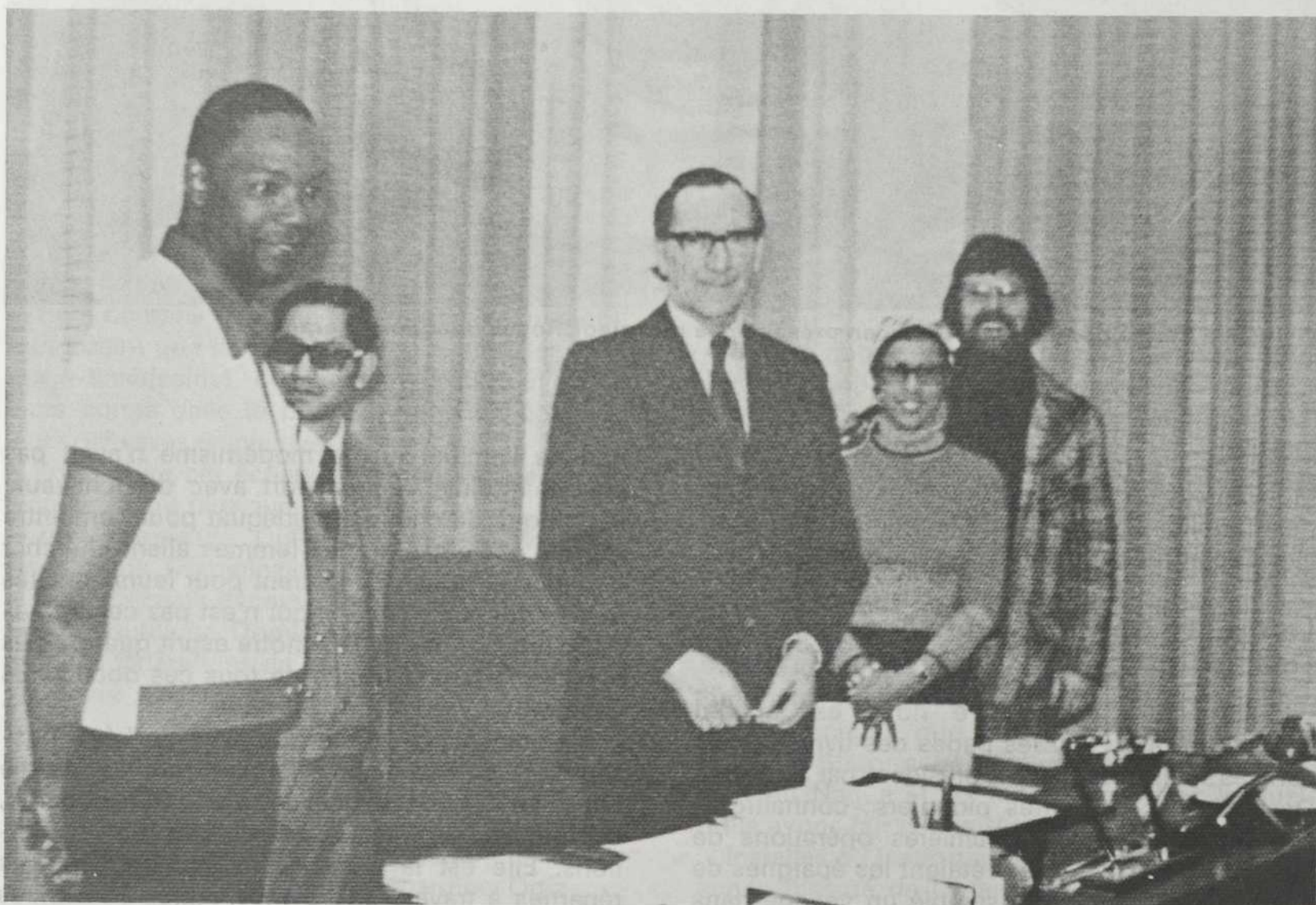
Visiter cette coopérative nous est apparu comme un rêve. Voir les pages des livres contenant les actes des réunions présidées par Alphonse Desjardins et les autres pionniers; connaître et voir les registres des premières opérations de \$0.10, \$0.15 et \$0.20, qui étaient les épargnes de chaque membre nous a semblé un voyage dans un monde étranger. « Lévis » peut-être avec une seule rue, avec de petites maisons mal construites, une grande église, des gens unis par le

lien de l'amitié que le modernisme n'avait pas encore atteints, le transport avec des chevaux, le manque de chauffage adéquat pour combattre le froid et peut-être, des femmes allant chercher de l'eau au fleuve St-Laurent pour leurs activités ménagères. Ce « Lévis », qui n'est pas celui d'aujourd'hui, est passé dans notre esprit quand nous avons pris connaissance de tous ces documents qui sont un vrai trésor historique.

Maintenant, la Caisse populaire de Lévis possède un édifice impressionnant qui se dresse dans une des principales rues d'une ville moderne, compte 10,000 membres et un actif de \$25 millions. Elle est la mère des 1,268 coopératives réparties à travers la province. Après 74 années de vie et de réalisations, ces coopératives comptent maintenant 3 millions de membres et \$4 milliards d'actif.



Visite à l'Union régionale de Gaspé, en compagnie de monsieur Adrien Bernard, directeur général et le père Octavio Casaverdi, du Pérou.



Le père Octavio Casaverdi, du Pérou, s'est joint aux représentants de la République Dominicaine pour réaliser la première partie de son stage. Il continuait son séjour au Québec jusqu'au 15 juin. Les visiteurs sont en visite à l'Union régionale de Rimouski en compagnie du directeur général, monsieur Gérard Roussel, et du directeur du service d'éducation, monsieur Ghislain Paradis.

Les nouveaux « Colomb »

Au moment de vous livrer ce qui nous semble être les observations les plus intéressantes de notre voyage, nous les Dominicains, (Lucredia et Bernardino), avons l'impression d'avoir été les découvreurs d'une terre nouvelle : QUÉBEC ! Les découvertes que nous y avons faites sont telles que nous sommes revenus en République Dominicaine avec l'intention de préparer un second, un troisième... un sixième voyage, qui nous permettront de compléter avec vous cet échange que nous venons d'amorcer.

Au Québec, nous avons rencontré des gens semblables à nous, avec des inquiétudes similaires, des problèmes communs, des expériences de libération semblables aux nôtres en Amérique latine, avec un désir de connaître au-delà de ses frontières, avec l'envie de découvrir d'autres réalités sociales. Ces gens nous ont accueillis de telle manière que nous avons eu l'impression d'arriver chez nous et nous ont démontré en plus combien est belle et grande la philosophie coopérative qui brise tous les types de barrières humaines.

Les réalités du MCPD

Notre observation de deux semaines n'était pas suffisante pour approfondir tous les aspects pour lesquels nous avons un grand intérêt. Ce court temps ne nous a pas permis de tirer une conclusion sur certaines situations particulières nous apparaissant choquantes. C'est pourquoi nous nous limiterons à énoncer seulement une série d'aspects positifs et négatifs qui nous ont bien impressionnés.

