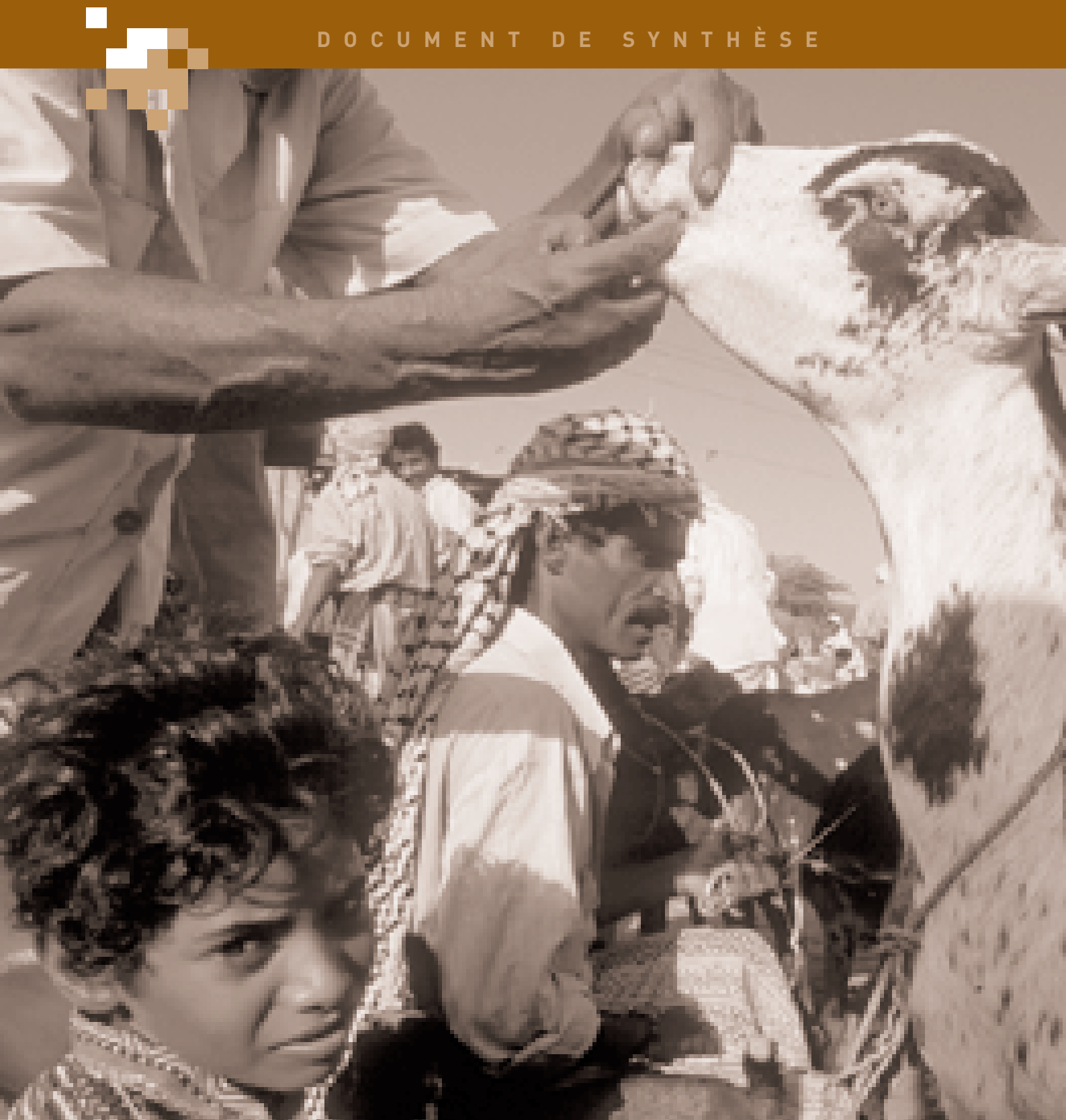


PROMOUVOIR L'ACCÈS DES RURAUX PAUVRES AUX MARCHÉS

pour réaliser les objectifs de
développement du Millénaire

DOCUMENT DE SYNTHÈSE



FIDA 1978-2003

Origine

L'accord portant création du FIDA en 1976, résultat de la Conférence mondiale de l'alimentation de 1974 organisée par la communauté internationale face à la persistance de la faim et de la malnutrition dans le monde. Il a été alors reconnu que la faim et l'insécurité alimentaire ne devaient pas être uniquement corrélées à des baisses de production vivrière et d'approvisionnement aux niveaux national et international. Il fallait plutôt voir ces phénomènes comme les conséquences de problèmes structurels profondément ancrés, liés au sous-développement et à la pauvreté, tout particulièrement du fait qu'ils affectent les populations rurales démunies. Le FIDA a approuvé son premier prêt pour un projet en 1978.

Mandat

C'est pourquoi le mandat du Fonds qui est *de lutter contre la faim et la pauvreté en milieu rural dans les pays en développement, particulièrement dans les pays à faible revenu et à déficit vivrier, et d'améliorer durablement les moyens d'existence des ruraux pauvres*, ne définit pas simplement la faim comme un problème de production alimentaire et d'approvisionnement mais aussi comme un problème lié aux moyens de subsistance.

Émergence d'un pôle spécifique

En s'acquittant de ce mandat, le FIDA a constaté que les ruraux pauvres ne peuvent renforcer leur sécurité alimentaire et accroître leur revenu que si les projets et activités sont conçus à partir de leurs systèmes de production et de leurs stratégies de subsistance, et que si les ressources sont allouées en conséquence. Pour

être efficaces, les investissements destinés à réduire la pauvreté doivent donc être associés à une bonne compréhension des processus qui engendrent la pauvreté et de la manière dont ils affectent les différents groupes de pauvres, ainsi que les femmes par rapport aux hommes.

À cette fin, le FIDA a intensifié sa collaboration avec les parties prenantes locales dans l'élaboration de ses opérations. Il a conçu et mis en œuvre des projets et programmes dans des environnements naturels, socioéconomiques et culturels extrêmement divers, dans des régions reculées et avec les fractions les plus démunies et les plus marginalisées de la population rurale. Cette expérience lui a permis d'acquérir une connaissance approfondie des processus qui contribuent à générer et perpétuer la pauvreté. Il a également enrichi sa perception pragmatique de ce qui marche ou ne marche pas pour promouvoir les conditions permettant aux ruraux pauvres de renforcer leur productivité, leur rendement et leurs revenus.

Contribution du FIDA

La contribution du FIDA à la réduction de la pauvreté rurale se fonde depuis longtemps sur la conviction que l'autonomisation économique des ruraux pauvres ne saurait simplement découler des retombées d'investissements réalisés au macroniveau ou au niveau sectoriel. L'action doit porter sur les obstacles auxquels sont confrontés les ruraux pauvres, (hommes et femmes), et viser à leur permettre de saisir les opportunités qui s'offrent à eux dans leurs différents contextes et activités particulières. En outre, comme dans de nombreux pays à faible revenu, la majorité des pauvres et de ceux qui sont dans le dénuement extrême

DOMAINES TRADITIONNELS D'INTERVENTION

- accès aux ressources productives (particulièrement terre et eau)
 - production agricole durable, y compris pêche et élevage
 - gestion de l'eau et irrigation (surtout à petite échelle)
 - services financiers ruraux, y compris microfinance
 - microentreprises rurales
 - stockage et transformation des produits agricoles
 - commercialisation et accès aux marchés
 - recherche/vulgarisation/formation
 - petites infrastructures rurales (routes de desserte, etc.)
 - renforcement des capacités des groupes et organisations de petits producteurs
-

VOLUME DES OPÉRATIONS

■ Nombre de projets:	628 dans 115 pays et territoires
■ Investissement total du FIDA:	7,7 milliards de USD
■ Ressources intérieures mobilisées:	7,9 milliards de USD
■ Cofinancement mobilisé:	6,6 milliards de USD
■ Valeur totale des projets:	22,2 milliards de USD
■ Bénéficiaires:	250 millions de personnes (chiffre estimatif)

(dont les revenus sont inférieurs à un dollar par jour) vivent dans les campagnes, le moyen le plus efficace, et parfois le seul moyen, d'entraîner une croissance générale plus rapide consiste à aider les producteurs pauvres à augmenter leur rendement. C'est pourquoi le FIDA préconise une croissance économique à large assise qui privilégie explicitement l'initiative et les capacités des producteurs ruraux pauvres. Cette approche prend en compte les besoins de consommation des pauvres, tout en mettant aussi l'accent sur leur capital social et leur potentiel économique en tant que *producteurs et travailleurs*. Elle implique par conséquent une connaissance approfondie de la complexité des moyens de subsistance en milieu rural et des différents rôles qu'assument les hommes et les femmes. Il a aussi fallu cibler avec soin les interventions selon les personnes visées et leurs activités – exploitants, travailleurs agricoles, pêcheurs, chasseurs et cueilleurs, éleveurs et petits entrepreneurs ruraux.

L'expérience du FIDA au cours des 25 dernières années montre sans équivoque que les ruraux pauvres sont pleinement capables de s'intégrer au développement social et économique, et aussi de contribuer activement à l'amélioration de la performance économique au niveau national – pour autant qu'on comprenne les causes de leur pauvreté et qu'on crée des conditions qui leur soient plus propices. Quel qu'en soit le volume, aucune aide nationale ou internationale ne saurait radicalement améliorer la situation rurale sans qu'une telle transformation ne repose sur les aspirations, les moyens et les activités des ruraux pauvres, ni sans que ceux-ci ne maîtrisent le processus de changement. Il faut s'efforcer résolument d'éliminer les obstacles essentiels d'ordre matériel, institutionnel et politique qui empêchent les ruraux pauvres de tirer parti des possibilités d'améliorer leurs moyens d'existence. Le développement ne peut pas se faire pour eux. Mais ce que l'on peut faire, c'est créer les conditions qui permettent aux pauvres de devenir les moteurs du changement.

Nouvelles orientations stratégiques du FIDA

Les objectifs de développement pour le Millénaire représentent l'engagement pris par l'ensemble de la communauté internationale de tout mettre en œuvre pour, d'abord et surtout, réduire de moitié la proportion de ceux qui vivent dans l'extrême pauvreté d'ici 2015. Le *Cadre stratégique du FIDA pour 2002-2006* est la réponse concrète du Fonds à cet engagement, dans lequel sont énoncés les aspects cruciaux qu'il faut aborder et les domaines sur lesquels le FIDA se concentrera dans le contexte de cet effort international plus large.

Le cadre stratégique, qui s'inspire des années d'expérience et de réflexion du Fonds, propose une nouvelle formulation très simple de la mission du FIDA: *Œuvrer pour que les ruraux pauvres se libèrent de la pauvreté*. Concrètement, cette mission s'articule en trois objectifs stratégiques sur lesquels le FIDA concentre ses investissements, ses actions de recherche et de gestion des savoirs, ses activités de concertation et de plaidoyer:

- renforcer les capacités des ruraux pauvres et de leurs organisations;
- améliorer l'accès équitable aux ressources naturelles productives et à la technologie; et
- élargir l'accès aux services financiers et aux marchés.

Le Cadre stratégique impose aussi au FIDA de porter son engagement au-delà de l'effet immédiat de "ses" projets et programmes de manière à influencer sur l'orientation et la teneur des processus nationaux et internationaux de réduction de la pauvreté. Ainsi, l'accent est mis sur l'édification de partenariats complémentaires et d'alliances multiples afin de maximiser la contribution du FIDA à l'effort de réduction de la pauvreté plus large mis en œuvre par la communauté internationale.

