



Dynamiques paysannes

Consommer « Bio », un privilège des pays du Nord ?
Un contre-exemple avec une initiative d'organisations de producteurs boliviens en vue de percer le marché local

Introduction

L'agriculture biologique constitue un mode de production qui trouve son originalité dans le recours à des pratiques culturelles et d'élevage soucieuses du respect des équilibres naturels. Ainsi, elle exclut l'usage des intrants chimiques de synthèse et des OGM⁽¹⁾.

Elle vise une gestion durable des ressources.

Elle a connu ces dernières années un rapide développement : entre 1998 et 2005, la superficie mondiale des cultures biologiques certifiées a doublé (voir encadré ci-dessous).

La plupart des produits biologiques des pays du Sud sont destinés à la consommation dans les pays du Nord où ils y sont souvent transformés comme le café, le cacao ou le thé. La majeure partie de la valeur ajoutée profite ainsi peu aux producteurs du Sud.

Qu'en est-il exactement de la transformation et de la commercialisation de produits biologiques au sein même des pays du Sud ? Existe-t-il des initiatives pour les développer, en faveur des producteurs locaux ?

Une expérience innovante dans ce domaine est celle de l'AOPEB, l'Association des Organisations de Producteurs Biologiques de Bolivie, présentée ci-dessous.

L'agriculture biologique certifiée dans le monde

Répartition des 31.5 millions d'ha cultivés dans le monde (soit 623 000 fermes) :

12,1 millions en Océanie

6,5 millions en Europe

6,4 millions en Amérique Latine

4,1 million en Asie

1,4 million en Amérique du nord

1 million en Afrique

Source : *The World of Organic Agriculture*, IFOAM 2006

Sommaire

Les enjeux de l'agriculture biologique en Bolivie

Acteurs boliviens de l'agriculture biologique

Cadre légal et certification

Les différentes initiatives de commercialisation nationale

Présentation de l'AOPEB

Le projet « Súper Ecológicos »

Conclusion et perspectives

1) OGM: Organisme Génétiquement Modifié.

Les enjeux de l'agriculture biologique en Bolivie

La Bolivie : quelques chiffres clés

- 1,1 millions de Km²
- 9,4 millions d'habitants dont 36% de population rurale (2005)
- RNB/habitant: 1.100 USD (2005)
- Part de l'agriculture dans le PIB: 16% (2004)
- 115ème pays sur 177 et dernier pays sud-américain à l'Indice de Développement Humain (IDH).

- 23% de la population vit avec - d'1 \$/jour

Sources: UNICEF, PNUD et Banque Mondiale

► Les exportations

Les organisations de producteurs se structurent en Bolivie dans les années 1970-1980. Les premières exportations de produits biologiques puis équitables apparaissent ensuite à partir de 1988. Les primes à la production biologique et/ou équitable apportent un surplus économique non négligeable pour le petit producteur.

Cependant, pour exporter, le producteur doit être inséré dans une organisation bien structurée, maniant des volumes importants, capable de faire respecter les critères des certificateurs internationaux et d'en payer le coût.

Cela ferme encore l'accès à ce marché pour les petites organisations.

Evolution de l'agriculture biologique en Bolivie

Année	1995	2005	Augmentation (1995-2005)
Producteurs	2 300	6 991	204%
Ha cultivés	12 369	735 050	5800%
Quantité certifiée (T)	602	12 902	2043%
Quantité exportée (T)	513	9 500	1752%
Devises générées en US\$	932 121	18 000 000	1831%

Sources: AOPEB, 2006

► Un marché local embryonnaire mais en croissance

Malgré une forte progression quantitative ces dernières années, au niveau national, la production de produits biologiques est pour le moment très peu transformée et peu commercialisée.

C'est pourquoi développer le marché du « bio » en Bolivie constitue pour les organisations de producteurs une ouverture intéressante.

Le projet « Súper Ecológicos » (SE) lancé par l'AOPEB va dans ce sens. Il propose aux organisations de producteurs (OP) biologiques une voie de commercialisation alternative aux canaux existants, incitant à transformer les produits, et augmentant ainsi la valeur ajoutée dans le pays.

