

Supporterres

Le magazine de SOS Faim rédigé par ses volontaires

Défi #2

Vendre
à prix juste

Défi #3



Rue aux Laines 4
1000 Bruxelles

Trimestriel N°19
Mars 2022

N°d'agrément
P601176



© Galbats

des prix sans connaissance des « cours » du jour. Et c'est là son 3^e défi : vendre au prix juste.

C'est parce qu'elle est hautement stratégique que la commercialisation est le théâtre d'un rapport de forces inégales aux effets injustes et délétères. Le commerce mondial libéralisé met aujourd'hui en présence, d'un côté, des petits producteurs travaillant avec peu de moyens sur quelques hectares, souvent sans l'aide de leur Etat au budget agricole limité et préférant soutenir l'agroindustrie d'exportation et, de l'autre, des agriculteurs à la productivité industrielle, souvent subsidiés, encouragés à exporter et bénéficiant de règles internationales favorables permises par les accords de libre-échange. C'est David face à Goliath.

Changer les règles du commerce mondial

Parler d'agriculture, c'est d'abord parler production. Et de fait, c'est le défi n°1 des petits producteurs du monde. Pourtant, sans une commercialisation réussie, la production n'a qu'un impact limité sur la faim, la capacité des agriculteurs à vivre dignement de leur travail et à développer leur activité. Avec la crise sanitaire et la fermeture des marchés locaux, le PAM ¹ estimait ainsi à 82% l'augmentation du nombre de personnes souffrant de la faim à un niveau critique en 2020 par rapport à 2019.

Heureusement, des organisations paysannes s'activent aux côtés des petits producteurs pour les former, faciliter leur accès au crédit, encourager le consommateur local, développer les certifications et les achats institutionnels, organiser des outils de commercialisation groupée... Des consommateurs s'engagent pour permettre une commercialisation à prix juste, notamment via le commerce équitable. Des Etats décident de limiter l'importation de certaines denrées comme le lait au Kenya ou les oignons au Sénégal pour favoriser la commercialisation des produits locaux.

Mais c'est bien le cadre politique général qui doit changer avec, d'un côté, des règles du commerce international donnant une place centrale à la souveraineté alimentaire et à la justice et, de l'autre, des politiques européennes justes et cohérentes en termes commerciaux, agricoles et de développement.

¹ PAM : Programme alimentaire mondial

Vous découvrez Supporterres et souhaitez le recevoir gratuitement ?
Écrivez-moi à :
ghi@sosfaim.org

SOS Faim asbl
Rue aux Laines 4
1000 Bruxelles
T 02 548 06 70
www.sosfaim.be

CCP : BE83 0000 0000 1515
BIC : BPOTBEB1

E.R. > Olivier Hauglustaine
Illustrations de couverture > JL. Brocart
Design > yellowstudio.be

Réalisé avec le soutien de



Pour un agriculteur, vendre est donc également vital, c'est là son 2^e défi. Car les difficultés sont nombreuses : le coût du transport, les consommateurs méfiants envers les produits locaux ou bio, l'insuffisance d'infrastructures de stockage, de transformation ou de distribution dédiées aux petits producteurs, l'obligation de vendre juste après la récolte lorsque l'offre est importante et les prix bas, la fixation aléatoire

Géraldine Higel
Rédactrice en chef
de Supporterres



SOMMAIRE

En direct « Europe - Afrique, collaborer, oui, mais sur un pied d'égalité » et « Initiative TSARA : transformer l'alimentaire et l'agriculture par la recherche en partenariat avec l'Afrique ».....	3
On prend la température « La PNPR et la commercialisation du riz local : un défi ouest-africain ».....	4
Voix du sud « Trouver de nouveaux débouchés pour développer ses ventes ».....	6
En un clic « La commercialisation, un défi quotidien ».....	8
Grand angle « An be gnonon bolo, ensemble pour l'agroécologie » et « Le commerce équitable : compenser les dérives des marchés internationaux ».....	10
Focus « Renforcer les capacités des acteurs de l'amont et de l'aval pour développer les filières ».....	14
Notre regard sur « Pour des politiques commerciales plus justes et plus durables ».....	15
Un pas plus loin	16



Europe - Afrique, collaborer, oui, mais sur un pied d'égalité

Les 17 et 18 février à Bruxelles a eu lieu le 6^{ème} Sommet Union Européenne (UE) – Union Africaine (UA) réunissant 80 chefs de gouvernement des deux continents avec pour objectif de « parvenir à un partenariat rénové, modernisé et davantage orienté vers l'action. »

Durant le sommet, les questions de sécurité alimentaire ont été mises sur le tapis. Les deux Unions sont globalement alignées sur le fait que les enjeux liés aux changements climatiques, la perte de qualité des sols, les inégalités toujours croissantes imposent de s'engager rapidement dans une transformation des systèmes alimentaires en s'appuyant sur des principes d'agroécologie et d'agriculture diversifiée.

D'un côté, l'UE, avec son programme « de la ferme à la fourchette », affiche des objectifs de réduction d'intrants chimiques, d'antibiotiques, de promotion de l'agriculture bio, et de l'autre les 55 pays de l'UA ont approuvé l'initiative pour l'agriculture biologique écologique.

