Le nouvel ordre agricole mondial: perspectives pour les petits producteurs

Producteurs – Consommateurs: une relation durable?

Anna Crole-Rees
Crole-Rees Consultants
Cugy, 21 septembre 2007

Agriculture

Qui sont les petits producteurs?

Caractéristiques

- Entreprises familiales
- Grandes majorités en zone rurale
- Large part de la population mondiale
- Activité à grand risque
- Diversification des activités
- 75% population mondiale souffrant de malnutrition vivent de l'agriculture
- « Riches » en immobiliers
- Atomisés

Pourquoi s’en préoccuper?

- Approvisionnement alimentaire
- Sécurité alimentaire
- Entretien décentralisé du sol et des ressources naturelles -> paysage
- Contribution au développement local
- Patrimoine socio-culturel
- Savoir-faire local

- Pays moins riches:
  - Majeure partie de la population
  - Plus grands employeurs des zones rurales
  - Responsables de la plus grande source de revenu
  - Accès plus limité aux infrastructures et services
  - Plus grands contributeurs à l'exportation
  - Pas d'alternatives
  - > Moteur de l'économie

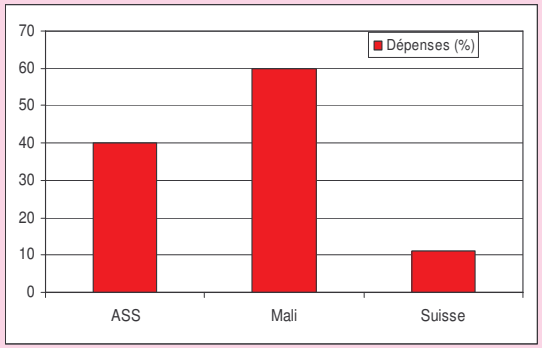
Qui sont les consommateurs?

Caractéristiques

- 50% en zone urbaine, tendance ↑
  - Suisse: 70%
  - Asie Centrale: 30%
  - Afrique Sub-Saharienne: 30%
- 1.1 milliard vivent avec < 1 $/jour
- 2.7 milliards vivient avec < 2 $/jour
- 800 mios souffrent de malnutrition

Pourquoi on s'en préoccupe… aussi!

- Besoin de s'alimenter!
- Dépenses alimentaires



- Santé
  - 800 mios souffrent de malnutrition
  - 1'300 mios souffrent d'obésité
- Travailleurs
- Bien-être

Relation producteurs - consommateurs

- Urbanisation
- Croissance démographique
- Développement technologique
  - Information
  - Transport
  - Rendement
- Changement climatique

Relation producteurs - consommateurs

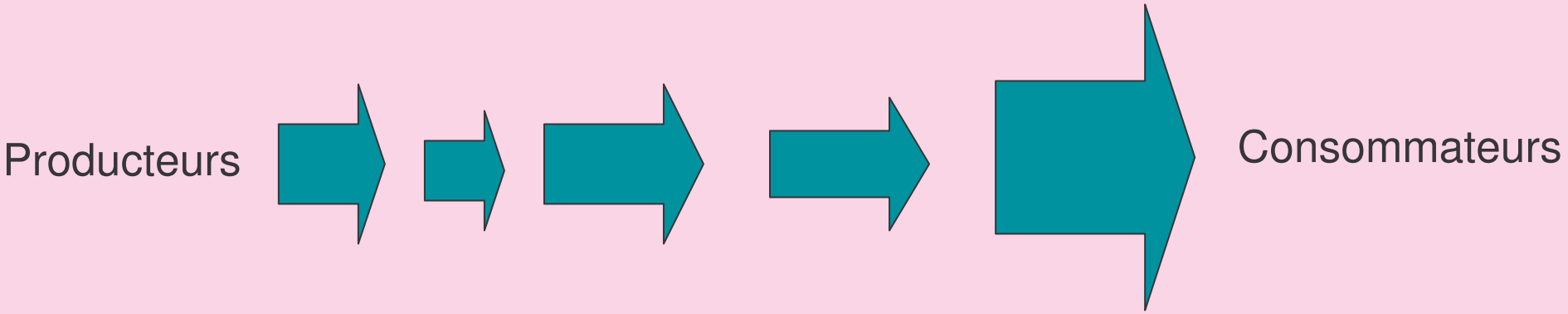
- Globalisation
  - Commerce mondial
  - Compétition
  - Concentration des acheteurs
- Politique
  - Recherche: publique -> privé
  - Interventions