Acteurs boliviens de l'agriculture biologique

Les acteurs de la filière des produits biologiques en Bolivie sont très divers et peuvent être rassemblés en 4 catégories avec les OP d'un côté et les entreprises de l'autre :

- **OP exportant** des produits certifiés (café, cacao, quinoa...), généralement de plusieurs centaines de membres avec des marchés assurés et souvent liés au commerce équitable;
- **petites OP** vendant des produits non certifiés et généralement peu transformés sur le marché national (miel, fruits séchés, herbes aromatiques...);
- **micro-entreprises** achetant à des organisations de producteurs ou à des producteurs individuels et proposant des produits transformés sans certification (confitures, cosmétiques, plats préparés...) au niveau national;
- **entreprises de taille plus importante qui exportent** leurs produits transformés (pâtes, dérivés de quinoa...) avec cer-

tification, et qui achètent à des OP ou à des communautés de producteurs.

Cadre légal et certification

► Une nouvelle loi

En 2003, l'AOPEB a initié le projet de loi sur la « Régulation et la Promotion de la Production Agricole et Forestière Non-ligneuse Ecologique ».

Les efforts viennent d'aboutir car la loi a été promulguée par le président bolivien Evo Morales en novembre 2006⁽²⁾. Cette loi confirme l'engagement du gouvernement à promouvoir, consolider et encadrer la filière des produits biologiques. Elle crée également un système national de contrôle de la production biologique qui avalisera notamment des organismes certificateurs pour le commerce national. La loi vise aussi à promouvoir le commerce équitable.

► Systèmes de certification

Jusqu'à présent il n'y avait pas encore de norme bolivienne pour produire biologique. Ainsi, chaque acteur pouvait théoriquement ajouter la mention biologique, écologique, naturelle ou autre sur ses produits, quels qu'ils soient. La loi et l'officialisation d'une certification de l'AOPEB palliera à cela.

Par contre, les produits destinés à l'exportation, comme le café, le cacao ou la quinoa, sont déjà certifiés par des organismes certificateurs indépendants respectant les cahiers des charges internationaux, comme Bio Latina, Imo Control ou Bolicert. Le coût supplémentaire de ces certifications (auquel s'ajoute celui de la certification du commerce équitable) empêche souvent de commercialiser ces produits en parallèle sur les marchés locaux et constitue un frein pour les petites OP.

Les différentes initiatives de commercialisation nationale

Il existe différentes initiatives de commercialisation de produits biologiques en Bolivie.

- La plupart des petites et moyennes OP effectuent des **ventes sur leur lieu de production**, en plus ou moins grandes quantités: CELCCAR⁽³⁾ possède une boutique pour son café à Caranavi, APAEY⁽⁴⁾ vend son miel et les dérivés à Yapacani...
- Certaines OP qui sont tournées vers le marché de l'exportation vendent également une partie de leurs produits en Bolivie. La coopérative El CEIBO, productrice de cacao et de chocolat depuis 1977, possède un **réseau national de boutiques** vendant ses produits dans le pays.
- Quelques entreprises s'occupent de commercialiser les produits biologiques ou naturels, comme Industrias Irupana, présente depuis 30 ans en Bolivie. L'entreprise agit comme **revendeur**: elle achète la matière première aux producteurs ou organisations de producteurs, la conditionne sous sa propre marque, puis la vend au travers de son réseau national de points de ventes. Au contraire des organisations de producteurs précédentes, elle propose une grande diversité de produits dans ses 8 boutiques.
- Il existe également quelques initiatives de **particuliers** ouvrant leur boutique et développant leur propre réseau de fournisseurs locaux.

2) Ley 3525 «Regulación y Promoción de la Producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica», 21 Novembre 2006.

3) Central Local de Cooperativas Agropecuarias de Caranavi

4) Asociación de Productores Agropecuarios Ecológicos de Yapacaní

Dans ce contexte, les membres d'AOPEB voulaient un débouché de commercialisation plus direct et plus favorable aux producteurs, et qui inciterait également à la fabrication de produits biologiques transformés. De cette proposition est né le projet « Súper Ecológicos ».

