



MEMOIRE DU SEMINAIRE INTERNATIONAL
d'Ispoure, Pyrénées - France
2 et 3 septembre 2003

Agriculture de montagne et mondialisation

ESPAGNOL : MEMORIA DEL SEMINARIO INTERNACIONAL Ispoure, Pireneos - Francia2 y 3 de septiembre de 2003 - Agricultura de montaña y mundialización

Avec le concours de :

Association Nationale des Elus de la Montagne
Région Aquitaine
Conseil général des Pyrénées Atlantiques
Commissariat à l'Aménagement des Pyrénées
Fédération des Commissions Syndicales du Massif Pyrénéen
Mairie d'Ispoure
Institution Patrimoniale du Haut Béarn
Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées Atlantiques
Communauté de Communes de St Jean Pied de Port

INDEX

INTRODUCTION DU PRESIDENT DE L'APMM	3
Jean Lassalle Député Maire Lourdios-Ichère, France	
INTRODUCTION ET PRESENTATION	4
1. ETRE PRODUCTEUR DE MONTAGNE	
L'AGRICULTURE DE MONTAGNE	6
– <i>Paysan en montagne ardéchoise, Pascal Dumoulin, France</i>	6
– <i>Les difficultés de l'agriculture camerounaise, entre cultures vivrières et cultures de rente, Rosalie Djomgoue Ngako, Cameroun</i>	7
– <i>Contraintes et potentialités de l'agriculture au Népal, Shrikrishna Upadhyay, Népal</i>	7
– <i>Les paysans péruviens face à la crise, William Gonzalez, Pérou</i>	8
– <i>Bergers du Haut Béarn, Monique Lahitette, Joseph Paroix et Marie-Jo Dupuis</i>	8
– <i>Compatibilité entre activités économiques, conservation des écosystèmes et spiritualité en Inde du Nord, Sanjeeva Pandey Inde, Parc national de l'Himalaya</i>	9
– <i>Des cultures de montagne qui veulent exister, Efen Tarapués, Colombie</i>	9
– <i>Les enjeux de l'agriculture dans les Andes, Frédéric Apollin, CICDA</i>	10
2. UN NOUVEAU CONTEXTE INTERNATIONAL	13
– <i>Agriculture et échanges internationaux, Joseph Rocher, RONGEAD</i>	13
– <i>Le cas de l'ALCA, une menace pour l'agriculture de montagne des Andes, José Cerruto, Bolivie</i>	16
Des agricultures marginales ? ou marginalisées par les règles du commerce international?	17
Reconnaître et renforcer l'agriculture de montagne par des politiques volontaristes De souveraineté	18
Valoriser les atouts de l'agriculture de montagne	19
Vigilance et prise de parole	19
3. LA VALORISATION DES SPECIFICITES DE L'AGRICULTURE DE MONTAGNE, DES OUTILS ET DES ATTITUDES	20
– <i>Le commerce équitable - Une vision politique, une entreprise généreuse, une alternative réaliste ?, Jean Pierre Ghesquière, Artisans du Monde</i>	21
– <i>Démarche de qualité « Rosée des Pyrénées », Gilles Anjoran, Pyrénées Orientales, France</i>	23
Interdépendance entre image de la montagne et labels	24
Obligations de moyens et obligations de résultats	24
SYNTHESES	26
Denis Blamont, Gérard Logié et Jean Bourliaud	
PROPOSITIONS D'ACTION POUR L'APMM Pierre Rémy	28
LE POINT DE VUE DES AUTORITES POLITIQUES	29
ANNEXES	31

INTRODUCTION DU PRESIDENT DE L'APMM

Jean Lassalle Député Maire Lourdios-Ichère, France

Thème de plein pied avec l'actualité du moment quand se mettent en place les négociations qui pèseront très lourd pour l'avenir du monde et de la montagne, qui représente près de 40% de la planète, renferme la plupart des richesses qui servent à tous les habitants de la planète et qu'il y a souvent incompréhension entre les peuples de la montagne qui sont très attachés à leur territoire, charnellement attachés à leur territoire et le reste d'une société qui l'est moins

Avec les problèmes que connaît l'agriculture sur l'ensemble de la planète, différents entre les pays développés et les pays en développement ; mais partout l'agriculture est essentielle à la vie des peuples, il n'y a pas de pays qui vive sans agriculture, le problème étant que l'agriculture ne peut pas jouer le rôle qu'elle devrait jouer pour alimenter l'ensemble de la population. L'agriculture déclenche aussi tout un processus économique très important.

C'est ce qui se discute en ce moment quand se préparent les nouveaux accords de la PAC au niveau de la Commission Européenne mais aussi les nouveaux accords de l'OMC, quelques jours avant le sommet de Cancun où je me rendrais au nom de l'assemblée nationale et également au nom de l'APMM, qui sera donc représentée au sommet de Cancun.

Ce que nous avons engagé est très important, en effet les problèmes que nous avons tous chacun chez nous sont tellement complexes et difficiles que on se demande bien pourquoi on se met à s'occuper des problèmes du monde. C'est une nécessité absolue, impérieuse, si nous ne nous en occupons pas les choses se feront quand même ; la mondialisation, la globalisation sont en cours et si nous ne prenons pas les choses en main ce sont d'autres qui le feront et ce ne seront pas les citoyens ce ne seront pas les hommes et les femmes.

Toutes les décisions concernant la montagne sont pris par d'autres en particulier les grands organismes internationaux, et quand ces décisions arrivent aux montagnards elles ne sont pas comprises ni acceptées. En montagne il y a des processus démocratiques très élaborés, n'acceptant pas de se voir imposer de l'extérieur des idées non conformes à leurs us et coutumes. Nous ne pouvons engager nos travaux sans connaître ces règles du jeu de l'OMC et pour nous c'est un peu nouveau !

Quelles orientations nous allons donner nous les montagnards ? Comment qualifier l'extraordinaire plus-value de services que nous rendons à l'humanité et qui n'est quantifié nulle part car si nous ne réussissons pas à maintenir des hommes sur nos territoires de montagne pour produire ce que personne d'autre ne peut produire, mais pour entretenir ces millions d'hectares si importants pour la vie des peuples urbains et des plaines ? Comment entretenir cet espace, ce rêve ???

Quel visage voulons nous donner à la montagne ? Un visage uniquement économique avec des flux qui passent au dessus de nos têtes sans que nous puissions avoir le moindre effet sur eux, avec cette décapitalisation du pouvoir politique qui ne représente plus grand-chose, quand les ministres des finances se réunissent tous les 2 ans alors que les experts de façon permanente

Est-ce que nous voulons que la politique, que les citoyens, reprennent un peu de sens et de pouvoir ? C'est l'un des grands enjeux de notre temps.

INTRODUCTION ET PRESENTATION

Ce séminaire **Comment l'agriculture de montagne peut-elle faire face à la mondialisation ?** s'inscrit dans une série de rencontres que l' Association des Populations des Montagnes du Monde (APMM) compte organiser en 2003 et 2004 sur les conséquences de la mondialisation pour la montagne, et en particulier sur les effets des accords mondiaux passés dans le cadre de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Son objectif est de définir les politiques et les actions à conduire pour que les territoires de montagne, parmi les plus exposés de la planète, gardent la pleine maîtrise de leur évolution. Décision de démarrer sur l'agriculture de montagne, de par son rôle majeur et sa multifonctionnalité, l'agriculture est un des atouts majeurs de la montagne.

Devraient faire l'objet de prochaines rencontres organisées par l'APMM la question de la libéralisation des services et celle de la propriété intellectuelle. A quelques jours de différence avec la conférence ministérielle de l'OMC à Cancun (Mexique du 10 au 14 septembre), il est intéressant de mettre en parallèle les réflexions, propositions et décisions d'action exprimés à la rencontre d'Ispre et les débats au sein de l'enceinte de l'OMC et à l'extérieur.

Le séminaire s'est organisé autour de deux réflexions complémentaires :

- La première cherchera à évaluer comment le « système », tel qu'il résulte de l'accord mondial sur l'agriculture en cours de définition, peut être utilisé ou modifié pour permettre à l'agriculture de montagne de se maintenir et de se développer, grâce notamment aux nouvelles perspectives qu'offre la reconnaissance des productions spécifiques « territorialisées » (indications d'origine géographique) et celle du rôle environnemental de l'agriculture. Comment exploiter au mieux ces perspectives tout en les consolidant et les élargissant ? Comment mobiliser l'aide nationale et l'aide internationale indispensable à leur mise en œuvre ? Quel rôle peut jouer l'APMM et les APMM régionales dans cette mobilisation ?
- La seconde voie explorée est celle de l'organisation des producteurs. Ceux-ci doivent - en tout état de cause - conquérir des parts de marchés pour leurs produits. L'économie solidaire, le commerce équitable constituent-ils des réponses à l'échelle des problèmes ? Que peut apporter cette démarche qui s'analyse comme une « péréquation internationale sociale » entre sociétés du nord et du sud ? Ne doit-elle pas s'appuyer avant tout sur une économie locale forte, tournée vers la qualité et l'authenticité des produits ? Peut-on dès lors envisager une labellisation au niveau mondial des productions de montagne ? Et une organisation comme l'APMM n'a-t-elle pas un rôle éminent à jouer dans cette démarche ?

Ce document est donc la mémoire de ce séminaire et constitue, parallèlement, un premier document de réflexion pour l'APMM autour du thème de l'agriculture de montagne. Dans cette optique, la mémoire est structurée de la façon suivante :

A partir de contributions et témoignages de producteurs de montagne d'Afrique, d'Himalaya, des Andes et d'Europe.

- Que signifie aujourd'hui « être producteur de montagne » ?
- Quelles sont **les spécificités et les fonctions de l'agriculture de montagne** ?
- Recadrage des très **grandes différences entre la situation de l'Europe et celle des autres régions du monde.**

Un nouveau contexte international

A partir d'informations sur le commerce international, les enjeux des négociations actuelles à l'OMC et la mise en place de l'accord régional de libre-échange de l'ALCA.

Au-delà de la « marginalisation » de l'agriculture dans le contexte du commerce mondial, elle contribue de manière très importante à l'alimentation du monde quoique sa productivité soit faible. Comment réagir ?

- **défendre sa spécificité**, chercher à se faire reconnaître dans sa complexité et moindre productivité, en particulier par des **politiques de souveraineté alimentaire**
 - utiliser les marges de manœuvre du système en **valorisant les atouts de l'agriculture de montagne** (services environnementaux et qualité)
 - **être encore et toujours vigilants**

Dans la logique de **la valorisation des spécificités de l'agriculture de montagne**, analyse d'outils et attitudes liés au **commerce équitable et aux dénominations / définitions de labels pour les produits de montagne.**

C'est en fait la question de la qualité et du prix des produits, ainsi que la reconnaissance des producteurs de montagnes (avec des savoir-faire, des produits spécifiques, des modes de production...) qui est derrière le thème des dénominations et labels (sigles, procédures...).

Synthèses générales et Propositions d'action pour l'APMM

La mémoire étant réalisée à partir des contributions des participants lors du séminaire, des débats et des conclusions ; pour en faciliter la lecture, les différents types d'apports sont traités par différents styles graphiques :

Témoignages de producteurs ou organisations

Contributions à caractère technique

Débats et synthèses, **éléments clés**

Mémoire réalisée par Laurence Marandola

1. ETRE PRODUCTEUR DE MONTAGNE

L'AGRICULTURE DE MONTAGNE

A partir de contributions et témoignages de producteurs de montagne d'Afrique, d'Himalaya, des Andes et d'Europe ; quelques réflexions et positionnements sur l'agriculture de montagne et, au-delà, sur ce que représente « être producteur de montagne ». Recadrage des atouts et des contraintes que rencontrent les agriculteurs en montagne et des très grandes différences entre l'expérience européenne et celle des autres régions du monde.

Paysan en montagne ardéchoise

Sur une petite commune d'Ardèche, exploitation de 16 has : entre 6 à 7 d'herbes, le reste en châtaigneraie et bois-taillis (parcours pour les bêtes).

Productions de l'exploitation : châtaignes (vente en frais, en confiture, farine, conserve, etc.), miel, jus de pomme-poire en variétés traditionnelles, prévision de production de cidre, confitures de petits fruits, myrtilles, pas cette année à cause de la sécheresse.

Activités d'accueil : 2 chambres paysannes, table paysanne (volaille, potager, agneaux), ânes et doubles poneys pour randonnées.

Deux repères pour nos clients :

- *certification en agriculture biologique (traçabilité et qualité) pour produits végétaux et le miel, le reste est de l'autoconsommation (en France !)*
- *membre de la Fédération Accueil Paysan avec une philosophie «manne» touristique pour les vrais paysans et ceux qui vivent réellement au pays», complément qui permet le maintien d'une activité agricole quand fermes trop petites.*

Pratiques de commercialisation : vente directe aux hôtes, marchés hors de la zone de production de châtaignes, site internet (excellent moyen pour pallier aux problèmes d'isolement et d'inaccessibilité).

Je n'appartiens pas à un groupement de producteurs, les filières existent et sont globalement positives en France mais parfois les filières une fois structurées échappent un peu au producteur. L'important est de conserver les plus values pour les gens qui vivent sur place, l'organisation de filière s'accompagne parfois d'une perte de contrôle du produit, parfois d'une perte de son identité et parfois aussi de la plus value qui lui est associée.

Pascal Dumoulin, France

Les difficultés de l'agriculture camerounaise, entre cultures vivrières et cultures de rente

Topographie du Cameroun: montagnes, hauts plateaux, basses terres. La chaîne montagneuse ou dorsale camerounaise s'étend du sud/est au nord/ouest (Mont Cameroun 4070 mètres d'altitude) et crée des disparités sur le plan climatique, partie septentrionale aride et partie sud humide

Ma région est celle des hauts plateaux de l'ouest de 3000 à 3600 m d'altitude, climat chaud et humide (2 saisons des pluies et 2 saisons sèches). L'agriculture est l'activité principale de 70% de la population avec des cultures vivrières (macabo, maïs, haricot, taro, banane, patate douce, igname) et des cultures de rente (cacao et café), presque insignifiantes pour les exportations du Cameroun.

L'agriculture est le moteur de l'économie mais avec une baisse sensible et une grosse préoccupation de la part des agriculteurs. C'est une agriculture de petite taille et manuelle (houes et machettes) avec des cultures itinérantes sur brûlis puis jachère. Les rendements sont très bas et il y a des problèmes d'érosion et de destruction des écosystèmes et de la biodiversité. L'exode rural est important mais la pression sur l'écosystème reste forte (réduction du temps des jachères et ampliation de la frontière agricole, déforestation, changement de climat).

Le gouvernement a cherché à promouvoir la sensibilisation des agriculteurs sur les écosystèmes montagnards, la formation du personnel agricole, la recherche, et le développement à long terme et durable. Mais les jeunes trouvent qu'à la campagne ils ne peuvent pas gagner d'argent, l'agriculture ne donne presque rien, le prix du café a baissé et le rendement des cultures vivrières est très bas, l'agriculture permet seulement de nourrir la famille, on ne sait comment attirer les jeunes vers la campagne. Mais il y a aussi les problèmes de sécurité alimentaire, santé, d'accès à l'eau potable, etc.

Rosalie Djomgoue Ngako, Cameroun

Contraintes et potentialités de l'agriculture au Népal

Le Népal : 16% haute montagne, 54% montagne et 30% plaine mais la moitié de la population vit de la montagne. 90% de la population vit de l'agriculture, qui représente 40% du PIB. Production de riz au sud, de maïs, blé millet et orge au nord et plantes commerciales (thé et café).

Contraintes au développement agricole : Problème d'accessibilité, peu d'infrastructures très coûteuses, le transport de marchandise est très difficile et coûteux. Taux de pauvreté très élevé dans les montagnes, la pauvreté augmente (58% de la population de montagne en dessous du seuil de pauvreté). Productivité et rendements très faibles.

Potentialités : Considérer les agriculteurs non comme des producteurs de biens particuliers mais de multifonctionnalité, foresterie, tourisme et essentiellement écotourisme (potentiel très élevé dans l'Himalaya). Les agriculteurs doivent être considérés comme gardien et protecteur d'un milieu en offrant des services environnementaux. Le potentiel des zones de montagne : production spécifique (fromages, thés, café spécial, fleurs, plantes médicinales, etc.).

Priorités : améliorer l'accès aux communautés, micro infrastructures, irrigation, énergie (les communautés devant gérer leurs propres ressources et minimiser les coûts), investir dans la protection de toutes les ressources, envisager un développement intégré avec l'ensemble des ressources des territoires et avec les gens au centre.

Shrikrishna Upadhyay, Népal

Les paysans péruviens face à la crise

Les paysans des montagnes ont des difficultés, accentuées au niveau de la commercialisation, il faudrait raisonner au niveau des filières, pas seulement la production mais aussi la transformation et commercialisation pour apporter de la valeur ajoutée. L'état péruvien ne fournit aucune aide aux producteurs.

Les productions de la côte pacifique (volaille et œufs) arrivent dans les zones les plus reculées de la montagne, le kg de poulet arrive à 1 \$ alors qu'un taureau de 5 ans ne dépasse pas 150\$! Ceci déplace les productions traditionnelles de montagne et contribue à l'appauvrissement des paysans.

D'où je viens, à 3600 mètres d'altitude, il y a plus de 2500 sortes de pommes de terre de diverses couleur, taille, utilisation (semences, consommation, médecine), elles encourent un risque très important avec l'apparition de pommes de terre hybrides qui ont une productivité plus importante mais pour les montagnards cette biodiversité est notre patrimoine et nous refusons sa disparition.

