



Dynamiques paysannes

ANAPQUI, EXPÉRIENCE D'UNE ORGANISATION DE PRODUCTEURS DE QUINOA.

Sommaire

La quinoa dans l'altiplano sud

Développement des organisations économiques paysannes

Naissance d'ANAPQUI

Activité d'ANAPQUI

Evolution de l'activité commerciale

Lecture institutionnelle des difficultés économiques

Conclusion

Réactions

Références

Introduction

SOS Faim a accompagné l'évolution de l'Association nationale des producteurs de quinoa (ANAPQUI) en Bolivie pendant près de 15 années, marquant ensuite une "pause" au niveau de l'appui financier mais restant à l'écoute en termes d'appui plus stratégique. Il nous a donc paru intéressant et utile de revenir sur cette expérience, sur ses acquis et sur les difficultés rencontrées et parfois surmontées.

La quinoa dans l'altiplano sud

La quinoa est l'une des sources alimentaires les plus riches en protéines (plus de 13%) et en vitamines. Elle se cultive essentiellement en altitude dans les pays d'Amérique du Sud tels que la Bolivie, l'Equateur et le Pérou.

Dans la partie méridionale des hauts plateaux boliviens, aux alentours du lac salé de UYUNI, l'agriculture était jusqu'il y a peu (quelques décennies) traditionnellement basée d'une part sur la pomme de terre destinée à la vente et à la génération de ressources monétaires, et d'autre part sur la quinoa, destinée à l'auto consommation. L'agriculture était totalement manuelle et basée sur des échanges de main d'œuvre entre familles de la même communauté. La quinoa était cultivée sur les flancs des collines volcaniques sur des parcelles souvent limitées à un demi hectare.

Durant les années 1970, l'introduction de tracteurs et de charrues à disques dans la zone va favoriser la mise en culture de la quinoa dans les zones de plaine, malgré les mises en garde de certains spécialistes quant à la fragilité des sols et les risques d'érosion. La propagation de la mécanisation sera favorisée par le système scolaire et par l'extention des coopératives.

Le renforcement de la productivité permet aux producteurs d'accroître les quantités de quinoa mises sur les marchés. Ceux-ci sont dans un premier temps largement contrôlés par des commerçants intermédiaires qui la revendent essentiellement sur le marché péruvien.

Développement des organisations économiques paysannes

Pendant les années 1980, les institutions financières de coopération internationale (Fonds monétaire

international et Banque mondiale) imposent à la Bolivie un plan d'ajustement structurel sévère qui impose une diminution drastique des interventions de l'Etat et ouvre le champ à des initiatives émanant de la société civile. En particulier en matière de commercialisation des produits agricoles, les petits producteurs ruraux, souvent appuyés par des ONG, créent des organisations poursuivant les objectifs suivants: de meilleurs revenus assurés aux producteurs, une plus grande capacité de négociation avec les acheteurs, la transformation des produits (avec une valeur ajoutée) et le contrôle de leur commercialisation.

Avec un appui de la coopération internationale, des organisations paysannes s'imposent dès lors petit à petit comme des acteurs importants sur le marché local et international. Ce phénomène concerne des produits comme le café, le cacao, la quinoa, les camélidés ou encore le blé.

Naissance d'ANAPQUI

L'association nationale des producteurs de quinoa (ANAPQUI) se crée en novembre 1983 dans ce contexte de rétraction des services de l'Etat, en particulier dans le monde rural. ANAPQUI se profile rapidement comme une organisation de référence en Bolivie.

La description qu'en fait son conseil d'administration dans son rapport à l'assemblée générale de 2003 est éclairante:

«ANAPQUI est une organisation représentative avec un contenu social; elle exprime de manière ouverte l'unité de tous les producteurs de quinoa de l'altiplano sud, pour prendre position sur le marché national et international et de cette manière améliorer nos conditions de vie comme petits producteurs de ce grain exceptionnel par ses qualités. Pour les producteurs de quinoa,

l'organisation est indispensable parce que les jours qui s'annoncent seront plus difficiles; notre stratégie consistera à consolider ANAPQUI pour nous défendre contre le système néolibéral actuel qui va rendre plus aiguë la crise économique des secteurs à faibles revenus...»