— Les caisses populaires et leurs dirigeants ont démontré un grand talent pour influencer les différents niveaux sociaux.

— On note une grande absence de la jeunesse dans la direction des caisses populaires.

— Les caisses populaires ont progressé technologiquement vis-à-vis le système bancaire capitaliste, laissant celui-ci plus à l'arrière concernant les contrôles et les services.

— On peut remarquer l'absence de la participation consciente et responsable des sociétaires dans les assemblées et activités des caisses. Seulement de petits groupes y participent, dirigent et contrôlent.

— Les caisses populaires ont une influence remarquable dans l'amélioration sociale et économique de leurs sociétaires.

— L'éducation coopérative est encore très déficiente et cela mérite une analyse profonde des dirigeants du MCPD, afin de maintenir la cohésion entre les caisses et réorienter les investissements vers les secteurs dominés aujourd'hui par les investisseurs étrangers. De plus, on sent le besoin d'une révision profonde du mode de participation traditionnelle des sociétaires pour l'adapter à notre temps.

— Le système de liquidité que maintient le MCPD est un des meilleurs que nous ayons vu par rapport à plusieurs autres pays et cela garantit la mobilisation de plusieurs ressources économiques pour des réalisations de grande envergure. Cependant, nous avons noté qu'une grande partie de ces investissements est employée dans les sociétés secondaires du Mouvement, par exemple la fiducie, les mutuelles, etc., alors qu'il y a encore des demandes de crédit adressées aux caisses populaires même qui ne sont pas satisfaites. Certains dirigeants de la base croient au système de liquidité dans le sens que ce système est bon et nécessaire. D'autres, cependant, estiment que le pourcentage de liquidité (40%) est très haut pour les caisses populaires, ce qui impose de grands sacrifices aux sociétaires. Cette croyance des dirigeants est confirmée par ce que nous avons pu observer dans une des unions régionales que nous avons visitée. On nous a dit dans cette union régionale qu'il y avait des plaintes de la part de plusieurs caisses populaires, en ce qui concerne le système de liquidité et que concrètement, cinq caisses populaires avaient sollicité une modification dans le pourcentage de liquidité devant être maintenu.

— Le système de l'assurance-vie est un des plus complets que nous ayons vus, parce qu'il couvre diverses situations et cas que les programmes conventionnels de ce type d'assurance ne couvrent pas. C'est pourquoi nous croyons que les caisses populaires ont acquis une grande popularité par ce système d'assurance.

— On peut noter une aliénation des caisses populaires par rapport au système bancaire capitaliste. On observe plus la lutte compétitive que la lutte pour trouver de nouvelles formules qui démontreraient que la coopération, avec toutes ses ressources économiques, est capable de

changer les structures archaïques qui ne répondent pas aux intérêts du peuple, mais seulement aux intérêts de groupes privilégiés qui exercent le plein contrôle de l'économie, laissant aux coopératives un secteur de peu d'importance dans le changement des structures. Cette inquiétude, qui n'est pas seulement la nôtre mais aussi celle de plusieurs Québécois, doit être un avertissement aux hauts dirigeants du MCPD, car il est encore temps d'évaluer cette situation concrète et de planifier des solutions qui puissent satisfaire ces inquiétudes.

— Un aspect très intéressant est celui de l'intégration qui existe à travers le Conseil de la Coopération du Québec. Tous les secteurs coopératifs de la province sont membres de cet organisme. Cette expérience peut être un exemple pour plusieurs pays.

— Conscients de l'essence philosophique de la coopération, nous sommes préoccupés du fait que le MCPD a très peu d'ouvertures au reste du Canada, quoique nous reconnaissons qu'il existe des raisons historiques et d'autres raisons qui expliquent cette situation.

— Nous avons remarqué avec une grande satisfaction qu'il existe une grande ouverture d'esprit vers l'Amérique latine tant à la base qu'aux degrés supérieurs du MCPD. Aujourd'hui, le Québécois reconnaît que nous autres, les latino-américains, sommes ses voisins et frères, même si nous parlons d'autres langues. Il croit aussi que nous avons plusieurs choses en commun et que nous pourrions collaborer mutuellement.

Nous étions surpris et satisfaits par le fait que deux fonctionnaires, l'un de 30 ans et l'autre de plus de 60 ans, étaient disposés à venir en Amérique latine pour travailler quelque temps afin de donner leur expérience aux jeunes mouvements coopératifs de l'Amérique latine, représentés dans la Confédération latino-américaine des coopératives d'épargne et de crédit (COLAC). De plus, ces dirigeants ont exprimé leur vif désir de connaître l'expérience latine.

Ces points permettent de résumer nos impressions générales sur le MCPD.

Sans aucun doute, l'expérience a été extrêmement intéressante pour nous et nous sommes convaincus que tant la FEDOCOOP que les autres fédérations latino-américaines de coopératives, qui auraient cette magnifique opportunité,

en retireraient beaucoup de profit, car les latino-américains et les Québécois ont plusieurs choses à s'apprendre et à s'enseigner.

Cette expérience a signifié pour nous une progression de plusieurs années dans notre propre mouvement national et nous sommes sûrs que quelques-unes des techniques et méthodes que nous avons découvertes nous serviront beaucoup dans un prochain avenir.

C'est pourquoi nous voulons vous remercier, au nom de la FEDOCOOP et de COLAC, pour le bel accueil du Mouvement des Caisses populaires Desjardins en général et en particulier, de monsieur Alfred Rouleau qui a appuyé chaleureusement l'idée de l'échange. Un remerciement à l'Agence canadienne de Développement international qui, avec son financement, a permis la réalisation de cet échange. Remerciements à monsieur Yvan Forest qui s'est donné à plein temps pour nous rendre profitable et agréable notre séjour au Québec. Remerciements à Grégoire Bissonnette, auteur de l'idée de l'échange et à tous ceux qui sous une forme ou une autre, ont contribué à ouvrir grandes les portes de la coopération entre l'Amérique latine et le Québec.

Nous nous reverrons. Au revoir, les amis du SOLEIL FROID! (allusion au climat de l'hiver au Québec).

3e Congrès de l'Union régionale de Trois-Rivières

« L'INTERCOOPÉRATION, C'EST POUR QUAND » ?