Relation producteurs - consommateurs

- Consommation
  - Grandeur des ménages
  - Travail des femmes
  - Préoccupations sociales et environnementales
  - Voyages
  - Développement produits alimentaires
  - Volatilité
  - Habitudes

Relation producteurs - consommateurs

Relation producteurs - consommateurs



Atomisé

Rural

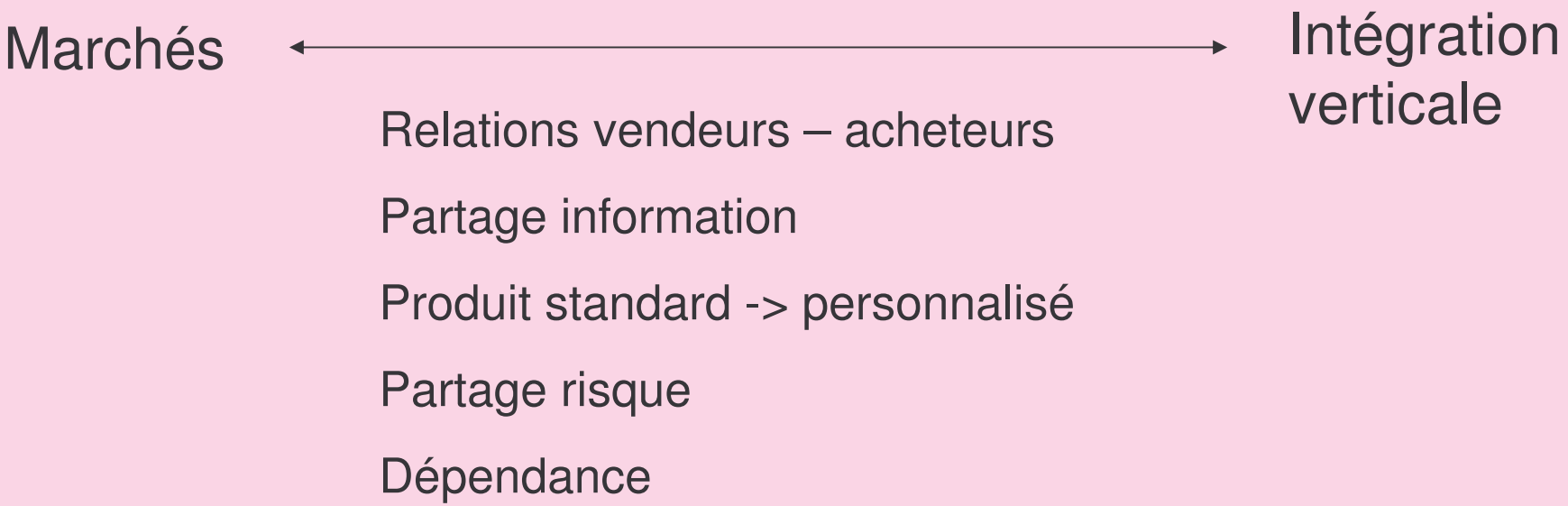
Concentré

Urbain

Prix au producteur = une part du prix au consommateur

Conclusion 1a

- Donner l'opportunité aux producteurs de tirer profit des changements -> partenariat



Conclusion 1b

- Donner l'opportunité aux producteurs de tirer profit des changements -> valeur ajoutée
  - Emballage
  - Label
  - Nouvelles variétés et produits
  - Commercialisation

Conclusion 2

- Valoriser l'alimentation et ses producteurs -> responsabilisation des consommateurs et des acheteurs