Une belle perspective de collaboration pérenne, à condition de respecter les différentes méthodes locales et aussi une équité dans les échanges commerciaux, pour parvenir à des transitions porteuses pour les Etats mais aussi pour les agriculteur.trices et les citoyen.nes.

Initiative TSARA : transformer l'alimentaire et l'agriculture par la recherche en partenariat avec l'Afrique

L'initiative TSARA lancée en février par deux instituts de recherche français, le Cirad et l'INRAE en partenariat avec des universités et instituts de recherche africains (Université Tananarive à Madagascar, Université du Zimbabwe, INERA au Burkina Faso) a pour objectif de renforcer les liens entre institutions africaines et françaises dans la transition agroécologique afin de relever des défis globaux liés à l'agriculture durable et à la sécurité alimentaire. Les mêmes défis abordés lors du Sommet EU-UA (voir ci-contre), de manière symétrique entre les pays.

L'objectif est le renforcement de la coopération scientifique entre les deux continents par la recherche agronomique afin de créer un programme de recherche et d'innovation co-construit qui puisse être adapté aux différentes zones et territoires. L'enjeu étant de pouvoir avoir un impact sur des problématiques urgentes liées à l'accès à l'eau ou la qualité des sols dans des zones touchées par les sécheresses.





© SOS Faim



PARTENAIRE

La PNPR et la commercialisation du riz local : un défi ouest-africain

Mali, 2006. La Fête du riz de Niono devient l'occasion, pour les riziculteurs maliens, d'échanger avec leurs pairs ouest-africains sur le futur de la filière. Le constat est sans appel : une structuration des producteurs en organisations faitières s'impose. C'est ainsi qu'en 2008, la PNPR-M (Plateforme Nationale des Producteurs de Riz du Mali) voit le jour. La structure malienne s'impose tout de suite comme chef de file du mouvement, ce qui aboutit, en 2011, à la création du Cadre Régional de Concertation des Organisations des Producteurs de Riz de l'Afrique de l'Ouest (CRCOPR).

La PNPR, qui déploie ses actions à travers 7 plateformes régionales, se donne pour mission de faciliter le dialogue entre les producteurs, de défendre leurs intérêts et d'influencer les politiques en leur faveur. La tâche est ardue mais l'organisation est tenace : elle mobilise tous les acteurs autour de l'Interprofession de la Filière Riz au Mali (IFRIZ-M), rejoint la TASK FORCE Riz du Mali du Ministère de l'Agriculture et engage un infatigable plaidoyer auprès des autorités.

ACHATS INSTITUTIONNELS, UN DISPOSITIF « WIN-WIN-WIN »

En 2014, ses efforts sont récompensés : le Gouvernement met enfin en place une stratégie de valorisation du riz local à travers des achats institutionnels. Dans la pratique, une partie de la production est achetée par l'État et destinée à la constitution du SIE (Stock d'Intervention de l'État) : en période de soudure, ça garantit aux consommateurs du riz à un prix raisonnable. « En faisant des stocks structurés, on négocie un bon prix pour tout le monde » se réjouit Abdoulaye Koureissy, coordinateur national de la PNPR.



Dans cette affaire, tout le monde est gagnant : la PNPR est légitimée dans son action, la production et la commercialisation du riz local sont boostées et la sécurité alimentaire assurée.

Certes, il y a encore du travail à faire : l'opération doit être formalisée par un acte administratif et son financement pérennisé. Mais le changement est déjà en route : en vendant à l'État, les producteurs gagnent jusqu'à 23% de plus, ce qui leur permet de mieux vivre de leur travail.

LA CONCURRENCE DU RIZ IMPORTÉ

Aujourd'hui, les besoins du Mali en riz sont de l'ordre de 49 000 tonnes par an. S'il est vrai que la production locale couvre environ 90% du volume, il est vrai aussi que « tant que le riz importé coûtera moins cher que celui local, le consommateur lambda continuera de le choisir » déplore Abdoulaye Koureissy. « Notre chance au Mali est que le Malien aime le riz malien : de la campagne, nutritif, avec du goût. Tant qu'il a de l'argent, il n'achète pas du riz importé ».

Au début de la pandémie de COVID 19, le pays a peiné à s'approvisionner en intrants et en riz importé, d'où une flambée des prix. À l'époque, comme c'est souvent le cas, la production locale avait fait la différence. Ce qui paraît alors plus évident que jamais est que l'autosuffisance alimentaire est une urgence.

UNE RIZICULTURE PLUS AGROÉCOLOGIQUE

Le partenariat entre la PNPR et SOS FAIM apporte une partie de la solution : en renforçant les capacités techniques et financières de l'organisation, SOS Faim soutient un modèle d'innovation durable. « Nous utilisons moins d'engrais minéraux par rapport aux autres pays, on est de plus en plus dans une dynamique agroécologique » remarque Abdoulaye Koureissy. L'application généralisée du Système

de Riziculture Intensif avec les bio intrants non seulement augmente les rendements mais crée aussi de l'emploi : pour les jeunes et les femmes.