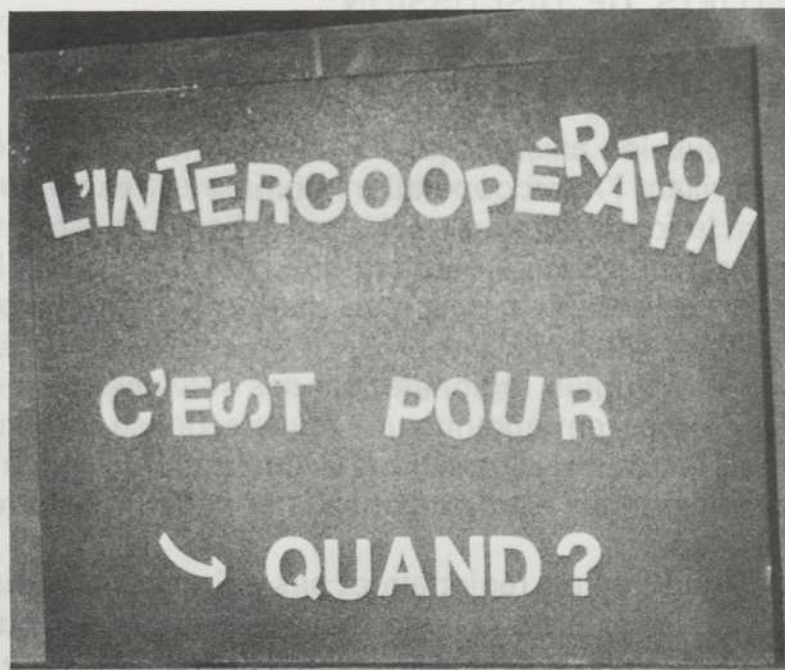
Plus de 1,400 personnes ont participé aux assises des caisses populaires affiliées à l'Union régionale de Trois-Rivières des Caisses Populaires Desjardins. Ce congrès s'est déroulé, à Trois-Rivières, les 4 et 5 mai 1974. Le président du congrès était monsieur Gilles Lamarre de la Caisse populaire Mauricienne.

Les techniques audio-visuelles ont été mises à contribution, à 100%. En effet, c'est par un circuit fermé de télévision que les congressistes ont participé à ces deux jours de discussion. À aucun moment, les dirigeants et le personnel des caisses n'ont eu à se rencontrer tous ensemble.

Un des aspects particuliers de ce congrès a amené les organisateurs à poser vingt-deux questions à l'ensemble des congressistes, lesquels étaient divisés en plus de quatre-vingt-huit tables de travail. Chacune des questions offrait cinq choix à chacune des tables de travail : à savoir si le groupe jugeait qu'on devait répondre à la question d'une façon très souhaitable, souhaitable, neutre, peu souhaitable ou pas souhaitable.

De plus, une synthèse élaborée sera prochainement publiée par la direction de l'Union régionale de Trois-Rivières de façon à livrer à l'ensemble des dirigeants et du personnel des caisses populaires affiliées la réflexion collective réalisée.

À l'automne, on prévoit également la tenue d'un colloque à l'intention du personnel des caisses populaires de façon à obtenir des points de vue plus rattachés à la gestion et à l'orientation de la formule coopérative.





RÉSULTATS DES DISCUSSIONS EN ATELIER

1er ATELIER

Sous-thème: l'intercoopération, l'autonomie des caisses et les réalités nouvelles

SUJETS DE DISCUSSION:

Est-il souhaitable:

1. que les caisses qui ne respectent pas les règlements de l'union favorisant l'intercoopération, comme par exemple les règlements régissant le fonds commun, soient pénalisées de façon telle qu'elles prennent conscience que par leur attitude, non seulement elles ne collaborent pas avec les autres caisses, mais qu'elles nuisent au bien de l'ensemble?

2. que l'union régionale, par ses services et en collaboration avec les caisses, entreprenne une étude sérieuse de l'impact du dépôt à terme dans les caisses populaires, évaluant d'une façon réaliste et selon l'esprit coopératif, les éléments positifs et négatifs d'un tel plan d'épargne?

3. que l'union régionale et ses caisses-membres mettent au point un mécanisme, dans la ligne de vases communicants, qui permette à chacune des caisses de pouvoir répondre à une juste demande de crédit?

-2 -1 0 +1 +2

1 3 0 17 67

0 0 0 5 83

3 1 2 16 66

4. que les caisses s'entendent au niveau du secteur, de la zone ou de la région, pour mettre au point des politiques rationnelles assez semblables concernant les divers plans d'épargne, de crédit et les taux de chaque caisse et les intérêts de ses membres ?	—	—	2	22	64
5. que chacune des caisses fasse, au début de chaque exercice social, des prévisions budgétaires de façon à équilibrer son budget et ainsi assurer la rentabilité de l'entreprise ?	1	—	—	3	80
6. que les bureaux de services de tous les organismes					
a) du Mouvement Desjardins existant dans le territoire de l'union régionale soient regroupés au centre administratif de l'union régionale ?	9	4	8	18	31
b) que le service de l'éducation de l'union régionale soit mandaté, pour faire connaître à tous les dirigeants de caisses les divers services que peuvent offrir aux caisses et à leurs membres, les différents organismes du Mouvement Desjardins ?	6	5	3	7	40

2e ATELIER

Sous-thème: l'intercoopération, les dirigeants et le personnel

SUJETS DE DISCUSSION:

Est-il souhaitable:

	-2	-1	0	+1	+2
1. que chaque caisse définisse, par écrit, des politiques de recyclage et de perfectionnement pour les dirigeants et les employés, en s'inspirant des politiques générales du service du personnel de l'union ?	2	2	1	16	61
2. que le service du personnel de l'union, en collaboration avec les caisses-membres, mette sur pied un système de transfert et de promotion intercaisse ?	14	5	2	30	33
3. qu'un comité spécial étudie les avantages et les inconvénients pour l'administration et la gestion de la caisse, que le gérant soit en même temps administrateur de la caisse ?	9	2	5	21	47
4. a) que les caisses créent un fonds spécial à l'union régionale pour permettre, soit de donner un salaire convenable au gérant et ainsi avoir un personnel compétent ?	22	7	3	15	32
b) soit de défrayer les dépenses de perfectionnement du gérant ou du personnel, et ceci, pour les caisses qui sont appelées à se développer et qui pourraient un jour assumer seules toutes ces dépenses ?	10	3	3	16	46
5. que le mandat d'un dirigeant à la caisse locale et à l'union régionale soit limité à un certain nombre de termes ?	38	9	3	16	16
6. que les caisses, en collaboration avec les services de leur union, étudient une politique de rétribution pour les frais encourus par la participation des dirigeants aux assemblées et aux sessions de formation ?	10	3	2	11	53

3e ATELIER

Sous-thème: dans l'intercoopération, la coopération questionnée . . .