Cette prise de position est à lier au défi que doit relever une organisation paysanne comme ANAPQUI: tenter de s'intégrer dans un processus de globalisation en ayant un niveau d'efficience égal, voire supérieur à celui des entreprises privées, de façon à générer des bénéfices à la fois économiques (et les réinvestir pour préserver ou augmenter leur poids sur le marché) et sociaux (redistribuer une plus-value aux producteurs et les articuler avec les différents acteurs comme les pouvoirs locaux ou la coopération internationale). Les conditions nécessaires à la réussite sont donc largement plus exigeantes que pour une entreprise privée classique.

On remarquera cependant que la formulation choisie par ANAPQUI va dans les sens d'une stratégie défensive plutôt qu'offensive. L'histoire récente de ANAPQUI montre que cette option a pu mener l'association à certaines erreurs d'appréciation, notamment du point de vue commercial.

Activité d'ANAPQUI

ANAPQUI est une structure relativement complexe: au départ, elle était composée de 4 organisations régionales. Actuellement, ANAPQUI fédère 7 entités régionales. Cependant, le caractère complexe de l'organisation est surtout lié à la diversité – pour ne pas dire l'antinomie – des activités mises en œuvre.

ANAPQUI se livre en effet à des activités typiques d'une entreprise: le traitement de la quinoa (le lavage d'une couche de saponine et le triage du grain), sa transforma-

tion et sa vente. Mais parallèlement, l'association a développé pendant son histoire des activités de type "ONG": l'appui technique à la production de quinoa (notamment la culture biologique), des recherches d'alternatives de diversification par rapport à la quinoa, la formation de leaders et de cadres paysans.

Ces deux axes de travail nécessitent sans aucun doute des logiques de financement et de gestion distinctes.

Le cœur de l'action de ANAPQUI reste cependant le volet "entreprise" et en particulier le traitement et la commercialisation. Les activités de transformation de quinoa en sous-produits sont en effet restées marginales jusqu'à présent, limitant ainsi malheureusement les possibilités de générer de la valeur ajoutée localement.

ANAPQUI procède donc à la collecte de la quinoa au niveau des communautés dans les différentes entités régionales. Ces achats peuvent également concerner des producteurs non affiliés. Après une première opération de lavage, le grain est encore traité au niveau de l'unité nationale à Challapatta.

ANAPQUI définit le prix proposé aux producteurs sur base de celui offert par les intermédiaires, en y ajoutant une légère marge positive. L'association propose donc des montants variables en fonction du cycle annuel des prix: le minimum à l'époque de la récolte vers avril et mai et le maximum vers novembre et décembre. Les écarts arrivent souvent à 30 ou 40%. Remarquons que cette politique peut avoir un effet pervers en favorisant les producteurs les plus importants qui peuvent se permettre d'attendre l'époque la plus propice pour écouler leur stock.

Il serait sans doute opportun pour l'association d'examiner d'autres options, comme par exemple celle d'offrir un prix

fixe sur l'ensemble de la saison en fonction des contrats déjà signés ou alors celle de travailler uniquement par la distribution de bénéfices en fin d'exercice par rapport à la vision à court terme actuelle qui consiste à privilégier un bon prix immédiatement. La distribution de bénéfices, si elle présente l'inconvénient de faire attendre le producteur pendant pratiquement une année, présente par contre différents avantages: elle favorise réellement les affiliés; elle offre une plus grande sécurité pour l'association; elle présente également la possibilité plus importante pour les membres d'exercer une fonction critique sur la gestion (dont dépendent les bénéfices réalisés).

Evolution de l'activité commerciale:

A l'origine (années 1984 et 1985), ANAPQUI a pratiqué le troc: la quinoa était échangée contre d'autres produits de première nécessité (farine, riz, pâtes, sucre, huile). Cette stratégie était dictée à la fois par le fait que l'association ne disposait pratiquement d'aucun capital de travail et par l'hyperinflation qui touchait la Bolivie à cette époque, avec des prix évoluant d'heure en heure.