DES MESURES À VENIR POUR VALORISER LE RIZ LOCAL

Depuis qu'elle existe, la PNPR collectionne les victoires. Une grande est à venir : une disposition législative obligeant l'Etat à s'approvisionner en produits locaux, comme c'est déjà le cas ailleurs. Le coordinateur rappelle que « au Burkina Faso, un arrêté oblige les institutions à acheter local quel que soit le produit. Le Sénégal est parvenu à réguler les importations avec des textes qui font que si tu veux importer, tu dois acheter le même volume local ».

À travers un avant-projet de proposition de loi soutenu par des parlementaires et des élus, l'IFRIZ-M plaide pour des prix plus rémunérateurs et pour la protection des acteurs de la filière contre la concurrence déloyale des importations. D'après Abdoulaye Koureissy, l'accompagnement de SOS Faim a été crucial.

Pour l'avenir, la Plateforme souhaiterait conclure de nouveaux partenariats – notamment avec l'armée, des cantines scolaires, des hôpitaux et des ONG. La formule du succès selon Abdoulaye Koureissy ? « Dédoubler les efforts en termes de calibrage, présentation, emballages et encourager la collaboration de producteurs, transformateurs, commerçants et transporteurs sur la base d'un contrat ». Bien commencé est à moitié fait.

STOCK D'INTERVENTION DE L'ÉTAT :

25 000 tonnes de riz blanc

CONTRIBUTION PRODUCTEURS PNPR (2018) :

5000 tonnes

DANS LE CADRE DE LA RIPOSTE CONTRE LE COVID (2020) :

3027 tonnes



Envie d'approfondir les enjeux autour du riz en Afrique de l'Ouest ? (Re)lisez le numéro 44 de Dynamiques Paysannes « Le riz, or blanc de l'Afrique de l'Ouest ? »

Dieyenaba Faye
Volontaire



TROUVER DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS POUR DÉVELOPPER SES VENTES



**ROXANA
CAYO**

**Artisane et coordinatrice
d'un réseau d'organisations
d'artisanes en Bolivie**

ADAPTATION, NUMÉRISATION ET INNOVATION

Les nouvelles formes de commercialisation sont un moyen de rendre les organisations plus autonomes. Le bras économique du réseau OEPAIC, avec la société Integrarte commercialisant des produits artisanaux, se concentre sur le renforcement économique, tandis que le réseau lui-même a un objectif social.

En réponse à la pandémie, des microprojets mis en œuvre par les unités productives ont contribué à l'autoconsommation d'aliments sains dans les familles d'artisanes. Notre

réseau s'est toujours concentré sur l'artisanat, mais l'urgence pandémique oblige à prioriser l'artisane avant le produit.

La paralysie du secteur touristique et l'annulation des événements commerciaux nous ont poussé vers la numérisation, grâce au soutien de partenaires. En même temps, des ateliers d'innovation ont visé à rajeunir les lignes de production et à revenir aux techniques artisanales pour réactiver le marché local.

Les canaux de commercialisation tels que la boutique virtuelle ARTE&IDENTIDAD ont été consolidés. Cette initiative signifiait un positionnement de la marque collective qui transmet des messages de vie et de paix, revalorisant l'identité culturelle en harmonie avec l'environnement.

Les réseaux sociaux, où les jeunes de la communauté ont joué un rôle clé, complètent l'interaction virtuelle, augmentant la confiance des artisanes face aux ventes.



**OUMAROU
COULIBALY**

**Chef d'un projet de dynamisation
des filières maïs, arachide et manioc
dans la région du Centre-Est
au Burkina Faso.**

CONTRACTUALISATION ET COMMERCIALISATION GROUPÉE

Nous avons mis en pratique un modèle d'agriculture contractuelle qui permet aux producteurs de pallier deux problèmes majeurs : l'accès aux intrants de qualité et la commercialisation de leurs produits.

Cela nous a amenés à identifier un fournisseur d'intrants et une banque qui vient comme catalyseur du dispositif dont le but est de financer les intrants. Les acheteurs, quant à eux, discutent en amont de la production d'un certain





Qu'ils,elles soient seul.e.s ou appuyé.e.s par une organisation paysanne, les petit.e.s producteur.trice.s peuvent recourir à différents outils pour améliorer la commercialisation de leurs produits et ainsi développer leurs ventes. Trois partenaires témoignent de leurs stratégies.



NARCISA QUISPE

Éleveuse de cuyes, membre de
l'association des éleveuses de petits
animaux de la communauté de
Sayhua au Pérou.

ACHATS LOCAUX ET DIVERSIFICATION

Nous commercialisons des cuyes (cochons d'inde ou cobayes) sous forme « pelée », c'est-à-dire tués, vidés et sans peau, donc prêts à cuire mais aussi des petits pour l'élevage. Chaque membre a sa propre infrastructure d'élevage avec environ 200 à 250 cuyes.

Nous avons des accords avec des restaurants et hôtels de la zone touristique de Lamay et nous leur fournissons sur commande. Les restaurants nous payent comptant de 20 à 25 \$ par cuy moyen (+/-700g). Mais cela n'est pas très rentable car les cuyes mangent essentiellement de l'herbe et nous n'en avons pas toujours assez, il nous faut donc compléter avec des aliments pour animaux. Les ventes aux hôtels sont plus avantageuses car elles se font sur facture à un meilleur prix (environ 40 \$/kg) et au poids plutôt qu'à la pièce. Cependant, la pandémie a beaucoup affecté le tourisme et nous n'avons plus de commande des hôtels en ce moment.