PROMOUVOIR L'ACCÈS DES RURAUX PAUVRES AUX MARCHÉS

pour réaliser les objectifs
de développement du Millénaire

Document de synthèse pour les tables rondes
Conseil des gouverneurs
Session du vingt-cinquième anniversaire du FIDA

Février 2003



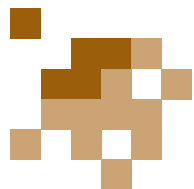


TABLE DES MATIÈRES

3 RÉSUMÉ

5 LE RÔLE DES MARCHÉS ET DU COMMERCE

DANS LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ ET LE DÉVELOPPEMENT RURAL

Les objectifs de développement du Millénaire, le commerce et les marchés
L'importance des marchés pour les populations rurales pauvres

7 LE CONTEXTE GÉNÉRAL ET SES INCIDENCES

POUR LES PRODUCTEURS RURAUX PAUVRES

L'évolution du contexte au niveau national
L'évolution du contexte au niveau international
La situation des paysans pauvres
Les conséquences socioéconomiques de l'évolution des marchés

14 EXPÉRIENCE DU FIDA ET BILAN GÉNÉRAL DE LA SITUATION

L'expérience du FIDA
L'expérience des autres organismes d'aide
Les orientations actuelles
L'action du FIDA au niveau régional

22 LES ORIENTATIONS POUR L'AVENIR: PERMETTRE AUX RURAUX PAUVRES DE

TIRER PARTI DES POSSIBILITÉS ET DE SURMONTER LES OBSTACLES

Opérations sur le terrain
Valorisation et partage des connaissances
Action de sensibilisation

29 Références

PROMOUVOIR L'ACCÈS DES RURAUX PAUVRES AUX MARCHÉS POUR RÉALISER LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DU MILLÉNAIRE

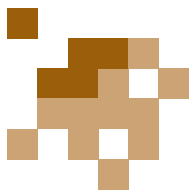
RÉSUMÉ

Les marchés jouent un rôle fondamental dans la stratégie de subsistance de la plupart des ménages ruraux, qu'ils soient riches ou pauvres. C'est là que les producteurs se procurent les ressources dont ils ont besoin et écoulent le produit de leur travail, et c'est là aussi, en tant que consommateurs, qu'ils dépensent l'argent tiré de leurs activités agricoles et non agricoles pour acheter de la nourriture et des biens de consommation. Voilà pourquoi, parmi les raisons invoquées pour expliquer les difficultés qu'ils ont à améliorer leur niveau de vie, les ruraux pauvres, un peu partout dans le monde, font souvent valoir qu'ils ont beaucoup de mal à accéder aux marchés. Dans les zones rurales, la faible densité de population, l'éloignement et le coût élevé des transports sont autant d'obstacles matériels évidents. Mais les ruraux pauvres sont aussi souvent pénalisés par le fait qu'ils ne comprennent pas bien comment fonctionnent les marchés, qu'ils ont des compétences en gestion commerciale et un pouvoir de négociation limités, et qu'ils ne sont pas organisés de manière à pouvoir traiter, à armes égales, avec d'autres acteurs du marché, généralement plus importants et plus puissants qu'eux. En outre, les producteurs ruraux des pays en développement se heurtent aux multiples obstacles que les pays riches ont érigés sur leurs propres marchés.

Pour aider les ruraux pauvres à accéder plus largement et de façon plus équitable aux marchés, le FIDA appuie trois types d'interventions: activités sur le terrain; mise en valeur et partage des connaissances; actions de sensibilisation. Sur le terrain, les projets du FIDA visent à réduire le coût des transactions entre les producteurs ruraux pauvres et les intermédiaires du secteur privé, en appuyant notamment la création de groupements, d'associations et de coopératives à vocation commerciale, en offrant une formation aux agriculteurs et en les aidant à trouver de nouveaux débouchés, en reliant la production aux activités de commercialisation et de transformation, en finançant des travaux d'extension et d'amélioration du réseau routier, en mettant sur pied des systèmes d'information sur les marchés, etc. En ce qui concerne la valorisation des connaissances sur la mise en place des filières commerciales, le Fonds doit tout d'abord s'employer à perfectionner le processus qui lui permet de tirer les enseignements de ses propres projets. Il doit aussi mettre au point des systèmes de suivi et d'évaluation efficaces, travailler en relation étroite avec les institutions coopérantes pour améliorer la supervision des interventions et la mesure de l'impact, et resserrer ses partenariats avec différents acteurs. Enfin, le FIDA a un rôle important à jouer, aux niveaux national, régional et international, en favorisant l'instauration d'un environnement dans lequel il sera globalement plus facile pour les ruraux pauvres d'accéder aux marchés.

Si l'importance capitale que revêtent les liens avec les marchés dans la lutte contre la pauvreté rurale reçoit aujourd'hui l'attention qu'elle mérite dans les milieux du développement, cette reconnaissance est en fait assez récente et il reste encore beaucoup à faire, notamment pour la traduire dans la pratique. Améliorer l'accès des ruraux pauvres aux marchés est un objectif auquel le FIDA est déterminé à contribuer en s'efforçant pour sa part:

- d'accroître les débouchés commerciaux des ruraux pauvres et d'améliorer les conditions dans lesquelles ils interviennent sur les marchés;*
- de développer les moyens d'accès aux marchés et les débouchés commerciaux des ruraux pauvres;*
- d'intervenir, aux niveaux national, régional et international, pour améliorer le fonctionnement du système commercial en l'adaptant aux besoins des ruraux pauvres.*



LE RÔLE DES MARCHÉS ET DU COMMERCE DANS LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ ET LE DÉVELOPPEMENT RURAL

LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DU MILLÉNAIRE, LE COMMERCE ET LES MARCHÉS

Dans la Déclaration du Millénaire, les États membres des Nations Unies reconnaissent que le commerce est un puissant moteur de la croissance, non seulement en tant que pourvoyeur de devises, mais aussi en raison des effets multiplicateurs qu'il exerce sur la création de revenus et sur l'emploi. Ils constatent en outre que les principaux bénéficiaires de la libéralisation des échanges sont les pays industrialisés, que l'accès des pays en développement aux marchés des pays riches continue d'être entravé par de sérieux obstacles, et que ce sont précisément les produits de base – principalement, mais pas uniquement, d'origine agricole – les plus compétitifs des pays en développement qui se heurtent aux barrières de protection les plus dures dans la plupart des pays avancés.

Parmi les 18 cibles associées aux objectifs de développement du Millénaire (ODM), les Nations Unies lancent donc un appel à “poursuivre la mise en place d'un système commercial et financier multilatéral ouvert, fondé sur des règles, prévisible et non discriminatoire”, ce qui “suppose un engagement en faveur d'une bonne gouvernance, du développement et de la lutte contre la pauvreté, aux niveaux tant national qu'international”. Les stratégies proposées pour avancer dans cette direction envisagent en particulier:

- que les pays développés donnent pleinement effet aux engagements qu'ils ont pris dans le cadre des négociations commerciales multilatérales du Cycle d'Uruguay en ce qui concerne l'accès aux marchés des produits exportés par les pays en développement;
- que l'accès des produits agricoles des pays en développement aux marchés des pays développés soit considérablement amélioré;
- que des programmes d'assistance technique et de renforcement des capacités soient mis en place pour faciliter les négociations commerciales et le règlement des différends.

Le *Cadre stratégique du FIDA pour 2002-2006* rappelle à quel point il est capital d'aider les populations rurales pauvres des pays en développement à accéder aux marchés et de promouvoir les échanges de produits agricoles dont elles peuvent tirer profit pour leur permettre de se libérer de la pauvreté. À travers ses opérations de prêt, le Fonds s'efforce de faire en sorte que ces populations aient un accès à la fois plus facile et plus équitable aux marchés agricoles intérieurs et extérieurs, tandis que dans le cadre de l'action de sensibilisation qu'il s'est engagé à mener au plan international, il s'emploie actuellement à jouer un rôle de plus en plus actif auprès des dirigeants en cherchant à influencer sur les politiques mises en œuvre aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement.

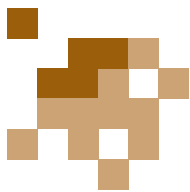
L'IMPORTANCE DES MARCHÉS POUR LES POPULATIONS RURALES PAUVRES

Les ménages ruraux ont recours à divers moyens et à diverses activités pour assurer leur subsistance. Pour la plupart, l'agriculture est la principale des ressources, mais beaucoup se livrent aussi à des activités non agricoles qui prennent notamment la forme de micro-entreprises spécialisées dans la transformation, le commerce ou d'autres domaines. C'est ainsi qu'ils s'efforcent à la fois de subvenir à leurs besoins alimentaires et de se procurer le revenu nécessaire pour leurs besoins de consommation courants, leurs dépenses à caractère social et leurs investissements.

L'accès aux marchés agricoles est donc un aspect important des stratégies de subsistance de nombreux ménages ruraux, qu'ils soient riches ou pauvres. C'est sur le marché que les producteurs se procurent les intrants dont ils ont besoin et écoulent leur production, et c'est là aussi, cette fois en tant que consommateurs, qu'ils dépensent le revenu tiré de leurs activités agricoles ou extra-agricoles pour acheter de la nourriture et des biens de consommation. La quasi-totalité des ménages qui vivent en zones rurales sont à la fois des producteurs et des consommateurs, autrement dit des vendeurs et des acheteurs, même s'il existe dans bien des cas un décalage entre le moment de l'année où ils vendent leur production et celui où ils achètent leur nourriture. Par conséquent, tous ceux qui, pour une raison ou une autre, ne sont pas en mesure d'acheter et de vendre sur les marchés se trouvent aussi dans l'incapacité de diversifier leur stratégie de subsistance, et le fait est que, dans de nombreuses régions du monde, les ruraux pauvres expliquent souvent que s'ils ne parviennent pas à améliorer leurs conditions de vie, c'est notamment parce qu'ils ont beaucoup de mal à accéder aux marchés.

Avoir plus largement accès aux marchés est donc un objectif qui ne présente *pas seulement* un intérêt pour les producteurs les plus avantagés, *ni seulement* pour les cultures commerciales, par opposition aux cultures vivrières. C'est un enjeu essentiel pour tous les ménages ruraux, *et faciliter l'accès aux marchés doit être un impératif dans toute stratégie visant à améliorer la sécurité alimentaire et à accroître les revenus des populations rurales pauvres.*

S'il est vrai que les marchés d'une manière générale, mais surtout des marchés plus accessibles, revêtent aujourd'hui un intérêt capital pour les ménages ruraux pauvres, ils font aussi partie à l'évidence des conditions indispensables pour stimuler la croissance économique liée au secteur agricole et accroître les revenus des populations rurales à moyen terme. Ce n'est pas en mettant l'accent exclusivement sur la production vivrière que l'on parviendra à améliorer sensiblement le niveau de vie de ces populations: il faut pour cela des systèmes de production davantage axés sur le marché, c'est-à-dire plus intensifs, plus adaptés à une exploitation commerciale et plus spécialisés dans des filières rentables. Et il faut aussi, pour consolider ce dispositif, des marchés et des systèmes commerciaux efficaces et qui fonctionnent bien – dans lesquels les coûts de transaction sont faibles, les risques minimes et les informations accessibles à tous les intervenants – et qui n'excluent pas les pauvres ou ne jouent pas contre les intérêts de tous ceux, en particulier, qui vivent dans des régions dépourvues d'infrastructures et à faible potentiel productif.