Présentation de l'AOPEB

► Nécessité de structurer un secteur naissant

C'est pour répondre au besoin de fédérer les acteurs des filières biologiques et équitables qu'en 1991, 6 organisations de producteurs biologiques⁽⁵⁾ créent l'Association des Organisations de Producteurs Biologiques (Ecológicos) de Bolivie, l'AOPEB. Sa mission est de participer à la construction d'une société durable en favorisant la formation, le renforcement et le développement d'un mouvement agro-écologique qui influe et prend part aux prises de décision de l'Etat et de la société (statuts de l'AOPEB).

Après 15 ans d'existence, l'AOPEB rassemble aujourd'hui 55 membres, dont 40 OP, 8 entreprises et 7 ONG. L'association regroupe environ 30.000 producteurs biologiques ou en transition, dont 7.000 exportent sous certification internationale un volume annuel de 9.500 tonnes de produits (en 2005).

► Une action à plusieurs niveaux

Depuis ses débuts, l'AOPEB a centré son action sur différents axes :

- mise en place de la *certification* Bolicert en 1993, indépendante depuis 1994,
- initiative et promotion du projet de *loi* sur la production biologique (cf supra),
- *appui technique* à ses membres (ateliers, formations...),
- *communication et sensibilisation* du grand public,

- mise en place d'un réseau de *centres d'information* pour ses membres,
- *appui* au développement des *exportations* de ses membres,
- et depuis 3 ans, mise en place d'une *norme* biologique nationale et ouverture de *magasins* offrant des produits biologiques dans le pays, dans le cadre du projet « Súper Ecológicos » (SE dans la suite du document).

Le projet « Súper Ecológicos »

► Objectifs

Le projet SE fut initié en 2003 afin de dynamiser la production et la transformation de produits biologiques de qualité et de leur ouvrir des marchés au niveau local et à plus long terme international. Le tout en vue d'améliorer les conditions de vie des petits producteurs des organisations membres d'AOPEB.

Le projet a deux lignes d'action :

1. Etablir et promouvoir des unités commerciales éco-sociales pour la commercialisation de produits biologiques dans le pays;
2. Créer un organisme certificateur national plus abordable économiquement que ceux attachés à l'exportation.

Il est co-financé depuis 2003 par l'AOPEB, l'Union Européenne, la région Wallonne de Belgique et SOS Faim.

► Etat des lieux

Depuis ses débuts, le volet commercialisation connaît un essor très important.

De 3 magasins ouverts en 2003, les SE comptent maintenant **8 points de ventes**,

5) EL CEIBO (cacao), ANAPQUI (quinoa), CORACA IRUPANA (café), AGROPLAN (fruits et légumes), MINGA (café), ACCOPCA (café)



situés à La Paz (5 magasins), Santa Cruz, Cochabamba et Sucre. Ces points de ventes sont soit directement gérés par l'AOPEB, soit par des franchisés affiliés qui reversent un certain pourcentage aux SE et vendent uniquement leurs produits.

A ces points de vente s'est rajouté depuis mars 2006 un nouveau canal de distribution: la vente aux grandes surfaces et aux restaurateurs, au moyen de camionnettes, pour l'instant dans les villes de La Paz et de Santa Cruz.

Les fournisseurs sont payés entre 1 et 3 mois après la réception de leurs produits en fonction du taux de rotation de ceux-ci.

Plus de 3.000 produits différents sont commercialisés, provenant d'organisations membres et non membres d'AOPEB, d'OP comme d'entreprises. Seuls 16% des produits sont certifiés, car les produits vendus ne sont majoritairement pas exportés et, comme on l'a vu, il n'y a pas encore de certification pour le marché national. Avec la nouvelle loi, cette certification sera rapidement établie et un bon nombre d'associations membres ont déjà commencé le processus de certification.

75% des ventes de 2005 proviennent de produits des membres de l'AOPEB, et cette proportion est en augmentation constante.

La croissance des ventes des SE en 2005 a été supérieure de 65% aux prévisions, leur volume montant à 216.100 USD et le **point d'équilibre** du réseau de 8 boutiques a été **atteint**. Cependant, malgré l'augmentation des ventes en 2006, les recettes ne seront probablement pas suffisantes pour couvrir tous les nouveaux coûts liés à la distribution et à l'engagement de nouveau personnel ni les coûts de structure encore pris en charge par l'AOPEB. 2007 devrait marquer le retour à la rentabilité.