Le Pérou et les pays andins ont de grandes ressources touristiques, mais cette activité bénéficie seulement à une élite, il faut absolument –par le biais de l'APMM ?- chercher à promouvoir ces ressources afin qu'elles débouchent sur une amélioration des revenus des populations de montagne.

William Gonzalez, Pérou

Bergers du Haut Béarn

Elevage de chèvres et moutons, traite du lait et fabrication de fromage en estive, pratique de la transhumance depuis longtemps, nous avons continué une production très traditionnelle qui se fait depuis plus de 400 ans, l'été nous partons en montagne vers 1700 m d'altitude et en hiver en plaine ou en vallée.

En 1990, démarrage de la démarche de dénomination du fromage Pé d'Escaus (pied nu, désigne l'ours), empreinte de l'ours comme image du fromage. Fromage produit sur un territoire partagé avec l'ours, marque l'identité d'un fromage produit en estive. Transformation d'une contrainte (l'ours) en atout (marqueur d'un produit à identité forte, « originalité » de vivre avec l'ours), la présence de l'ours a obligé à garder les brebis tous les soirs en estive, à être sur place en permanence et finalement a été un élément fort pour maintenir les troupeaux laitiers.

Cette démarche ne fait pas l'unanimité de par les tensions autour de l'ours (ailleurs considéré comme l'ennemi des bergers, en particulier pour l'ours réintroduit de Slovénie) mais seule démarche de valorisation du fromage FAIT en estive et donc pérennise ce type de production, des savoirs et un type de gestion territoriale, la démarche peut inciter des jeunes à s'installer.

Monique Lahitette, Joseph Paroix et Marie-Jo Dupuis

Compatibilité entre activités économiques, conservation des écosystèmes et spiritualité en Inde du Nord

En Inde très forte densité de population et d'augmentation de la population, même en montagne et même dans les parcs naturels, qui sont donc habités et utilisés par ces populations. Dans les montagnes de l'Himalaya, la pauvreté, l'analphabétisme affectent beaucoup de femmes, ces personnes gagnent leur vie à partir des ressources naturelles dont elles disposent autour d'elles. Par ailleurs, le parc de l'Himalaya a pour objectif de conserver la biodiversité.

Ici la conservation des ressources naturelles exige de prendre en compte la population, ses modes de vie et, surtout, ses activités dont elle tire sa subsistance car c'est cette population (en particulier les femmes) qui est responsable de la conservation. Face à ce genre de situation, il faut être pragmatique pour tenter de concilier la conservation d'un écosystème et des activités économiques, et veiller à ce que ce soit juste et équitable, entre les hommes et les femmes.

Un revenu garanti la conservation ? Non pas seulement, même si l'expérience est très positive, la conservation de l'écosystème n'est pas encore garantie à moins que nous ne soutenions cet effort avec des politiques pour la poursuite de ces expériences, des programmes d'alphabétisation, etc.

Sanjeeva Pandey Inde, directeur parc national de l'Himalaya

Des cultures de montagne qui veulent exister

En Amérique Latine, il existe beaucoup de peuples millénaires qui ont domestiqué la montagne, les produits et ont donné des aliments au monde (pomme de terre, maïs, chocolat, etc.), nous vivons dans des territoires où naissent l'eau et l'oxygène. Mon peuple (Pasto), nous avons existé pendant 9 ou 10000 ans déjà, nous avons vécu avec le monde et partagé avec le monde. Simplement en Colombie nous sommes 84 peuples indigènes, 84 mondes, 84 technologies, 84 modes de production...

Nous cherchons aujourd'hui des réponses à nos problèmes ; nous défendons le droit à exister, nous et les futures générations. Mais aujourd'hui on nous regarde seulement avec la compétitivité du marché, ce marché veut nous commercialiser, nous et nos produits.

Nos cultures andines ont réussi pendant de nombreuses générations des échanges de produits sur des distances très longues, les concepts monétaires étaient le sel, la coca, les perles, l'or ; les échanges entre étages écologiques basés sur la solidarité et la réciprocité continuent jusqu'à aujourd'hui même si c'est plus minime. Aujourd'hui, le marché fixe les prix et est contrôlé par d'autres (l'intermédiaire, les transporteurs, la bourse de New York ou l'OMC), il tue le commerce local. Nos produits d'agriculture de montagne n'arrivent même pas sur les marchés nationaux alors que d'autres produits d'ailleurs arrivent partout. Les coûts de production de nos produits sont très élevés, nos techniques de production sont biologiques et biodynamiques, ce sont des alternatives pour la sécurité alimentaire et pour continuer à exister comme culture de montagne.

Les aliments ne doivent pas être une arme de domination des pays pauvres ni des identités. Il doit y avoir solidarité entre peuples et producteurs de montagne et échange de nos produits. Le commerce n'est pas seulement une concurrence mais aussi une possibilité de faire connaître, avec nos produits, l'existence des peuples de montagnes, gardiens de l'eau, des nuages et de la vie. Nous, les indigènes, concevons que nous faisons partie de la biodiversité naturelle et que l'on ne peut pas tout placer sous le signe de l'argent. Comment défendre nos droits de peuples de montagne, d'être humains sujets de droits dans nos territoires ancestraux ?

Efren Tarapues, Colombie

Les enjeux de l'agriculture dans les Andes¹

L'agriculture paysanne dans les Andes

- *Des agricultures paysannes qui lient l'économique, le culturel et le social.*
- *L'utilisation de différents espaces (rural et urbain), qui combinent la production agricole de différents étages écologiques, qui valorisent des ressources familiales sur diverses activités agricoles ou non (migration, commerce, artisanat, tourisme)*
- *Des pratiques d'aménagement territorial qui ne répondent pas uniquement à des critères d'efficacité économique et de productivité agricole maximale, mais qui combinent la recherche de la sécurité alimentaire, de gains économiques sur des filières locales ou internationales, avec des pratiques individuelles et collectives adaptées à des écosystèmes fragiles.*
- *Des initiatives et formes d'organisation paysannes nombreuses et diversifiées (syndicales, territoriales, par filière, etc.), adaptées aux modes de fonctionnement social et culturel de chaque groupe et qui souhaitent s'inscrire et bénéficier des opportunités ouvertes par les processus de décentralisation en cours.*

Des politiques nationales inadaptées

- *Retrait de l'Etat de ses fonctions d'appui au secteur de la « petite agriculture »*
- *Politiques douanières et de protection privilégiant le secteur agro exportateur*
- *Sécurité alimentaire assurée également par des importations.*
- *Une concentration forte des moyens de production et d'accès aux ressources productives (terre, eau) et des lois très discutées de « privatisation » de l'accès et de l'usage de ces ressources.*
- *Un intérêt encore limité pour le développement d'un tourisme rural qui valorise les identités locales et implique les populations.*
- *Une « modernisation » qui a permis de gagner en compétitivité sur les marchés extérieurs, mais a favorisé les couches dominantes des agriculteurs latino-américains au détriment de la grande majorité des paysans.*
 - ⇒ *une faible prise en compte des stratégies des paysans andins*

Les enjeux

- *Avant de produire et vendre... contribuer à faire reconnaître des pratiques de gestion territoriale, et des droits économiques, sociaux ou culturels.*
- *Renforcer les capacités des familles paysannes et leurs organisations à défendre leur accès à des ressources stratégiques sur leur territoire (eau et terre)*
- *Contribuer à l'amélioration et à la durabilité des systèmes de production paysans,*
- *Favoriser une meilleure valorisation au niveau local des productions de chaque écosystème,*
- *Contribuer à une plus grande structuration des organisations paysannes et renforcer les capacités de négociation sur les filières,*
- *Appuyer les agriculteurs à définir des normes de qualité et de cahiers des charges, pour se positionner sur des marchés « niches » et différencier leur offre de celles d'autres acteurs,*
- *Créer des alliances entre organisations de producteurs et consommateurs.*

¹ Frédéric Apollin, France, Responsable des Programmes, CICDA - Contribution intégrale en annexe

Le texte précédent, lié à l'agriculture dans les Andes, permet de recadrer ce qu'est l'agriculture de montagne d'une façon plus générale et surtout quels sont les enjeux de cette agriculture aujourd'hui, pour les producteurs directement concernés ainsi que face au contexte national et international.

En Europe, l'une des principales préoccupations concerne l'installation de jeunes agriculteurs et, par conséquent, la viabilité de l'agriculture. L'agriculture de montagne en Europe ne souhaite pas être du folklore, ni rentrer dans des modes de production productivistes, mais il faut caler une production pour en vivre, ni trop grand ni pas assez. Les producteurs de montagne affirment leur ambition de vivre de leur activité et de leurs produits et pas seulement des transferts sociaux (là où il y en a), ils exigent de conserver la valeur ajoutée et de communiquer clairement et simplement sur le produit.

Finalement, qu'est ce que produire en montagne ? Et surtout être producteur de montagne ?

Même si la vérification du point de vue des économistes et de la pensée élaborée n'est pas encore totalement faite, l'agriculture n'est pas une condition, l'agriculture est indispensable à l'activité montagnarde (y compris activités touristiques, industrielles ou autre). Il est important que subsiste l'activité agricole y compris dans des conditions qui peuvent apparaître complètement défavorables, non rentables ou peu rentables, c'est une constante de l'activité de la montagne, la base agricole au sens large (agrosilvopastorale) et territoriale est une nécessité comme support des autres activités sur le territoire et en relation avec les autres territoires.

Donc, il est normal de placer l'agriculture comme le socle de la construction montagnarde, c'est un élément de transversalité complètement partagé entre le nord et le sud, entre les pays développés et ceux en développement.

Le modèle de produire, vendre et consommer en montagne est autant un modèle de production qu'un modèle de relation avec un milieu à risques très présents et très forts. On est aujourd'hui capable, en Europe, de compenser les risques et les aléas de l'activité en montagne par toute une série d'organisation de solidarité à l'échelle de la nation (niveau des politiques de la montagne) mais dans les pays du sud les gens sont confrontés encore très directement à la sanction du risque. Ces écosystèmes fragiles constituent par ailleurs la raison pour laquelle le chapitre montagne a été retenu comme priorité depuis Rio (1992). Cependant, pour les producteurs et les populations, ce sont avant tout des milieux, à hauts risques, de production ; on ne peut donc penser l'organisation de la production comme complètement spécialisée et maîtrisée, en maîtrisant tous les paramètres par les intrants, une stabilité climatique....

L'agriculture de montagne se caractérise par d'autres façons de produire, plus complexes et moins productives par rapport aux normes productivistes ; et c'est là toute la difficulté de sa légitimation. Sa complexité est liée à la gestion de ces milieux à hauts risques (écosystèmes fragiles) par des sociétés qui ont su maîtriser et s'adapter à ces milieux avec une capacité d'invention et de création énorme, les populations des Andes, par exemple, nous ont légué de nombreux produits absolument essentiels à notre alimentation.

En matière de modèle de gestion de l'espace et d'agriculture, il y a des références immémoriales et complexes avec des savoirs extrêmement importants. Ces richesses sont le plus souvent ignorées voire récréées par le modèle de la modernité ; leur reconnaissance nous amènerai cependant à une dimension de spécificité de l'agriculture de montagne.

Et d'autres de ses spécificités sont la communauté de gestion d'un territoire et de ressources, un certain type de producteurs (agriculture familiale paysanne, petits ou moyens producteurs). L'une des caractéristiques locales de la production paysanne est, en particulier, la qualité des produits ; la qualité résultant de relations, dans le temps, complexes entre un milieu, une société et des consommateurs, ceci existant dans toutes les montagnes du monde.

Au niveau des négociations internationales, une autre caractéristique de l'agriculture de montagne est au cœur des débats : la biodiversité. Quand dans les Andes il y a plusieurs centaines de variétés de pommes de terre dans une seule petite vallée, c'est décrire ce qu'on appelle en termes économiques l'agriculture de subsistance, mais en terme de savoirs et de compétences c'est décrire quelque chose d'extrêmement complexe et rationnel. La diversité est celle des espèces cultivées et comme celle de l'environnement, elle est celle que valorisent les populations indigènes, qui se sentent dépossédés de ce savoir. Il y a là toute une dimension qui permettrait de requalifier ces populations de montagne, à savoir des groupes à forte identité, autour d'un territoire et avec leur organisation propre.

2. UN NOUVEAU CONTEXTE INTERNATIONAL

Ce chapitre présente d'abord des informations quant à la situation du commerce international et des enjeux des négociations actuelles à l'OMC, comment ces processus sont perçus au niveau de la mise en place de marchés régionaux ainsi que des éléments de réflexion et d'interpellation à ce sujet.

Il propose également d'aborder des questions structurelles larges quand à l'agriculture de montagne (gestion territoriale, difficile légitimation de productions moins productives, reconnaissance des capacités et des savoirs, ...).

Agriculture et échanges internationaux²

Le commerce mondial en chiffres - L'agriculture dans le contexte commercial global

Les produits agricoles ne représentent plus que 11% des échanges internationaux alors qu'ils représentaient 50% dans les années 50, grande évolution des dernières années. L'agriculture est un enjeu de négociation mais plus un enjeu économique comme auparavant. Les pays développés représentent plus de 60% dans les exportations mondiales de marchandises, et avec l'Asie ce sont ces pays qui ont profité de l'extension des échanges.

Au niveau des exportations agricoles mondiales (547 milliards \$), 49% sont réalisées par l'Europe (attention seulement 10% hors Europe), 19% par les Etats-Unis, 18% par l'Asie et 11% par l'Amérique Latine. Ces chiffres à mettre en relation avec les volumes du commerce mondial de 6000 milliards de \$ pour les marchandises et un volume de 500 milliards de \$ pour les services, qui montent en puissance et constituent un enjeu central en termes d'emploi. Dans l'UE 66% des emplois dans les services, 4% dans l'agriculture et 21% dans l'industrie.

Agenda du cycle de Doha (2001)

Les négociations devraient être conclues au 1^{er} janvier 2005 avec un agenda de thèmes sensibles : propriété intellectuelle (médicaments, semences), agriculture, services, traitement spécial et différencié pays en développement et beaucoup d'autres. Le préambule de la déclaration de Doha relativise les bontés du commerce qui « peut jouer un rôle majeur dans la promotion du développement et la réduction de la pauvreté »

Protection et soutien de l'agriculture

- *droits de douane moyens dans le monde en agriculture* 62% (monde)
- *droits de douane moyens dans le monde en industrie* 4% (pays membres de l'OMC)
- *soutien total aux producteurs dans l'OCDE* 258 milliards \$ /an
- *soutien aux exportations* 5,5 milliards \$

² Joseph Rocher, RONGEAD - Contribution intégrale en annexe

Les routes du commerce agro-alimentaire, groupes de pays :

- Pays en faveur de la libéralisation du commerce car exportateurs : groupe de Cairns (Australie, Canada, Argentine, Brésil, Afrique du Sud et autres)
- Pays importateurs favorables à la protection : Europe ouest et est, Chine, Japon et autres
- Pays qui veulent protéger leur agriculture comme l'Inde
- Pays importateurs net qui veulent importer à bas prix pour les consommateurs urbains pour maintenir l'équilibre social et politique de leur pays (Egypte et autres), qui ont peur de la réduction des subventions aux exportations qui feraient monter les cours mondiaux des céréales par exemple.

Cycle d'Uruguay : l'accord agricole

Entrée en vigueur 1^{er} juillet 1995 pour 6 ans sur des engagements de réduction des aides agricoles, sur 6 ans pour les pays industrialisés et sur 10 ans pour les pays en développement (leurs engagements représentant les 2/3 de ceux des pays industrialisés), pas de réduction pour les pays les moins avancés.

Contenu de l'accord agricole en 3 volets :

1. L'accès au marché

- tarification (transformation des barrières non tarifaires en droits de douane)
- réduction progressive des droits de douane sur 6 ans pour les pays industrialisés de 36% en moyenne avec un minimum de 15% et sur 10 ans pour les pays en développement de 26% en moyenne avec un minimum de 10%
- Consolidation du droit tarifaire, fixation d'un plafond tarifaire qu'on ne peut dépasser
- fixation d'un taux minimal d'importation de 3% de la consommation intérieure (augmentant jusqu'à 5% pour les pays industrialisés et à 4% pour les pays en développement). Ceci s'effectue par des contingents de douane réduits par rapport à ceux en vigueur
- clause de sauvegarde spéciale

2. La concurrence à l'exportation

- réduction de 36% sur 6 ans des subventions à l'exportation pour les pays industrialisés et de 21% des volumes exportés avec subvention
- quelques tolérances : aides à la commercialisation et au transport pour les pays en développement.

3. Le soutien interne : boîte orange (MGS), boîte bleue, boîte verte

Boîte verte, aides découplées de la production, que tous peuvent pratiquer et qui n'est pas soumise à réduction : services de caractère général (recherche, formation, lutte contre les parasites, inspection, commercialisation et promotion, infrastructure), détention de stocks publics à des fins de sécurité alimentaire, aide alimentaire intérieure, versements directs aux producteurs

Boîte bleue, aides semi-couplées, aides directes basées sur des superficies et des rendements fixes, menacées de réduction dans le futur : versements directs au titre de programmes de limitation de la production si :

- ils sont fondés sur une superficie et des rendements fixes
- ils sont effectués pour 85% au moins du niveau de base de la production
- ils sont effectués pour un nombre de têtes fixes

Boîte orange, toutes les mesures ne répondant pas aux critères des boîtes vertes ou bleues, soumises à réduction, engagement de réduction de la mesure globale de soutien (MGS) de

20% sur 6 ans pour les pays industrialisés et de 13,3% sur 10 ans pour les pays en développement

Devant les obligations de réduction de certaines aides immédiatement (boite orange) ou dans un futur proche (boite bleue), UE et USA modifient leurs politiques d'aide afin de faire passer des aides de la boite orange oranges dans les boites bleues et vertes !