SUJETS DE DISCUSSION:

Est-il souhaitable:

	-2	-1	0	+1	+2
1. que toutes les caisses dont la rentabilité le permet, engagent une personne dont la fonction serait d'assurer à tous les membres, l'information de toute espèce, relativement à l'activité socio-économique du membre et les services que peut lui offrir le Mouvement Desjardins par l'entremise de sa caisse?	12	6	5	18	44
2. qu'une attention particulière soit apportée à un nouveau membre de façon à lui communiquer une connaissance sommaire de l'association et de l'entreprise qu'est la caisse populaire?	—	1	—	4	79
3. que pour favoriser la coopération rendue plus facile dans une caisse moyenne, les dirigeants visent plus à l'établissement de caisses autonomes, que de comptoirs permanents?	11	7	5	20	41
4. que chacune des caisses consente à investir un certain pourcentage de leur actif dans l'éducation de leurs membres, en collaboration avec le service de l'Éducation de l'union?	12	4	2	18	48
5. que les dirigeants par eux-mêmes ou par d'autres mettent en place des mécanismes, de façon à pouvoir connaître rapidement et régulièrement les besoins des membres, leurs suggestions et leur point de vue sur les initiatives proposées?	—	4	2	13	62
6. que des contacts soient faits dans les plus brefs délais au niveau local ou régional, pour assurer un début de collaboration structurée avec les autres secteurs coopératifs du milieu ou de la région?	1	2	6	15	54

4e ATELIER

Sous-thème: l'intercoopération et la responsabilité sociale de la caisse

SUJETS DE DISCUSSION:

Est-il souhaitable:

	-2	-1	0	+1	+2
1. que chaque caisse après le congrès se fixe un objectif social qu'elle tentera d'atteindre dans l'année qui suivra?	1	—	—	6	68
2. que chaque caisse forme des comités parmi ses membres pour déterminer périodiquement les objectifs sociaux que la caisse pourrait se donner?	5	3	1	18	49
3. que dans certains milieux, des caisses se regroupent pour élaborer des politiques quant à leurs objectifs sociaux, de façon à non seulement éliminer la concurrence et le doublage, mais assurer une certaine coordination des objectifs sociaux?	2	1	—	20	52
4. que chaque année, chacune des caisses organise un mini-congrès où seraient discutés avec les membres, les besoins de ces membres et de la communauté et les suggestions apportées pour satisfaire ces besoins?	2	3	5	14	48

Loto, astro, porno, avco, pharmaco et expos:

chacun a sa petite drogue quotidienne

Jacques Grand'Maison
prêtre

N.D.L.R. — *Le chanoine Jacques Grand'Maison sociologue, nous invite à publier ce texte. On connaît le chanoine Grand'Maison comme un sociologue engagé dans l'action populaire. Malgré le portrait peu séduisant qu'il fait de notre société de consommation, chacun se sentira concerné à un degré ou à un autre.*

Il plaide pour que nous retrouvions une sagesse collective, capable de donner un sens et un dynamisme à une nouvelle qualité de vie. Comment ne pas souscrire à un tel objectif ?

D'UN OPIUM À L'AUTRE . . . UNE DÉSHUMANISATION INVISIBLE

Dans un journal populaire du matin, ou de la fin de semaine, le bilan est impressionnant. D'abord le gigantesque panthéon des idoles d'une dizaine de sports commercialisés. Le baseball des Expos, plus que le hockey, montre jusqu'à quel point cette mythologie peut être étrangère à la vie réelle du peuple d'ici. Pas un seul Québécois. Des résultats décevants de la lotto (99.999% des cas) on passe à une autre rêverie, celle de la chronique astrologique. Insatisfait, on se rabat sur la porno avec ses scandales, ses violences, ses réputations salies. Le jaunisme déborde la révolution des « fougones ». Puis vient le défilé de mode qui prétend nous faire mieux connaître les vedettes du petit ou du grand écran et du showbusiness. Il y en a pour tous les goûts comme dans le cas des saints d'autrefois. À toutes les étapes, l'opium publicitaire nous offre de quoi nous offrir ce qu'ils nous offrent. Avco a su nous le transmettre en pilule analgésique. De la bière au pot, de l'aspirine aux quatorze soleils, tout devient espace commercial et machine de rêves. On aurait bonne raison de s'évader ainsi quand l'existence se résume au boulot-méto-dodo.

Est-ce parce que la vie ordinaire n'a plus de sens ou d'intérêt? Absence de raisons de vivre ou appauvrissement du pain quotidien? Que se passe-t-il donc? Comment expliquer cette explosion de l'irrationnel dans une société qui se dit réaliste, fonctionnelle, raisonnable?

Du sorcier des tabous au marchand d'opium il n'y a pas loin. Le diagnostic émerge avec évidence si on relie ces différentes mythologies populaires. Quand des pouvoirs qui tentent de légitimer la société actuelle, taisent ou utilisent de telles évasions collectives de l'existence réelle, alors le problème devient politique, et non plus seulement culturel et éthique. D'un opium à l'au-

tre, nous n'aurons pas de peine à identifier les principales caractéristiques de cette déshumanisation... et aussi nos propres complicités ou démissions.

Loto, opium du hasard

« Je l'aurai mon 10 000 et regarde moé ben faire. » Les jeux du hasard ont toujours été une des caractéristiques des « décrochés » de la société. On pense ici aux riches désœuvrés, au monde de la pègre, aux exploiters marginaux, bref à tous ceux qui se trouvent autour du champ de course. Mais il y a beaucoup plus. En effet, le monde populaire, prolétaire, bloqué sur tous les fronts, se tourne vers le hasard et la chance, comme seule issue possible. Certains pouvoirs l'ont bien compris. Les jeux font oublier les aliénations du pain. Phénomène universel? Bien sûr, mais chez nous le succès de la Loto pourrait bien être un signe de prolétarisation. Un signe, parmi d'autres, comme nous allons le voir.

Disons tout de suite que ces mythologies de la petite semaine servent de repliement subjectif et privé et accroissent la marginalité de nombreux citoyens par rapport aux structures lourdes et complexes qu'ils ne comprennent plus. Bien plus, quand la société elle-même paraît « bloquée » (M. Crogier), on joue les cartes du hasard, de la chance ou de l'évasion; on fabrique des lieux de rêve et des espoirs fous. Il faut aussi signaler la ruée récente vers les bingos, qui constitue un phénomène du même type.

Astro, opium du destin

Le prolétaire glisse facilement de la chance rêvée au destin fermé. Son sort est scellé en dehors de lui. Une certaine conception de la providence jouait ce rôle hier. Après l'effondrement du ciel chrétien, il fallait bien trouver une



autre carte du ciel pour compenser la vallée des larmes. L'astrologie est une sorte de substitut complet qui a même des prétentions scientifiques. Le signe de l'un ou de l'autre sert de moyen de communication dans la conversation. On réussit à caser tous et chacun. L'univers entier retrouve sa cohérence. Cette vision du monde n'a pas de faille. Elle est doctrinale, impérative, totalitaire. Enfin le système parfait! Mais l'histoire, la liberté, l'autodétermination n'y ont pas leur compte. Étrange paradoxe au creux des révolutions technologiques, politiques et culturelles qui toutes, d'une façon différente, nous parlent de projets humains. Dans la foulée astrologique, des phéno-

mènes fous prennent une ampleur inédite. Pensons à tous les « paras »: spiritisme, occultisme, pseudo-orientalisme. À côté d'authentiques néomystiques, que de cabotins, d'imposteurs ou de disciples mythomanes. Le regain d'une certaine religiosité, tout en révélant la pauvreté spirituelle des grands systèmes matérialistes (A. Soljenitsyne), a aussi un fort coefficient d'aliénation en plusieurs cas.