► Impact à nuancer

Il est encore difficile de mesurer l'**impact** des SE directement sur les producteurs, ceux-ci ne vendant qu'une partie de leur production à leur organisation, qui elle-même ne vend qu'une partie à l'AOPEB. L'impact économique sur les OP est encore limité mais croissant. Par contre, suite aux exigences qualitatives et quantitatives pour l'approvisionnement, il a été mesuré d'autres **effets bénéfiques**:

- amélioration des compétences des OP en matière de marketing, de gestion des produits, d'organisation;
- amélioration de la qualité des produits et de leur conditionnement;
- accès à une vitrine pour faire connaître leur produit à l'échelle nationale et diversifier les marchés.

Les OP et les petites entreprises parviennent ainsi à se professionnaliser de plus en plus en matière de commercialisation.

A l'échelle nationale, le projet contribue de manière croissante au mouvement envers la **souveraineté alimentaire** de la Bolivie, tant en quantité qu'en qualité

nutritionnelle de l'alimentation fournie et réduira à terme la dépendance aux produits importés.

► Problèmes rencontrés

■ La croissance de la demande des produits a entraîné des problèmes de gestion du **fond de roulement**, qui ne croît pas suffisamment pour payer tous les achats alors que les produits ne sont pas encore vendus. Certains produits qui ne se vendent pas très vite peuvent donc entraîner des retards de paiement aux fournisseurs, et s'il s'agit de petites organisations paysannes, peuvent fragiliser leur fonctionnement.

■ Le **statut juridique** actuel du réseau de SE n'est pas adapté à la nature des activités. Il s'agit d'un département d'une association sans but lucratif, l'AOPEB, qui mène des activités commerciales. Pour remédier à cela, l'association a terminé une étude pour s'orienter vers le statut de société anonyme. L'AOPEB y sera majoritaire, mais il reste à identifier les autres actionnaires. Cela mettra en adéquation le statut avec la fonction commerciale jouée par les SE. AOPEB y sera le garant d'une gestion en faveur de ses membres. La nouvelle forme juridique permettra également d'augmenter les financements et notamment d'accéder aux crédits bancaires.

■ Si la marge nette est actuellement négligeable et réinvestie dans le fonds de roulement et dans du matériel, il faudra avec son augmentation discuter de sa **répartition**. Une solution pourrait être le financement de projets d'appui à la commercialisation des OP membres d'AOPEB.

■ Parmi les **fournisseurs** se trouvent des entreprises et des organisations non affiliées à l'AOPEB auxquelles il est fait appel pour combler le manque de pro-

duits transformés disponibles et offrir un choix suffisamment large et un approvisionnement continu au consommateur. Il est prévu que, via leur professionnalisation et l'assistance technique de l'AOPEB, la contribution des membres et spécialement des OP augmente progressivement.

■ De manière générale, le projet doit également trouver l'**équilibre** entre :

- les contraintes du marché et l'accroissement de sa rentabilité, et
- son éthique : appuyer les organisations de producteurs.

Ce n'est pas toujours facile de trouver un compromis pour les prix d'achat et de vente, car tous les acteurs n'ont pas la même connaissance des contraintes du marché.

Un travail doit être mis en œuvre pour atténuer les tensions entre la vision commerciale des gestionnaires des SE et celle coopérative ou associative de nombreux dirigeants d'OP et faire en sorte que la combinaison de ces visions soit le facteur du succès de l'initiative.

■ Enfin la **promotion** auprès du public bolivien des produits biologiques et des SE en particulier est encore limitée et devra se dynamiser.

Conclusion et perspectives

Le projet « Súper Ecológicos » connaît un large succès, et continuera de grandir. Il rassemble des **acteurs de tous les métiers de la chaîne de commercialisation** et a un **effet structurant fort** sur la filière nationale des produits biologiques.

Son impact se répercute au niveau des organisations de producteurs, leur donnant des moyens de **professionnaliser leur commercialisation** et de **diversifier leurs débouchés**. Il est particulièrement intéressant pour les petites et moyennes

OP qui n'ont pas la capacité suffisante pour exporter ou qui ont des produits de consommation exclusivement locale.