A partir de 1986, suite à la mise en œuvre d'une politique d'ajustement structurel, le pouvoir d'achat national a sensiblement diminué; pour ANAPQUI, l'alternative s'est présentée dans un premier temps sous la forme de collaborations avec des projets mis en œuvre par la Programme Alimentaire Mondial (donations d'aliments pour des secteurs en crise comme l'industrie minière) et très rapidement ensuite par l'ouverture de marchés vers l'exportation. Les premières ventes à l'étranger l'ont été vers les Etats-Unis mais l'Europe a suivi très vite, notamment grâce à des contacts avec le marché solidaire. Il faut noter que ce sont ces contacts de commerce équitable qui ont été déterminants dans l'impulsion

vers la généralisation de la culture biologique de la quinoa.

La dépendance par rapport à l'exportation a donc caractérisé l'ensemble des années 1990 et le début des années 2000, atteignant des pics de 90 à 95% des volumes commercialisés, même si l'année 2003 a permis un certain rééquilibrage vers le marché national (25% environ).

Cette situation a comme corollaire la dépendance d'un très faible nombre de clients importants (2 ou 3) qu'il faut donc s'efforcer de satisfaire et de fidéliser.

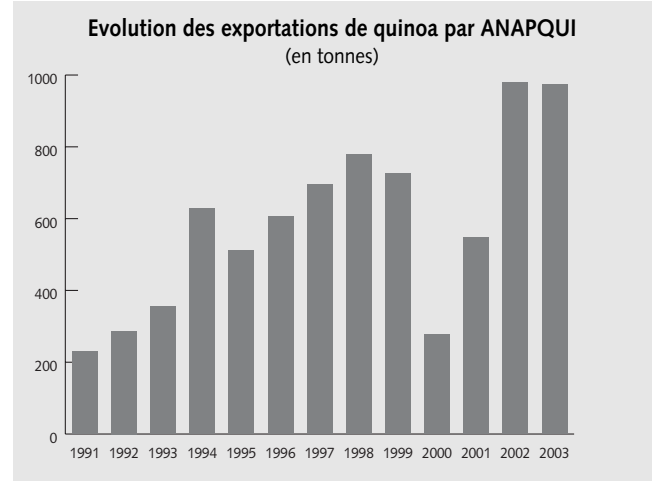
Si on s'attache à l'évolution financière de l'association, on constate que les années 1996 à 1999 ont toutes été positives. Même si la tendance lourde était une diminution de l'efficacité commerciale. ANAPQUI a tout de même accumulé des bénéfices de 733.000 Bolivianos (plus de 100.000 EURO).

Au fil du temps, les exportations ont concerné surtout la quinoa biologique (ou organique) jusqu'à représenter plus de 700 tonnes en 1999.

Mais l'année 2000 est une année "noire" pour ANAPQUI: la perte de son client le plus important entraîne une perte de leadership sur le marché vers l'étranger: ANAPQUI voit sa part de marché passer de 45% à 20% en une seule saison agricole.

ANAPQUI essuie une perte financière conséquente (380.000 Bolivianos, soit plus de 50% des bénéfices accumulés au fil des années).

Depuis 2001, on peut néanmoins observer une lente récupération: les tonnages exportés sont remontés à plus de 600 tonnes en 2003 et les dernières années se sont avérées bénéficiaires.



Que s'est-il donc passé?