Je vendais aussi des plats préparés au marché de Lamay, c'était encore le plus intéressant financièrement avec un prix de 30 à 45 \$ le plat selon la taille du cuy. Mais là aussi, avec la pandémie, le marché s'est arrêté et je ne peux plus vendre. A l'avenir, je veux maintenant me lancer dans l'élevage de truites pour les revendre au marché. Car nous sommes dans une zone aquatique où il est possible de faire de la pisciculture. »

nombre de conditions telles que le prix, la qualité, les modalités de paiement ou encore le lieu de livraison et signent des contrats de production avec les producteurs pour récupérer, à la récolte, la quantité de produits correspondante aux crédits intrants alloués.

Ainsi, ce mécanisme permet aux producteurs de valoriser et écouler leurs produits aisément, tout en leur permettant également d'obtenir des intrants de bonne qualité à crédit pour la production.

La meilleure stratégie de commercialisation des produits agricoles est la commercialisation groupée qui permet entre autres de fixer le prix d'achat des produits agricoles par les producteurs eux-mêmes à travers leur comité de commercialisation mis en place, d'obtenir un meilleur accès à des débouchés plus rémunérateurs pour tous les membres et de conclure d'importants contrats.



Découvrez ce projet
en détail dans la rubrique
Focus, page 14.

Joseph Etienne Kolié et Julia Gallardo Gómez
Volontaires



La commercialisation, un défi quotidien



Consommateurs

En Côte d'Ivoire, 90% des achats se font sur le marché traditionnel



Marchés locaux

- > Proximité
- > Régularité
- > Mais transport couteux et prix aléatoires



Désengagement des Etats

En moyenne, **6%** du budget consacré à l'agriculture, **contre les 10% prévus.**



Pas de souveraineté alimentaire

1980 > 2021 : agriculture = **60% > 30%** du PIB africain.



Concurrence des produits importés

Afrique de l'Ouest : le blé et le riz importés représentent **72 % des céréales consommées.**



Inégalités du commerce international

Accord de partenariat économique UE/Pérou : **exportation vers le Pérou de 26 000 t/an de pommes de terre.**



Marchés internationaux

Pas ou peu d'accès



Petits

agriculteurs

Pour vivre, le petit agriculteur doit vendre le produit de son travail. Les possibilités existent mais, de la ferme au consommateur, le chemin est semé d'embûches.

Organisations paysannes

- > Formation en marketing
- > Structuration des filières
- > Outils de commercialisation



Consommateurs



Achats institutionnels

BOLIVIE :
l'APARE a obtenu
un marché public pour
47 écoles de la
municipalité de Totora.