LE CONTEXTE GÉNÉRAL ET SES INCIDENCES POUR LES PRODUCTEURS RURAUX PAUVRES

L'environnement économique dans lequel vivent les ménages ruraux pauvres est à la fois imprévisible, incertain et source de risques, et les marchés agricoles en particulier – où s'achètent les intrants et se vendent les produits – deviennent de plus en plus difficiles d'accès. En outre, les conditions dans lesquelles les pauvres sont amenés à intervenir sur ces marchés, lorsqu'ils le peuvent, sont généralement inéquitables: ils sont souvent obligés d'accepter les prix les moins avantageux pour eux à l'achat comme à la vente, et n'ont guère la possibilité de décider ni où ni avec qui ils veulent traiter. Cette situation, qui a complètement changé en l'espace de 10 ou 15 ans, résulte en grande partie des différents processus de libéralisation qui ont vu le jour aux niveaux tant national qu'international, comme nous allons le voir dans les sections suivantes.

L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE AU NIVEAU NATIONAL

Il y a vingt ans, les principaux marchés de nombreux pays en développement étaient placés sous le contrôle de l'État. En règle générale, la fourniture des intrants et la commercialisation de la production agricole étaient organisées par des monopoles parapublics disposant d'un réseau de points d'achat et de vente et pratiquant des prix (habituellement uniformes) fixés à l'avance. Or, bien souvent, les intrants arrivaient trop tard dans les villages pour pouvoir être utilisés convenablement, il n'y avait pas de choix et les quantités proposées étaient trop importantes pour les petits exploitants. D'autre part, les prix payés aux paysans ne représentaient qu'une fraction relativement faible de la valeur réelle de leur production et il fallait souvent attendre plusieurs mois après la livraison de la récolte pour en recevoir le paiement. De plus, la politique du prix d'achat uniforme appliquée à quelques produits seulement s'est traduite par l'adoption de systèmes de production trop spécialisés et peu adaptés aux conditions agro-écologiques et socio-économiques de nombreuses exploitations rurales. Enfin, dans beaucoup de pays, les organismes publics accumulaient d'énormes pertes et constituaient donc une lourde charge pour les budgets nationaux.

La situation est maintenant radicalement différente dans la quasi-totalité des pays. Au début des années 80, la plupart des gouvernements du monde en développement ont entrepris de réformer leurs systèmes de commercialisation des produits agricoles, afin de réduire le niveau des dépenses publiques imputables aux organismes étatiques et de favoriser le développement d'une agriculture plus productive, plus commerciale et plus diversifiée. Spécialement décisive à cet égard a été la décision de limiter le rôle des structures parapublics qui se chargeaient jusque-là de commercialiser les produits agricoles, voire de les éliminer purement et simplement, au profit du secteur privé.

Dans les faits, cependant, même si aujourd'hui cela n'a rien de surprenant, l'émergence des opérateurs privés (des petits commerçants du secteur informel jusqu'aux grandes entreprises agro-industrielles souvent détenues par des intérêts étrangers) qui

devaient remplir le vide laissé par le désengagement de l'État ne s'est généralement pas réalisée avec autant de facilité et aussi rapidement qu'on l'escomptait. De ce point de vue, la situation que l'on observe à présent est donc très contrastée.

Tout d'abord, les pays qui ont été les premiers à engager des réformes sont aujourd'hui les plus avancés. Dans certains d'entre eux, la situation est extrêmement dynamique et évolue d'année en année à mesure que de nouveaux acteurs arrivent sur le marché et que les opérations de commercialisation se diversifient et gagnent en efficacité. Les progrès sont également rapides dans les pays qui disposent déjà d'un appareil économique assez complexe et équilibré, d'un secteur privé solide où l'esprit d'entreprise est encouragé et d'infrastructures rurales relativement développées. Au plan national, le développement des marchés a généralement été plus rapide dans les régions assez densément peuplées, situées à proximité des centres urbains, et dans les zones à fort potentiel agricole où la production et les excédents atteignent un niveau élevé, que dans les régions éloignées, mal équipées, faiblement peuplées et aux ressources agricoles limitées. En outre, les liens qui se sont établis avec les marchés varient selon les types de production, le secteur vivrier étant généralement caractérisé par des arrangements informels entre producteurs et petits intermédiaires, et celui des cultures d'exportation par des relations "formelles" entre producteurs et entreprises agro-alimentaires – lesquelles assurent aussi dans ce cas la fourniture d'intrants et de services d'appui à la production. Dans de nombreux pays, les marchés agricoles se sont développés plus rapidement et plus facilement pour les cultures d'exportation que pour les cultures vivrières.

Dans cet environnement en mutation rapide, les cadres institutionnels mis en place par les gouvernements des pays en développement et leurs grandes orientations stratégiques n'ont pas toujours été favorables au développement de l'initiative privée. Au niveau national, les interactions souhaitées avec le marché se sont très souvent heurtées, par exemple, à un cadre juridique trop restrictif pour la constitution de groupements d'exploitants, à l'absence de garanties pour l'exécution des contrats ou à des procédures trop contraignantes pour l'octroi de licences. L'action des pouvoirs publics a également freiné le développement des marchés intrarégionaux. Il est vrai que beaucoup de pays en développement se sont efforcés de promouvoir le commerce intrarégional et qu'un grand nombre d'accords commerciaux régionaux ont ainsi vu le jour, en particulier dans les années 90, mais, d'une manière générale, le niveau des échanges qui s'opèrent à cette échelle, tout au moins dans le secteur agricole, est encore très limité. Tous ces efforts ont buté sur des obstacles structurels et institutionnels, tels que barrières tarifaires et restrictions commerciales, barrières non tarifaires (normes et systèmes d'inspection) et blocages administratifs.

L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE AU NIVEAU INTERNATIONAL

Au niveau international, la mondialisation – des flux de capitaux, de la technologie et du commerce – entraîne aujourd'hui des changements importants dans les relations économiques et sociales à travers le monde, et, en théorie tout au moins, ouvre de nouvelles perspectives de croissance et de gains pour les populations des pays en développement. Dans la réalité, toutefois, la mondialisation se présente aussi comme un chemin semé d'embûches, en particulier pour ceux qui sont le moins à même de prendre part à cette évolution planétaire.

Le secteur agricole ne joue pas seulement un rôle capital dans la réduction de la pauvreté rurale, il revêt aussi une importance critique pour l'économie de nombreux pays en développement auxquels il fournit leur principale source de recettes d'exportation. D'après la Banque mondiale, en effet, l'agriculture, avec les autres secteurs à forte intensité de main-d'œuvre, représente plus de la moitié des exportations des pays à faible revenu et environ 70% de celles des pays les moins avancés. Or, paradoxalement, au cours des vingt dernières années, les cours de la plupart des produits de base ont considérablement diminué: en 2000, les prix de 18 grands produits d'exportation avaient baissé de 25% ou davantage, en valeur réelle, par rapport à leur niveau de 1980.

Deux facteurs semblent être responsables de cette évolution. Le premier est un phénomène structurel de longue date, à savoir la lente croissance de la demande de produits alimentaires primaires, dans un contexte de hausse des revenus, alors que l'offre de ces mêmes produits connaît une expansion rapide dans un nombre croissant de pays en développement. Le café est à cet égard un parfait exemple: non seulement son cours sur le marché mondial a baissé, de même que la valeur des exportations dont il fait l'objet (de 4 milliards de USD au cours des cinq dernières années), mais en outre la part de marché qui revient aujourd'hui aux pays producteurs n'atteint pas même 10%, contre 33% il y a dix ans. D'autres produits comme le cacao et le caoutchouc se trouvent dans la même situation.

Le second facteur à l'origine de la chute des cours des produits de base réside dans les subventions et autres soutiens accordés aux exploitants agricoles des pays développés. Dans les États membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), les aides publiques à l'agriculture ont atteint au total 311 milliards de USD en 2001 (au moins *six* fois le volume global de l'aide publique au développement), et l'on estime que l'ensemble des soutiens aux producteurs – subventions nationales, droits d'importation et subventions à l'exportation – ont représenté près d'un tiers du montant total des recettes agricoles. À la même époque, les prix payés aux producteurs de la zone OCDE étaient en moyenne supérieurs de 31% aux cours mondiaux. Une bonne partie de cette aide est destinée à l'agriculture de climat tempéré, mais les produits de l'agriculture tropicale bénéficient aussi de soutiens qui sont parfois très élevés – en particulier le coton, le maïs, le blé, le riz, le sucre et les oléagineux. Ces subventions entraînent directement un accroissement de la production et des excédents qui sont ensuite déversés sur les marchés internationaux, où ils contribuent à l'instabilité des cours et font baisser les prix d'achat au producteur dans les pays en développement. Dans une étude consacrée à l'impact des subventions sur la production de coton aux États-Unis, Oxfam constate qu'en 2001/02 les producteurs américains ont reçu 3,9 milliards de USD de subventions (deux fois plus qu'en 1992), ce qui a entraîné, pour l'Afrique seulement, une perte de 301 millions de USD, supportée pour les deux tiers environ par huit pays producteurs de coton d'Afrique de l'Ouest.

Il existe d'autres barrières commerciales qui empêchent, directement et indirectement, les pays en développement d'exporter leurs produits agricoles vers le monde développé. On sait par exemple qu'entre 1996 et 1999 les pays à faible revenu et à revenu intermédiaire se sont heurtés aux normes sanitaires et phytosanitaires imposées par l'Union européenne sur plus de 50% de leurs exportations potentielles de poisson frais et transformé, de viande, de fruits et de légumes. Les dirigeants de ces

pays estiment que de telles mesures constituent des obstacles encore plus importants que les droits de douane et les contingents. Enfin, s'ajoutent à ces facteurs certaines pratiques qui compromettent les efforts déployés par les producteurs des pays en développement pour accéder aux marchés locaux et internationaux. Ainsi, on a pu voir en certaines occasions les pays développés se servir des programmes d'aide alimentaire et de distribution d'intrants agricoles pour écouler leurs excédents, ce qui a fait chuter les prix locaux et fragilisé les marchés des pays en développement.

Pourtant, si la libéralisation du commerce agricole – même s'il ne s'agit en l'occurrence que d'une libéralisation partielle – a créé d'énormes difficultés pour de nombreux pays en développement, elle a aussi ouvert de nouvelles perspectives pour quelques autres, en particulier ceux qui disposent d'un réel avantage comparatif sur certains produits et qui sont déjà présents sur les marchés internationaux. En outre, les nouvelles habitudes de consommation et les préoccupations qui se font jour dans les pays développés (concernant précisément l'impact de la mondialisation sur les pays en développement) apparaissent comme des éléments favorables pour les producteurs de ces pays. Ainsi, dans les pays développés, une demande commence à se manifester pour de “nouveaux” fruits et légumes tropicaux, pour des produits issus de l'agriculture biologique, pour des produits portant le label du commerce équitable, qui garantit des conditions d'échange et de production plus justes, pour des produits naturels (tels que miel et produits forestiers non ligneux), et pour l'artisanat rural. De nouveaux débouchés commerciaux apparaissent également au niveau régional, qui devraient permettre à de nombreux pays en développement de renforcer sensiblement leur présence sur les marchés intrarégionaux. La tâche pour le FIDA est donc maintenant de faire en sorte que les petits producteurs pauvres puissent avoir accès à tous ces marchés et parviennent à en bénéficier.