Les difficultés rencontrées par l'association s'expliquent de différentes façons:

Sur le plan commercial,

- ANAPQUI n'a pas mis en place de mécanismes de suivi de l'évolution de l'offre et de la demande; l'association n'a pas été attentive non plus à l'émergence d'une concurrence attirée par un marché intéressant. L'association a tardé à préciser sa propre stratégie et ne s'est pas dotée d'un plan d'affaires.
- L'association s'est rapidement installée dans ses habitudes, comptant sur le maintien de relations avec les clients historiques. Elle a donc très peu investi dans l'élargissement de ses relations commerciales. La perte de son principal client en 2000 fut dès lors un coup dur dont l'association a eu du mal à se relever. Cette perte est cependant largement imputable à l'association: elle n'a en effet pas respecté ses engagements sur la qualité du grain et des emballages et n'a pas tenu les délais de livraison fixés.
- En outre, il faut relever qu'une partie non négligeable de la concurrence s'est créée à partir d'anciens responsables d'ANAPQUI, ce qui renvoie à la question de l'identification à l'association.
- Enfin, en 1997, suite à des contacts prometteurs avec un acheteur potentiel japonais, ANAPQUI a immobilisé une

grande partie de son capital de travail (environ 306.000 US\$⁽¹⁾ en stockant de la quinoa non biologique (très difficile à écouler sur le marché extérieur). Ce marché ne s'est pas concrétisé et ce stock n'a pu être écoulé que plusieurs années après. Par conséquent, ANAPQUI a été forcé de recourir à l'emprunt pour pouvoir continuer son activité de collecte et de vente de quinoa.

Sur un plan plus global,

- Dans un climat caractérisé par un appui important de la coopération internationale (dont SOS FAIM), ANAPQUI a sans doute trop misé sur le marché solidaire dont le potentiel de croissance est plus limité.

En conclusion, sur base de l'observation des 20 années d'activités, ANAPQUI a certainement à son actif l'ouverture des exportations de quinoa, essentiellement de la quinoa biologique pour laquelle il y a une demande réelle dans les pays développés.

Cette présence importante de l'association à l'exportation a entraîné la perception d'un rôle majeur joué par l'association dans la régulation des prix de la quinoa dans la zone de production. La réalité nous oblige cependant à nuancer ce point de vue. En effet, les exportations ne concernent qu'un pourcentage limité de la production nationale bolivienne: on estime en effet que 15 à 20% sont auto consommés (avec une tendance à la baisse) et que plus de 50% sont écoulés localement dans les villes et en contrebande vers le Pérou.

Lecture institutionnelle des difficultés économiques

La structure d'ANAPQUI comprend des éléments qui permettent également d'expliquer les problèmes économiques rencontrés au fil du temps.

a) le membre et son identification à son association.

On peut considérer que l'identification à un groupe se vérifie quand un individu prend une décision sur base d'une évaluation des choix possibles en termes de conséquences pour le groupe.

Au départ, ANAPQUI s'était définie comme une entité à "membership" automatique. Tout producteur de quinoa était réputé membre de ANAPQUI au travers de sa communauté d'origine et de son organisation régionale. ANAPQUI s'est ainsi enorgueilli pendant plusieurs années de représenter l'ensemble des producteurs de quinoa de l'altiplano sud de Bolivie, alors que dans la réalité seule une minorité s'impliquait et participait activement à la vie institutionnelle.

Suite à une évaluation externe, ANAPQUI est donc passée depuis 1994 à une démarche d'affiliation individuelle. La principale motivation était précisément de favoriser une plus large identification des membres.

Pour compléter le mécanisme, d'autres mesures ont été prises:

- La distribution des bénéfices en fin d'exercice: 50% restent à la nationale; l'autre moitié est répartie également entre les régionales et les affiliés, au prorata des quantités livrées. On notera que ce mécanisme est également susceptible de consolider les inégalités entre catégories de producteurs.
- Un traitement préférentiel assuré aux membres: seuls les membres effectifs bénéficient des autres services de l'association: appui technique, accès à des formations,

La question de l'identification reste néanmoins entière si on la considère du point de vue individuel. ANAPQUI et ses régionales restent encore trop souvent perçus par le

(1) Montant estimé par R. Rojas lors d'une évaluation externe réalisée en 2000.

producteur de base comme un intermédiaire parmi d'autres, vis-à-vis duquel on peut à la limite être plus exigeant parce qu'il y a malgré tout un lien d'appartenance, voire de propriété. En d'autres termes, le niveau d'exigence est élevé mais le respect des devoirs est parfois oublié, voire laissé de côté.