OMC et dumping

Dans le cas d'un prix du marché mondial de 100 pour un produit donné (céréales par exemple). Dans un pays (USA) coût de production de ce produit de 160. Dans un autre pays (CE) même coût de production de 160. Deux stratégies possibles :

- 1. ancienne politique de la CE : définir et garantir un prix de soutien aux agriculteurs qui est de 160 c'est à dire le coût de production ; si maintien de ce système alors que le marché mondial est à 100, il faut exporter avec des subventions énormes de 60 par tonnes, il faut mettre des droits de douane à l'importation énorme de 60%*
- 2. ancienne politique des USA : on demande aux agriculteurs de mettre leur produit sur le marché à 100, et le reste on le complète par des aides directes ; la compagnie qui veut exporter sur le marché mondial n'a elle pas besoin de subventions à l'exportation puisqu'elle achète à 100 et revend à 100, pas besoin non plus de droit de douane à l'importation puisque ces produits ne sont pas compétitifs par rapport au prix pratiqué sur le marché intérieur ; hélas là il y a le grand malentendu en tant que règle car le dumping, c'est vendre à un prix inférieur soit au coût de production soit au prix pratiqué sur le marché intérieur, il faut respecter une et une seule des 2 conditions, comme aux USA on vendait sur le marché mondial à un prix qui n'était pas inférieur au prix pratiqué sur le marché intérieur on ne fait pas de dumping*

Qu'a fait l'Europe pour ne pas être attaquée ? Une politique de baisse des prix du marché intérieur en compensant par des aides directes, en 2 temps (1992 puis 2000) pour arriver à un prix de marché intérieur identique au prix du marché mondial et éviter ainsi des subventions aux exportations et des taxes à l'importation.

Avec cette baisse des prix intérieur, l'Europe peut aujourd'hui aller à Cancun en montrant que depuis 1990 les subventions aux exportations ont réduits de 60%, bien entendu ce sont les aides directes qui remplacent ces subventions mais sur le plan interne et donc comme ces aides ne sont pas aujourd'hui soumises à réduction à Cancun, l'Europe peut contester les politiques actuelles des USA qui consistent à revenir à des aides couplées à la production. On a aujourd'hui un système européen qui rejoint l'ancien système américain et un système américain qui reprend l'ancienne PAC ! Dans ces conditions pas d'accord possible à Cancun !

L'autre problème, si les subventions à l'exportation et les taxes à l'importation sont les 2 diables des politiques agricoles, il ne reste plus que le soutien interne pour soutenir l'agriculture, seuls les pays développés en ont les moyens (les contribuables vont payer) les pays en développement ne peuvent déboursier l'argent pour soutenir leur agriculture et c'est là la grande inégalité et une nouvelle discrimination : ne pas reconnaître aux pays en développement le droit de se protéger avec des droits de douane plus élevés et là, sur le traitement spécial et différencié pour les pays en développement, il faudra avancer. Enjeux des négociations : savoir si on peut négocier des droits à l'importation, à travers notamment de la clause de sauvegardes spéciales.

De par le monde, des processus de marchés régionaux de libre-échange Le cas de l'ALCA, une menace pour l'agriculture de montagne des Andes

En Amérique du Sud et en Bolivie nous sommes préoccupés par les négociations sur le libre-échange et le projet de l'ALCA³, proposition des Etats-Unis cherchant à créer un marché de 800 millions de consommateurs d'ici 2005. Cet accord de libre échange est, à notre avis, un moyen pour obtenir les conditions économiques, sociales et politiques pour viabiliser les accords de l'OMC sur l'agriculture et d'autres biens.

Mais la proposition de l'ALCA est simplement un processus de libéralisation du commerce entre concurrents et est donc très différente d'autres types d'accords d'intégration, en particulier de celui de l'Union Européenne (accord qui se construit peu à peu dans le temps, avec intention de créer des conditions similaires entre les différents membres). Dans nos pays il s'agit simplement de l'imposition d'un accord de libéralisation du commerce par des pays développés à des pays avec une agriculture familiale. Face à cette situation, les 5 pays andins ont essayé de créer un groupe de négociation et de s'opposer à la suppression totale des mesures douanières (qui est favorable surtout aux USA mais qui reste notre unique possibilité de protection dans les Andes). De plus, les relations commerciales entre les USA et les pays andins sont soumises à d'autres variables (comme la lutte contre le narcotrafic) qui conditionnent certaines préférences commerciales ; ces éléments ne permettent pas une sécurité dans les échanges économiques et peuvent signifier un coût humain et social très élevé pour les pays concernés.

Les pays andins essaient également d'influer sur la réduction des aides à l'exportation des pays développés (en particulier des USA) et réclament l'application des mesures sanitaires de manière concertée et non unilatérale. Pour cela, nous cherchons à renforcer la CAN (Communauté Andine des Nations) et le MERCOSUR (Marché Commun du Sud).

C'est aussi la situation de l'agriculture qui nous préoccupe, situation due en partie à l'application des accords sur l'agriculture observés depuis l'Uruguay Round et même avant :

- crise généralisée au niveau de l'agriculture de nos pays, crise pour les paysans,*
- les accords créent de plus en plus de pauvreté et concentrent de plus en plus de richesses,*
- les principaux bénéficiaires en sont les sociétés transnationales, ayant les principaux monopoles avec une dynamique de concentration de droits et brevets,*
- ce libre commerce ne nous rend pas libre, il nous oblige à être compétitif au frais de l'environnement et de l'exploitation excessive de la main d'œuvre,*
- l'OMC n'est pas un espace démocratique (accès à l'information et aux décisions).*

C'est pourquoi nous demandons que l'agriculture soit retirée des règles de libre commerce car ce n'est pas une marchandise, c'est une forme de vie ; l'agriculture doit être considérée comme la base de la souveraineté alimentaire des populations, c'est un critère stratégique pour les habitants des montagnes. L'OMC doit différencier entre le commercial et les aspects essentiels à la survie des peuples, par exemple l'eau avec tous ses services ne doit pas être considérée simplement comme une marchandise, c'est un élément vital, un patrimoine.

En Bolivie, avec les informations dont nous disposons et avec une large coordination⁴, nous avons élaboré et concerté une proposition de CONVENTION MONDIALE SUR LA SOUVERAINETE ALIMENTAIRE (voir annexe). L'esprit de cette convention est la reconnaissance de l'agriculture comme essence de notre vie et base de notre alimentation, la protection de l'agriculture paysanne et le respect du droit des peuples à définir leur propre politique et stratégie de production et fourniture d'aliments sur la base de la petite et la moyenne production.

***José Cerruto, Bolivie
Contribution intégrale en annexe***

³ ALCA Accord de Libre Echange des Amériques, qui comprend l'Amérique du Nord et du Sud.

⁴ CIOEC Comité Intégrateur d'Organisations Economiques Paysannes - Bolivie

En quoi la montagne est-elle concernée par ces négociations commerciales à l'OMC ? Nous ne sommes plus dans un cadre de politiques agricoles telles que nous les avons connu en Europe... dans les pays en développement, il n'y en a pas ou plus... et partout en montagne la question du prix et de la qualité des produits est massivement posée.

De nouvelles conceptions des politiques de régulation à l'échelle mondiale s'élaborent actuellement. Il ne s'agit plus d'égaliser les conditions de production pour que chacun puisse accéder au marché dans des conditions acceptables (concept de compensation des handicaps) ; il s'agit, au contraire, selon la théorie économique libérale en cours que les avantages comparatifs s'expriment à l'échelle planétaire c'est à dire que les producteurs trouvent, là où ils sont, les avantages qu'ils ont face à un marché.

Et les producteurs de montagne se trouvent dans cette ambiguïté considérable : les opportunités qui peuvent être celles de la niche sur les marchés et la spécificité intrinsèque abordée au chapitre I, beaucoup plus large et complexe. L'agriculture de montagne oscille donc entre des exigences de modifications et d'insertion dans le système global, et ce qui est véritablement sa spécificité, ses atouts et sa capacité originale.

Alors que les pays développés peuvent « se payer » des normes, les pays de sud ne le peuvent pas et réclament le droit au développement, y compris avec des pesticides ; comme s'il y avait 2 espaces pour le développement, celui du nord et celui du sud qui, pour des raisons de rattrapage, peut suivre le modèle « productiviste » aujourd'hui critiqué. La montagne doit aujourd'hui faire valoir sa spécificité (d'autres façons de produire) comme elle a auparavant argumenté en terme de compensation de handicaps.

Des agricultures marginales ? Ou marginalisées par les règles du commerce international?

Les mécanismes du commerce international occultent une réalité absolument fondamentale : la part de l'agriculture échangée mondialement est infime par rapport à la part consommée et échangée localement et nationalement. En effet, les échanges de produits alimentaires dans le monde représentent environ 4% de ce qui est produit, ce qui est extrêmement faible. Et cette situation a des effets pervers flagrants :

- invisibilité du rôle de l'agriculture, en particulier de l'agriculture familiale -dont celle de montagne- dans les processus de sécurité alimentaire et économies locales voire nationales ; rôle qui est aujourd'hui encore fondamental, et qui le restera
- obligation pour tous les producteurs d'entrer en concurrence, quelque soit la destination de leur production (marché mondial ou local) et quelques soient leurs niveaux de compétition technologiques De cette façon, le paysan qui a les coûts de production les plus bas sur la planète les impose à l'ensemble de la planète. Les pays développés pouvant soutenir leur agriculture mais les autres se trouvent confrontés à une concurrence impitoyable et déloyale.

Nous vivons donc avec un fossé abyssal avec, d'un côté, ces règles communes qui s'imposent au commerce international et, de l'autre côté, la réalité d'une grande partie de la planète en en particulier des montagnes du monde.

En Europe, la situation est différente « montagnes développées », processus accepté d'intégration et construction de l'Union Européenne non basé sur la libéralisation. Ailleurs dans les pays en développement, pas d'intégration, ni de processus de construction et une capacité presque nulle de négociation. Les pays du sud ici représentés n'ont aucune capacité

de négociation car c'est d'abord une négociation entre les 2 grands blocs européen et nord-américain ; puis les pays émergents, Brésil, Mexique, Inde et Chine.

Effectivement, les pays en développement ont de moins en moins de possibilité de protéger leur agriculture, pas d'aides, seulement les droits de douane, et ils devraient le faire en fonction de leur niveau de productivité, pourcentage de population rurale dans le pays.... mais les gouvernements sont confrontés à un autre problème, celui des populations urbaines pauvres qui veulent une alimentation à bas prix (celui des cours mondiaux) et ont peur des conséquences au niveau politique et social s'ils protègent leur agriculture en instaurant des taxes à l'importation.

Dans ce contexte les montagnes sont l'objet de mesures de lutte contre la pauvreté et ce sont 2 milliards de personnes qui n'existent pas, qui n'ont aucune image dans les négociations quel est le rôle de l'APMM ?

L'agriculture de montagne est marginale dans le contexte du commerce mondial, cependant elle contribue de manière très importante à l'alimentation du monde quoique sa productivité soit faible. Elle joue un rôle fondamental dans la production nationale et la consommation alimentaires des populations.

Dans ce contexte, comment l'agriculture de montagne peut-elle exister ? Deux stratégies apparaissent :

- ***défendre sa spécificité, chercher à se faire reconnaître dans sa complexité et moindre productivité***
- ***utiliser les marges de manœuvre du système***

Reconnaître et renforcer l'agriculture de montagne par des politiques volontaristes de souveraineté alimentaire

La reconnaissance du rôle de l'agriculture de montagne et le renforcement de la souveraineté alimentaire des pays semblent être une démarche indispensable afin de contrer les effets pervers du commerce international et d'accepter que certains produits sont à échanger et d'autres non, car leur échange a plus d'inconvénients que d'avantages.

Cette démarche permet également de dépasser les notions Nord/Sud, de reconnaître que les montagnes sont à protéger partout et d'agir dans ce sens. C'est un enjeu central pour le développement durable et la réduction des inégalités.

Ce thème est à traiter avec urgence et importance, afin d'éviter que ne s'impose l'unilatéralisme et les rapports de force dans une logique de respect du droit à l'alimentation pour les populations avec responsabilisation et obligation de l'état et de la société civile. Parler en terme de sécurité alimentaire et prévoir une aide à ce niveau est essentiel car les producteurs de montagne ne pourront pas survivre seulement avec les lois du marché. La loi du marché n'empêche pas de mettre des réglementations sur le marché, mettre des compensations au handicap pour que la montagne puisse défendre ses intérêts sur le marché car intérêt général de la montagne. Mais la compensation des handicaps n'est pas envisageable par les pays en développement qui n'en n'ont pas les moyens.

Les négociateurs de l'OMC sont-ils prêts à entendre cette proposition ? Quels sont les autres espaces internationaux concernés ?

Valoriser les atouts de l'agriculture de montagne

Les montagnes et les agriculteurs de montagne offrent des services environnementaux au monde (eau, forêt, climat, biodiversité et patrimoine génétique, etc.). Si les montagnes entrent en compétition au niveau mondial il faut prendre en considération les services qu'elles offrent, les rémunérer (comment ?), éviter les distorsions sur les marchés et respecter les droits des populations de montagne en fonction des services qu'ils donnent.

Par ailleurs, l'agriculture de montagne propose des produits sains aux consommateurs, et la qualité (au sens large sanitaire, phytosanitaire, organoleptique,...) est aujourd'hui un élément important pour certains consommateurs.

Vigilance et prise de parole

Pour les producteurs de montagne, il est extrêmement difficile de se faire entendre, du fait de la marginalisation de l'agriculture. Il est cependant indispensable de prendre la parole et de travailler, négocier et proposer des processus de reconnaissance du rôle de l'agriculture de montagne et des soutiens appropriés à chaque région, dans une logique d'autonomie alimentaire.

Comment pouvons nous participer aux décisions à l'OMC, on est face à une montagne artificielle qui a délégué de pouvoir étonnante ! Comment apporter des réponses, des propositions comme populations de montagne ?

Adopter une position forte pour affronter la mondialisation en tant que populations de montagne ; en montagne les agriculteurs produisent pas que des produits agricoles, ils produisent une conception de la vie, une culture, une identité, une histoire et un attachement puissant au territoire. L'APMM a elle-même un rôle important à jouer dans ce domaine.

Face aux évolutions du commerce mondial avec la mise en place de marchés régionaux, le constat est que ces régions, au lieu être des marche-pieds vers le commerce mondial, ont tendance à se convertir en régions de dérogation aux règles de l'OMC en créant des protections supplémentaires contre des concurrences sur des produits sensibles, avec les pays avec lesquelles ils se regroupent. Mais le vrai problème de ces accords est le rapport de force délicat à gérer entre pays avec niveaux de développement très hétérogènes ; la mise en place de l'ALCA (Amérique du Nord et Amérique du Sud) requiert une grande vigilance à ce niveau.

De même pour les prochaines négociations à l'OMC sur les services (concessions, eaux, télécommunications, etc.), être très vigilants et mettre des règles qui obligent les concessionnaires à des obligations vers les zones rurales et de montagne sinon nous risquons de disparaître de ces services et handicaper la vie dans les montagnes.

3. LA VALORISATION DES SPECIFICITES DE L'AGRICULTURE DE MONTAGNE

DES OUTILS ET DES ATTITUDES

Avec toutes les difficultés, ambiguïtés voire paradoxes, que suppose la valorisation des productions de montagne face aux logiques du commerce international et de la mondialisation des échanges ; ce chapitre présente des expériences liées au commerce équitable et à la labellisation de produits et des pistes de réflexion et d'action à poursuivre.

Un point commun à ces démarches est la façon d'aborder le sujet ... en considérant la montagne avec ses atouts qui lui permettent et ont permis aux populations de développer une culture et toute une série de relations avec la nature, avec les produits via des modes de production techniques, des modes d'organisation de la société et d'aménagement territorial et de relations aux autres régions, aux autres producteurs et aux consommateurs.

Le café est un exemple qui fait le lien avec ces changements de problématique globale. A l'échelle internationale, le café était régi par un accord international et une institution internationale chargée d'organiser et de réguler les productions par pays en fonction de la consommation mondiale. Cet accord a été supprimé, d'un trait de plume, en 1992. Du jour au lendemain, plus aucune régulation, plus aucune anticipation ni prévision possible, les cours ont évidemment fluctué énormément et dans les dernières années le café est arrivé à son cours le plus bas historiquement (effet de l'arrivée sur le marché de productions massives de nouveaux pays producteurs en particulier d'Asie du sud-est).

Les pays producteurs d'Amérique latine, en particulier le Colombie, ont été complètement affectés par la chute abyssale des cours du café, cela signifie pour les producteurs une catastrophe (au lieu de collecter leur café ils abandonnent leur culture de café, ils y reviendront quand le café aura retrouvé un prix plus élevé ou satisfaisant).