NOUVEAUX DÉBOUCHÉS



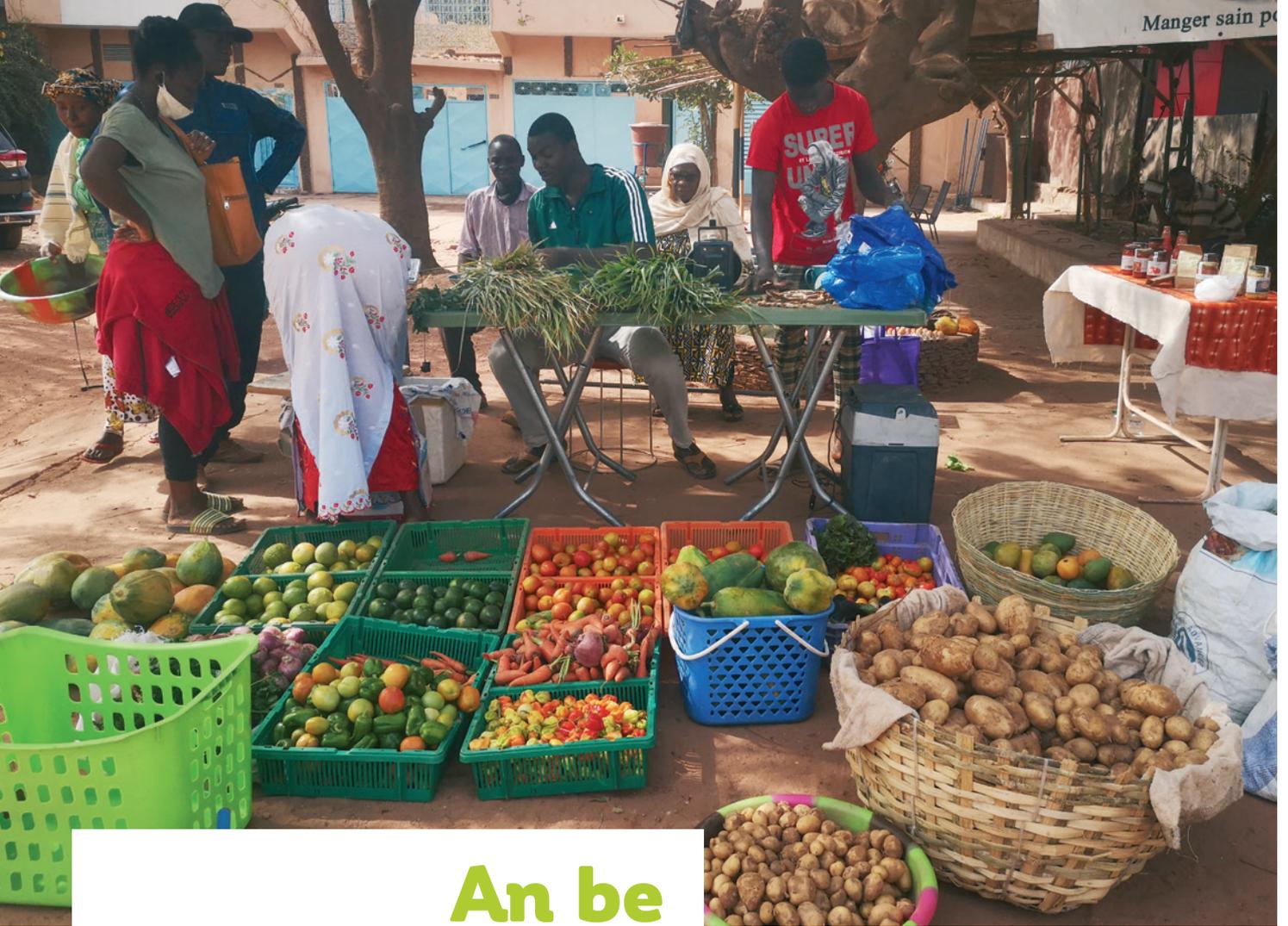
Certification

PÉROU :
6 coopératives
productrices de cacao et
partenaires de SOS Faim
ont été **certifiées "bio
et commerce équitable"**.



Consommer local

TOGO :
l'OADEL (Organisation
pour l'alimentation, et le
développement local)
a créé une **centrale
de distribution
de produits "locaux"**.



An be gnogon bolo, ensemble pour l'agroécologie

**D'un garage où se rencontraient
consom'acteurs et agriculteurs à des marchés
hebdomadaires aux 4 coins de Bamako,
l'agroécologie a fait du chemin dans les
habitudes des Maliens !**

Au Mali, la terre est travaillée par des coopératives, des communautés et en famille. Avec des conditions climatiques et sécuritaires instables et difficiles, l'agriculture est une vocation exigeante et fluctuante qu'il est parfois difficile de garder rentable. Abdoulaye Coulibaly, un des rares agriculteurs qui résiste aux intrants chimiques, explique : « J'ai perdu beaucoup de récoltes, encore récemment avec l'invasion de criquets pèlerins. Mais je me refuse d'envisager des produits chimiques, même si mes voisins ne comprennent pas mon obstination. »

A Bamako, une initiative a germé pour rapprocher ces producteurs au naturel des consommateurs dans la capitale. Sandrine Tembely, présidente du Resapac, raconte : « En 2018, j'ai ouvert mon garage pour faciliter la rencontre entre des consom'acteurs soucieux de la qualité des produits et une coopérative de producteurs locaux et bio. L'idée répondait à un besoin réel et c'est ainsi qu'a débuté le Réseau Solidaire en Agroécologie Paysanne et Citoyenne (Resapac). Ensuite, d'autres espaces ont été mis à disposition par des particuliers et, à présent, il y a 4 marchés hebdomadaires dans la ville de Bamako où une trentaine de producteurs vendent tout au long de l'année ! ».





DES SEMENCES AUX ASSIETTES

Les agriculteurs des campagnes viennent en ville s'occuper eux-mêmes des marchés, épaulés par des référents consommateurs qui facilitent les échanges et renforcent la relation client. Une certification bio-locale Resapac a été créée pour assurer la traçabilité et le maintien de la qualité des produits, ainsi qu'une charte. Cette dernière prévoit un accompagnement au fil des saisons et un appui technique de la part de spécialistes, pour l'aménagement du potager, la gestion de l'eau, l'anticipation des semis ou la planification de la récolte pour un service de précommande.

Abdoulaye Coulibaly explique par exemple que le Resapac l'a aidé à trouver de bonnes semences de pommes de terre, car celles qu'il avait achetées avaient pourri et n'avaient pas poussé. Ainsi, un échange de savoirs se met en place et l'effet de groupe diminue la prise de risque de chaque membre individuellement.

" J'étais la risée de mes voisins qui ne croyaient pas que l'agroécologie pouvait fonctionner. Heureusement, j'ai rejoint le Réseau Solidaire en Agroécologie Citoyenne où mes produits sont appréciés à leur juste valeur. "

Abdoulaye Coulibaly

Pour valoriser davantage les récoltes, la transformation des produits saisonniers est aussi promue et permet de prolonger la disponibilité des légumes hors saison ainsi que de réaliser une plus-value majorée. Hélène N'Diaye, membre du conseil d'administration du Resapac et chargée de la communication, explique que « les coulis de tomates et autres conserves fonctionnent bien mais d'autres idées plus originales sont tentées comme les raviolis. Malheureusement, l'approvisionnement en farines maliennes est difficile à cause de l'insécurité des routes et des aléas climatiques ».

Ces contraintes, ajoutées aux difficultés de trésorerie et de stockage, freinent les innovations et rendent le changement des habitudes et des acquis beaucoup plus long, décourageant une vision sur le long terme.