LA SITUATION DES PAYSANS PAUVRES

Du fait de ces diverses évolutions nationales et internationales, les petits exploitants se trouvent aujourd'hui dans une situation tout à fait différente de celle qui était la leur il y a vingt ans. Le système des prix nominaux fixes ayant disparu, ils doivent à présent établir de nouvelles relations commerciales avec une multitude de fournisseurs et d'acheteurs, et les prix, qu'il s'agisse de vendre des produits ou d'acheter des intrants, sont maintenant le plus souvent négociés. Pour certains agriculteurs – en particulier ceux qui produisent pour l'exportation dans des régions dotées de bons moyens de communication – cette situation a ouvert des possibilités. Mais pour beaucoup d'autres – surtout ceux qui produisent des denrées de consommation courantes dans des régions isolées et à faible potentiel agro-écologique –, elle a créé d'énormes difficultés. C'est pourquoi il est peut-être utile d'envisager la question de l'accès aux marchés sous trois aspects: accès physique aux marchés, structure des marchés, et déficit de compétences, d'information et d'organisation au niveau de la production.

Accès physique aux marchés. L'éloignement des marchés – et l'absence de routes (praticables toute l'année) pour y arriver – pose un problème essentiel aux communautés rurales dans tous les pays en développement. Il empêche les producteurs d'acheter des intrants et de vendre leurs récoltes, il entraîne des coûts de transport et des coûts de transaction élevés, tant pour les acheteurs que pour les vendeurs, et il se traduit par la formation de marchés non compétitifs et monopsonistiques. Dans de nombreux pays, la liquidation de l'ancien système de commercialisation parapublic,

a aggravé le problème en abandonnant à leur sort un très grand nombre de paysans vivant à l'écart de tout marché. Les coûts de transport – auxquels s'ajoutent des difficultés de stockage – sont particulièrement élevés pour les femmes, qui vendent généralement des légumes et d'autres denrées périssables sur les marchés locaux.

Les difficultés d'accès aux marchés limitent aussi les possibilités de gain. L'éloignement accroît l'incertitude et resserre l'éventail des options: il réduit les possibilités de commercialisation et oblige à vendre la production à bas prix, alors qu'il augmente le coût des intrants. Il exacerbe en outre le problème des pertes après récolte, qui peuvent représenter jusqu'à 50% de la production dans certaines régions. Tout cela ne fait que réduire les incitations à participer à l'économie monétaire, et les paysans ont donc tendance à se replier sur l'agriculture de subsistance au lieu de se tourner vers des activités plus commerciales. À l'inverse, l'amélioration des infrastructures conduit à une plus grande intégration des marchés et à une orientation plus commerciale de la production. L'accès aux marchés revêt donc une importance capitale pour les systèmes de production paysans.

Structure des marchés. Les marchés ruraux se caractérisent par des relations extrêmement asymétriques entre, d'une part, un très grand nombre de petits producteurs/consommateurs et, de l'autre, un très petit nombre d'intermédiaires. Ces relations commerciales sont donc typiquement marquées par l'absence de concurrence et l'imprévisibilité, et par une profonde inégalité. Les paysans qui n'ont pas facilement accès aux marchés finissent souvent par dépendre des commerçants qui passent dans les villages pour acheter les produits agricoles et vendre des intrants et des biens de consommation. Cependant, surtout dans les régions isolées où le passage de ces commerçants est plus aléatoire, il arrive que les producteurs n'aient guère d'autre choix que d'accepter la première offre du premier acheteur venu, aussi peu favorable soit-elle, situation encore plus grave lorsque l'acheteur en question est aussi la seule source d'information sur les prix et autres aspects importants des conditions du marché.

Dans de nombreux pays, l'agriculture sous contrat s'est rapidement développée dans le secteur de la petite exploitation, ce qui a permis à beaucoup de paysans pauvres de nouer des relations solides avec des circuits commerciaux importants. Toutefois, étant donné le monopole exercé par les grandes entreprises agro-industrielles sur la transformation, le crédit, la commercialisation et les services techniques, ces relations s'avèrent profondément inéquitables. Bien que les situations à cet égard varient et que certaines de ces entreprises aient effectivement fait preuve d'une vision éclairée de leurs intérêts, dans certains cas, les petits producteurs se sont en fait retrouvés en position de salariés et non de partenaires, de sorte que, finalement, ils n'ont empoché que de maigres gains, tandis que les grands opérateurs du secteur privé s'adjudgeaient l'essentiel de la valeur ajoutée. Ainsi s'est mis en place un scénario dans lequel il y a croissance de la production paysanne, mais pas de développement.

Sur les marchés des intrants, la situation est encore plus difficile. Dans de nombreux pays, les entreprises commerciales qui ont remplacé les organismes parapublics chargés de distribuer les intrants n'ont qu'un réseau limité de détaillants sur le territoire et commencent seulement à mettre en place leur réseau de représentants. Aussi, lorsque l'on arrive finalement à acheminer des intrants jusque dans les campagnes, la gamme des produits proposés est encore souvent limitée et leur coût est beaucoup plus élevé qu'auparavant – ce qui explique sans doute pourquoi l'utilisation d'engrais, par exemple, a considérablement diminué ces dernières années dans beaucoup

de pays en développement. La suppression des subventions aux intrants agricoles, les coûts de transport élevés, l'absence de concurrence dans la distribution et l'impossibilité pour les paysans de négocier des conditions intéressantes sont autant de facteurs qui ont conduit à cette évolution.

Déficit de compétences, d'organisation et d'information. Sur les marchés agricoles, les producteurs pauvres sont fortement désavantagés. Beaucoup ne savent pas très bien ce qu'est exactement un marché, comment il fonctionne et pourquoi les prix peuvent fluctuer; ils n'ont pratiquement aucune information sur les conditions du marché, les prix et la qualité des produits; ils ne peuvent compter sur aucune organisation collective capable de leur donner le pouvoir de traiter sur un pied d'égalité avec des intermédiaires généralement plus importants et plus puissants qu'eux; ils n'ont aucune expérience de la négociation commerciale et mesurent mal la capacité qu'ils ont d'influer sur les conditions qui leur sont proposées. Sans expérience, sans information et sans organisations sur lesquelles s'appuyer, ils n'ont rien qui puisse les aider à mettre en place un système de production axé sur le marché ou à négocier des prix et des modalités de transaction. Au bout du compte, leur ignorance les condamne donc à devenir des instruments passifs sur le marché, à être exploités par ceux avec qui ils entretiennent des relations commerciales, et à ne jamais prendre conscience de la véritable valeur de ce qu'ils ont à proposer.

Lorsqu'ils disposent d'informations sur les marchés et sur les prix, les paysans peuvent prendre des décisions concernant la commercialisation des produits qui sortent de leur exploitation, dès lors qu'on leur a appris à interpréter et à exploiter ces données, ainsi qu'à s'organiser collectivement, et ils sont également mieux à même de comprendre les mécanismes du marché et de mettre au point des stratégies en vue de faire augmenter et de stabiliser les prix qu'ils obtiennent pour leurs produits. Naturellement, les informations en question doivent répondre aux besoins spécifiques de chaque contexte, être à jour, précises, évolutives et localement disponibles dans une langue comprise par toute la population. Rares sont les systèmes d'information commerciale, dans le secteur public, qui parviennent à réunir toutes ces conditions. Dans de nombreux pays, cependant, l'amélioration des communications – grâce à la radio et, plus récemment, au téléphone mobile – contribue pour beaucoup à atténuer les asymétries qui caractérisent la diffusion de l'information.

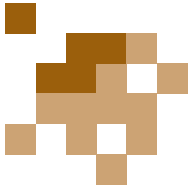
LES CONSÉQUENCES SOCIOÉCONOMIQUES DE L'ÉVOLUTION DES MARCHÉS

En combinant leurs effets, la libéralisation des marchés agricoles et la mondialisation ont généralement accentué les disparités économiques entre les communautés et entre les ménages. Grâce à leur situation géographique, à leurs actifs et à leur capacités d'organisation, certaines communautés – et en leur sein certains ménages – ont pu tirer parti des nouvelles possibilités qui s'offraient à elles et sont ainsi parvenues à accroître leurs revenus, parfois de façon substantielle, car pour elles l'émergence de nouveaux marchés s'est souvent traduite, directement, par la création d'emplois tant dans le secteur agricole que dans d'autres domaines d'activité. En revanche, dans les zones à faible potentiel, les communautés isolées et les ménages dépourvus de ressources et sans soutien organisationnel se sont trouvés dans l'impossibilité de s'adapter au nouvel environnement, et de plus en plus incapables pour beaucoup de trouver dans l'agriculture les moyens de subvenir à leurs besoins alimentaires et monétaires. Ainsi, pour les communautés dans leur ensemble comme pour les ménages pris

individuellement, force est de constater que le processus de libéralisation des marchés a joué en faveur des plus privilégiés et au détriment des plus démunis.

Dans les régions où de nouveaux débouchés commerciaux sont apparus, les terrains agricoles ont pris de la valeur, et cela a eu plusieurs conséquences. Premièrement, on s'est mis à exploiter ces terres – parfois en recherchant un rendement immédiat et sans se soucier ni des conditions de travail de la main-d'œuvre ni de l'environnement; mais parfois aussi avec une démarche d'intensification durable de la production. Deuxièmement, dans un certain nombre de pays d'Afrique et d'Amérique latine, la terre elle-même a commencé à faire l'objet d'échanges, et on a vu se former des élites rurales, constituées de commerçants et de grands propriétaires fonciers auxquels les paysans pauvres ont vendu leur terre pour se procurer au plus vite un peu d'argent. Dans ces cas-là, il est évident que la libéralisation des marchés a rendu encore plus précaire l'accès à la terre des populations rurales les plus pauvres et les plus vulnérables, parmi lesquelles les femmes et les autochtones sont probablement les plus touchés.

Un autre changement majeur est la place croissante prise par les femmes dans l'agriculture. L'émigration, qui concerne une part de plus en plus importante de la population masculine, et la multiplication du nombre des ménages dirigés par une femme – femmes abandonnées, mères célibataires, femmes séparées de leur conjoint et familles victimes de la violence liée aux conflits armés, entre autres – expliquent cette transformation en passe de devenir un véritable phénomène de société. C'est souvent dans les zones rurales où l'on compte la plus forte proportion de ménages ayant à leur tête une femme que la pauvreté est la plus grande, ce qui montre bien que pauvreté rurale et appartenance sexuelle sont étroitement corrélées. Dans certains créneaux du marché – en particulier le maraîchage –, les femmes jouent un rôle très important, et il existe de nombreux exemples de situations où leurs conditions de vie se sont améliorées parce qu'elles ont su saisir les occasions qui se présentaient.



EXPÉRIENCE DU FIDA ET BILAN GÉNÉRAL DE LA SITUATION

L'EXPÉRIENCE DU FIDA

Le FIDA a toujours été conscient, depuis sa création, de l'importance que revêtent les problèmes de commercialisation pour les ménages ruraux pauvres, comme en témoigne du reste la prise en compte de cette préoccupation, au moins sous la forme d'une sous-composante, dans plus d'un tiers de tous les projets et programmes qu'il a financés au cours des vingt-cinq dernières années. Cela dit, la façon dont le FIDA a appréhendé cet aspect des choses et les solutions qu'il a proposées ont considérablement évolué au fil du temps.

Pendant une dizaine d'années, environ, après la mise en place du programme de prêt, les soutiens accordés par le FIDA à l'appui des opérations commerciales étaient généralement acheminés par l'intermédiaire des organismes parapublics alors chargés de la commercialisation des produits agricoles, et servaient dans bien des cas, à la fourniture d'intrants – importation et distribution directe de semences et d'engrais, par exemple – et à la mise en place d'infrastructures matérielles. Ensuite, à la fin des années 80 et au début des années 90, la libéralisation du commerce agricole et la contraction du secteur parapublic ont entraîné la disparition du cadre institutionnel dans lequel s'inscrivaient jusque-là les projets, laissant le FIDA sans aucune solution de rechange évidente pour continuer d'appuyer la commercialisation de la production. Aussi la proportion de projets comportant une composante spécifiquement "commerciale" est-elle tombée de 30% entre 1981 et 1985 à seulement 12% entre 1991 et 1995.