Porno, opium de l'abêtissement

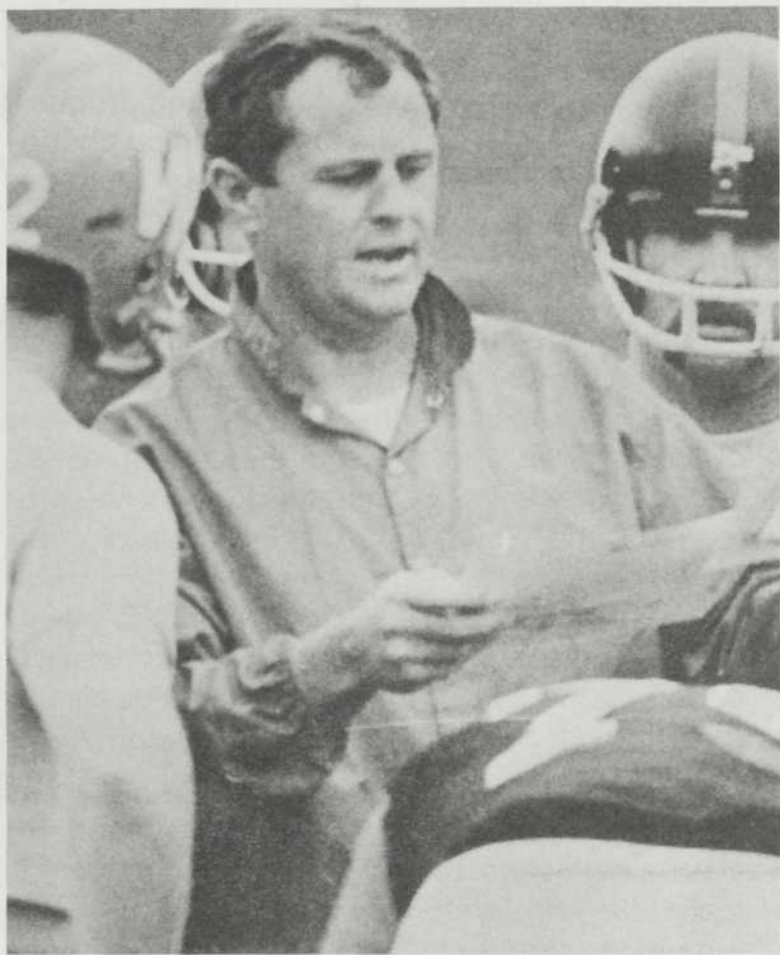
Sur le registre mythique, l'ange et la bête se disputent. Souvent le sexe sera le lieu privilégié de cette dramatique, celle de la vierge et du don Juan, celle de la femme fatale et du héros. Nous entrons ici dans un nouveau panthéon, mais quelle réduction de l'aventure humaine nous offre la pornographie! On devrait plutôt y voir un opium bien commercialisé et plébiscité. Gare au moralisme étroit. L'enjeu est plus profond et l'opium plus acide et corrosif. Les fins de civilisation en témoignent. C'est là une des dernières pâtures d'une vie insignifiante et d'une société sans projet, sans passion. La porno est à la portée de tous. On peut la seriner dans la collectivité entière, surtout quand les media démultiplient sa puissance de diffusion. Bien peu ont su voir dans cette explosion actuelle une autre forme de prolétarisation, ou du moins une manifestation de déshumanisation. Un tel abêtissement du peuple revêt une signification politique, puisqu'il débordé la vie privée. Combien de plaidoyers pour ou contre se ressemblent? Et cela de la censure aveugle à la licence irresponsable. Nous passons d'une obsession à l'autre, du tabou religieux à la sacralisation d'un pseudo-érotique aliénant. Hier, cette « maladie du sacré » restait marginale, privée. Aujourd'hui, elle devient peste publique à la mesure de la société. Luxurieux, dit le dictionnaire. Oui, un certain luxe offert au peuple pour l'endormir, pour l'empêcher de s'interroger sur la qualité de son existence. L'apologie de l'érotisme chez certains petits bourgeois frustrés sert bien la cause de la sexploitation dans les couches populaires. La nouvelle revue *Nous* qui plaidoie avec des slogans libertaires creux, tient bien sa place dans le vaste secteur porno de nos kiosques. Et si ce qu'on appelle la première révolution, était un opium déguisé pour le peuple? . . .

Avco, opium de la manipulation

On en aurait assez des trois opiums précédents (loto, astro, porno) qui nous aliènent dans le hasard, le destin et l'abêtissement. Mais non, il y en a un qui commande tous les autres. Je l'ai appelé avco dans l'introduction. Dans un rayon de cinq cents pieds de chez moi, il y a sept compagnies de finance, cinq banques. Ces hauts lieux de Mammon nous promettent le paradis à crédit. Dans les enquêtes d'attitudes, bien peu avoueront que le dollar les mène. C'est le grand dénominateur commun. On l'a vu dans la dernière campagne électorale qui devait porter sur l'avenir d'un peuple. Certains pouvoirs connaissaient cette corde sensible (là où est ton trésor, là est ton cœur). Comme des maquillons, ils ont placé l'enjeu au centre d'une décision historique qui appelait, pourtant, bien d'autres visées et motivations. Terrible ravatement de la fonction politique. Le dieu avco manipule tout autant la vie politique que la vie privée. Un bon marketing peut tout vendre. Quand il se fait politique, il séduit et achète les consciences; il devient religion invisible, *way of life*; il se donne des airs de bon sens, de sécurité; il camoufle ses risques fous, ses hypothèques de l'avenir; il cache le long terme et son futur boomerang. Avco symbolise toute une lignée de pouvoirs manipulateurs qui font du peuple une masse servile d'exécutants au travail, de consommateurs aveuglés, de spectateurs non critiques, de citoyens dépendants. Est-ce là la légitimité qui fonde le système social et politique actuel?

Expos, opium de la substitution

On voudrait bien arrêter ici. La boucle semble faite, et le cercle vicieux, complet. Dans l'histoire, certaines dominations ont offert des jeux comme substitués des vrais enjeux. Nous en savons quelque chose au moment où nos regards, nos investissements, nos intérêts vont se porter sur le podium des Olympiques. Trois semaines de grandeur mythique et à quel prix! Nous vivons une enfilade d'expos depuis un bon moment. Une telle substitution s'aggrave quand elle rejoint les rites quotidiens. Les événements sportifs rythment la vie collective. C'est le rôle le plus consistant et régulier. Les fidèles initiés sont légion.



On ne participe pas, on assiste. Évidemment, il faut payer pour faire tourner cette machine industrielle du futile.