Ces OP seront aussi progressivement poussées à s'engager dans la voie d'une plus grande **transformation** locale des produits, soit en développant leurs propres capacités de transformation soit en fournissant leurs produits à des entreprises locales de transformation leur offrant des conditions décentes.

Positionnant une organisation faîtière de producteurs (AOPEB) à l'**interface entre production et vente de produits transformés**, ce projet ouvre les prémisses d'un **dialogue interprofessionnel** au sein de la filière biologique. Il questionne également sur le **positionnement d'une association par rapport à des activités lucratives**.

Le **marché bolivien du « bio »**, encore peu important, montre une **progression forte** qu'il faudra suivre avec attention pour en mesurer l'impact sur les producteurs eux-mêmes. La promulgation récente de la loi sur le secteur agrobiologique ne peut que le renforcer et donner un cadre à son expansion.

A plus long terme, il faudra envisager également l'évolution de ce marché vers un marché d'exportation de produits transformés.

De manière générale, les SE s'intègrent au mouvement favorisant le développement durable en Bolivie.

L'articulation des différentes visions du projet qui peuvent encore exister entre les acteurs nécessite un **véritable travail de communication et d'échange de l'information** afin que chacun puisse comprendre les choix effectués, y participer et les accepter.

C'est là tout le **défi** de ce projet innovant qui permet à des organisations ayant une logique coopérative ou associative, essentielle pour favoriser l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs,

de se professionnaliser et de trouver de nouvelles possibilités de débouchés commerciaux.

Cette expérience pourrait être une source d'inspiration pour la construction d'une filière de ce type dans d'autres pays où une frange de la population pourrait être de plus en plus intéressée par la consommation de produits issus de l'agriculture biologique. ■

SOS Faim et les organisations paysannes

Depuis 1964, SOS Faim Belgique et depuis 1993 SOS Faim Luxembourg soutiennent des organisations paysannes et de producteurs agricoles dans une quinzaine de pays d'Afrique et d'Amérique latine.

Leurs actions sont construites autour de trois axes de travail: l'appui au développement institutionnel et organisationnel, le soutien aux activités économiques et la défense des intérêts des producteurs au niveau belge, luxembourgeois et européen.

Dans ce cadre, SOS Faim Belgique et Luxembourg ont créé « Dynamiques Paysannes », un bulletin trimestriel diffusé en français, espagnol et anglais.

Les objectifs de Dynamiques Paysannes sont de:

- faire connaître le plus largement possible les organisations paysannes et de producteurs: quels sont leurs actions et leurs expériences? Quels sont les problèmes qu'elles rencontrent et les solutions qu'elles y apportent? Quelles sont leurs positions et leurs propositions sur des matières qui les concernent?
- créer un espace de débats, d'échange d'expériences et de réflexions sur des thèmes relatifs au développement des organisations paysannes, de l'agriculture et du monde rural;
- informer sur les politiques qui influencent les actions des organisations paysannes du Sud.

Vous souhaitez réagir par rapport à la thématique abordée dans ce numéro de Dynamiques Paysannes? Vous voulez donner votre avis, apporter un complément d'information, etc?

Contactez-nous: info.be@sosfaim.org

Ce numéro de Dynamiques Paysannes a été réalisé par Anne-Sophie Robast, stagiaire à l'AOPEB dans le cadre d'études poursuivies à l'École supérieure d'agronomie de Montpellier et Laurent Biot (lbi@sosfaim.org), responsable des appuis aux partenaires de SOS Faim en Amérique latine.

Contacts

SOS Faim – Action pour le développement
Rue aux Laines, 4 – B 1000 Bruxelles – Belgique
Tél: 32-(0)2-511.22.38 – Fax: 32-(0)2-514.47.77
E-mail: info.be@sosfaim.org – Site internet: www.sosfaim.org

SOS Faim – Action pour le développement
Résidence "Um Deich" bloc C, 9 rue du Canal
L - 4050 Esch-sur-Alzette – Grand Duché du Luxembourg
Tél: 352-49.09.96 – Fax: 352-49.09.96.28
E-mail: info-luxembourg@sosfaim.org – Site internet: www.sosfaim.org

«Dynamiques Paysannes» est réalisé avec le soutien de la Direction Générale de la Coopération au Développement du ministère des Affaires étrangères belge et du Ministère des Affaires Etrangères luxembourgeois.