Dans ce contexte, le commerce équitable garantit un prix en fonction, surtout, de la qualité du café, il reproduit les dimensions élémentaires de ce qu'ont été les politiques agricoles dans les pays européens en particulier en France et en Suisse : prix à fluctuations maîtrisées, ce qui permet d'améliorer la qualité.

Ceci montre que, dans un panorama où il n'y a plus de politique agricole qui permette d'organiser la production et le marché, effectivement le commerce équitable permet aux producteurs de retrouver ce qu'ils ont perdu par ailleurs. Ces expériences sont extrêmement intéressantes comme un levier /un apprentissage pour des producteurs qui n'avaient pas d'autre institution pour maintenir leur marché et améliorer leur qualité.

Le commerce équitable - Une vision politique, une entreprise généreuse, une alternative réaliste ?⁵

Le commerce équitable, une prise de conscience

- *Libéralisation massive des échanges et débats à propos des bénéfices du libéralisme,*
- *Conscience de conditions de travail au Sud quasi-esclavagistes, que le prix et les conditions d'achat des productions du Sud sont imposées aux producteurs,*
- *Inquiétudes du consommateur à propos de la qualité des produits qu'il achète*
- *Conscience que le commerce international a tendance à accroître les inégalités et l'insécurité, à fragiliser l'économie des pays du Sud, que la stratégie de développement basée sur la croissance des exportations ne conduit pas au développement promis.*

Le commerce équitable exprime une prise de conscience d'une fraction de l'opinion au Nord à propos du fonctionnement de l'économie, des conditions sociales, économiques ou écologiques de production.

Le commerce équitable, un contre-projet, un projet alternatif

Il s'agit de replacer l'humain, le social, au centre de l'économie en assurant une juste rémunération du travail des producteurs, en leur permettant d'assurer leurs besoins élémentaires (santé, éducation, etc.), en leur garantissant le respect des droits fondamentaux de la personne, en instaurant des relations durables entre les partenaires économiques, en favorisant la préservation de l'environnement naturel, social, culturel, économique, en proposant aux consommateurs des produits de qualité. Il vise un développement durable. Le commerce équitable se définit comme un ensemble de pratiques en contre-projet et en alternative avec celles du commerce international conventionnel. Concrètement, il se manifeste par la mise en œuvre d'un certain nombre de critères ou de principes: achat à un prix qui permette une juste rémunération, garantie d'un prix minimum dans le cas des denrées soumises à des cours internationaux, respect des droits de la personne au travail, relations de long terme, soutien à l'activité économique des producteurs les plus marginalisés, qualité de l'information sur les produits proposés, etc.

Le commerce équitable, c'est maintenant un réseau

Depuis l'époque fondatrice des années 60, le commerce équitable s'est développé pour mettre en œuvre son projet. Il se présente comme un réseau étoffé d'acteurs de nature diverse. Il se manifeste aussi comme mouvement d'éducation populaire par des campagnes d'information ou des interventions de nature éducative concernant les échanges Nord/Sud.

Au total, dans le monde, il concerne 850 groupements de producteurs au Sud, de tailles fort diverses, 800 000 travailleurs qui font vivre environ 5 millions de personnes dans une cinquantaine de pays du Sud. Il se manifeste à l'échelle européenne par une infrastructure de 3000 boutiques dans 13 pays. En France il a un poids de 12 millions d'euros de chiffre d'affaire en 2001 (45 millions espérés en 2003).

Débats autour du commerce équitable

Les limites actuelles: le commerce équitable concerne au Sud 800 000 producteurs, ce qui représente avec leurs familles environ 5 millions d'individus. C'est beaucoup plus qu'il y a 20 ans ou 10 ans, mais c'est 5 millions d'individus sur 5 milliards, soit 0,1% de la population mondiale (et 0,01% du commerce mondial selon une estimation probable).

Le « commerce équitable », une appellation et une pratique non contrôlée: contrairement à l'agriculture biologique, c'est une pratique commerciale que ne définit aucune norme de

⁵ Jean Pierre Ghesquière, Artisans du Monde - Contribution intégrale en annexe

droit. N'importe qui peut alors s'en réclamer, d'où un risque grave de banalisation de la notion ou de falsification, du fait de la capacité du système dominant à récupérer et faire servir à ses fins des initiatives novatrices.

Les difficultés en matière de certification: la création d'un label commerce équitable CE réglementé et garanti par la loi aiderait à clarifier la situation, mais cela soulève un certain nombre de difficultés, d'ordre technique mais aussi de nature politique (mettant en cause l'ordre commercial international établi et soulevant l'hostilité, en particulier pour l'introduction d'obligations de respect des clauses de l'OIT ou de l'environnement dans les traités commerciaux internationaux, avec sanctions).

Y a-t-il un commerce équitable à échelle locale ou régionale, que ce soit au Nord ou au Sud ?

Le commerce équitable s'est historiquement mis en place comme mouvement de solidarité intercontinentale Nord/Sud, souvent conçu comme une aide des consommateurs du Nord aux producteurs du Sud. Il se veut un modèle alternatif de commerce Nord/Sud. Mais les effets négatifs du commerce dominant ne se limitent pas à l'échange inégal Nord/Sud. Pourtant il existe tant au Nord qu'au Sud des pratiques commerciales à échelle locale ou régionale qui se basent sur une éthique solidaire, qui visent à renforcer les liens entre consommateurs et producteurs par des marchés locaux et régionaux équitables et solidaires.

Conclusion

Le commerce équitable se situe dans une perspective de développement des échanges Nord/Sud et des exportations ainsi que de croissance du commerce international ; point de vue comparable que développent les institutions financières internationales (FMI, OMC, BM, OCDE, etc.). Or le commerce équitable affirme viser au développement durable: n'y a-t-il pas là une contradiction? Car jusqu'à présent les stratégies de développement basées sur la croissance des exportations n'ont guère montré leur efficacité.

Le commerce équitable est souvent présenté comme une aide des consommateurs du Nord, mais pour le moment il ne traite guère des responsabilités des consommateurs du Nord par rapport aux modes de production au Nord, qui influent sur le type d'agriculture au Nord mais aussi sur les marchés agricoles au Sud en ruinant (par les soutiens, les subventions aux exportations ou le dumping) les marchés nationaux de produits vivriers au Sud.

Le commerce équitable ne peut être envisagé indépendamment d'autres questions actuelles comme la place de l'économie dans nos sociétés et la responsabilité de chacun. Il renvoie à la souveraineté alimentaire, le développement durable, la place des territoires.

Le commerce équitable ne va pas, en l'état actuel du commerce y compris de la demande européenne, résoudre les problèmes mais c'est un merveilleux levier pour l'organisation et la structuration des producteurs. Les résultats du commerce équitable, au-delà des résultats économiques, c'est leur structuration, leur mise en avant sur les marchés et le renforcement de leurs capacités de négociation. Le commerce équitable permet l'amélioration de conditions de vie au niveau local pour les producteurs concernés et leurs familles (prix minimum garantis) ainsi qu'une meilleure valorisation des productions locales avec une démarche d'amélioration de la qualité.

Mais cette démarche, concernant uniquement les produits d'exportation, ne valorise pas les agricultures du sud en ce qui concerne leur contribution à la sécurité alimentaire sur les marchés locaux, le maintien de la biodiversité ou la création d'emploi en milieu rural. C'est davantage un « label social » qu'un label qui valorise tous les produits de l'agriculture familiale sur un territoire. Le commerce équitable ne répond donc pas à toutes les difficultés rencontrées par les agriculteurs du sud, et en particulier des régions de montagne.

Démarche de qualité « Rosée des Pyrénées »

Coopérative de producteurs de bovins des Pyrénées Orientales qui élèvent 2 races rustiques de montagne Aubrac (massif central) et Gasconne (Pyrénées), veau nourri sous la mère et à l'herbe de montagne (« broutard »). Les broutards partaient traditionnellement à l'engraissement en Italie ou en Espagne, avec pour conséquence un revenu faible pour les agriculteurs en plus d'un cours très fluctuant (au gré de la demande des engraisseurs italiens ou espagnols). Aucun produit du département n'était consommé localement.

Volonté des éleveurs issus d'une même petite région pour chercher des pistes de valorisation de leurs produits. Pour mieux valoriser, ils ont regardé vers le passé, ce qui se produisait et ce qui se consommait, réflexion qui a duré 3 ans pour concevoir un produit nouveau tout en étant typique au XIX^{ème} siècle ! Ce qui a aiguisé l'intérêt des consommateurs.

Démarche intégrale qui comprend la définition d'un produit (jeune veau qui a toujours suivi sa mère, animal rustique transhumant de 2 races, poids carcasse et âge), une forte évolution de la distribution (offre saisonnière, alors que les circuits de distribution privilégient l'offre annuelle) et de la consommation (viande de veau rosée).

Avec pour outil un système de commercialisation qui combine la vente directe en barquettes avec morceaux mélangés (principalement vers le nord pour ne pas entrer en concurrence avec d'autres producteurs de veau de la région, soucis de solidarité) et la vente par un réseau de bouchers (via coopérative ou grossiste) mais pas par les grandes surfaces.

Les résultats de la démarche : 100 veaux commercialisés par an entre 93 et 95, 600 en 97, 2000 aujourd'hui, croissance de 80% du chiffre d'affaire alors que pas de crise sanitaire, ¼ des veaux du département sont vendus sur cette démarche. Bonne acceptation des consommateurs, des volumes et du surprix.

La plus value ou marge supplémentaire dégagée, à l'échelle d'une exploitation sur 10 à 15 veaux, correspond à la marge « ancienne » dégagée sur 50 veaux ou encore à l'ordre de grandeur de l'ICHN (Indice de Compensation des Handicaps Naturels) d'une exploitation de 50 vaches. Ces résultats signifient un certain « affranchissement » de l'aide publique en allant chercher soi même une plus-value. La démarche est restée sous contrôle de l'association, c'est le groupe de départ qui a tenu à maintenir une éthique et à gérer les problèmes.

Au début démarche de qualité (CCP Rosée des Pyrénées - agrément en 1997) qui évolue vers une démarche de territoire (AOC Rosée des Pyrénées Catalanes, dossier en cours) ; le plus important pour éviter toute dérive est de se rapprocher du territoire, ceci oblige à définir qu'est ce que la montagne, non de façon administrative (altitude), par type de végétation, là où s'arrête l'olivier et là où commence le genêt.

Au travers de cette démarche de qualité, après plusieurs années, on remarque qu'elle a bien anticipée (avant les grandes crises sanitaires), « réussite » qui n'a pas amené à augmenter les troupeaux ni à une différenciation entre éleveurs car démarche contraignante pour l'éleveur, pas de possibilités d'intensification dans le cahier des charges, c'est une vraie démarche de respect de la montagne/du territoire et de l'agriculture paysanne : élevages de taille moyenne, pratiques montagnardes au plan technique et commercial, pratiques saines (pas de cannibalisme/grossir aux dépens des autres). Objectif faire vivre les territoires pas tuer le territoire d'à côté.

Gilles Anjoran, Pyrénées Orientales, France

C'est en fait la question de la qualité et du prix des produits, ainsi que la reconnaissance des producteurs de montagnes (avec des savoir-faire, des produits spécifiques, des modes de production...) qui est derrière le thème des labels (sigles, procédures...).

Interdépendance entre image de la montagne et labels

En Europe, la montagne est reconnue et valorisée pour sa culture, ses paysages, ses identités et dont les consommateurs attendent des produits de qualité donc les labels permettent de gagner des marchés et en même temps de se mettre à l'abri de la production et compétition productiviste. La montagne en tant que telle n'est pas un label, ce n'est pas seulement une entité commerciale à vendre, elle a sa valeur en soi.

Dans les pays du sud, comme dans les Andes par exemple, les montagnes ne sont pas reconnus ni par leurs paysages et encore moins pour leurs identités et cultures. Les montagnards y sont souvent considérés comme des « sauvages » par les gens de la plaine, c'est un vrai paradoxe alors que les montagnes sont un lieu sacré, les populations qui y vivent ne disposent pas d'un statut social très élevé. Là, la question du label ne se pose pas en terme de compétition ou qualité mais de trouver des moyens qui permettent de mettre en avant des productions et des personnes, des cultures avec des savoirs faire et des pratiques, donc faire reconnaître ces populations et productions de montagne.

Nous ne devons pas nous laisser enfermer dans un regard / label venu de l'extérieur sinon expliciter, proposer et imposer l'image de notre devenir comme montagnard. Le label peut inclure des dimensions de qualité, territorialité, durabilité et autres, des valeurs, à définir par les populations de montagne. Préciser cette image oblige à définir qu'est ce qu'un produit de montagne ? Un mode de production, un type de produit, un lien particulier à un territoire ?

Et cette image, traduite en label, devrait permettre de mieux valoriser les produits, de les protéger d'autres produits et de signifier une reconnaissance positive des montagnes. Ceci est un chantier important à poursuivre autour de la définition d'un ou peut-être plusieurs labels ainsi que d'un travail d'information auprès des consommateurs.

Obligations de moyens et obligations de résultats

Les producteurs de montagne, comme les autres, ont bien évidemment des obligations de résultats : il faut vendre les produits de montagne et donc répondre au goût du consommateur et respecter des normes (qualité, garantie sanitaire,...). Ces obligations de résultats sont définies dans des cahiers des charges fixés par d'autres, qui ne sont généralement pas des montagnards. Certaines obligations pèsent très lourds et requièrent de très gros efforts pour les dépasser en montagne, comme par exemple les exigences d'homogénéité, de gros volumes, de non-saisonnalité de l'offre, ...

Mais il est possible et même nécessaire de différencier les obligations de résultats des obligations de moyens, et de conserver aux producteurs de montagne le choix des moyens. Et c'est cette obligation de moyens qui ouvre la possibilité de reconnaissance des populations, le territoire les identités, les savoirs faire et les pratiques.

Ceci permet aux producteurs de montagne de respecter tout ce qui semble important et acquis ; les producteurs de montagne n'ont pas nécessairement à utiliser les mêmes moyens que les producteurs de plaine pour obtenir un même résultat. Utiliser l'outil juridique des labels (comme un plus) avec encore plus dans le cahier des charges avec des critères montagnes, des critères d'équité dans les relations Nord/Sud ou encore d'autres critères. Un label c'est un minimum dans un cahier des charges, on peut mettre un maximum pour les zones de montagne. Savoir aussi que plusieurs labels (AOC et IGP) incluent des zones de piémont et plaine en plus de la montagne ; en France, par exemple, la dénomination montagne (proposition de loi de montagne) ne donne aucune garantie de qualité et à peine de provenance, il n'y a pas d'unification de labels au niveau européen et certains produits ne veulent pas de la dénomination montagne. La labellisation n'est qu'un outil dans un processus mais est elle-même complexe (définition de critères de qualité, définition du label, de la structure de remise et contrôle du label, promotion du label).

SYNTHESES

Denis Blamont

Choisir de vivre en montagne est un choix sur la qualité de vie, sur la relation à la nature, sur les relations sociales, relations aux mécanismes de production, éthique de la production ; faire une croix sur certains éléments du confort ou de possibilités

Rendre claire cette éthique, ce choix de vie c'est ça qu'il faut faire ressortir dans l'image des produits de montagne, pas une image passéiste ni négative mais d'abord imposer une image de qualité de nos produits. Imposer une image de qualité pour vendre nos produits.

Associé au CHOIX, les producteurs veulent la MAITRISE des moyens de production, des filières, de l'accueil des touristes. Ceci requière de l'ORGANISATION, à tous les niveaux : local, régional et international comme l'APMM

Concept d'EQUITE, plus ample que la relation à l'extérieur, genre, locale, régionale, internationale, équité de proximité et internationale (localité de l'équité)

Continuer à travailler sur les labels, se fixer un calendrier pour avancer et arriver à une spécificité du label de montagne, est-ce que l'APMM peut servir à certifier des produits des montagnes du monde ?? Rôle de l'APMM dans l'identification du label, dans la certification ???

Gérard Logié

Les statuts de l'APMM emploient les termes de développement durable et équitable, ce mot DEVELOPPEMENT est un mot qui structure notre pensée, on l'associe à progrès, à plein d'images positives et souvent on ne voit pas les images négatifs qu'il y a derrière.

Dans les mécanismes qui font fonctionner l'économie, si les 6 milliards d'hommes de la planète avaient le train de vie qu'ont aujourd'hui 1 milliard d'entre eux, nous aurions 4 à 5 années de ressources naturelles devant nous ! (De l'ouvrage : *Et que la crise s'aggrave !*). Autre témoignage, celui de Théodore Monot qui évoque même « et si l'humanité venait à échouer ? » tout en pariant sur la capacité des hommes et des femmes à dialoguer et à trouver des réponses aux problèmes qui se posent mais il n'exclut pas cette hypothèses.

Ce préambule pour ne pas associer ici le développement à la possibilité pour tous de tout avoir, à n'importe quelles conditions. Ceux que nous classons comme pauvres détiennent des richesses et la qualité de vie devrait être le moteur d'un développement revu plutôt que la possession de biens.

1. Coopération décentralisée, signification très précise en France : coopération qu'organise des collectivités locales de France avec d'autres collectivités locales dans le monde, elle correspond à des échanges, à une reconnaissance mutuelle puis à des actions communes. Aujourd'hui plus de 3000 collectivités françaises font de la coopération décentralisée et ce n'est plus complètement négligeable. S'y intéresser, c'est une forme de mondialisation. Expériences intéressantes d'interconnaissance, de découverte des problèmes, des façons de vivre, des règles du jeu... avant même de parler d'argent ; sinon on a des caricatures de coopération où des collectivités du

nord font dans des collectivités du sud, forcément utiles parce qu'elles l'ont décidé ! et qui font d'abord plaisir aux collectivités du nord.