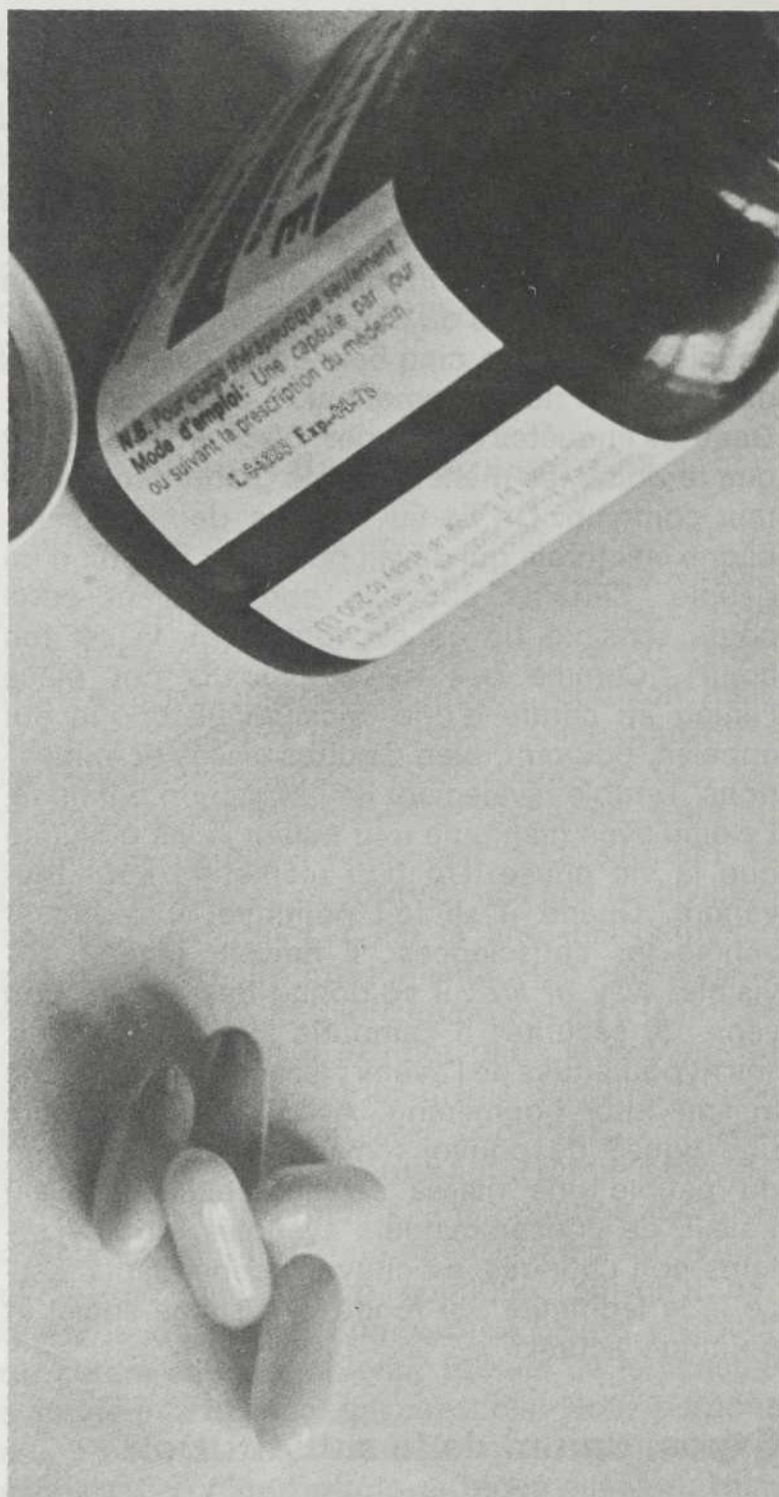
La religion invisible du sport commercialisé a toutes les vertus de l'innocence. Cet opium paraît bien inoffensif. Mais comment ne pas s'inquiéter quand tant de citoyens connaissent mieux les règles du hockey que la gestion de leur conseil municipal. Plusieurs en savent plus long sur la stratégie du baseball ou du football que sur les manœuvres de ceux qui les exploitent. Les plaidoyers ou les constats sur la civilisation des loisirs ont une drôle de résonance dans un pareil contexte de substitution. Serait-ce que le travail a perdu toute signification? Quel est le contenu humain de cette apologie? N'est-ce pas en définitive, une pseudo-culture de masse que nous offrent les puissances d'argent et leurs complices politiques? Un peuple de spectateurs, une société de *entertaining*. Nous voilà bien loin des légitimations officielles de l'idéologie dominante qui nous parle de souveraineté culturelle. L'écœurement de bien des jeunes et moins jeunes et la recherche d'autres objectifs collectifs plus valables pourraient bien avoir des sources très profondes.

Pharmaco, l'opium d'autodestruction

On ne finit plus de faire le compte des drogues. Le « drug store » en dit déjà long. Mais ce phénomène déborde les pharmacies. Il y a bien des formes de pot : du scotch au joint. Ce qui frappe au premier abord, c'est encore les intérêts mercantiles. L'empire de la pilule rivalise avec tous les autres impérialismes. Voilà une autre pièce maîtresse de notre économie, une des industries les plus payantes. Et dire que de nombreuses enquêtes révèlent que la santé est au sommet de l'échelle des valeurs. Évidemment, nous ne sommes pas à une contradiction près. Celle-ci commence peut-être dans un style de société irresponsable et contradictoire. On dénonce la pollution et on entretient les pollutions. L'autodestruction se justifie par les rentabilités nécessaires, par les impératifs d'un économisme aveugle.

Les sources de la maladie et les soins requis coûtent à la collectivité des sommes énormes. Cet autre cercle vicieux nous renvoie aux déchets humains de notre système social. Le goût morbide d'autodestruction, le recours massif aux solutions chimiques ne s'expliquent pas uniquement par les déséquilibres des transitions rapides. Qui sait si la société comme telle n'a pas perdu la trace des sagesses collectives qui ont façonné des cohérences culturelles minimales. Nous avons cru naïvement que de la technologie des choses pouvait découler une économie des hommes. Voici que cette rationalité des moyens et des administrations s'accompagne d'une autodéfense sauvage. Skinner et bien d'autres scientifiques plaident pour le rattrapage culturel du progrès technologique. Je ne connais pas une technique sociale qui a accouché d'une dynamique d'existence ou d'une sagesse collective.