Mais l'identification est également difficile à l'échelon supérieur: dans certaines situations, les convergences d'intérêt entre les associations régionales et l'entité nationale ne sont pas constantes. Par exemple, la fixation du prix d'achat de la quinoa est souvent un sujet de revendication entre partenaires, et ce d'autant que la vision du revenu ou du profit à court terme a souvent tendance à s'imposer dans la situation socio-économique délicate vécue par les producteurs.

De ce point de vue, ANAPQUI présente une image paradoxale: celle d'une organisation amplement reconnue par le monde extérieur et finalement assez peu reconnue dans sa zone d'intervention.

La reconnaissance ou légitimité extérieure vient clairement d'une activité tournée vers l'international et d'une implication importante dans des structures nationales de coordination d'organisations paysannes, telles que le CIOEC (Comite Integrador de las Organizaciones Economicas campesinas) ou l'AOPEB (Asociacion de Organizaciones de Productores Ecologicos de Bolivia).

La faible légitimité interne au groupe est par contre l'un des principaux obstacles: les dirigeants élus de ANAPQUI n'ont finalement guère pu compter sur un réel soutien et sur une mobilisation de membres souvent préoccupés par une vision et des intérêts à court terme. Et certains anciens élus se sont empressés de créer une activité économique concurrente à l'association

après avoir appris comment cela marchait!

En outre, comme on l'a vu, ANAPQUI est passé d'un système de représentativité par "affiliation automatique" à un système par affiliation volontaire individuelle à des structures construites sur une base régionale.

Durant la première étape, ANAPQUI se permettait de parler au nom du monde des producteurs; actuellement, la représentativité est certes plus limitée même si la situation est plus transparente. Mais force est de constater qu'ANAPQUI a en quelque sorte perdu le leadership antérieur qui lui permettait de parler au nom des paysans cultivateurs de quinoa.

b) la position des dirigeants

Comme d'autres organisations paysannes, ANAPQUI a privilégié dans un premier temps la rotation des dirigeants avec des cycles courts de deux années sans réélection possible. Cette façon de faire, justifiée par un discours "démocratique" présentait cependant le désavantage de créer de nombreuses ruptures de continuité dans la conduite de la politique de l'association. Depuis 1996, un aménagement a été réalisé: la réélection d'un dirigeant est possible et les instances sont renouvelées partiellement, de façon à assurer plus de cohérence dans la direction de l'association.

Le rôle des dirigeants dans une organisation paysanne comme ANAPQUI est un autre sujet important de débat. Certaines des activités menées par ANAPQUI demandent en effet un niveau de professionnalisme élevé. Dans son histoire, ANAPQUI a connu de nombreuses tensions entre dirigeants et salariés: plutôt que de rester dans une fonction de définition des grands axes stratégiques et de suivi du travail des cadres, les dirigeants ont manifesté une tendance certaine à s'impliquer excessivement dans des tâches exécutives,

limitant les marges de manœuvre des cadres. Des situations de crise ont même existé, lors desquelles les activités de l'association étaient menées uniquement par des élus. On peut considérer que cette manière de fonctionner, héritée des origines syndicales de l'association, a, dans certaines circonstances, entraîné des réactions trop lentes d'ANAPQUI face aux évolutions rapides du marché de la quinoa.

Un dernier constat préoccupant peut également être fait: malgré les efforts réalisés par ANAPQUI pour mettre sur pied et financer un programme de formation de leaders issus des producteurs affiliés, peu de jeunes dirigeants ont émergé ces dernières années. La question de la relève reste donc entière et représente sans doute l'un des principaux défis à relever pour l'association.