LE RÉSEAU ENCHAÎNÉ AVEC L'ASSOCIATION

Toutefois, le Resapac a déjà prouvé son efficacité pour trouver des débouchés adaptés et renforcer les productions agroécologiques de façon concrète et fiable. De plus, la demande reste plus élevée que l'offre et les idées continuent de se multiplier, comme une collaboration avec un restaurant achetant systématiquement les invendus des marchés hebdomadaires afin que les producteurs aient la certitude d'écouler la totalité des produits récoltés.

Des événements grand public sont aussi organisés pour sensibiliser les consommateurs à l'importance d'un soutien régulier envers les efforts agroécologiques. C'est aussi pour cette raison que les prix de vente sont fixes tout au long de l'année et reflètent la prise de risque des producteurs, afin que ceux-ci gardent la motivation et trouvent une stabilité de leur niveau de vie pour s'investir encore davantage.

Sous peu, le Resapac deviendra une association qui aura la particularité de couvrir et certifier toute la chaîne : des producteurs et transformateurs aux consommateurs, avec l'objectif de multiplier les marchés dans les différents quartiers de Bamako. De plus, de nombreuses possibilités de projets et de partenariats se dégagent du réseau, comme des crédits à taux zéro, des partages de matériel et des financements pour des constructions de puits ou autres. Enfin, le développement des filières autour de l'alimentation peuvent aussi décourager la migration en améliorant les conditions de travail et de vie au niveau local.

En résumé, leur réussite en expansion prouve bien que les voix (et non voies) de garage peuvent mener loin !

Laëtitia Fauconnier
Volontaire





© SOS Faïm

Le commerce équitable : compenser les dérives des marchés internationaux

Conçu pour soutenir les producteur.trice.s des pays du Sud dans l'établissement de relations commerciales durables, le commerce équitable s'appuie sur l'idée de la réappropriation des échanges marchands par ceux qui les pratiquent et d'un équilibre plus grand dans des relations qui mettent souvent en présence des petits producteurs et des mastodontes de l'agroalimentaire.

► PLUS DE JUSTICE DANS L'AGRICULTURE

Le commerce équitable consiste en un système de certification des produits agricoles par des labels qui visent à garantir qu'un ensemble de normes, environnementales, sociales et surtout marchandes, soient respectées dans la production et la commercialisation agricoles.

Ces normes incluent, dans le cas de l'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO) par exemple, la création d'opportunités pour les producteurs économiquement en situation de désavantage, le paiement d'un prix juste, le maintien de conditions de travail dignes, l'interdiction de travail des enfants ou la gestion des relations de commerce.

Ce type de commerce offre ainsi à la fois de meilleures conditions de marché et la garantie des droits des producteur.trice.s.



QUI EN BÉNÉFICIE ?

Comme manière de concevoir le commerce international, le mouvement du commerce équitable naît dans les années 1960 et se concentre en particulier sur les matières premières ou les produits généralement exportés des pays du Sud vers les pays du Nord. Quels sont ces produits ? Le café, le cacao, la banane, le sucre de canne, le coton... et les fleurs. Selon Fairtrade International, l'un des labels de commerce équitable les plus connus, en 2019 plus de 1.8 millions d'agriculteur.trice.s commerçaient à travers des organisations des producteurs certifié.e.s.



© SOS Faim

Dans une même approche, des organisations paysannes au Sud focalisées sur le commerce extérieur promeuvent directement des standards sociaux et environnementaux parmi ses membres. C'est le cas de Coopain Cabana, au Pérou, une coopérative qui promeut l'agriculture familiale et qui est composée de plus de 600 familles, reconnue internationalement mais aussi nationalement pour son modèle d'organisation et pionnière nationale dans la production de quinoa et cañihua¹ biologiques.

AU CŒUR DU DISPOSITIF, LA GARANTIE D'UN PRIX JUSTE

Concrètement, comment ça marche ? Dans un contexte de commerce international avec des prix changeants et souvent

faibles, le commerce équitable propose un marché alternatif avec des accords clairs à un prix juste et dirigé vers des consommateur.trice.s sensibilisé.e.s. Ainsi, le processus de certification et de soutien comprend la réduction des coûts de transaction en travaillant principalement à travers des organisations de producteurs, des livraisons plus rapides, l'accès à de l'information et une plus grande force de négociation dans la chaîne alimentaire.

D'autres points forts du commerce équitable sont à noter du point de vue social et environnemental : l'accès à une formation agroécologique, la durabilité de l'emploi, le passage à des pesticides moins toxiques, un accès plus facile au financement, etc. Certains labels offrent aussi une somme « premium », en plus de l'assurance d'un prix juste, qui a comme objectif l'amélioration des conditions de vie des communautés rurales à travers divers projets.

UNE EFFICACITÉ RECONNUE MAIS LIMITÉE

Néanmoins, le commerce équitable reste un marché de niche et a aussi ses limites. Produire pour le label non seulement demande plus d'efforts pour la production soumise aux standards mais aussi fait tendre vers la monoculture au détriment de la diversification. Ceci en termes de cultures mais aussi d'activités menées par les différents membres des exploitations. Conséquence : une diminution de la résilience, qui peut devenir problématique pour les paysan.ne.s si une partie de la production agricole n'arrive pas à être commercialisée à travers le label.