Totalement désorientés dans leur conduite de vie, épargnés des luttes primaires pour le pain, démunis de motifs profonds de dépassement, les hommes du bien-être semblent perdre le goût du mieux-être, de ce petit quelque chose de transcendant, de sacré qui fait l'homme plus grand que lui-même. Qu'on l'admette ou pas, l'éthique, les projets de vie, les engagements collectifs dans une histoire désespérément contingente et évanescence, ne se passent pas d'un absolu humain valable pour fonder une permanence à long terme, une solidité des rapports



humains. Autrement, il ne reste que les décisions immédiates sans avant ni après comme dans le cas de l'avortement sur demande. On peut discerner ici un cynisme fataliste et démissionnaire dans ces plaidoyers où l'on cherche vainement une philosophie cohérente des libertés. Quand on fait bon marché de l'existence nue, originelle, comment revendiquer au nom de la qualité de vie ? Dans ces destructions trop faciles, la stérilité règne en maître, avec ses séquelles de dépolitisation, de destructuration culturelle et de « démoralisation. »



Tempo, opium de l'évasion

C'est le titre d'une émission de TV, toute centrée sur les vedettes du music-hall. Par delà les tentations d'autodestruction, il y a la vie par procuration, par personne interposée, par l'idole à laquelle on s'identifie. On troque son existence insignifiante pour ce rêve impossible. En l'occurrence, la TV quotidienne aliène peut-être tout autant que la dactylo ou la chaîne de montage. Voyons un fait déjà gros d'une attitude fort répandue. Voici ce que me disait un travailleur dans le cadre d'une enquête par interview en profondeur. « Ici, seul dans mon sous-sol, devant la TV, j'oublie tous les tracas de l'usine là-bas et de la maisonnée en haut. Je suis tantôt chanteur populaire comme dans le programme *Tempo* que vous voyez là, tantôt champion compteur au hockey, tantôt telle ou telle vedette des téléromans et des films. C'est peut-être parce que je ne suis jamais moi-même, parce que je ne suis rien dans la société, à l'usine ou ailleurs. Je compte pour très peu, même pour mes enfants. Alors je fuis

dans cette maudite petite boîte. C'est bête comme ça. Je ne peux plus m'en passer. Je suis pogné « là d'dans » une trentaine d'heures par semaine. »

Combien d'hommes comme lui tiendraient le même langage ! Ils n'ont aucune idée des richesses cachées dans leur vie réelle, des dynamismes libérateurs qu'ils portent. L'anesthésie est assez forte pour venir à bout de toutes leurs révoltes. Leur résignation s'alimente à une passivité de spectateur entretenu à jet continu. Le temps réel s'abolit dans le temps de la radio et de la TV ouverte en permanence. Le médium est le message. McLuhan ne dit pas quel message. Ça lui importe peu, semble-t-il. Le message de l'autre qui tue une parole, une pensée, une vie autonomes ? Peut-on avoir le goût de libérer un quotidien apparemment sans intérêt ? L'évasion à la portée de la main coûte moins cher que les rudes investissements d'une longue libération. L'*entertaining* quotidien remplace bien des contrôles et des polices. Et l'échec de tant de mobilisations à la participation n'est pas étranger à cet opium quotidien du spectacle continu.

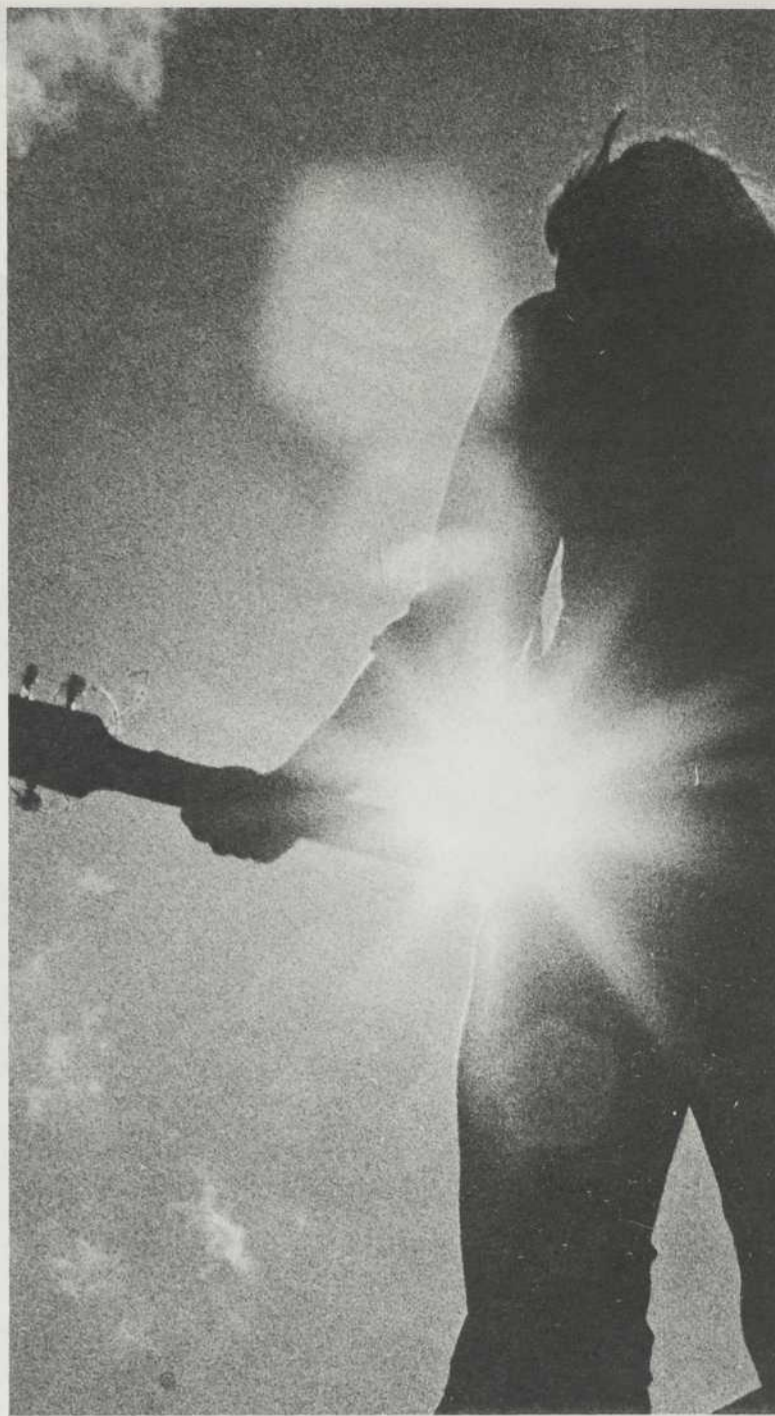
Réinventer des sagesse collectives

Je pourrais continuer de déployer l'éventail des différentes formes de prolétarisation. Pensons aux stratégies des « modes » dans l'univers omniprésent de la consommation. Les modes commandent des styles de vie éphémères. Toffler est juste dans son constat, mais bien piètre dans l'évaluation de leurs conséquences sur la vie réelle des hommes. Comment ne pas désespérer du futur dans un présent aussi miné, aussi explosif ?

On m'accusera ici de ne voir que le versant ombragé de la société actuelle. Bien sûr, il y a aussi des progrès indéniables, des réalisations intéressantes et des sursauts collectifs de dignité. Mon travail m'amène à rencontrer les hommes à un certain niveau de profondeur où apparaît davantage le drame de leur existence. Les aliénations prennent ici des visages très concrets. Entre une certaine critique globale, abstraite, d'une part, et d'autre part, des diagnostics à la pièce, il y a place pour une saisie de phénomènes inter-reliés et révélateurs d'une situation collective peut-être déterminante.