Peu à peu, cependant, il est apparu que si la libéralisation du commerce agricole devait en principe se traduire par l'émergence de nouveaux intermédiaires dans le secteur privé, dans la pratique, ceux-ci ne s'installaient pour l'essentiel que dans les régions dotées de bons moyens de communication et disposant d'importants excédents de production. Ailleurs, dans les régions rurales moins favorisées, le désengagement de l'État a créé un vide commercial, et certains paysans se sont alors trouvés dans l'impossibilité aussi bien d'acheter des intrants que de vendre leurs produits. Dans ces conditions, il est devenu de plus en plus manifeste que le FIDA avait un nouveau rôle à jouer en contribuant par divers moyens à la mise en place, dans le secteur privé, de nouveaux systèmes de commercialisation destinés aux ruraux pauvres.

Dès 1995, le FIDA expérimentait de nouvelles modalités de soutien. Une de ses premières initiatives, élaborée conjointement avec l'organisation non gouvernementale (ONG) CARE, a pris la forme d'un petit projet de développement d'un circuit agro-industriel, au Zimbabwe, qui visait à améliorer l'accès des petits paysans aux intrants agricoles grâce à la mise en place d'un réseau de fournisseurs dans les villages. Dans d'autres régions également, la fin des années 90 a été marquée par une série d'efforts visant à faciliter l'insertion des petits producteurs dans les filières commerciales, et un nombre croissant de projets ont été conçus de manière à comporter des activités ou des composantes à cet effet. En règle générale, d'ailleurs, de plus en plus

d'interventions se sont donné pour but, entre autres, d'apporter des solutions aux problèmes de commercialisation, et la part des projets financés par le FIDA qui comportaient des objectifs en rapport avec les marchés est passée de 18% en 1991-1995 à 38% entre 1999 et 2001.

L'EXPÉRIENCE DES AUTRES ORGANISMES D'AIDE

Le FIDA n'est pas la seule institution qui ait tenté d'aider les pays en développement, et dans ces pays les paysans pauvres, à s'adapter à l'évolution de l'environnement commercial. D'autres organismes d'aide ainsi qu'un certain nombre d'ONG s'y sont également employés et les enseignements qu'ils ont tirés de leur expérience ont beaucoup aidé le FIDA dans l'élaboration de l'approche qu'il suit actuellement.

Parmi la communauté des donateurs, l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) a joué un rôle particulièrement important: connu depuis longtemps pour son soutien actif à l'initiative privée et au secteur agro-industriel, cet organisme a financé des programmes visant à promouvoir le développement de l'agriculture commerciale dans de nombreux pays en développement. D'autres bailleurs de fonds, comme l'Union européenne, l'Agence danoise de développement international et les Pays-Bas interviennent également dans ce vaste domaine. De leur côté, la Banque mondiale et d'autres organisations multilatérales accordent une attention grandissante à la création de capacités commerciales – même si aucune d'elles ne met spécialement l'accent sur le secteur agricole et la pauvreté rurale – et l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) conduit actuellement une grande étude consacrée à l'impact de la libéralisation des échanges sur le secteur agricole dans les pays en développement.

Un certain nombre d'ONG – d'envergure locale et internationale – appuient également des initiatives propres à favoriser l'accès aux marchés. Bon nombre d'entre elles ont acquis de l'expérience à cet égard dans le cadre des programmes financés par l'USAID, en particulier la Cooperative League of the U.S.A. (CLUSA), qui intervient aux côtés des coopératives et associations paysannes; Technoserve, qui encourage le développement des entreprises rurales; CARE, qui s'est spécialisée dans un certain nombre de domaines liés au développement des filières commerciales; et le Citizen's Network for Foreign Affairs (CNFA), qui œuvre à la mise en place de réseaux privés de distribution d'intrants en milieu rural. D'autres ONG mènent par ailleurs une action de sensibilisation au niveau international: OXFAM, en particulier, s'intéresse à l'environnement économique général auquel doivent s'adapter les pays en développement, ainsi qu'aux droits de douane et aux subventions, aux prix des produits de base et au rôle de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

LES ORIENTATIONS ACTUELLES

Avec le temps et l'expérience, le FIDA a affiné sa perception et s'est alors rendu compte qu'il était en fait doublement indispensable de faciliter l'accès aux marchés des paysans pauvres, parce que cela les aidait non seulement à tirer parti de nouvelles possibilités – et à augmenter ainsi leur niveau de revenu – mais aussi à affronter les énormes et terribles difficultés suscitées par l'apparition de marchés aussi imprévisibles qu'inéquitables.

De ce fait, la question du soutien à la commercialisation a pris de plus en plus d'importance au sein de l'institution. Dans son cadre stratégique, le FIDA définit l'accès

des populations rurales pauvres aux marchés (et aux services financiers) comme l'un des trois grands axes de l'action qu'il mène pour que les ruraux pauvres se libèrent de la pauvreté. Il reconnaît explicitement que les efforts pour augmenter la productivité agricole n'aboutiront que s'ils vont de pair avec une évaluation des débouchés potentiels, qu'il faut adopter une approche intégrée de toute la chaîne qui va de la production à la commercialisation en passant par la transformation, et que les infrastructures de transport jouent un rôle capital dans les liaisons avec les marchés. Enfin, il propose aussi de diversifier les sources de revenu, soit par la production et la commercialisation de cultures non traditionnelles, soit par l'exploitation des possibilités qui s'offrent en dehors de l'agriculture.

La nouvelle génération de projets et de programmes financés par le FIDA à l'appui de l'intégration dans les circuits commerciaux vise essentiellement trois objectifs étroitement liés. Premièrement, ils cherchent à influencer sur le rythme auquel se développent les marchés – pour en faire un processus plus rapide qu'il ne le serait sans ce soutien. Deuxièmement, ils facilitent et élargissent l'accès des producteurs ruraux aux marchés, en intervenant dans les régions à l'écart des centres où le commerce se développe spontanément et en supprimant les obstacles auxquels se heurtent les groupes les plus défavorisés. Troisièmement, ils s'efforcent de promouvoir des relations commerciales plus équilibrées, en aidant les paysans pauvres non seulement à prendre pied sur les marchés, mais encore à y bénéficier d'un traitement plus équitable.

Dans cette optique, les interventions du FIDA s'articulent à plusieurs niveaux. D'abord et avant tout, de nombreux projets aident directement les petits paysans à mieux comprendre comment fonctionnent les marchés, comment adapter leur production en fonction de la demande potentielle, comment accéder aux marchés et comment négocier avec une plus grande efficacité – et dans des conditions plus équilibrées – avec les intermédiaires du secteur privé. Cela passe essentiellement par un appui à la création d'organisations à vocation commerciale (groupements, associations, coopératives) et par un effort de formation en direction de leurs membres afin qu'ils puissent acquérir les connaissances et les compétences nécessaires pour optimiser leurs opérations sur les marchés. Le soutien apporté à l'amélioration des techniques de production, de stockage, de conditionnement et de transformation est également un élément essentiel dans la mesure où il permet aux producteurs de répondre aux besoins du marché.

Deuxièmement, un marché privé concurrentiel et dynamique présente davantage d'intérêt pour le petit producteur – et lui sera plus profitable à terme – qu'un marché monopsonistique sur lequel la concurrence ne peut s'exercer. C'est pourquoi un certain nombre d'interventions appuient le développement, dans le secteur privé, de services plus concurrentiels et plus efficaces auxquels les petits exploitants pourront notamment avoir recours pour se procurer des intrants et écouler leurs produits. Diverses formes de soutien sont envisageables à ce titre, telles que formation commerciale de base, distribution de crédit et mise en relation des petits entrepreneurs ruraux avec les opérateurs installés dans les centres urbains.

Troisièmement, les projets appuyés par le FIDA contribuent au rapprochement des producteurs et des intermédiaires commerciaux. Dans ce domaine, les interventions requises sont extrêmement variées. Il peut s'agir de la mise en place d'infrastructures matérielles essentielles – principalement des routes – pour permettre aux acheteurs et aux vendeurs d'entrer en contact et d'instaurer entre eux un climat de confiance

ENCADRÉ 1: La production de cacao aromatique/biologique à Sao Tomé-et-Principe

En janvier 2000, le FIDA a chargé la société française Kaoka d'évaluer la faisabilité de la création d'une filière "cacao aromatique/biologique" à Sao Tomé-et-Principe. Cette étude ayant débouché sur des résultats positifs, le Fonds a ensuite décidé de financer un programme expérimental dans ce nouveau secteur d'activité.

À côté du cacao "courant", il existe un cacao dit "aromatique", encore appelé "cacao d'origine", dont les qualités sont définies par la variété du cacaoyer et la nature du sol. En 1998, le cacao aromatique représentait 2,7% de l'offre mondiale de cacao, avec environ 800 000 tonnes. Le cacao aromatique a son propre marché, indépendant de celui du cacao courant, et le surprix dont il bénéficie, quoique variable, atteint dans certains cas des niveaux très élevés. Il existe également un marché du cacao "biologique", avec une production mondiale d'environ 10 000 tonnes par an et un surprix qui s'établit, selon la qualité du produit et le niveau de la demande, entre 20 et 100% au-dessus du prix du cacao courant. Les petits paysans sont les principaux producteurs de cacao biologique.

Le cacao de Sao Tomé-et-Principe est essentiellement utilisé pour la production de beurre de cacao de qualité intermédiaire. Toutefois, le pays reste classé par l'Organisation internationale du cacao comme un producteur de cacao fin, et fait donc partie à ce titre des zones de production historiques. Grâce à la richesse de son patrimoine génétique, le cacao fin de Sao Tomé-et-Principe est un produit de qualité supérieure qui pourrait très bien servir de base à une production valorisée par un label d'origine. Le pays est donc potentiellement bien placé pour produire du cacao aromatique, et sa conversion, dans un second temps, à la culture biologique lui permettrait d'allier deux qualités en un seul et même produit. La production de cette nouvelle filière, dont l'objectif est fixé à environ 1 000 tonnes par an, serait tout d'abord achetée par Kaoka, avant que d'autres débouchés n'apparaissent éventuellement dans ce créneau spécialisé du marché.

Le programme expérimental financé par le FIDA a pour but d'appuyer la production et la commercialisation de ce cacao "aromatique/biologique" par la reconnaissance de sa provenance géographique, de la qualité de son arôme et de son origine biologique, en vue de mettre sur le marché mondial un produit haut de gamme qui soit relativement à l'abri de la fluctuation erratique des cours.

mutuelle propice aux relations contractuelles, de créer des systèmes d'information sur les prix et les marchés et de faciliter les communications, en particulier grâce au téléphone mobile et à l'Internet, d'organiser des foires ou de fixer des jours de marché, qui donneront aux acheteurs et aux vendeurs l'occasion de se rencontrer, ou encore d'instaurer un système de médiation pour l'établissement des contrats.