2. La participation, mot galvaudé aujourd'hui mais la participation est davantage que l'information et la concertation, c'est la préparation active d'une décision. Les élus peuvent être ceux qui décident mais mieux partagé les décisions serait utile au fonctionnement de notre société. Lors du voyage à Limatambo après Quito où des modes de fonctionnement ont été mis en place pour que des communautés viennent non seulement se plaindre ou réclamer mais pour participer en connaissance de cause à l'utilisation et affectation des moyens de leur municipalité. La participation doit renforcer notre démocratie.
3. Le rôle des ONGs, dans les statuts de l'APMM ; les ONGs participent à un collège, quel est leur rôle dans l'APMM. Nous sommes aujourd'hui 2 ONGs du nord membres du bureau de l'APMM. Rôle à jouer dans le pays d'intervention, de substitution à l'administration ou de guide ou d'accompagnement de projets, de cheminements plus complexes, de la recherche de financement. Mais au nord, les ONGs peuvent faire valoir la connaissance qu'elles ont des pays du sud et certaines collectivités seraient aviser de s'appuyer sur les connaissances des hommes et des cultures accumulées non seulement par les scientifiques et les ONGs, opérateurs de tous les jours.

Pour en rajouter aux ambitions de l'APMM, la connaissance des règles du jeu nous permet de déceler des niches au niveau international qui pourraient faire avancer les intérêts de la montagne ; il faut réussir cela au nom de tous les autres, c'est-à-dire aussi pour ceux des plaines. Il nous faut réussir, car aujourd'hui les règles du jeu ne sont pas acceptables, ni par les montagnards ni par les autres !

Jean Bourliaud

Le monde change, il y a de profondes modifications du système international, mais ce qui change également c'est que le thème de l'OMC ait été traité, pour la 1^{ère} fois, par des acteurs de la montagne qui jusque-là se sentaient assez éloignés des considérations relatives aux négociations sur les politiques agricoles mondiales.

Lors de la rencontre mondiale des populations de montagne de Quito (2002), nous avons vu des populations très différentes, identifiées, qui se reconnaissent différentes mais qui acceptent de vivre ensemble, de participer avec d'autres à la même société, à partir de leurs différences.

Cette réalité est une situation de démocratie participative, dans le sens où il ne s'agit pas de lois reconnues par les états et à l'échelle internationale mais de normes internes au groupe et qui perdurent au delà des modèles nationaux et internationaux et au delà du temps. La transmission depuis les ancêtres fait qu'aujourd'hui des gens peuvent témoigner à cette table de ce qu'ils veulent transmettre aux générations futures. Les populations de montagne ont toutes cette préoccupation de ce qu'ils vont transmettre aux générations futures. Ceci est pour beaucoup de monde une nouveauté, et c'est aussi la preuve de la crise de notre propre système.

Cette démocratie participative, existante, devrait permettre de valoriser et mettre en évidence la spécificité des économies montagnardes en l'articulant sur les autres formes de démocratie, l'APMM a un rôle fondamental à jouer à ce niveau, en parallèle avec un rôle au sein des instances de négociations internationales (OMC et autres).

- Qui n'a pas la maîtrise des questions (OMC) ne peut agir efficacement, on ne peut seulement laisser faire les gouvernements
- Constituer une force politique (l'APMM en alliance avec des forces importantes et ce qu'elle représente en collectivités, personnes ressources) pour intervenir dans les débats et négociations sur le commerce international, discuter et faire pression

Propositions d'action à partir des expositions et débats de la journée par rapport à ce que nous voulons être et voulons faire :

1. **Ouvrir pour une organisation mondiale plus juste**, l'effort doit d'abord être celui des pays développés, l'UE avec la réforme de la PAC a fait un effort. Moins aider l'agriculture et les produits et aider plus les agriculteurs. Éviter que les politiques agricoles de nos pays (Europe et USA) soient des désorganisateur de l'agriculture mondiale, sans conduire à des distorsions sur les marchés
2. **Soutien accru aux PVD** à défendre, qu'ils puissent bénéficier d'un régime privilégié (traitement spécial et préférentiel) ; par exemple, avantages ou préférences commerciaux, sauvegardes sur produits sensibles en sécurité alimentaire. Puisque l'OMC a ouvert un objectif de traitement spécial et différencié pour les PVD, allons dans ce sens et d'une concession minimale faite à une situation incontestable, transformons-la pour que ce type de traitement devienne une composante essentielle du système et non une annexe au système
3. **Utiliser les possibilités offertes**, reconnaître que l'agriculture sert à des fins multiples mais ce n'est pas seulement un service c'est de la production pas du jardinage de nature. Aider l'agriculture sous conditions/possibilités à partir des « niches » de l'OMC (espaces ouverts qu'il faut élargir) : sécurité alimentaire, environnement, développement durable, lutte contre la pauvreté, qualité, ajustement structurel (toute chose de la boîte verte). Ce sont des possibilités qu'il nous appartient de pousser davantage.
4. **Ouvrir des droits**, faire de ces possibilités (les états peuvent s'ils le veulent...) des obligations (prendre en compte les territoires difficiles...), les considérer comme des droits ouverts aux producteurs de montagne « exception territoriale ». Il y a des territoires où les règles peuvent ne pas s'appliquer ou s'appliquer avec des dérogations/aménagements, faire reconnaître encore davantage la réalité montagnarde. Il y a bien des avancées, la montagne est reconnue sous l'angle de son apport à l'environnement depuis Rio mais les seules politiques sur la montagne sont relatives à la préservation de l'environnement, les politiques sur le développement en tant que tel en montagne sont à écrire !
5. Mais les PVD ne sont pas prêts et n'en n'ont pas les moyens financer via **péréquation internationale** pour les pays de montagne, le faire valoir sur la scène internationale, demander la création d'un fond mondial pour la montagne, montrer simplement qu'il y a un droit et une injustice à combler.

LE POINT DE VUE DES AUTORITES POLITIQUES

Jean-Jacques Lasserre, Président du Conseil Général des Pyrénées Atlantique

Notre département doit beaucoup à la montagne, par la qualité de ses hommes, du milieu agricole, les hommes de la montagne sont différents car ils font face au quotidien à de nombreuses difficultés et cela façonne des comportements, des attitudes, des cultures et comme c'est fort ça façonne des institutions et des territoires.

Pour traiter les problèmes de l'agriculture en général et de l'agriculture de montagne, faire passer des messages forts et originaux à l'OMC et ceux qui décident ainsi qu'à la société dans son ensemble, le pouvoir des citoyens se renforce face aux pouvoirs politiques et économiques, il y a des pouvoirs en construction et des phénomènes nouveaux sur lesquels agir.

Evolution de l'agriculture :

- Système européen (début de découplage, signal de déconnexion de l'aide publique au produit, aide à la personne plutôt qu'à la production) qui sera marqué par des limitations budgétaires et l'entrée de nouveaux pays dans la CE et seront demandeurs d'aide, pas la même configuration que par le passé.
- Système américain, dur à décrypter, entre les aides et les mesures douanières, fondé pour maintenir et accentuer dans tous les aspects de l'exercice de l'agriculture (production, recherche, commerce, etc.) pour asseoir l'hégémonie d'un système économique.

Evolution de la société et des consommateurs : il y a des contradictions, il y a à la fois une recherche d'alimentation le meilleur marché possible (saccage de l'environnement pour faire baisser le prix du porc, imprudences graves dont on nous présentera la facture plus tard) et en même temps une recherche de plus en plus forte (même si moindre volume de marché) à des références d'authenticité, de qualité ; la montagne doit s'inscrire plus que jamais dans ce débat, comme interlocuteur fort, pertinent pour la recherche de qualité .

Face à ces évolutions, quelle est véritablement la proposition originale, n'existant pas ailleurs, que la montagne peut formuler ?

- s'éloigner du discours centré sur les handicaps et les compensations, se recentrer sur notre spécificité, notre singularité, le domaine sur lequel dans lequel nous sommes imbattables car nous avons du savoir faire, de la culture, un environnement protégé ; il y a des pistes insuffisamment explorées, des choses à imaginer.
- rechercher quels secteurs développer pour approcher le consommateur, ceci suppose de la recherche, des investissements, des efforts d'organisation de la production pour forcer les barrages comme ceux de la grande distribution/commercialisation.
- relier l'agriculture et la ruralité, ne pas confiner l'agriculture dans un débat agricole ; l'avenir passe par l'environnement rural qu'il nous faut défendre ; défendre nos exigences face aux collectivités locales pour les équipements, la présence de service public, de services culturels ; le tissu rural est à préserver.
- savoir rebondir sur toutes les originalités qui peuvent se traduire par un avantage sur le marché, tourisme, initiatives, même si l'investissement est lourd il faut persuader les institutions qui nous entourent.

Alain Rousset, Président du Conseil Régional Aquitaine

La montagne c'est une symbiose entre l'homme et le territoire pour lesquels il faut avoir une attention plus importante qu'ailleurs, tout en ayant conscience de l'âpreté du travail et des difficultés des conditions de vie.

Face à cette situation, comment des collectivités (la région, l'état ou l'Europe) peuvent développer des politiques ?

- maintenir un contact étroit avec les hommes et les femmes qui vivent dans la montagne.
- avoir conscience qu'en montagne les évolutions sont lentes et souvent irréversibles (par exemple mode de production, une fois les cultures arrêtées, les bergeries fermées ou les estives abandonnées, impossible ou presque de revenir en arrière), de même pour les infrastructures routières .
- porter une grande attention à l'agriculture : relations avec le monde agricole, syndical et coopératif, défendre l'agriculture en l'organisant (démarches collectives) pour la production, la transformation et la commercialisation, autour de produits de qualité, d'AOC ; installation de jeunes agriculteurs.
- être attentif au contrôle de l'eau, quantité et qualité ; à l'exploitation de la forêt.
- promouvoir d'autres activités humaines complémentaires : industrielles, touristiques, etc.
- établir des conventions région/département pour que les zones de montagnes soient accessibles au réseau haut débit internet, condition de maintien d'activités
- coopérer entre le nord et le sud, à partir de nos expériences.

ANNEXES

Programme du séminaire et contributions	33
Liste des participants	34
Les enjeux de l'agriculture dans les Andes Frédéric Apollin, CICDA	38
Agriculture et échanges internationaux Joseph Rocher, RONGEAD	40
Le commerce équitable. Une vision politique, une entreprise généreuse, une alternative réaliste ? Concepts et réalités Jean Pierre Ghesquière, Président Artisans du Monde Pays Basque	51

PROGRAMME DU SEMINAIRE ET CONTRIBUTIONS

Agriculture de montagne et mondialisation : les marges de manœuvre politiques

L'accord mondial sur l'agriculture - Le cycle de Doha - La préparation de Cancun

Rappel du cadre général - Les données du débat : le montant des aides actuelles et l'importance des échanges - Les positions des principaux acteurs : Etats-Unis - Union européenne - Groupe de Cairns - Pays en développement - Pays les moins avancés - Le pré accord USA / UE.

Présidence : Roberto Vaglio - Présentations : Joseph Rocher (Rongead) - Points de vue : José Cerruto (Bolivie)

L'insertion de l'agriculture de montagne dans le dispositif international - Les marges de manœuvre - Elargir les possibilités offertes à l'agriculture de montagne - Des dérogations spécifiques pour la montagne au plan international ? Une « exception territoriale » ? Un traitement « spécial et différencié » pour les pays en développement ?

Comment utiliser au mieux les dérogations de l'accord mondial qui autorisent un système d'aide : sécurité alimentaire, soutien au développement rural, paiements directs sans lien avec la production, protection de l'environnement, recherche-développement, diversification de la production, encouragement aux produits de qualité, appellations et indications géographiques ?

Un régime plus spécifique au sein de l'OMC pour l'agriculture de montagne est-il imaginable ? La notion de territoires à handicaps, reconnue par l'Europe, est-elle transposable et présente-t-elle un intérêt pour les pays en développement ? La notion « d'exception territoriale » pour la montagne pourrait-elle être retenue comme un objectif commun à l'ensemble des pays ?

Présidence : Jean Briane - Points de vue : Jean-Marc Page (Suisse) – Jamin Akymaliev (Kirghizstan) - Rosalie Djomgoue Ngako (Cameroun)

La mobilisation des financements, condition à la mise en œuvre des soutiens à l'agriculture

La mise en œuvre des aides autorisées et - *a fortiori* - d'un régime d'aide spécifique pour l'agriculture de montagne suppose des financements importants. Comment sont-ils mobilisés en Europe ? Quels concours pourraient être apportés dans les pays en développement ? Comment mobiliser l'aide internationale ? Sous quelle forme : financière ou assistance technique ?

Présidence : Jean Briane - Points de vue : Shrikrishna Upadhyay (Népal) - William Gonzalez (Pérou) - Peter Debrine (FAO)

Agriculture de montagne et mondialisation : l'organisation des producteurs

Produire et vendre en montagne : Atouts et Contraintes

Quelques exemples originaux d'organisation de producteurs pour des produits et un accueil touristique de qualité

Présidence : François Maïtia – Présentations : Frédéric Apollin (CICDA) - Pascal Dumoulin (France) - Marie-Josée Dupuis, Monique Lahitette et Joseph Paroix, Bergers du Haut Béarn (France) - Celeste Zedda (Italie) - Gilles Anjoran (France) - Sanjeeva Pandey (Inde) – Denis Blamont au nom de Rashmi Barati (Népal)

Le commerce équitable. Une vision politique, une entreprise généreuse, une alternative réaliste ?

Le commerce équitable : concepts et réalités

Présidence : Shrikrishna Upadhyay (Népal) - Présentations : Jean-Pierre Ghesquiere (Artisans du Monde) - Gabrielle Nanchen (Suisse) - Efrén Felix Tarapues Cuaical (Colombie)

La montagne peut-elle être un « label » ?

- Des labels, pour quoi faire ?
- Quelles seraient les caractéristiques d'un produit, d'un accueil touristique « de montagne » ?
- Quelles solidarités, quelles coopérations, quels échanges entre les régions de montagne du monde ?
- Quel pourrait être le rôle de l'APMM ?

Présidence : Pierre Hugon (France) – Points de vue : Rosalie Djomgoue Ngako (Cameroun) - Michel Rouffet (France) - Isidoro Ballester Torras (Espagne)

Synthèse du séminaire : Gérard Logié (France), Jean Bourliaud (France), Pierre Rémy (France)

LISTE DES PARTICIPANTS

AFRIQUE

Afrique centrale et occidentale / Central and West Africa

CAMEROUN

- **DJOMGOUE NGAKO Rosalie**, Secrétaire de mairie de la Commune rurale de Bafang

AMERIQUE LATINE

BOLIVIE

- **CERRUTO Jose**, Directeur de l'ONG KURMI à Cochabamba

COLOMBIE

- **VELASCO ALVAREZ Alvaro César**, Asesor del Senador Efrén Félix Tarapues, Fundacion La Minga Fundaminga
- **TARAPUES CUAICAL Efrén Felix** – Senador Indigena – Parlamentario de Colombia

PEROU

- **GONZALEZ William**, Maire d'Haquira, Président d'AMSAT (Association de Municipalités du Bassin Versant de Santo Tomas), Membre de REMURPE (Réseau de Maires Ruraux)

ASIE

Asie Centrale / Central Asia

KIRGHISTAN

- **AKIMALIEV Jamin**, Academician, General Director Kyrgyz Agricultural Research Institute

Extrême Orient / Far East

JAPON

- **YAMASHITA Shigeru**, Directeur Général du Centre Japonais des Collectivités Locales
- **OCHIAI Naoki**, Directeur de Recherche, Centre Japonais des Collectivités Locales
- **SAKAI Kazuya**, Directeur de Recherche, Centre Japonais des Collectivités Locales

Himalaya

INDE

- **PANDEY Sanjeeva**, Director Great Himalayan National Park, India

NEPAL

- **POKHAREL Rajendra Kumar**, National Executive Committee Member of FECOFUN - Federation of Community Forestry Users
- **UPADHYAY Shrikrishna**, Président de SAPPROS, ONG Népalaise

EUROPE

Europe Occidentale / Western Europe

ESPAGNE

- **Isidore BALLESTER TORRAS**, Adjunto a la Direccion del Programa de Politica General de Montagna (CATALUNYA)