J'ai formulé ici l'hypothèse d'une prolétarisation invisible diffuse dans la quotidienneté. J'y ai trouvé sept formes d'opium qui renvoient à des comportements typiques du prolétaire. Est-ce uniquement le lot du monde populaire ? Même si cette aliénation du quotidien est présente à la plus grande partie du corps social, les principales victimes se recrutent dans les couches du prolétariat et du sous-prolétariat. Mais il faut voir ici la révolution culturelle en creux. La prolétarisation de la quotidienneté ne concerne pas que les petits salariés et les assistés sociaux. Diogène chercherait vainement l'homme ordinaire, l'humain véritable, dans bien des milieux moyens ou huppés.

Qui sait si nous ne retrouverons pas la trace de la vie vraie et de la vraie vie chez ceux qui nous parlent le langage du pain et de l'homme tout nu. Mon appartenance spirituelle m'amène à retrouver l'espoir de ce côté. Je commence à comprendre le sens de la dynamique d'une pauvreté qui peut déclencher de véritables efforts collectifs de libération et d'humanisation. Mais je ne suis pas sûr que les politiques, les luttes actuelles de pouvoir et les débats publics sont bien sensibles à ces humbles requêtes d'une existence plus vivable.



Science et technique, pouvoirs et lois ne produiront jamais d'eux-mêmes une sagesse qui donne le goût de vivre, d'aimer et de lutter. On ne fera pas l'économie d'une philosophie de la vie pour réorienter une aventure personnelle et une histoire collective, une politique ou une culture, une critique sociale ou une créativité libératrice. Comme me disait un vieux : « c'est le dessous qui est défait et depuis ce temps-là on a perdu le nord. » Ce dessous invisible est complètement à refaire. Nous nous faisons illusion si nous croyons y parvenir uniquement par le PPBS ou le plan quinquennal. C'est au moins un objectif de génération(s). Accepterons-nous d'investir à long terme, soit en luttes soutenues, soit en patientes créations ? Des aliénations aussi profondes ne se révoltent pas dans de courtes stratégies. Ce qui ne préjuge pas de la radicalité de l'engagement immédiat. La libération politique et culturelle vaudra d'abord par la qualité spirituelle de l'âme et du pain quotidiens, de l'homme et de la vie ordinaires. Il y a peut-être dans notre peuple des richesses, longtemps aliénées, qui réclament plus de profondeur et de sagesse pour jaillir de source et féconder une nouvelle terre québécoise.

Un autre pays d'autres problèmes

N.D.L.R. — *Le Révérend Père Stanny Miranda, jésuite d'Ashagad, de la République de l'Inde, a fait ses études agronomiques à Ste-Anne de la Pocatière. Au cours de ses vacances, il a fait un stage prolongé à la F.Q.C.P.D. et aux Unions régionales de Joliette et de Québec ainsi que dans quelques caisses populaires.*

Le Père Miranda nous fournit occasionnellement de précieuses indications sur le travail de missionnaire et d'agent de développement qu'il fait parmi les tribus indigènes du diocèse de Bombay. Dans une récente lettre, il nous parle des problèmes majeurs qu'on retrouve dans cette partie de la planète.

Voici un court texte qui décrit une des situations qu'il a vécues à un moment donné :

« Les prix continuent à augmenter. Même si la récolte a été bonne, les gens les plus démunis n'ont pas assez de ressources pour manger convenablement. Si l'inflation continue à s'aggraver, on s'attend à des troubles majeurs comme ceux qui se sont produits au Gujrat. »

« À ma connaissance, la corruption est systématisée à tous les échelons. Elle est pratiquée par les plus petits fonctionnaires. 250 millions d'indiens vivent en-dessous du minimum vital et 250 millions ont à peine ce qu'il faut pour survivre. La classe moyenne est composée d'environ 60 millions de personnes et on peut dénombrer environ 10 millions de personnes au-dessus de la moyenne. »

« Le phénomène de l'inflation détruit instantanément les maigres profits réalisés par la classe laborieuse. Dans le secteur agricole, il est possible d'améliorer les conditions de vie des habitants. Étant semi-nomades, ils ne veulent pas changer leurs habitudes. Ainsi, tout ne s'améliore pas aussi rapidement qu'il serait nécessaire. »

« Le découragement est supplanté par un espoir de faire encore plus. »

« Cette année, 100 fermiers ont récolté plus de 200 acres de riz. Ils avaient des prêts d'une institution bancaire. Ces prêts avaient été garantis grâce à des dons de québécois ainsi qu'une généreuse contribution de l'Agence canadienne de Développement international, l'ACDI. 90% des fermiers ont remboursé leurs emprunts rapidement. »

« La majeure partie des profits réalisés par cette récolte a été dépensée pour des célébrations de mariage qui avaient dû être retardées à cause de deux années antérieures de vaches maigres. Actuellement, il reste très peu de riz en entrepôt pour les prochaines semences. La plupart des paysans ont vendu leur riz à des prix attrayants à des opérateurs du marché noir. »

« De petites stations de pompage ont été installées, des grains de blé ont été distribués, et seulement cinq paysans ont accepté de cultiver du blé. Depuis, ces cinq paysans reçoivent de très bons prix pour leur blé, ce qui devrait inciter les autres à produire du blé. Entre-temps, nous consacrons beaucoup d'argent et de temps à nous occuper de nos propres travailleurs. »

« J'aurais besoin d'un anthropologue comme conseiller sur la façon d'amener la population à collaborer à son propre relèvement. »

« La bataille pour obtenir justice est ma principale tâche. Le préfet doit venir arpenter les terres des paysans et faire enquête sur les plaintes formulées par les propriétaires terriens et par les paysans. Un ou deux avocats devront assister au mesurage des terres et aussi quelques journalistes pour surveiller l'opération. Cette façon de procéder devrait permettre le contrôle de toute tentative de corruption. »

« Combattre pour la justice est devenu l'œuvre d'une vie : défendre les droits des pauvres paysans contre la cupidité des propriétaires terriens, des usuriers et des fonctionnaires. Nous avons des problèmes d'éducation avec nos jeunes à l'école. Il semble que l'éducation que nous donnons à nos garçons à l'école ne correspond pas à la réalité de tous les jours. Aucun d'entre eux n'apprend comment arpenter un morceau de terre. Aucun d'entre eux ne connaît la signification de titre de propriété. Aucun d'entre eux ne sait comment faire appel à la police ou au préfet. Il n'est donc pas surprenant qu'ils soient déçus à la fin de leurs études. On constate qu'ils refusent de travailler dans les champs. Voilà quelques réflexions qui nous viennent de l'autre côté de la planète. À un degré ou à un autre, les problèmes se ressemblent. »

REÇU LE
11 SEP 1974
BIBLIOTHÈQUE NATIONALE
DU QUÉBEC