Autre point faible du commerce équitable : son manque de potentiel pour la commercialisation locale. Le commerce équitable est profilé comme un atout pour une commercialisation à l'export plus juste pour les paysan.ne.s au Sud.

Ainsi, en les considérant comme un outil circonscrit aux exploitations agricoles suivant une stratégie de vente à l'internationale, les labels du commerce équitable permettent tout de même une amélioration des conditions économiques, sociales et environnementales des fermes et des communautés rurales. Ils permettent ainsi, dans une certaine mais puissante mesure, de compenser les côtés les plus durs du commerce international et de promouvoir des pratiques plus respectueuses de l'environnement.

Julia Gallardo Gómez
Volontaire



¹ Pseudo-céréale de la famille de l'amarante et proche du quinoa, qui fait partie des plus anciennes cultures de subsistance des Incas.



BURKINA FASO

RENFORCER LES CAPACITÉS DES ACTEURS DE L'AMONT ET DE L'AVAL POUR DÉVELOPPER LES FILIÈRES

© SOS Faim

Une fois le maïs, l'arachide et le manioc récoltés, les paysans burkinabè se rendent sur les marchés locaux afin d'écouler leur production. Cependant, vendre sa marchandise au meilleur prix n'est pas toujours évident pour les agriculteurs isolés et peu formés aux techniques de négociation et de commerce. « Une meilleure stratégie est la commercialisation groupée par des coopératives » affirme Oumarou Coulibaly, chef du Projet Filières, que SOS Faim met en œuvre avec Afrique Verte dans la région du Centre-Est du pays afin de dynamiser ces trois filières.

Au cours des derniers mois, ce projet a accompagné 34 coopératives de producteurs agricoles afin qu'ils suivent des formations sur diverses thématiques, comme élaborer un plan d'affaires, et améliorer ainsi leurs techniques de vente. Grâce à l'appui de SOS Faim et de son partenaire, plusieurs coopératives disposeront aussi bientôt d'un hangar où entreposer et conserver les aliments pour les vendre lorsque la demande augmente. Sans accès à ces lieux de stockage, les paysans doivent vendre toute leur récolte en une fois, à une période où l'offre est déjà très forte et les prix bas. Rassembler leur marchandise leur permet également de commercialiser de plus gros volumes d'un coup et donc d'alléger les coûts de transport de la ferme au marché.

Autre débouché pour la production : la transformation des matières premières en denrées plus faciles à conserver, comme la farine de maïs. C'est un secteur peu développé au Burkina Faso, qui pourtant regorge d'opportunités d'emplois pour les personnes socialement défavorisées, notamment les femmes et les jeunes. Le Projet Filières soutient donc également la formation d'une centaine de micro-entrepreneurs dans la transformation artisanale de produits agricoles.

En plus de pouvoir des services et des équipements collectifs d'une valeur de plus de 50 millions de francs CFA, le Projet Filières a mis en place un modèle d'agriculture contractuelle, qui met en relation producteurs, fournisseurs d'intrants, acheteurs et banques via la signature de contrats de production. Une banque finance les intrants nécessaires aux producteurs des trois filières, un acheteur s'engage à récupérer, à la récolte, la quantité de produits correspondant aux crédits alloués et, en échange, le producteur doit respecter des conditions spécifiées dans le contrat, comme la qualité du produit, le lieu de livraison, etc. Depuis le lancement du projet, 17 contrats ont été ainsi signés. Selon Oumarou Coulibaly, « ce mécanisme permet aux producteurs de valoriser et écouler leur marchandise aisément, tout en leur offrant des intrants de bonne qualité ».

Le Projet Filières va donc poursuivre ce modèle, qui améliorera à long terme les conditions socio-économiques de tous les acteurs des trois filières.



Retrouvez l'entretien réalisé avec
Oumarou Coulibaly dans la rubrique
Voix du Sud, page 6.

Chems Deaibes
Volontaire





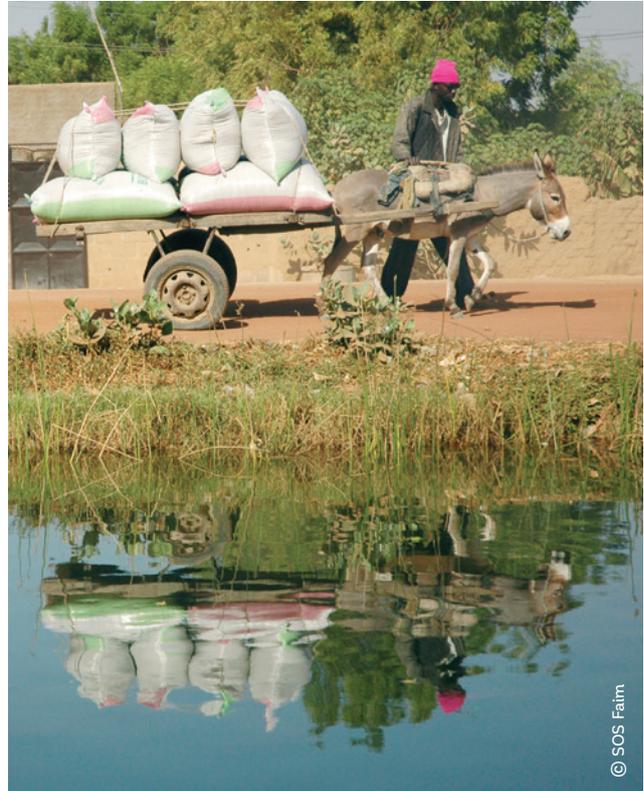
Pour des politiques commerciales plus justes et plus durables

Les politiques commerciales façonnent nos systèmes alimentaires de manière radicale. En l'absence d'une « exception agricole » forte qui attribuerait un statut particulier au commerce des produits alimentaires de base, s'appliquent, pour l'essentiel, les règles générales du commerce international fondées sur la croyance dans les vertus du libre-échange et le principe sous-jacent d'avantages comparatifs pour lesquels chaque région devrait se spécialiser.