Quatrièmement, le FIDA s'emploie actuellement, aux côtés des gouvernements, à favoriser la mise en place, sur la base d'un dialogue entre les principaux intéressés, des conditions politiques, institutionnelles et juridiques nécessaires pour stimuler l'investissement privé dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles et promouvoir des relations commerciales équitables. L'élaboration de dispositions réglementaires régissant les contrats et le droit de propriété d'un cadre juridique pour les associations paysannes et de normes alimentaires s'inscrit, notamment, dans cette direction. Fort de son expérience dans les pays, le Fonds s'efforce en outre à présent de prendre une part plus active aux efforts de concertation et de sensibilisation déployés à l'échelon régional et international (voir la section IV).

L'ACTION DU FIDA AU NIVEAU RÉGIONAL

Dans une bonne partie de l'*Afrique de l'Ouest et du Centre*, les paysans pauvres pratiquent surtout une agriculture vivrière, et, comme ils vivent dans des villages très éloignés ou difficilement accessibles, où il y a peu d'excédents à vendre et où les rares acheteurs se trouvent en position de monopsonne, ils ont souvent à faire face aux coûts de commercialisation les plus élevés. Telle est la raison pour laquelle l'appui à la commercialisation – en particulier des intrants et des denrées alimentaires – a pris une plus grande importance dans les interventions du FIDA (même si le Fonds appuie

ENCADRÉ 2: Le programme de promotion des entreprises paysannes et de commercialisation en Zambie

Le programme de promotion des entreprises paysannes et de commercialisation mis en œuvre en Zambie se veut une réponse aux besoins de ce pays en matière de commercialisation de la production paysanne. Bien qu'il ait pour but, à terme, d'accroître les revenus des petits exploitants, sa priorité immédiate est de faire en sorte que les paysans aient plus largement accès aux marchés des intrants et des produits. Pour cela, il prévoit: i) la création de groupes d'entreprises paysannes; ii) l'amélioration des conditions matérielles d'accès aux marchés; iii) une diversification plus poussée de la production paysanne; iv) la mise en place d'un réseau compétitif et bien organisé d'entreprises commerciales et agro-industrielles au service des petits exploitants; et v) la création de capacités de concertation et d'élaboration de politiques et règles juridiques propres à favoriser, localement et au niveau national, l'émergence d'un consensus sur les principes qui doivent régir l'accès aux marchés.

Concrètement, trois grandes composantes se partagent l'effort de financement, à savoir: i) appui à la création de groupements d'entreprises paysannes (formation/renforcement de collectifs, d'associations et d'ONG locales), le but étant ici de faciliter la mise en place d'organisations professionnelles stables et financièrement viables en aidant leurs membres à se perfectionner dans le domaine de la gestion commerciale et à devenir des acteurs à part entière sur les marchés des intrants et des produits; ii) établissement de liens avec les marchés en privilégiant les investissements qui peuvent renforcer les relations commerciales entre les petits producteurs et les intermédiaires du secteur privé, dans l'intérêt des uns et des autres, tout en tenant compte des nécessités et des priorités définies au plan local (par exemple: amélioration des voies d'accès, formation et soutien des intermédiaires au plan commercial, et appui à la diversification de la production paysanne commercialisable); et iii) appui à la réforme des politiques et de la législation et renforcement institutionnel, en vue de créer un environnement plus favorable pour les petits paysans et les intermédiaires auxquels ils s'adressent et de fournir des informations sur les marchés aux producteurs et aux négociants.

aussi la production et la commercialisation de cultures d'exportation spécialisées, comme l'illustre l'encadré 1 ci-après avec l'exemple du cacao aromatique/biologique à Sao Tomé-et-Principe). Dans ce contexte, la priorité est accordée à la formation, afin de renforcer les compétences techniques et les capacités de gestion des groupements et des associations de paysans, en s'appuyant si possible sur les structures locales existantes plutôt que de créer de nouvelles organisations. L'appui au crédit et aux infrastructures de transport s'inscrit dans le prolongement de cet effort, et la remise en état des voies d'accès fait également partie des interventions privilégiées.

En *Afrique orientale et australe*, le FIDA s'emploie depuis le milieu des années 90 à intensifier son action dans le domaine de la commercialisation, et il accorde actuellement un appui à plusieurs interventions de grande envergure et de longue durée visant spécifiquement à relier les zones rurales aux marchés en Zambie (voir encadré 2), au Mozambique, en République-Unie de Tanzanie et en Ouganda. Toutes ces initiatives ont été conçues, d'une part, pour faciliter la création d'organisations commerciales de petits paysans ainsi que de moyens d'information, de stockage et de transport, afin d'inciter le secteur privé à investir davantage dans les régions concernées et à y implanter des services, et, d'autre part, pour améliorer l'environnement économique et réglementaire. Le ciblage de ces programmes sur les pauvres et sur les femmes contribue à en renforcer l'application. Au Rwanda, c'est dans le contexte du redressement de la production de thé que le FIDA intervient pour remédier aux problèmes commerciaux des paysans: le projet qu'il appuie vise à aider les organisations des petits planteurs à installer leur propre usine de transformation et à leur ouvrir l'accès au marché rémunérateur des produits vendus sous le label du commerce équitable. L'appui du FIDA à la Southern African Natural Products Trade Association

ENCADRÉ 3: **Projet de services financiers agricoles dans l'ex-République yougoslave de Macédoine**

Avec le projet de services financiers agricoles dans l'ex-République yougoslave de Macédoine, le FIDA s'efforce de promouvoir l'approche verticale intégrée qui doit relier le producteur au marché à l'aide de divers moyens choisis en fonction du produit à commercialiser. En règle générale, les blocages que l'on observe dans la chaîne qui conduit du producteur au marché se produisent soit au niveau de la production primaire (technologie appropriée, investissement), soit au niveau de la transformation (contrôle de qualité, planification, financement), ou bien encore au point de vente final sur le marché intérieur ou à l'exportation. À l'heure actuelle, c'est au niveau de la transformation et de la vente en gros que se situent les principaux obstacles à la réduction de la pauvreté rurale.

Le projet du FIDA a donc été conçu de manière à fournir des services financiers, en assurant également la formation nécessaire concernant l'aspect technique des opérations et leur gestion, à tous les niveaux de la chaîne de production-commercialisation. À cet effet, il prévoit des sessions spéciales de formation pour les institutions financières participantes qui proposent leurs services aux agriculteurs, aux transformateurs et aux négociants, ainsi que la création d'un centre agricole qui se chargera quant à lui de dispenser des formations techniques et de réaliser des études de marché pour des produits spécifiques à l'intention des organisations locales et nationales d'exploitants. Toutes ces activités seront organisées dans la double optique du marché intérieur et des marchés d'exportation.

(SANProTA) a pour but d'étendre les principes de l'intégration commerciale aux produits récoltés dans le domaine forestier des communautés du Botswana, du Malawi, de la Namibie, de la Zambie et du Zimbabwe, et de permettre aux populations rurales pauvres et isolées de ces pays d'accéder aux marchés des produits cosmétiques et pharmaceutiques situés dans le nord.

La mise en place de services de soutien à la distribution d'intrants et de filières permettant aux petits paysans et aux entrepreneurs ruraux d'écouler leur production sur les marchés est une composante importante des projets que le FIDA conduit actuellement dans la région *Afrique du Nord et Proche Orient*. Le FIDA sait, par expérience, qu'il ne suffit pas en général d'intensifier ou de diversifier la production pour accroître le revenu des populations rurales; il faut aussi que les paysans puissent vendre leurs produits sur les marchés afin de rentabiliser pleinement les investissements réalisés pour accroître la productivité. En Algérie, en Égypte, au Liban, en Tunisie et au Yémen, par exemple, les projets de développement appuient la diffusion d'informations sur les marchés, la création de groupements paysans de commercialisation, de centres de collecte du lait, de petites usines laitières et d'infrastructures de base (chambres froides pour le poisson et les produits laitiers, camions frigorifiques, installations de stockage des pommes de terre, etc), et fournissent une assistance technique pour l'exploration des débouchés et l'instauration de relations avec les vendeurs. Les aides ainsi dispensées en vue de faciliter l'accès aux marchés ne se limitent pas au secteur agricole, mais s'étendent aussi aux microentreprises, telles que petits commerces, unités de transformation et ateliers d'artisanat.

En *Europe centrale et orientale et dans les nouveaux États indépendants* (ECO), l'effondrement du système communiste a entraîné une dislocation rapide de tous les circuits de production, de commercialisation et de distribution des produits agricoles aux niveaux local, régional et national. Le secteur privé n'étant pas encore en mesure d'assurer des services commerciaux fiables, transparents et rentables, la stratégie du FIDA dans la région vise avant tout à faire naître de nouvelles relations entre les petits exploitants, les transformateurs et les commerçants. Cela se traduit notamment par: i) un appui à la création d'associations de producteurs et de groupements paysans de

ENCADRÉ 4: Le projet régional de promotion économique de Matale à Sri Lanka

Le projet régional de promotion économique de Matale vise tout spécialement à promouvoir les petites et microentreprises et à renforcer les liens avec le secteur privé. Plusieurs études ont été entreprises et des séances de formation ont été organisées pour diffuser des informations sur les différents types d'entreprises envisageables et leur potentiel commercial. Le projet a établi des liens avec l'industrie agro-alimentaire pour la production de cultures commerciales telles que le poivron, les semences d'oignons et le maïs. Des programmes d'aide à la petite exploitation ont été mis en place avec l'appui des industriels du secteur privé et les agriculteurs ont bénéficié d'une assistance administrative pour l'établissement de contrats d'achat à terme. Le modèle de collaboration entre paysans et entreprises privées ainsi mis à l'essai s'avère être un bon système pour stabiliser les prix et sécuriser l'accès des producteurs aux marchés.

Toutefois, les partenaires ne sont pas sur un pied d'égalité. Admettons, par exemple, qu'une entreprise cesse de collecter la production d'un paysan, celui-ci sera alors contraint d'engager une action en justice pour obtenir réparation. Or, cette solution est trop complexe et trop coûteuse pour les petits exploitants, surtout s'ils sont déjà lourdement endettés, et certains le sont au point d'avoir hypothéqué leur maison. C'est pourquoi l'une des initiatives du projet est de demander l'avis d'un juriste sur les mécanismes qui pourraient être mis en place pour sauvegarder les intérêts des paysans.

Le projet étant essentiellement consacré à la commercialisation de la production agricole, il devra évaluer les implications pour la petite paysannerie locale de la signature récente par le Sri Lanka des accords de l'OMC et de la zone de libre-échange de l'Asie du Sud, et formuler des recommandations visant à protéger les intérêts de cette population.

commercialisation, ainsi qu'une assistance technique et une formation dans le domaine commercial; ii) la création au niveau des villages de centres de collecte du lait et d'unités de transformation des produits laitiers; et iii) la distribution de crédits commerciaux dans le cadre de projets de services financiers. L'encadré 3 donne un exemple de la façon dont cette stratégie a été mise en œuvre dans l'ex-République yougoslave de Macédoine. En outre, au milieu de 2002, le FIDA a décidé de faire financer par un don d'assistance technique une étude sur la compétitivité et la commercialisation des principales productions des ruraux pauvres dans un échantillon représentatif de pays de l'ECO. Les résultats de ce travail devraient aider le FIDA et d'autres donateurs, ainsi que les dirigeants, à décider de la meilleure approche à adopter pour financer le développement du secteur agricole dans la région.