Conclusion

L'histoire d'ANAPQUI n'est certes pas un long fleuve tranquille. L'association a cependant le mérite de toujours être là, après avoir surmonté une crise économique conséquente en 2000. De notre point de vue, son cheminement illustre parfaitement un certain nombre des paradoxes auxquels l'ensemble des organisations économiques paysannes sont confrontées dans la poursuite de leur identité double d'entreprise sociale. (voir le numéro 5 de Dynamiques Paysannes):

- La recherche d'un impact direct, voire immédiat, sur les familles affiliées et d'une rentabilité sociale fait l'objet d'une recherche difficile d'équilibre avec la rentabilité économique de l'association. Dans le cas d'ANAPQUI, le point d'équilibre est encore plus délicat dans la mesure où la question de la viabilité économique se joue à deux échelons: le régional et le national.
- La qualité du leadership: la complexité de l'action d'ANAPQUI, qui touche à la

fois à l'économique et au syndical, implique la recherche de dirigeants alliant de nombreuses qualités: à la fois un leadership fort et mobilisateur, proche de la base, mais aussi des qualités de "gestionnaire".

- La rotation des charges est effectivement à considérer comme un signe de démocratie interne. Sans une rotation minimale des leaders, le risque de perte de contact avec les membres à la base est bien réel. A l'inverse, une rotation excessive entraîne une perte d'expérience et de capacités professionnelles. ANAPQUI a "expérimenté" cette situation, instituant dans un premier temps des changements permanents et aménageant ensuite ses statuts dans le sens d'une plus grande continuité. La nécessaire rotation des charges doit également être vue dans la perspective de la relève à assurer par la jeune génération.
- L'un des grands avantages d'ANAPQUI a été de partir d'une position dominante sur le marché, avec un produit demandé à l'exportation. L'association a cependant eu tendance à se reposer sur ses acquis, n'anticipant pas suffisamment l'évolution de la demande et ne mettant pas en place une réelle stratégie de marketing.

Ces différents éléments critiques sont relativement inhérents à toute démarche économique menée par des producteurs associés. Les défis à relever sont en effet largement plus exigeants que pour des entreprises classiques. La mécanique de prise de décision et les interactions entre membres et élus, entre dirigeants et cadres professionnels y sont largement plus complexes et nécessitent la recherche permanente d'un point d'équilibre entre les intérêts particuliers et les intérêts collectifs. Il n'en demeure pas moins qu'ANAPQUI a un potentiel important de développement et que l'on peut formuler le vœu qu'il se concrétise dans les prochaines années. ■

RÉACTIONS

Deux réactions relatives au dernier numéro de *Dynamiques paysannes*: la première émane de François Geay et l'autre d'Anne Lothoré.

■ « Ce qui me surprend de plus en plus, c'est cette idée selon laquelle il faudrait distinguer les OP des opérateurs privés commerciaux. A ma connaissance, les OP relèvent bien du secteur privé, et pour certaines d'entre elles, leurs statuts (de type coopératif) sont définis pour leur permettre d'engager des opérations commerciales. Pourquoi vouloir donc les distinguer à ce niveau, comme le font d'ailleurs nombre de bailleurs de fonds et de cadres ministériels nationaux pour des raisons pas toujours avouées fondées sur un dogmatisme libéral? Il me paraîtrait plus intéressant au contraire de présenter les OP (celles de statut coopératif en tout cas) comme des acteurs potentiels à part entière du secteur privé commercial, tout en signalant ce que ces OP ont "en plus" et en insistant sur leurs caractéristiques internes (ancrage local...) et "éthiques" (répartition et réinvestissement des ressources) qui en font des organisations (parfois ou souvent) plus favorables pour les agriculteurs que les entreprises "capitalistiques" classiques. L'expérience de la Fapal montre que ces OP peuvent en outre être compétitives. »

François Geay, Chef de projet PAIMAF
Secrétaire exécutif du Programme de Professionnalisation de l'Agriculture du Bénin (PPAB)
ppab_geay@yahoo.fr

■ Revenant sur la distinction entre OP de type coopérative et une entreprise commerciale classique, Anne Lothoré note: « (...) quand les agriculteurs font appel à leur OP, c'est parfois pour pouvoir avoir les bénéfices des services commerciaux de l'OP, mais en oubliant par contre souvent la dimension "coopérative" avec les devoirs associés : respecter les engagements sur les quantités de produits à fournir, et ne pas systématiquement vendre au plus offereur...; partager les risques collectivement.... (nombre agriculteurs ne considèrent pas l'OP comme leur outils dont ils sont responsables et redevables, mais comme une opportunité - parmi d'autres sur le marché - pour avoir un meilleur prix).