FRANCE

- **ALTHAPE Louis**, Vice-Président de l'AEM (PYRENEES)
- **ALART Anne**, Maire de Glorianes (66) (PYRENEES)
- **ANJORAN Gilles**, Membre de la Confédération Paysanne (PYRENEES)
- **APOLLIN Frédéric**, Directeur Adjoint du CICDA (Centre International de Coopération pour le Développement Agricole)
- **APILLI Eric**, Directeur Général des Services, Mairie d'Argentières la Bessée (Hautes ALPES)
- **BARRAU Roger**, Conseiller Régional Midi-PYRENEES
- **BIBOLLET Pierre**, Vice-Président de l'Ordre des Géomètres Experts
- **BLANC Jean-Marc**, Chef de service Pyrénées, Conseil Régional d'Aquitaine
- **BRIANE Jean**, Ancien Député de l'Aveyron, Membre Honoraire du Parlement, membre de l'ANEM (MASSIF CENTRAL)
- **BOUDON Gérard**, Directeur de la Confédération Pyrénéenne du Tourisme
- **CAZALET Auguste**, Sénateur
- **CHERMETTE Joseph**, Maire de Dieme (69) (MASSIF CENTRAL)
- **CIBERT Jean-Claude**, administrateur du CICDA
- **DECOUT Isabelle**
- **DIGONNET Jean**, Conseiller Général de Haute Loire (MASSIF CENTRAL)
- **DUMOULIN Pascal**, Maire d'Ajoux (Ardèche) (MASSIF CENTRAL)
- **DUPUIS Marie Josée**, Berger du Haut Béarn
- **FIX Jean Jacques**, Délégué Général de l'AEM
- **GAUDET Alain**, Président de l'Ordre des Géomètres Experts
- **GHEQUIERE Jean-Pierre**, Président de la Fédération Artisans du Monde
- **GIPOULOUX Stéphane**, Ingénieur Eaux et forêts à la DDAF (Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt)
- **GUYONNEAU Olivier**, Directeur Général du Syndicat Mixte du Pic du Midi (PYRENEES)
- **HARTOG Nicolas**, FNSEA (Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles)
- **HERVE Didier**, Directeur de l'IPHB, Institution Patrimoniale du Haut-Béarn (PYRENEES)
- **HUGON Pierre**, Conseiller Régional du Languedoc Roussillon, Conseiller Général de Lozère (MASSIF CENTRAL)
- **INCHAUSPE Michel**, Ancien Ministre, Vice-Président du Conseil Général des Pyrénées Atlantiques
- **LAHAIRE Bernard**, Président des Jeunes Agriculteurs des Pyrénées Atlantiques
- **LAHITETTE Monique**, Berger du Haut Béarn
- **LARROCHETTE Jacques**, Maire de Saint-Forgeux (69) et Président du Syndicat des Eaux (MASSIF CENTRAL)
- **LASSALLE Jean**, Député Maire de Lourdios Ichère, France. Président de l'APMM (PYRENEES)
- **LASSERRE Jean-Jacques**, Président du Conseil Général des Pyrénées Atlantiques
- **LOGIE Gérard**, Administrateur de MADERA (Mission d'Aide au Développement des Economies Rurales en Afghanistan)
- **MACKIEWICZ-HOUNGUE Myriam**, Chargée de programme au CICDA (Centre International de Coopération pour le Développement Agricole)
- **MAÏTIA François**, Maire d'Ispoure, Conseiller Régional d'Aquitaine. (PYRENEES)
- **MARANDOLA Laurence**, CICDA (Centre International de Coopération pour le Développement Agricole)
- **MILESI Jean**, Conseiller Général, Maire de Melagues (12) (MASSIF CENTRAL)
- **MOREAU Victor**, Ancien Conseiller agricole de la Vallée de Soule

- **MURO Michel**, Directeur. ADEPFO – Association pour le Développement des Pyrénées par la formation (PYRENEES)
- **PAROIX Joseph**, Berger du Haut-Béarn
- **RABAT Gérard**, Maire de Py (66) (PYRENEES)
- **ROCHER Joseph**, Directeur du RONGEAD (Réseau des ONG européennes sur l'agro-alimentaire, le commerce, l'environnement et le développement / European NGO network on trade, agriculture, environment and development)
- **ROUSSET Alain**, Président du Conseil Régional d'Aquitaine (PYRENEES)
- **RIUTORT Marc**, Vice-Président du CMEAL (Centre de Management Europe-Amérique Latine).
- **SANIEZ Alain Jérôme**, Chef de la Mission OPALE (Organisation Action Locale et Environnementale) à E.D.F.
- **TEILLAUD Pierre**, Adjoint au Maire de Olargues (34) (MASSIF CENTRAL)
- **VAXELAIRE Guy**, Maire de la Bresse (88), (VOSGES)
- **VIDAL René**, Président de Syndicat de Communes (07) (ALPES)

ITALIE

- **ADAMO Francesco**, Sindaco di Albano di Lucania (Potenza, BASILICATA)
- **ALLEMANO Paolo**, Sindaco di Rifreddo, Comune di montagna del PIEMONTE
- **CAPPELLETTO Giacinto**, Sindaco di Vico Canavese, UNCEM (PIEMONTE)
- **CAREDDA Walter**, Assessore, XXIV Comunità Montana « Serpeddi » (SARDEGNA)
- **CICHELLI Marco**, Funzionario della Regione (PIEMONTE)
- **GIOFFI Renato**, Sindaco Delegato di Montecrestese. Comunità Montana Valli Antigorio Divedro Formazza (PIEMONTE)
- **PALA Giovanni**, Assessore, XXIV Comunità Montana « Serpeddi » (SARDEGNA)
- **VAGLIO Roberto**, Assessorato alla montagna, Regione (PIEMONTE)
- **ZEDDA Celeste**, Presidente della XXIV Comunità Montana « Serpeddi » (SARDEGNA)

SUISSE

- **NANCHEN Gabrielle**, Présidente de la Fondation pour le développement durable des montagnes, Membre du Comité International de la Croix Rouge.
- **PAGE Jean-Marc**, coordinateur de projets à la Fondation pour le développement durable des régions de montagne

GOUVERNEMENTS – ORGANISATIONS INTERNATIONALES

- **DEBRINE Peter**, Forestry Officer, ONU (Organisation des Nations Unies) : FAO (Food and Agriculture Organisations)
- **ERLENBACH François**, Chargé de mission auprès du Ministre Français de la Culture et de la Communication pour le développement du mécénat
- **ROUFFET Michel**, responsable de l'antenne Pyrénées et sud Massif Central du SEATM (Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne), Secrétariat d'Etat au Tourisme

MEDIA – PRESSE (à compléter)

- **BERTRAND Olivier-Imré**, AGRAPRESSE (agence d'information agro-économique)
- **DEJERT Françoise**, La Lettre du Maire Rural
- **LOPEPE MARITXU**, Le Journal du Pays Basque
- **POURTAU Alain**, Réalisateur, Images et Passion

ORGANISATEURS

APMM

- **BLAMONT Denis**, Chercheur au CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique)
- **BOURLIAUD Jean**, Chercheur à l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique)

- **REMY Pierre**, Délégué Général de l'ANEM, Secrétaire Général de l'APMM
- **STANISLAS Claudine**, Assistante du Directeur de l'APMM)

EQUIPES LOCALES

- **ARRIBE Jean-Yves**, IPHB (Institution Patrimoniale du Haut-Béarn)
- **CASTAN Michel**, Directeur de la Commission Syndicale du Pays de Soule
- **CLOS-COT Pascale**, IPHB
- **FLORENCE Nadine**, IPHB
- **HARISPE Marie-Agnès**, Secrétaire de Mairie d'Ispoure
- **HERVE Didier**, Directeur de l'IPHB
- **IRIGOIN Pierre**, Membre du Conseil Municipal d'Ispoure
- **JOANTAUZY Elisabeth**, IPHB
- **JUAN Virginie**, IPHB
- **LAUQUE Henri**, Directeur de la Communication, Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées Atlantiques
- **MAITIA Jean-Pierre**, Mairie d'Ispoure
- **MEHL Jean-Michel**, IPHB
- **OILLARBURU Jean-Bernard**, Secrétaire Commission syndicale du Pays de Cize
- **OSTROWIECKI Jean-Yves**, Directeur de l'Association Garazikus « Scène de Pays »
- **VERGARA Bernadette**, Office de Tourisme de Saint-Jean-Pied-de-Port

TRADUCTION SIMULTANEE

- **DELAGE Christine** (anglais)
- **LEDENT Rachel** (espagnol) (RLedent@aol.com)
- **MEUNIER Isabelle** (anglais)
- **MIOTTI Renata** (italien)
- **ROQUES Dominique** (espagnol)
- **TRIO LEPAGE Anne** (italien)
- **CAPDEVILLE Philippe**– Régie son - Société ARTEMIS (artemis.jpj@wanadoo.fr)

ACCOMPAGNANTS

- **Antonella ADAMO** (Italie)
- **Vito ADAMO** (Italie)
- **Régine BRIANE** (France)
- **Franca CANNAVERA** (Italie)
- **Giovanna CAPRUZZI** (Italie)
- **Simone CHERMETTE** (France)
- **Danielle DIGONNET** (France)
- Mme **GUYONNEAU** (France)
- **Anne-Marie HUGON** (France)
- **Anna Angela LORETTU** (Italie)
- **Christiane ROUFFET**(France)
- **Michèle STAMOS** (France)
- Mme **VAXELAIRE** (France)
- **Suzanne VIDAL** (France)

Les enjeux de l'agriculture dans les Andes

Frédéric Apollin
Responsable des Programmes, CICDA

L'agriculture paysanne dans les Andes

- Des agricultures paysannes qui lient l'économique, le culturel et le social.
- L'utilisation de différents espaces qui lient le rural et l'urbain, qui combinent la production agricole de différents étages écologiques, qui valorisent des ressources familiales sur diverses activités agricoles ou non (migration, commerce, artisanat, tourisme)
- Des pratiques d'aménagement territorial qui ne répondent pas uniquement à des critères d'efficacité économique et de productivité agricole maximale, mais qui combinent la recherche :
 - de la sécurité alimentaire au niveau local,
 - de gains économiques sur des filières locales ou internationales avec des produits de qualité (café, quinoa, pomme de terre, produits de l'élevage, etc.),
 - de pratiques individuelles et collectives adaptées à des écosystèmes fragiles.
- Des initiatives et formes d'organisation paysannes :
 - nombreuses et diversifiées (syndicales, territoriales, par filière, etc.),
 - adaptées aux modes de fonctionnement social et culturel de chaque groupe,
 - qui souhaitent s'inscrire et bénéficier des opportunités ouvertes par les processus de décentralisation en cours.

Des politiques nationales inadaptées

- Retrait de l'Etat de ses fonctions d'appui au secteur de la « petite agriculture » : privatisation des services d'assistance technique et de recherche.
- Diminution ou disparition du crédit public à la « petite agriculture ».
- Politiques douanières et de protection privilégiant le secteur agro exportateur (fleurs dans la sierra andine, banane sur les cotes pacifiques, etc.).
- Sécurité alimentaire assurée également par des importations.
- Une concentration forte des moyens de production et d'accès aux ressources productives (terre, eau) et des lois très discutées de « privatisation » de l'accès et de l'usage de ces ressources.
- Un intérêt encore limité pour le développement d'un tourisme rural qui valorise les identités locales et implique les populations.
- Une « modernisation » qui a permis de gagner en compétitivité sur les marchés extérieurs, mais a favorisé les couches dominantes des agriculteurs latino-américains au détriment de la grande majorité des paysans.

⇒ une faible prise en compte des stratégies des paysans andins

Quelques constats au niveau local

- Structuration encore faible du monde rural pour la valorisation des produits sur les marchés régionaux.
- Manque de connaissance de certains marchés (notamment internationaux).
- Manque de capital.
- Rapports de force défavorables avec d'autres secteurs de la production.
- Faible reconnaissance sociale et culturelle ; faible valorisation des produits paysans de montagne, et notamment indiens.

Les enjeux

- Avant de produire et vendre... contribuer à faire reconnaître des pratiques de gestion territoriale, et des droits économiques, sociaux ou culturels.
- Renforcer les capacités des familles paysannes et leurs organisations à défendre leur accès à des ressources stratégiques sur leur territoire (eau et terre)
- Contribuer à l'amélioration et à la durabilité des systèmes de production paysans, généralement en évolution et en crise, pour faire face à la fois à la pression démographique et aux problèmes de compétitivité.
- Favoriser une meilleure valorisation au niveau local des productions de chaque écosystème dans les filières de produits agricoles et d'élevage : sélection, transformation, etc.
- Contribuer à une plus grande structuration des organisations paysannes et renforcer les capacités de négociation sur les filières d'échange et de commercialisation des produits agricoles au niveau local ou international (café, quinoa, légumes, viandes, lait, etc.)
- Appuyer les agriculteurs à définir des normes de qualité et de cahiers des charges, pour se positionner sur des marchés « niches » et différencier leur offre de celles d'autres acteurs, par exemple :
 - productions et certifications biologiques pour le marché local et international,
 - label du commerce équitable pour le marché international.
- Créer des alliances entre organisations de producteurs et consommateurs :
 - respect mutuel et valorisation des produits paysans,
 - alliance sur des choix de politiques agricoles.

Agriculture et échanges internationaux

Le cycle de Doha et Cancun

Joseph Rocher
RONGEAD⁶

Introduction historique

Le commerce mondial en chiffres

L'agriculture dans le contexte commercial global

Structure du commerce mondial de marchandises

Part mondiale des exportations de marchandises par groupes de pays

Part mondiale des exportations de marchandises par continents

Exportations agricoles mondiales

Perspectives en matière d'échanges

Le fonctionnement de l'OMC

Fonctions de l'OMC

Principes et règles

OMC, les organes de travail et de décision

Agenda du cycle de Doha (2001)

Mise en oeuvre

Protection et soutien de l'agriculture

Les routes du commerce agro-alimentaire

Accords ayant une portée sur l'agriculture

L'OMC et la santé / l'environnement

Cycle d'Uruguay : l'accord agricole

Mise en oeuvre

Contenu de l'accord agricole

Accès au marché, politique sur les importations

Soutien interne (boîtes verte, bleue et orange)

La répartition des soutiens notifiés à l'OMC

OMC et dumping

Les enjeux pour les régulations et négociations

Quelle régulation pour l'agriculture ?

Les négociations sur les services

Les 6 normes fondamentales actuelles

Vers une nouvelle génération de normes fondamentales

Quelle place pour l'agriculture de montagne dans les négociations internationales ?

⁶ Structure au service des autres organisations, qui essaie de nouer des dialogues entre organisations et négociateurs de l'OMC et acteurs confrontés aux dynamiques et problèmes sur le terrain. Sur OMC 3 « global citizen initiative » avec experts de l'OMS, de la CE, d'anciens négociateurs avec représentants du mouvement social, des filières professionnelles et à ce titre, à terme des représentants de l'APMM devrait intégrer ce comité.

Introduction historique

- colonisation, échanges « privilégiés » entre les empires et leurs colonies
- émergence puissance américaine, début XXIème siècle contre relations exclusives coloniales
- idée GATT, discours du président américain Wilson en 1914 « traitement égal pour toutes les nations en matière de commerce » ou non discrimination commerciale, avec USA pour casser le système colonial et en faire un système plus global
- montée en puissance des USA « état commerçant » qui cherche à faire respecter les règles du jeu et de l« état gendarme » dans les pays communiste, commerce entre états, contrôle absolu
- conflits et guerres conduisent à un système de protection, politiques commerciales restrictives, accords bilatéraux, tarifs douaniers,...
- ouverture aux échanges après 2^{ème} guerre mondiale, moyen de rétablir et entretenir la paix, ouverture aux échanges question philosophique pas seulement économique
- tout le monde a sa place selon avantages comparatifs, chacun doit se spécialiser et y gagner, chacun doit gagner dans l'échange, contradiction à discuter dans l'OMC

Après la guerre, résistance avec COMECON (marché des pays socialistes) et ailleurs 3 structures :

1. système monétaire international, accords de Bretton Woods, baisse des fluctuations monétaires
2. banque de reconstruction, BIRD puis BM, pour l'Europe puis les pays en développement
3. GATT (1948) (General Agreement on Tariff and Trade) règles pour ouvrir les échanges économiques, dont l'objectif est de réduire les barrières douanières et rendre plus prévisibles les marchés

La mondialisation est bien une situation : des productions qui s'échangent, s'exportent de plus en plus, production stable de plus en plus d'exportations, l'économie s'internationalise de plus en plus, c'est un phénomène lié à la technologie. La globalisation, c'est un choix de politique, est-ce qu'on va réguler ou non la mondialisation ? Quelle mondialisation ?

Le commerce mondial en chiffres

L'agriculture dans le contexte commercial global

Les produits agricoles ne représentent plus que 11% des échanges internationaux alors qu'ils représentaient 50% dans les années 50, grande évolution des dernières années. L'agriculture est un enjeu de négociation mais plus un enjeu économique comme auparavant.

Structure du commerce mondial de marchandises :

- 78% produits manufacturés
- 11% produits agricoles
- 11% produits miniers

Part mondiale des exportations de marchandises par groupes de pays :

Groupes de pays	Part des exportations	Tendance Entre 1990 et 1998
Economies développées	60 à 70%	Hausse
Economies en développement	25%	Baisse
Economies en transition Ex pays socialistes	Moins de 10%	Baisse
Asie	20%	Hausse

Avec les pays développés ce sont les pays d'Asie qui ont profité de l'extension des échanges.

Part mondiale des exportations de marchandises par continents :

Continents	Part des exportations	Tendance Entre 1990 et 1998
Europe (de l'Europe vers le reste du monde et entre pays européens)	>45%	hausse
Amérique du Nord (idem)	15 à 20%	hausse
Asie (idem)	30%	hausse

Forte influence des accords régionaux, plus de 70% du commerce européen se fait au sein de l'UE, chacun des pays d'Europe est membre de l'OMC où il négocie, ainsi que l'Union Européenne. Même situation NAFTA, où 35% du commerce est réalisé entre pays membres. Par contre la part de commerce entre pays membres d'accords est moindre dans le cas de l'ASEAN, du MERCOSUR (20%, en baisse) et du Pacte Andin (10%).