Aujourd'hui, les règles en vigueur sont issues des négociations menées à l'Organisation Mondiale du Commerce et dictées par un agenda centré sur les intérêts européens et étatsuniens, deux régions du monde qui ambitionnent d'exporter leurs productions agricoles. Dans le même objectif, l'Union Européenne signe aussi une série d'accords de libre-échange bilatéraux avec des pays ou des régions afin d'accélérer les échanges. Par exemple, l'accord avec le Mercosur ne vise pas seulement à accroître les exportations européennes mais aussi à garantir l'accès à des protéines végétales abondantes pour soutenir l'industrie européenne de l'élevage intensif.

Résultat de ces politiques : un jeu de dupe, où les barrières tarifaires et non tarifaires aux échanges sont réduites mais essentiellement au profit des industries agro-alimentaires soutenues par diverses subventions. Les pays d'Afrique n'ont pas les capacités financières de soutenir leurs agriculteurs. trices et plus l'autorisation de les protéger ou seulement via l'activation de clauses pas toujours aisées à mobiliser. Et dans certains pays, le choix des autorités politiques de privilégier les populations urbaines dépendantes des importations alimentaires à bas coûts au détriment des populations rurales afin d'acheter une certaine paix sociale accroît cette tendance.

Loin de contribuer au développement de systèmes alimentaires durables, et encore moins à soutenir les agricultures familiales, le système commercial actuel freine les initiatives politiques et sociales des acteurs de la transition en Belgique, en Europe et dans les pays où SOS Faim travaille



comme le Sénégal ou le Pérou. Mettre en concurrence des agriculteurs.trices de contextes si différents à travers le libre-échange contraint le développement des initiatives de commercialisation de produits locaux et nuit au développement de marché territoriaux.

Pour SOS Faim, les règles du commerce pourraient être un puissant levier de changement potentiel si on les réformait fondamentalement : les barrières tarifaires peuvent servir à lever des ressources pour soutenir les paysan.ne.s ; les taxations carbone peuvent orienter les pratiques vers plus de durabilité et soutenir les populations les plus vulnérables en finançant des systèmes de protection sociale ; une révision des mécanismes de subvention peut permettre de soutenir la transition agroécologique et réduire les inégalités dont sont victimes les petits producteurs.trices en Europe et ailleurs.

Benoît De Waegeneer

Coordinateur du service Information



CHAMP
D'ACTIONS

UN PODCAST



« Le protectionnisme agricole » avec Laurence Roudart

La pandémie du Covid-19 a relancé les débats sur la souveraineté, la sécurité et l'autosuffisance alimentaires, ainsi qu'un débat qui leur est très lié, celui sur le protectionnisme agricole. Dans ce podcast, Laurence Roudart, professeure de Développement agricole, fait le point sur ses avantages et inconvénients et s'appuie sur une analyse historique pour voir dans quelle mesure et à quelles conditions il peut apporter des réponses à une nouvelle organisation internationale des échanges agricoles.



UN MOT



« Circuit-court »

« Mode de commercialisation de produits agricoles ou horticoles, qu'ils soient **bruts ou transformés**, dans lequel **au maximum un intermédiaire** intervient entre le producteur et le consommateur. » (Région Wallonne, DGO3). La proximité est surtout relationnelle : physique (sur un marché, à la ferme, en livraison, dans des points de vente collectif) ou virtuelle (sur des plateformes, via des paniers). Rien n'indique officiellement la distance maximale en-deça de laquelle le circuit est considéré comme court. Ce dispositif permet au producteur d'être mieux rémunéré et de créer du lien avec les consommateurs mais il l'oblige à se former à de nouveaux métiers et, parfois, à investir.



Jouer à Navatane

UNE ACTION



Jeu de société, Navatane vous emmène dans un pays imaginaire et vous transporte dans la peau d'un.e agriculteur.trice. Face à au moins 11 autres joueurs et dans un marché international hyper concurrentiel, vous devez récolter et vendre votre production sur le marché. Pas facile... De façon progressive et concrète, vous prenez ainsi conscience des inégalités entre agriculteurs et des causes de ces inégalités, tout en réfléchissant aux alternatives existantes ainsi qu'au droit à la souveraineté alimentaire et ses implications.

Envie de vous lancer ? Suivez nous sur www.sosfaim.be ou sur les réseaux sociaux pour être informé.e de la prochaine session.
Envie d'en organiser un autour de vous ? Contactez-nous, nous pouvons l'animer ou vous former à le faire > info.be@sosfaim.org



Rue aux Laines 4
1000 Bruxelles

www.sosfaim.be