Il ne s'agit pas pour les agriculteurs de monter des OP avec des systèmes de commercialisation identiques au privé marchand pur et dur (sinon leur OP se retrouve dans une situation identique à celle de l'agri-business: faire de l'argent sur le dos des producteurs membres). Mais cela ne veut pas dire pour autant que les OP sont pas des organisations privées, pouvant avoir un rôle marchand certain, efficace et performant économiquement. »

Anne Lothoré,
anne.lothore@inter-reseaux.org

Bibliographie

- **Capital social o caja de Pandora?** Contestacion y deformacion de la accion colectiva en comunidades y organizaciones economicas campesinas de cara a la mercantilizacion de la quinua; P. Laguna
- **Dynamiques paysannes n° 1: légitimité et représentativité des organisations paysannes;** F. Destrait; décembre 2003
- **Dynamiques paysannes n° 5: les organisations économiques paysannes en Bolivie: une stratégie pour le petit producteur;** C. Soto; septembre 2004.
- **Rapport d'évaluation d'ANAPQUI;** L. van Wunnik; 1997.
- **Rapport d'évaluation du capital de commercialisation d'ANAPQUI;** R. Rojas; 2000.



RÉFÉRENCES

■ Après avoir lancé une importante campagne sur les méfaits des importations de poulets congelés au Cameroun, l'Association citoyenne de défense des intérêts collectifs a élargi son champ d'intervention à l'ensemble des produits alimentaires ce qui l'amène à s'impliquer dans la problématique de la souveraineté alimentaire. Dans ce contexte, elle a signé un protocole de collaboration avec les organisations paysannes d'Afrique de l'Ouest, le ROPPA. Plusieurs interventions ont été réalisées sur ce sujet notamment devant les ambassadeurs africains basés à Genève, siège de l'Organisation mondiale du commerce. www.acdic.org

■ En France, l'Inter Réseaux est un lieu de débats et d'échange d'expériences, spécialisé dans la coopération en matière de développement rural des pays du Sud. Son rôle est de favoriser la circulation d'informations, d'expériences et d'initiatives en provenance d'organisations paysannes et de populations rurales du Sud, pour les valoriser à travers différents supports.

Le nouveau site web d'Inter-Réseaux et son Bulletin de veille électronique (toujours très bien documenté) sont des outils indispensables pour tous ceux et celles qui veulent se procurer une information approfondie sur l'évolution du monde paysan.

www.inter-reseaux.org

■ Un nouveau rapport d'Oxfam, publié en avril 2005, se penche sur le cas du riz. Ce rapport insiste sur l'importance et les enjeux de la conférence ministérielle de l'OMC à Hong-Kong prévue en fin 2005: «Si la conférence échoue, l'OMC risque de perdre toute sa pertinence dans le commerce mondial, et le cycle de développement de Doha risque probablement de s'effondrer. Les pays en développement devraient alors affronter les demandes des pays riches dans le cadre d'accords commerciaux bilatéraux et régionaux.».

http://www.oxfam.org/fr/pdf/bp72_kicking_down_the_door_french.pdf

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 pouvez retrouver ce numéro en version téléchargeable en français, en anglais et en espagnol sur le site internet de SOS Faim Belgique www.sosfaim.be et sur le site de SOS Faim Luxembourg www.sosfaim.org

Ce bulletin a été réalisé par Marc Mees, coordinateur du Service d'Appui aux Partenaires de SOS Faim. Il est largement basé sur l'expérience de partenariat de SOS Faim avec ANAPQUI.

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@sosfaim.be

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@sosfaim.be – Site internet: www.sosfaim.be

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@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 étrangères luxembourgeois.