Dans la région *Asie et Pacifique*, le principal groupe cible du FIDA se compose des populations marginalisées qui vivent dans les régions les plus défavorisées. Pour le moment, le développement des liens avec les marchés ne constitue pas en soi un des grands axes de la stratégie du FIDA pour cette région, mais le Fonds préconise néanmoins, en vue d'accroître le revenu des ménages, d'augmenter les productions qui ont une valeur marchande élevée, telles que produits horticoles et produits forestiers non ligneux. Toutefois, l'absence d'infrastructures matérielles et institutionnelles adéquates pour faciliter les activités de commercialisation dans les zones défavorisées empêche les groupes marginalisés d'exploiter – à leur profit – les potentialités qui apparaissent sur des marchés de plus en plus mondialisés. Les projets financés par le FIDA ont donc pour objet d'appuyer des activités complémentaires telles que la construction/remise en état des infrastructures rurales (réseau routier), la création d'institutions locales sous la forme notamment de groupements de producteurs à vocation commerciale, et le développement des techniques d'information et des initiatives communautaires visant à aider les petits paysans à se tenir au courant des prix, des nouvelles méthodes de production et de la situation des marchés. Divers projets axés sur la commercialisation sont actuellement en cours au Bangladesh, à Sri Lanka (voir encadré 4 ci-après) et au Viet Nam.

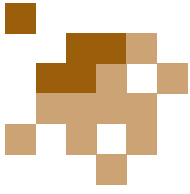
ENCADRÉ 5: Valorisation et partage des connaissances: Les partenariats du FIDA avec l'IFAT et l'Overseas Development Institute

Depuis 2000, la division Amérique latine et Caraïbes travaille en partenariat avec la Fédération internationale du commerce alternatif (IFAT). Le FIDA a contribué à l'élaboration du cahier des charges des organisations de commerce équitable et participe activement, dans le cadre de l'IFAT, à la réflexion sur l'action qu'elles mènent en faveur de l'accès aux marchés, thème qui figurait également en bonne place à l'ordre du jour des réunions régionales que la Fédération a tenues en 2002 en Afrique, en Asie et en Amérique latine.

Le FIDA a par ailleurs engagé une étude, conjointement avec l'Overseas Development Institute, à Londres, et avec la collaboration de l'IFAT, en vue d'explorer les possibilités et les options qui s'offrent pour améliorer globalement l'accès des ruraux pauvres aux marchés. Deux ateliers sont prévus dans ce cadre pour: i) identifier les principaux obstacles qui entravent l'accès des producteurs ruraux aux marchés internationaux; et ii) étudier le potentiel que représente le processus de mondialisation pour les petits paysans et ce que cela implique pour la politique économique ainsi que pour les modalités et le contenu des projets mis en œuvre dans les pays en développement. Sont invités à participer à ces rencontres des représentants du secteur privé, des bailleurs de fonds et des ONG, ainsi que des chercheurs et des universitaires, disposant tous d'une grande connaissance des questions liées à l'ouverture des marchés aux petits producteurs ruraux des pays en développement.

Dans la région *Amérique latine et Caraïbes*, la mondialisation a fait naître de nouvelles possibilités de génération de revenus, mais aussi de nouveaux défis pour les ruraux pauvres, particulièrement dans les zones reculées. Pour que ces populations puissent tirer parti des évolutions positives qui se dessinent, les projets financés par le FIDA s'efforcent de renforcer leurs liens avec les fournisseurs de technologies novatrices et de leur ouvrir l'accès des marchés locaux, régionaux et internationaux. Outre un certain nombre d'interventions axées sur le développement des microentreprises, la promotion des activités extra-agricoles et la recherche de débouchés à l'exportation pour les cultures biologiques à forte valeur ajoutée, le Programme d'appui aux microentreprises rurales en Amérique latine et dans les Caraïbes (PROMER), qui couvre l'ensemble de la région, est spécialement destiné à encourager la microentreprise et les débouchés commerciaux dans les projets financés par le FIDA. La commercialisation est également l'une des composantes de l'action déployée par l'Unité régionale d'assistance technique (RUTA) en Amérique centrale.

D'après une étude portant sur six projets financés par le FIDA en Amérique centrale, les difficultés d'accès aux marchés sont systématiquement citées comme un problème majeur par les petits producteurs. Cependant, est-il noté en conclusion de ce travail, même si elle est importante, l'aide à la commercialisation n'est pas la panacée, et elle ne peut à elle seule apporter une contribution substantielle au développement rural: le succès dépend en l'occurrence de tout un ensemble complexe d'opérations dont le développement des marchés n'est que l'un des aspects. L'expérience montre que la diffusion d'informations sur les marchés, l'étude des débouchés commerciaux, la sélection de personnel spécialisé, la création de moyens d'action pour les producteurs et le renforcement de leurs organisations sont autant d'autres facteurs importants. Le FIDA attache aussi une attention particulière aux activités de formation dans toute la région et aux partenariats avec d'autres organisations (voir encadré 5).



LES ORIENTATIONS POUR L'AVENIR: PERMETTRE AUX RURAUX PAUVRES DE TIRER PARTI DES POSSIBILITÉS ET DE SURMONTER LES OBSTACLES

Donner aux ruraux pauvres un accès plus large aux marchés est un des grands axes stratégiques de l'action de grande envergure que mène le FIDA en vue de faire reculer la pauvreté rurale. Toutefois, comme le rappelle clairement le cadre stratégique du Fonds, pour avoir un impact déterminant, une petite organisation comme le FIDA doit absolument chercher à exercer un effet catalytique: outre ses opérations sur le terrain, il doit aussi miser sur la valorisation et le partage des connaissances et des enseignements tirés des programmes nationaux, et sur sa capacité d'influencer les politiques nationales, régionales et internationales qui ont une incidence sur la situation économique des populations rurales pauvres. Ces trois dimensions – opérations sur le terrain, valorisation et partage des connaissances, action de sensibilisation – sont étroitement liées. Les projets auxquels le FIDA donne son appui comprennent à la fois des opérations sur le terrain qui permettent de fournir directement des services aux paysans pauvres et des activités au niveau national qui contribuent à la création d'un environnement favorable. Ils fournissent aussi la matière première indispensable à la valorisation et au partage des connaissances, ainsi que les éléments permettant d'influer sur le cours des politiques à l'échelle internationale. La présente section dresse un bilan général du travail du FIDA dans chacun de ces trois domaines et propose une série de recommandations à l'intention des gouvernements et des donateurs.

OPÉRATIONS SUR LE TERRAIN

En s'inspirant de ses opérations passées et présentes (évoquées dans la section III), le FIDA continuera d'aider les gouvernements des pays en développement à promouvoir la création de filières commerciales agricoles dans le secteur privé et à améliorer l'accès pour les paysans pauvres. Ces opérations s'articuleront autour de quatre grands axes: i) aider les producteurs ruraux pauvres à développer leurs compétences commerciales et à s'organiser; ii) contribuer à l'émergence, dans le secteur privé, d'opérateurs capables d'offrir aux producteurs des services appropriés et compétitifs, notamment pour l'approvisionnement en intrants et l'écoulement de la production agricole; iii) faciliter le rapprochement des producteurs et des intermédiaires du secteur privé, en mettant en place les infrastructures matérielles indispensables (principalement des routes et des moyens de communication), ainsi que des systèmes d'information sur les marchés et sur les prix, et favoriser l'instauration de relations commerciales entre les acheteurs et les vendeurs; et iv) promouvoir la création d'un environnement propre à réduire l'incertitude, à favoriser le bon fonctionnement des marchés et à encourager la participation du secteur privé aux efforts de commercialisation.

Une grande partie des initiatives envisagées viseront spécifiquement à réduire les coûts de transaction que supportent aussi bien les producteurs ruraux pauvres que les intermédiaires du secteur privé. Les projets peuvent jouer un rôle de médiation

important dans la recherche de nouveaux marchés et l'établissement de relations contractuelles entre les vendeurs et les acheteurs: la présence d'une entité extérieure indépendante rassure les parties d'un côté comme de l'autre, et peut les aider à instaurer entre elles le climat de confiance nécessaire pour nouer des liens commerciaux. Des organisations à vocation commerciale qui rassemblent les paysans pauvres (groupements, associations, coopératives) donnent à ceux-ci les moyens de centraliser leurs besoins en intrants et leur production et donc de réduire leurs frais commerciaux, ce qui peut entraîner des bénéfices accrus pour les producteurs, mais aussi pour tous les autres acteurs de la chaîne de commercialisation. La remise en état ou la construction de routes qui permettent aux petits producteurs ruraux d'accéder aux grands centres de commerce offre un bon exemple de la façon dont les programmes peuvent réduire le coût des transactions commerciales: avec de meilleures voies de communication, les transports coûtent moins cher, le marché voit arriver de nouveaux entrants et la concurrence entre les acheteurs s'accroît. L'information sur l'offre et la demande, sur la géographie des marchés et sur les prix réduit l'incertitude et le risque, ce qui fait à son tour baisser le coût des transactions, en particulier pour les paysans pauvres.

L'un des principaux obstacles au développement des relations commerciales agricoles – tant pour les producteurs que pour les intermédiaires – étant le manque d'investissements et de trésorerie, le Fonds souhaite mettre en œuvre, dans un certain nombre de pays, des programmes de services financiers ruraux pour compléter et étayer les efforts d'intégration des populations rurales aux marchés, sachant que bon nombre de ces efforts peuvent contribuer à mettre en place les conditions préalables à l'établissement de relations financières commerciales avec le secteur agricole. Dans divers pays, les entreprises agro-industrielles sont aussi les plus gros fournisseurs de crédit en nature sous la forme d'intrants. L'expansion des relations commerciales entre le secteur agro-industriel et les paysans pauvres est donc une façon d'aider ces derniers à investir dans la production. De même, l'existence de contrats d'approvisionnement et d'associations de producteurs légalement reconnues constitue une sorte de garantie qui atténue la perception par les banques commerciales du risque associé au crédit rural en faveur des pauvres, et qui peut donc entraîner une augmentation des prêts bancaires aux ménages paysans.

Le FIDA est également déterminé à promouvoir le développement de nouveaux marchés en faveur des ruraux pauvres. À l'heure actuelle, l'offre augmente plus vite que la demande pour de nombreuses cultures d'exportation traditionnelles, et la baisse tendancielle des prix des matières premières semble devoir se poursuivre. De nouveaux débouchés – aux niveaux tant régional qu'international – doivent donc être recherchés: outre le marché du commerce équitable et celui de l'agriculture biologique, qui doivent être pleinement mis à profit, il est nécessaire de réorganiser la production et de la diversifier (en l'étendant notamment aux produits naturels et à l'artisanat), de mettre davantage l'accent sur la valeur ajoutée au niveau de la transformation des matières premières, et de porter une plus grande attention aux critères de qualité et aux normes phytosanitaires en vigueur sur les grands marchés.

VALORISATION ET PARTAGE DES CONNAISSANCES

Les compétences du FIDA en ce qui concerne l'amélioration de l'accès aux marchés et le développement des marchés en sont au stade de l'élaboration. Le Fonds doit

encore identifier les domaines dans lesquels son intervention est essentielle pour favoriser l'accès aux marchés et promouvoir des relations commerciales équitables avec les intermédiaires. Les opérations sur le terrain ne font que commencer, et l'on ne sait donc pas très bien encore ce qui marche et ce qui ne marche pas, ni quel est l'impact des interventions ou leur effet sur la répartition des revenus dans les populations rurales.

Il est donc capital de tirer les enseignements de la première génération de programmes conçus pour améliorer l'accès aux marchés. Cela suppose une bonne organisation, ainsi qu'un suivi et une évaluation efficaces, avec des procédures de communication régulière d'informations; cela suppose aussi que le FIDA appuie les institutions coopérantes pour renforcer le processus de supervision des programmes, qu'il organise des rencontres pour permettre aux coordonnateurs des programmes de confronter et d'analyser leurs expériences, et enfin qu'il évalue l'impact des programmes qu'il finance.