Exportations agricoles mondiales

Continents	Part des exportations	
UE	41%	Dont 10% hors Europe
USA	19%	
Asie	18%	
Amérique Latine	11%	
Afrique	4%	
TOTAL	547 milliards \$	

Chiffres à mettre en relation avec les volumes du commerce mondial de 6000 milliards de \$ pour les marchandises et un volume de 500 milliards de \$ pour les services, qui montent en puissance et constituent un enjeu central en termes d'emploi. Dans l'UE 66% des emplois dans les services, 4% dans l'agriculture et 21% dans l'industrie.

Perspectives en matière d'échanges

Facteurs influents les échanges agricoles (produits végétaux et animaux) :

Dans les pays développés :

- ⇒ Baisse de la démographie baisse de la consommation de céréales
- ⇒ Choix : augmentation des exportations ou baisse des subventions pour réduire la production?

Dans les pays en développement :

- ⇒ Changements modèles de consommation
- ⇒ Augmentation consommation oléagineux, lait et volaille

⇒ Conséquences : problème de balance commerciale (pour Asie importatrice, 50% des importations mondiales de céréales)

Le fonctionnement de l'OMC

Fonctions de l'OMC :

- administration des accords commerciaux de l'OMC
- cadre pour les cycles de négociation
- règlement des litiges commerciaux, OMC seule organisation capable de régler des conflits avec un système de sanctions
- examen des politiques commerciales
- assistance technique aux pays en développement
- coopération avec les autres organisations internationales

Principes et règles

1. Clause de la nation la plus favorisée (accorder à tous le traitement accordé au partenaire privilégié), intérêt à rentrer dans l'OMC
2. Traitement national (un produit importé est traité
3. comme un produit national)
4. Droits de douane fixes, transparents et prévisibles (LA mesure de protection)
5. Consolidation des droits de douane (pour éviter les modifications et les hausses)
6. Règlement des différends

NON DISCRIMINATION
entre partenaires
commerciaux membres de
l'OMC

LISTE DES CONCESSIONS

Le GATT exigeait un consensus positif c'est à dire tout le monde doit être d'accord pour adopter le rapport. A l'OMC, il s'agit du consensus inversé, tous les pays doivent être d'accord pour contester le rapport pour le rapport soit refusé, il est donc impossible qu'un rapport soit refusé mais le pays mis en cause peut faire appel. Principe de l'OMC, pas appliquer les sanctions sinon faire revenir le pays dans le droit chemin c'est à dire en conformité avec les règles de l'OMC, seulement après l'OMC donne la possibilité au pays affecté d'appliquer des sanctions au pays fautif en choisissant n'importe quel produit, jusqu'à de petits produits sensibles comme le roquefort ! Le roquefort se retrouve en otage ! Inconvénients de ce système pour les pays en développement : le coût ! En moyenne 500.000\$ sans être sur de gagner pour payer les avocats et autres et si le pays gagne il peut appliquer des rétorsions commerciales contre des produits du pays attaqué, s'il s'agit d'un pays développé il y a peu de chance qu'il soit pénalisée par des sanctions prises par un pays en développement. Propositions de sanctions collectives, un gros pays sanctionnés par différents petits pays

7. Exceptions générales :
 - sauvegarde
 - balance des paiements ; déficit et protection de la monnaie
 - santé des hommes, animaux et plantes ; normes phytosanitaires et sanitaires, problème de la base avis scientifique, l'Europe : quand l'avis scientifique n'est pas suffisant on applique un principe de précaution

8. Unions douanières et zones de libre échange

OMC et GATT sont favorables aux 2 types car le commerce régional est l'ouverture au marché mondial ; cependant l'OMC essaie de tendre plutôt vers les unions douanières que les zones de libre échange.

- Unions douanières : les pays membres essaient de réduire à 0 les barrières douanières pour le commerce entre eux, et appliquent à la frontière commune un tarif extérieur commun (par exemple l'UE).
- Zones de libre échange les pays membres idem tendre à 0 pour le commerce entre eux mais chaque pays garde son indépendance vis-à-vis de ces autres partenaires commerciaux (MERCOSUR, ALENA).

9. Pays en développement : traitement spécial et différencié

- système des préférences généralisées (SPG), avec graduation
- non réciprocité

Dès 1971 sous l'impulsion de la CNUCED mais certaines pratiques comme par exemple les accords de Lomé entre l'UE et 77 pays en développement qui ont été attaqués par d'autres pays en développement, notamment l'Equateur avec la banane, demande de rénovation des accords de Lomé

OMC, les organes de travail et de décision

- Conférence ministérielle : tous les 2 ans (Singapour 1996, Genève 1998, Doha 2001 et Cancun 2003), ministres
- Conseil Général : plusieurs fois par an, ambassadeurs et conseillers
- Conseil : supervise l'application des accords et prépare les rapports pour le conseil
- Comités, groupes de travail et groupes d'expert
- Secrétariat : 500 personnes à Genève

Agenda du cycle de Doha (2001)

Mise en œuvre :

- Les négociations devraient être conclues au 1^{er} janvier 2005
- Thèmes sensibles :
 - propriété intellectuelle (médicaments, semences)
 - agriculture
 - services
 - traitement spécial et différencié pays en développement
 - et beaucoup d'autres
- Déclaration de Doha (préambule)
 - « le commerce peut jouer un rôle majeur dans la promotion du développement et la réduction de la pauvreté »
 - « souligne l'importance attachée à la mise en œuvre et à l'interprétation de l'accord ADPIC dans le domaine de la santé » (médicaments contre le sida)
- La stratégie des firmes (innovation, puissance et adaptation vers une taille optimale et la compétitivité des coûts) induit des conséquences telles que la délocalisation, fusion,

reconversion ; ceci posant de graves problèmes dans le domaine agroalimentaire et n'étant pas régulé.

Protection et soutien de l'agriculture

- droits de douane moyens dans le monde en agriculture 62% (monde)
- droits de douane moyens dans le monde en industrie 4% (pays membres de l'OMC)
- soutien total aux producteurs dans l'OCDE 258 milliards \$ /an
- soutien aux exportations 5,5 milliards \$

Les routes du commerce agro-alimentaire, groupes de pays :

- Pays en faveur de la libéralisation du commerce car exportateurs : groupe de Cairns (Australie, Canada, Argentine, Brésil, Afrique du Sud et autres)
- Pays importateurs favorables à la protection : Europe ouest et est, Chine, Japon et autres
- Afrique
- Pays qui veulent protéger leur agriculture comme l'Inde
- Pays importateurs net qui veulent importer à bas prix pour les consommateurs urbains pour maintenir l'équilibre social et politique de leur pays (Egypte et autres), qui ont peur de la réduction des subventions aux exportations qui feraient monter les cours mondiaux des céréales par exemple.

Accords ayant une portée sur l'agriculture :

- Accord sur l'agriculture
- Accord sur l'application des mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS)
- Accord sur les obstacles techniques au commerce
- Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce
- Décision sur les mesures concernant les effets négatifs possibles du programme de réforme sur les pays les moins avancés et les pays en développement importateurs nets de produits alimentaires.

L'OMC et la santé / l'environnement

- Les gouvernements peuvent restreindre le libre échange afin de protéger la santé des personnes et des animaux et de préserver les végétaux...
- ... à condition que les restrictions appliquées
 - soient transparentes
 - reposent sur une évaluation scientifique des risques
 - assurent un niveau de protection équivalent aux normes internationales ou à un niveau établi scientifiquement
 - et assurent l'application du même traitement aux importations et aux produits nationaux dans leur ensemble.

Cycle d'Uruguay : l'accord agricole

Mise en œuvre :

- entrée en vigueur 1^{er} juillet 1995 pour 6 ans
- engagement de réduction des aides agricoles, sur 6 ans pour les pays industrialisés et sur 10 ans pour les pays en développement
- engagements des pays en développement représentent 2/3 de ceux des pays industrialisés
- pas de réduction pour les PMA

Contenu de l'accord agricole en 3 volets :

2. L'accès au marché

- tarification (transformation des barrières non tarifaires en droits de douane)
- réduction progressive des droits de douane sur 6 ans pour les pays industrialisés de 36% en moyenne avec un minimum de 15% et sur 10 ans pour les pays en développement de 26% en moyenne avec un minimum de 10%
- fixation d'un taux minimal d'importation de 3% de la consommation intérieure (augmentant jusqu'à 5% pour les pays industrialisés et à 4% pour les pays en développement). Ceci s'effectue par des contingents de douane réduits par rapport à ceux en vigueur
- clause de sauvegarde spéciale

4. La concurrence à l'exportation

- réduction de 36% sur 6 ans des subventions à l'exportation pour les pays industrialisés
- réduction de 21% des volumes exportés avec subvention
- réduction des 2/3 de celles appliquées par les pays industrialisés pour les pays en développement (sur 10 ans)
- quelques tolérances : aides à la commercialisation et au transport pour les pays en développement.

3. Le soutien interne : boîte orange (MGS), boîte bleue, boîte verte

- engagement de réduction de la mesure globale de soutien (MGS) de 20% sur 6 ans pour les pays industrialisés et de 13,3% sur 10 ans pour les pays en développement
- pas d'obligation de réduction pour les aides de la boîte verte (recherche, formation, infrastructures, détention de stocks publics à des fins de sécurité alimentaire, soutien direct aux agriculteurs non liés aux volumes de production ou aux facteurs de production, lutte contre les parasites)

Accès au marché, politique sur les importations (enjeux du cycle de Doha) :

- Elimination des barrières non tarifaires (par exemple interdiction d'importation et licences d'importation)
- Consolidation du droit tarifaire c'est à dire la fixation d'un plafond tarifaire qu'on ne peut dépasser
- Réduction des droits de douane
- Sauvegardes spéciales c'est à dire des droits de douane qu'un pays importateur peut imposer au-delà du plafond en cas d'urgence (tous les pays en développement pourraient y accéder mêmes ans avoir encore tout consolidé ?)
- Accès minimum c'est à dire la mise en place des contingents tarifaires (quantités à taux réduits de 3 à 5% de la consommation intérieure) pour assurer un niveau minimum d'importation

Soutien interne

Boîte verte, aides découplées de la production, qu tous peuvent pratiqués et qui n'est pas soumise à réduction :

- services de caractère général (recherche, formation, lutte contre les parasites, inspection, commercialisation et promotion, infrastructure)
- détention de stocks publics à des fins de sécurité alimentaire
- aide alimentaire intérieure
- versements directs aux producteurs :
 - soutien des revenus découplés
 - participation financière à des programmes de garantie des revenus
 - versements à titre d'aide en cas de catastrophes naturelles
 - aide à l'ajustement des structures fournies au moyen de programmes incitant les producteurs à cesser leur activité ou programmes de retrait de ressources de la production
 - aide à l'ajustement des structures fournies au moyen d'aides à l'investissement
 - versements au titre de programmes de protection de l'environnement
 - versements au titre de programmes d'aide régionale (à condition que la région soit déclarée zone défavorisée dans la loi nationale)

Boite bleue, aides semi-couplées, aides directes basées sur des superficies et des rendements fixes, menacées de réduction dans le futur :

- versements directs au titre de programmes de limitation de la production si :
 - ils sont fondés sur une superficie et des rendements fixes
 - ils sont effectués pour 85% au moins du niveau de base de la production
 - ils sont effectués pour un nombre de têtes fixes

De minimis :

- soutien interne par produit ou autre que par le produit qui n'excède pas :
 - 5% dans le cas des pays développés
 - 10% dans le cas des pays en développement

Boite orange, toutes les mesures ne répondant pas aux critères des boites vertes ou bleu, soumises à réduction :

Période de base 1986-1988 : par le biais d'une Mesure Globale de Soutien (MSG), les pays ont établi des plafonds concernant le soutien interne accordé par les différents types de mesures de soutien. Quand le calcul de la MGS n'était pas possible, les pays ont pris des engagements équivalents.

Réduction : le soutien interne devra être réduit :

- de 20% pour les pays industrialisés
- de 13% pour les pays en développement

La répartition des soutiens notifiés à l'OMC

Types de soutien	USA	Europe
Boite bleue	12%	24%
Boite orange	10%	54%
Boite verte	78%	22%

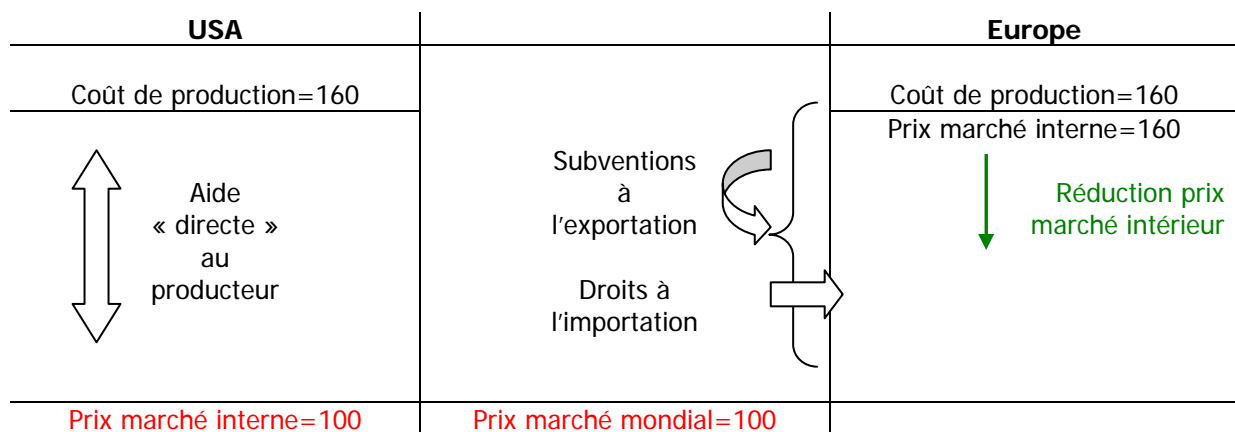
- Boite bleue Aides semi-couplées dont le niveau global est plafonné et qui sont considérées comme transitoires (ex. les paiements compensatoires en Europe)
- Boite orange Toutes les mesures comptant dans le calcul des Mesures Globales de Soutien (MGS), soumises à réduction à l'avenir (ex. prix garantis, aides directes, soutiens aux exportations)

- Boite verte Soutiens considérés comme étant sans influence sur la production (découplés) et les échanges, donc non soumis à réduction (ex. les bons alimentaires américains).

Devant les obligations de réduction de certaines aides immédiatement (boite orange) ou dans un futur proche (boite bleue), UE et USA modifient leurs politiques d'aide afin de faire passer des aides de la boite orange oranges dans les boites bleues et vertes !

OMC et dumping

Prix du marché mondial de 100 pour un produit donné (céréales par exemple). Dans un pays (USA) coût de production de ce produit de 160. Dans un autre pays (CE) même coût de production de 160.



Deux stratégies possibles :

- ancienne politique de la CE : définir et garantir un prix de soutien aux agriculteurs qui est de 160 c'est à dire le coût de production ; si maintien de ce système alors que le marché mondial est à 100, il faut exporter avec des subventions énormes de 60 par tonnes, il faut mettre des droits de douane à l'importation énorme de 60%
- ancienne politique des USA : on demande aux agriculteurs de mettre leur produit sur le marché à 100, et le reste on le complète par des aides directes ; la compagnie qui veut exporter sur le marché mondial n'a elle pas besoin de subventions à l'exportation puisqu'elle achète à 100 et revend à 100, pas besoin non plus de droit de douane à l'importation puisque ces produits ne sont pas compétitifs par rapport au prix pratiqué sur le marché intérieur ; hélas là il y a le grand malentendu en tant que règle car le dumping, c'est vendre à un prix inférieur soit au coût de production soit au prix pratiqué sur le marché intérieur, il faut respecter une et une seule des 2 conditions, comme aux USA on vendait sur le marché mondial à un prix qui n'était pas inférieur au prix pratiqué sur le marché intérieur on ne fait pas de dumping.

Qu'a fait l'Europe pour ne pas être attaquée ? Une politique de baisse des prix du marché intérieur en compensant par des aides directes, en 2 temps car les organisations syndicales ont lutté pendant 30 ans pour faire maintenir les prix et c'était dur à faire comprendre de les baisser, 1992 puis 2000 pour arriver à un prix de marché intérieur identique au prix du marché mondial pour éviter d'avoir des subventions aux exportations et des taxes à l'importation

Avec cette baisse des prix intérieur, l'Europe peut aujourd'hui aller à Cancun en montrant que depuis 90 les subventions aux exportations ont réduits de 60%, bien entendu ce sont les aides directes qui remplacent ces subventions mais sur le plan interne et donc comme ces aides ne sont pas aujourd'hui soumises à réduction à Cancun, l'Europe peut contester les politiques actuelles des USA qui consistent à revenir à des aides couplées à la production, on a 2 paquebots qui sont en train de se croiser avec un système européen qui rejoint l'ancien système américain et un système américain qui reprend l'ancienne PAC ! Dans ces conditions pas d'accord possible à Cancun !

L'autre problème, si les subventions à l'exportation et les taxes à l'importation sont les 2 diables des politiques agricoles, il ne reste plus que le soutien interne pour soutenir l'agriculture, seuls les pays développés en ont les moyens (les contribuables vont payer) les pays en développement ne peuvent déboursier l'argent pour soutenir leur agriculture et c'est là la grande inégalité et une nouvelle discrimination : ne pas reconnaître aux pays en développement le droit de se protéger avec des droits de douane plus élevés et là, sur le traitement spécial et différencié pour les pays en développement, il faudra avancer.