Pour être en mesure de mieux appréhender les principaux enjeux de la situation, le Fonds devra aussi renforcer ses partenariats, en commençant par ceux qu'il a forgés avec les gouvernements des pays en développement. D'une part, les programmes d'intégration commerciale financés par le FIDA font écho au nouvel environnement que les gouvernements ont eux-mêmes créé; d'autre part, beaucoup d'entre eux aident directement ces gouvernements à élaborer les cadres juridique, politique, et institutionnel qui doivent encourager l'investissement privé dans la commercialisation de la production agricole et permettre aux paysans pauvres d'accéder aux marchés et d'en tirer parti.

Le FIDA a déjà beaucoup appris des activités de certains autres organismes donateurs sur le terrain. Il doit donc chercher à renforcer encore davantage les alliances qu'il a passées avec ces derniers, afin de créer des occasions nouvelles de mettre en commun l'expérience acquise, d'élaborer des approches cohérentes et complémentaires, et d'obtenir un cofinancement pour des interventions spécifiques. Les ONG sont également des partenaires précieux. Le FIDA a déjà accordé des financements à un certain nombre d'entre elles pour qu'elles explorent de nouveaux domaines et pilotent de nouvelles activités, ce qui a en fait permis à ces organisations de revoir leur stratégie opérationnelle, de recentrer leurs interventions et de renforcer leur capacité d'exécution. En échange, le FIDA a tiré des enseignements très utiles du travail des ONG, qui se reflètent très largement dans les orientations et le contenu de son cadre stratégique.

La stratégie du FIDA en ce qui concerne l'amélioration de l'accès aux marchés reconnaît que les intérêts des intermédiaires du secteur privé et des petits producteurs ruraux ne sont pas par définition opposés. Au contraire, elle considère les intermédiaires du secteur privé comme des partenaires importants pour le FIDA, et part du principe qu'il faut promouvoir des situations où tout le monde est gagnant, c'est-à-dire qui se justifient sur la base des avantages qu'elles procurent aux paysans pauvres, mais qui ont en fait un effet positif aussi bien sur les revenus des intermédiaires que sur ceux des producteurs. Le FIDA a constaté que, dans des circonstances favorables, le secteur privé *est prêt* à investir dans la mise en place de filières commerciales intégrant les petits producteurs; toute la question est donc de savoir comment il doit procéder pour mobiliser plus systématiquement de tels investissements en faveur d'activités dont toutes les parties pourront retirer un bénéfice accru.

Enfin, si le FIDA veut effectivement être en mesure d'aider les paysans pauvres à développer leurs relations commerciales et à accéder aux marchés – des intrants agricoles, des produits agricoles traditionnels, des produits biologiques et des produits portant le label du commerce équitable, des produits cosmétiques et pharmaceutiques, etc. –, il est indispensable qu'il ait une bonne connaissance de cet environnement et des exigences des principaux acteurs. À cet égard, le secteur privé ainsi que les associations et réseaux régionaux et internationaux qui s'efforcent de promouvoir le commerce constituent une véritable mine d'informations, notamment: la Fédération internationale des mouvements de l'agriculture biologique, les organisations de commerce équitable, l'IFAT, l'Organisation internationale des labels équitables – dont l'un des membres, TWIN Trading, va bientôt participer, en tant que cofinanceur et partenaire d'exécution, à un programme financé par le FIDA au Rwanda – et la SANProTA.

ACTION DE SENSIBILISATION

L'effort de concertation et de sensibilisation que déploie le FIDA au plan politique revêt deux dimensions. Il s'agit à la fois d'une activité menée au niveau national, en relation avec les programmes financés par le Fonds, et d'un engagement que le FIDA a pris en vue de susciter une prise en compte du combat qu'il mène contre la pauvreté rurale et de mettre à profit l'expérience qu'il a acquise grâce à son action en faveur de l'intégration des paysans aux marchés et de la création, aux niveaux régional et mondial, d'un environnement propice à son groupe cible. Cet engagement, le FIDA peut lui donner effet à la fois directement – dans les instances internationales – et indirectement, en apportant un soutien à ses partenaires, en particulier les gouvernements et les organisations de la société civile, pour les encourager à débattre des politiques à suivre.

La réforme du commerce agricole au niveau international – s'agissant à la fois de l'accès aux marchés et du mécanisme de fixation des prix et produits – est un préalable que doit imposer toute stratégie visant à réduire la pauvreté rurale. Il existe aujourd'hui dans le monde environ 900 millions de ruraux qui vivent dans une pauvreté extrême et la grande majorité d'entre eux tire de l'agriculture ses moyens de subsistance. Pour ces populations, l'accès aux marchés et les prix des produits agricoles sur le marché international revêtent une importance critique puisque leur revenu en dépend directement. Or, avec un accès limité aux marchés des pays développés et des cours mondiaux artificiellement bas, leurs efforts ne sont guère rémunérés. Au train où vont les choses, leur avancée sur la voie du développement et l'impact de l'aide que peuvent fournir leurs partenaires resteront dans le meilleur des cas limités – *et presque certainement insuffisants pour atteindre les ODM dans de nombreux pays.*

Au cœur du problème réside l'énorme poids des subventions à la production que de nombreux pays développés accordent à leurs agriculteurs. En fait, ce ne sont pas nécessairement les subventions en soi qu'il faut critiquer, et d'ailleurs rares sont ceux qui contestent le droit des pays riches de soutenir leur population rurale et leur secteur agricole, mais plutôt la *façon* dont elles sont utilisées. Si l'objectif de la subvention est d'accroître les revenus des agriculteurs, et non de les inciter à produire davantage, il existe alors bien d'autres options que les aides à la production. Ainsi, comme on s'en rend de mieux en mieux compte aujourd'hui, les subventions environnementales

pourraient avoir le même impact sur les revenus que les actuelles aides à la production, sans entraîner autant de conséquences négatives pour les paysans pauvres des pays en développement. C'est ce genre de solution qu'il faut activement chercher à promouvoir si l'on veut faire évoluer le développement mondial d'un système bipolaire, au service d'une minorité, vers un système solidaire, qui offre des possibilités à la majorité.

Des marchés plus ouverts et des subventions moins dommageables sont certes indispensables pour les paysans pauvres des pays en développement, mais le fait est que même avec un régime commercial plus équilibré, beaucoup d'entre eux se heurteraient à des difficultés croissantes. L'offre augmente à l'heure actuelle plus vite que la demande pour bon nombre de cultures d'exportation traditionnelles, et les prix des matières premières vont probablement continuer à baisser. Il faut donc rechercher de nouveaux marchés – aux niveaux intrarégional et international – et aider les paysans pauvres à y accéder dans des conditions qui leur soient bénéfiques. Les pays les plus pauvres ne disposent pas des moyens nécessaires, dans bien des cas, pour relever ces défis. Leur marché agricole est souvent mal organisé, leurs systèmes de financement rural sont inadaptés, l'accès des pauvres à la terre et à l'eau y est difficile et aléatoire, et leurs technologies et systèmes d'information sont incapables de répondre aux nouveaux besoins des populations pauvres. Il est donc impératif – et urgent – de venir en aide aux producteurs et aux pays pauvres pour faire de la mondialisation le vecteur d'un développement partagé.

Dans ces conditions, il est donc tout à fait clair que le commerce ne peut pas être perçu comme une solution susceptible de remplacer l'aide. L'aide reste un moyen indispensable pour stimuler la compétitivité et créer des conditions favorables à l'investissement privé et à l'intégration commerciale des petits exploitants, ce qui constitue deux des principaux objectifs du FIDA. Malheureusement, le niveau des ressources mondiales consacrées à ces efforts est nettement inférieur à l'ampleur du problème. Pour accélérer la réduction de la pauvreté rurale et réaliser les ODM, il est indispensable d'accroître considérablement le volume de l'aide affectée au développement. Les résultats de la Conférence de Monterrey sont encourageants à cet égard, mais il faut maintenant s'assurer qu'une plus forte proportion de ces ressources soit effectivement employée pour développer le potentiel de croissance des ruraux pauvres. Cela suppose l'ouverture d'un dialogue dans lequel le FIDA a un rôle important à jouer.

L'amélioration de la *gouvernance* est une condition essentielle à remplir pour que la mondialisation produise des effets positifs. Elle suppose que les pays en développement puissent effectivement prendre part aux décisions d'ordre économique, social et environnemental, arrêtées au niveau mondial, qui influent sur la vie de leurs citoyens, en particulier celle des ruraux pauvres. Mais elle requiert aussi une meilleure gestion des affaires publiques aux niveaux national et local, afin de promouvoir un dialogue transparent et vigoureux sur la pauvreté rurale et l'accès aux marchés à l'intérieur des frontières nationales. Ces questions ne doivent pas figurer uniquement à l'ordre du jour des responsables de la politique agricole, elles doivent faire partie des priorités de l'action gouvernementale dans son ensemble, aussi bien au niveau national qu'au niveau des administrations locales. Dans certains cas, les organismes publics assumeront le rôle de *fournisseurs* des biens et services collectifs indispensables au développement des marchés – informations, infrastructures de

base, garanties d'application des lois et des droits de propriété – tandis que dans d'autres, ils interviendront en tant que *facilitateurs*, en encourageant les entreprises privées et les ONG à offrir les biens et les services dont les ruraux pauvres ont besoin pour accéder plus largement aux marchés. En tout état de cause, les gouvernements ne parviendront pas à mobiliser le soutien substantiel dont ils ont besoin de la part des donateurs, sans un consensus sur ces différents points.

RÉFÉRENCES

Banque mondiale (2002). *Perspectives économiques mondiales et pays en développement*. Washington, D.C.: Banque mondiale.

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) (2001). “Duty and Quota Free Market Access for LDCs: An Analysis of Quad Initiatives”. Londres et Genève: CNUCED.

Fonds international de développement agricole (FIDA) (2001). *Cœurer pour que les ruraux pauvres se libèrent de la pauvreté. Cadre stratégique du FIDA 2002-2006*. Rome: FIDA.

— (2001). *Rapport 2001 sur la pauvreté rurale*. Oxford: Oxford University Press.

— (2002). *Exposés de stratégie régionale* [cinq exposés – un pour chaque division régionale]. Rome: FIDA. Disponible à l'adresse <http://www.ifad.org/SF/strategy.htm>.

Fonds monétaire international (FMI) et Banque mondiale (2002). *Market Access for Developing Country Exports: Selected Issues*. Washington, D.C.: FMI/Banque mondiale.

Disponible à l'adresse <http://www.worldbank.org/annualmeetings/mktaccess.pdf>.

Lankes, H.P. (2002). “Ouvrir les marchés aux pays en développement”. Dans *Finance et Développement*, Vol. 39, No. 3, septembre.

Legrain, P. (2002). “Free Trade in Chains”. Dans *The Economist, The World in 2003*.

Mazoyer, M. (2001). *Protéger la paysannerie pauvre dans un contexte de mondialisation*. Rome: Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO).

Oxfam International (2001). *Rigged Rules and Double Standards: Trade Globalization and the Fight against Poverty*. Londres: Oxfam.

Reardon, T. et Berdegue, J. (eds) (2002). “Supermarkets and Agrifood Systems: Latin American Challenges”. Dans *Development Policy Review*, Vol. 20, No. 4, septembre.

Stiglitz, J. (2002). *Globalization and its Discontents*. Londres: Allen Lane et the Penguin Press.



Via del Serafico, 107 | 00142 Rome, Italie
Tél +39-06-54591 | Fax +39-06-5043463
Courrier électronique: ifad@ifad.org
www.ifad.org