Le Brésil a consolidé des droits de douane sur produits agricoles de 36%, faisant partie du groupe de Cairns et ne voulant pas être accusé de protectionniste alors que l'Inde a des droits de 116%, voulant protéger son marché.

Le soutien interne avec mesures budgétaires est très faible pour les pays en développement, à cause de choix politiques mais surtout de manque de moyens. Enjeux des négociations : savoir si on peut négocier des droits à l'importation, à travers notamment de la clause de sauvegardes spéciales.

Les enjeux pour les régulations et négociations

Quelle régulation pour l'agriculture ?

Le climat est le 1^{er} facteur de fluctuation des prix agricoles, autant répartir la production sur le globe afin de moins sentir les effets de catastrophes climatiques localisées. Le climat évolue (réchauffement), en Europe, aujourd'hui se mettent en place des taxations aux exportations suite à la canicule et sécheresse, ceci conforte le besoin de protéger davantage l'agriculture.

Handicaps et problèmes pour les pays en développement :

- propriété intellectuelle (semences, médicaments)
- qualité et sécurité sanitaire, normes de qualité
- infrastructures (routes, irrigation)
- formation
- filet de sécurité pour les pauvres.

Négociations sur les services

Autre aspect important pour l'agriculture de montagne, pas seulement la production agricole ou sa compétitivité sinon aussi au prix d'accès de l'électricité, télécommunications, des services publics, etc. Ouverture à l'OMC dans 4 domaines :

Mode 1	fourniture transfrontalière (télécommunications)
Mode 2	consommation à l'étranger (tourisme)

Mode 3 présence commerciale des firmes (banque, gestion de l'eau...). Les collectivités locales doivent être très pointues dans ces domaines sachant qu'un gouvernement peut imposer des clauses comme un prix identique de l'eau ou des télécommunications en zones rurales et urbaines, bien négocier les accords (liste des concessions)

Mode 4 présence temporaire de personnes physiques (main d'œuvre des pays en développement dans les pays développés)

Les 6 normes fondamentales actuelles

Au niveau international il y a seulement 6 normes fondamentales « jus cogens » qui s'imposent à tous les traités, y compris à l'OMC :

- prohibition de l'agression d'un pays contre un autre
- génocide
- pratique abusive de la torture
- crimes contre l'humanité
- esclavage
- droit à l'autodétermination

Vers une nouvelle génération de normes fondamentales

- environnemental
- social
- économique

- ⇒ Si conflit entre l'OMC et des accords de ce type (environnementaux, sociaux ou économiques), arbitrage ONU ?
- ⇒ Normes soutenues par des labels

QUELLE PLACE POUR LA MONTAGNE DANS DES ENJEUX FONDAMENTAUX ET DANS LES NEGOCIATIONS INTERNATIONALES ?

UNE PAGE A ECRIRE ?

Le commerce équitable

Une vision politique, une entreprise généreuse, Une alternative réaliste ?

Concepts et réalités

Jean Pierre Ghesquière
Président Artisans du Monde Pays Basque
Présentation personnelle

Le commerce équitable, une prise de conscience

La notion de CE (commerce équitable) apparaît dans les années '60 en Europe du Nord (Grande-Bretagne, Pays-Bas) :

- décolonisation, guerres de libération nationale,
- prise de conscience des inégalités Nord-Sud, domination politique, exploitation économique des richesses et des populations du Sud par les grandes firmes du Nord,
- aspirations de peuples du Sud à plus de justice dans les relations internationales, à un nouvel ordre économique international. En 1968 par exemple lors de la Conférence de l'ONU sur le commerce et le développement est lancé le slogan « Du commerce, pas de l'aide ».

Depuis cette époque, cette prise de conscience s'est faite plus pressante :

- libéralisation massive des échanges et débats à propos du libéralisme, bénéfique ou non,
- conscience dans une partie croissante de l'opinion au Nord de conditions de travail au Sud quasi-esclavagistes, d'une évolution des prix des matières premières agricoles ou minières qui se dégrade, que le prix et les conditions d'achat des productions du Sud sont imposées aux producteurs,
- inquiétudes du consommateur au Nord à propos de la qualité des produits qu'il achète conscience que l'environnement économique, social, écologique et culturel est dévasté au Sud, mais pas seulement,
- conscience que le commerce international a principalement tendance à accroître les inégalités et l'insécurité, à fragiliser l'économie des pays du Sud, que la stratégie de développement basée sur la croissance des exportations ne conduit pas au développement promis, et qu'elle représente plutôt une entrave au développement,
- conscience qu'il y a surproduction alimentaire d'un côté, faim de l'autre,
- conscience de la perte d'autonomie alimentaire et économique, de la déstructuration de territoires, de la dévastation du patrimoine naturel et culturel, des pollutions, des inégalités Nord-Sud croissantes, effets négatifs du commerce international sur l'environnement (emballages, transports, pollutions diverses),
- conscience que les richesses du monde sont réparties de manière très inégale (les 20% les plus riches de la population mondiale consomment 80% des richesses de la planète, ce qui signifie que un consommateur moyen du Nord consomme 16 fois plus qu'un consommateur moyen du Sud),
- conscience que le mode de vie occidental conduit à une impasse tout simplement parce qu'il est impossible d'accorder à l'ensemble des habitants de la planète le niveau de vie d'un Européen ou d'un Américain du Nord,

- conscience que l'ordre économique mondial actuel conduit à terme à une catastrophe et que ces catastrophes ont déjà commencé, et qu'elles frappent d'abord les populations les plus vulnérables de la planète, au Sud en priorité,
- Le commerce équitable exprime une prise de conscience d'une fraction de l'opinion au Nord à propos du fonctionnement de l'économie, des conditions sociales, économiques ou écologiques de production.

Le commerce équitable : un contre projet, un projet alternatif

Les échanges internationaux doivent se fonder sur d'autres exigences, un autre commerce est possible et nécessaire. Le CE exprime une aspiration à des pratiques économiques responsables. Pour dire les choses simplement le CE prend au sérieux l'article 23 de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme de 1948 : « Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine ».

Il s'agit de replacer l'humain, le social, au centre de l'économie en assurant une juste rémunération du travail des producteurs, à commencer par les plus fragilisés, en leur permettant d'assurer leurs besoins élémentaires en matière de santé, d'éducation, de logement, de protection sociale, en leur garantissant le respect des droits fondamentaux de la personne, en instaurant des relations durables entre les partenaires économiques, en favorisant la préservation de l'environnement naturel, social, culturel, économique, en proposant aux consommateurs des produits de qualité. Il vise un développement durable. Le CE se définit comme un ensemble de pratiques en contre-projet et en alternative avec celles du commerce international conventionnel.

Concrètement, le CE se manifeste par la mise en œuvre d'un certain nombre de critères ou de principes: achat à un prix qui permette une juste rémunération, garantie d'un prix minimum dans le cas des denrées soumises à des cours internationaux, respect des droits de la personne au travail, relations de long terme, soutien à l'activité économique des producteurs les plus marginalisés, qualité de l'information sur les produits proposés, etc.

Le commerce équitable, c'est maintenant un réseau

Depuis l'époque fondatrice des années 60, le commerce équitable s'est développé pour mettre en œuvre son projet. Il se présente comme un réseau étoffé d'acteurs de nature diverse.

Si on prend le cas de la France, ce réseau du commerce équitable comprend des importateurs grossistes (Solidar'Monde, Artisal, Andines, Alter-Eco), des importateurs détaillants (Artisanat-SEL, Azimuts, Boutic Ethic, Commerceequitable.com, Sira Kura), des boutiques (environ 140, dont une centaine pour Artisans du Monde, mais aussi celle d'Artisans du Soleil, Ti ar Bed), une association de promotion (Yamana), une association de certification (Max Havelaar), des associations de solidarité (Aspal, Echoppe, CCFD, Ingénieurs sans frontières), des agences de voyage (Croq'Nature, Djembé, La Route des Sens, Tourisme et Développement Solidaires).

Ces organisations françaises se concertent dans le cadre de la « Plate-forme pour un Commerce Equitable ». Elles sont fédérées à l'échelle européenne ou intercontinentale avec leurs homologues (réseau NEWS pour les boutiques ou magasins du monde, fédération EFTA

des importateurs européens, réseau FLO des organisations de certification, et leur coordination FINE.

Au total le CE dans le monde concerne 850 groupements de producteurs au Sud, de tailles fort diverses, 800 000 travailleurs qui font vivre environ 5 millions de personnes dans une cinquantaine de pays du Sud. Il se manifeste à l'échelle européenne par une infrastructure de 3000 boutiques dans 13 pays. En France il a un poids de 12 millions d'euros de chiffre d'affaire en 2001 (45 millions espérés en 2003).

Il se manifeste aussi comme mouvement d'éducation populaire par des campagnes d'information ou des interventions de nature éducative concernant les échanges Nord/Sud (campagnes d'opinion à propos des vêtements, du cacao et du chocolat, des jouets, des achats publics). La cause du CE est le moyen d'aborder concrètement devant l'opinion au Nord, en particulier devant les jeunes, la question des rapports nord-sud ou des modes de consommation, pour sensibiliser, informer, vendre les produits de la filière CE.

Cette activité multiforme a des effets positifs : selon un sondage IPSOS d'octobre 2002, 1 français sur 3 a entendu parler du CE, proportion en très net progrès par rapport aux sondages antérieurs. Les consommateurs sont donc de plus en plus sensibles aux conditions de production dans les pays du Sud, ils deviennent alors plus responsables dans leurs achats, et le mouvement du CE a puissamment contribué à cette évolution.

Débats autour du commerce équitable

Au cours des dernières décennies, le CE a donc connu un développement soutenu dans certains pays du Nord, et en même temps une diversification, d'où des débats, des interrogations, des divergences:

Les limites actuelles du CE

Le commerce équitable concerne au Sud 800 000 producteurs, ce qui représente avec leurs familles environ 5 millions d'individus. C'est beaucoup plus qu'il y a 20 ans ou 10 ans, mais c'est 5 millions d'individus sur 5 milliards, soit 0,1% de la population mondiale (et 0,01% du commerce mondial selon une estimation probable). C'est dire que les débouchés du CE sont pour le moins limités et très en deçà des besoins des populations du Sud. De plus des études concernant l'impact du CE sur les conditions de vie et de travail des populations concernées montrent pour le moment des effets positifs réels mais limités.

Le « commerce équitable », une appellation et une pratique non contrôlée

Contrairement à l'agriculture biologique, le CE est une pratique commerciale que ne définit aucune norme de droit. N'importe qui peut alors s'en réclamer, d'où un risque grave de banalisation de la notion ou de falsification, du fait de la capacité du système dominant à récupérer et faire servir à ses fins des initiatives novatrices.

Par exemple, dans le document préparatoire à ce séminaire, il est dit que, lors de ses discussions de Doha, l'OMC entendait « établir un système de commerce équitable et axé sur le marché au moyen d'un programme de réforme fondamentale ». Quand je lis cela, je m'interroge : « Etablir un système de commerce équitable axé sur le marché » ? Ne serait-ce pas là l'équivalent d'une revendication de loup voulant entrer librement dans la bergerie ! « Programme de réforme fondamentale » ? Ne serait-ce pas envisager la création par génie génétique de brebis armées crocs et griffes pour se défendre ? Soyons donc clair: le commerce équitable tel qu'il est envisagé par les organisations

signataires de la PFCE se trouve à l'exact opposé des perspectives de l'OMC. Il y a commerce équitable authentique et commerce équitable frelaté ou édulcoré au point de perdre son âme et son projet.

Les difficultés en matière de certification CE

La création d'un label CE réglementé et garanti par la loi aiderait à clarifier la situation, comme c'est le cas avec les produits agricoles biologiques. Mais cette hypothèse soulève un certain nombre de difficultés.

Ces difficultés sont pour une part techniques. Il existe actuellement des procédures de certification CE d'initiative privée, comme celle que délivre l'association Max Havelaar (qui n'a pas de valeur juridique au sens du label de l'agriculture biologique). Cette procédure concerne principalement une dizaine de produits agricoles ou horticoles d'origine tropicale, des produits alimentaires issus d'un processus de production relativement simple, et la labellisation CE, si elle peut y être coûteuse, y est relativement facile. La question devient plus complexe en ce qui concerne des produits alimentaires transformés (ex : le chocolat), des produits artisanaux ou manufacturés ou des services (ex : le tourisme) qui permettent d'atteindre de nouveaux marchés et d'offrir une meilleure valeur ajoutée aux producteurs maîtres ou les produits manufacturés.

Mais ces difficultés sont également de nature politique car elles mettent en cause l'ordre commercial international établi et soulèvent une hostilité déclarée des partisans de la mondialisation libérale, qui s'étranglent d'indignation à l'idée quand il s'agit d'introduire des obligations de respect des clauses de l'OIT ou de respect de l'environnement dans les traités commerciaux internationaux, et que soient sanctionnées les entreprises qui ne les respecteraient pas.

Y a-t-il un CE à échelle locale ou régionale, que ce soit au Nord ou au Sud ?

Le CE s'est historiquement mis en place comme mouvement de solidarité intercontinentale Nord/Sud. Il est souvent conçu comme une aide des consommateurs du Nord aux producteurs du Sud. Il se veut un modèle alternatif de commerce Nord/Sud.

Mais les effets négatifs du commerce dominant ne se limitent pas à l'échange inégal Nord/Sud, ils trouvent leur source dans le mode de production au Nord et se manifestent aussi à l'intérieur des pays du Nord par la standardisation des techniques et des pratiques culturelles agricoles, la subordination des producteurs agricoles aux commandes et aux prescriptions de l'agro-industrie, le recul des produits régionaux et nationaux dans les marchés nationaux.

Pourtant il existe tant au Nord qu'au Sud des pratiques commerciales opérant à une échelle locale ou régionale qui se basent sur une éthique solidaire, qui visent à renforcer les liens entre consommateurs urbains et producteurs ruraux par le développement de marchés locaux et régionaux équitables et solidaires. Ces pratiques ne sont-elles pas en droit d'être considérées comme forme légitime de CE ? Le CE n'a-t-il pas aussi une dimension locale Nord/Nord ou Sud/Sud ? C'est en tous cas un point en débat actuellement.

Quelques autres interrogations

Le CE se situe dans une perspective de développement des échanges Nord/Sud et de croissance du commerce international, il se place dans une perspective de développement des exportations. C'est un point de vue comparable que développent les institutions financières internationales et leurs idéologues (FMI, OMC, BM, OCDE, etc.). Or le CE affirme viser au développement durable: n'y a-t-il pas là une contradiction et le projet de concilier

l'inconciliable? Car jusqu'à présent les stratégies de développement basées sur la croissance des exportations n'ont guère montré leur efficacité: même quand ces objectifs sont atteints, cela n'empêche pas la brèche de s'accroître entre pays riches et pays pauvres en terme de revenu et de développement.

La progression du CE s'est faite principalement par la procédure de labellisation par produit ce qui a permis d'introduire des produits du CE dans la grande distribution, à laquelle s'est donc alliée une partie du mouvement du CE. Récemment on vient de voir l'association suisse Max Havelaar conclure un accord avec la filiale suisse de MacDonald. Mais le projet de faire évoluer la grande distribution est-il un projet crédible ou une illusion et une duperie ? N'est-ce pas conforter le mode de production dominant? Se pose donc la question de la cohérence des rapports entre le CE et le mode de distribution de ses produits, de la compatibilité des valeurs et des pratiques du CE avec celles de la grande distribution oligopolistique.

Le CE s'est historiquement mis en place comme mouvement de solidarité intercontinentale Nord/Sud, il est souvent présenté comme une aide des consommateurs du Nord aux producteurs du Sud. Mais pour le moment le mouvement du CE ne traite guère des responsabilités des consommateurs du Nord par rapport aux modes de production au Nord. Or ces modes de production pèsent puissamment aussi bien sur le type d'agriculture au Nord, que sur les marchés agricoles au Sud, par le soutien, les subventions des pays du Nord à leurs exportations de surplus agricoles, par le dumping qui ruine les marchés nationaux de produits vivriers au Sud.

Le mouvement pour le CE peut-il ignorer ces questions ?

Conclusion

Le CE ne peut être envisagé indépendamment d'autres questions actuelles comme la place de l'économie dans nos sociétés et la responsabilité de chacun quant à ses choix. Il renvoie à d'autres analyses et préoccupations concernant par exemple la souveraineté alimentaire, le développement durable, la place des territoires.

Le commerce équitable recouvre des analyses, des acteurs, des histoires et des pratiques multiples, aux finalités complémentaires ou différentes, voire antagonistes. Pour résumer deux orientations fondamentales semblent se dégager:

- soit il est réduit délibérément à une des formes de la politique sociale du libéralisme, faisant prévaloir les oeuvres caritatives sur les droits sociaux. Dans ce cas on peut se demander s'il est à la hauteur des enjeux de la situation mondiale,
- soit il est un véritable enjeu politique, il vise à l'établissement de rapports plus équitables entre tous les acteurs économiques. Il nécessite de promouvoir un débat de fond de façon à construire un mouvement d'opinion et un rapport de forces capable de modifier les règles des échanges commerciaux, notamment internationaux.

La mondialisation est régulée actuellement par la spéculation financière, la guerre et la misère, par la précarité et la faim. Face à ce désordre établi, une réflexion critique et une action cohérente avec les finalités sont indispensables pour que l'économie, les échanges et le commerce international s'orientent dans un sens équitable et conduisent à un développement à échelle humaine et durable.