

PICKUP 16

MAGAZINE D'ACTUALITÉS AGRICOLES POUR LES JEUNES

Ton avis sur la mondialisation

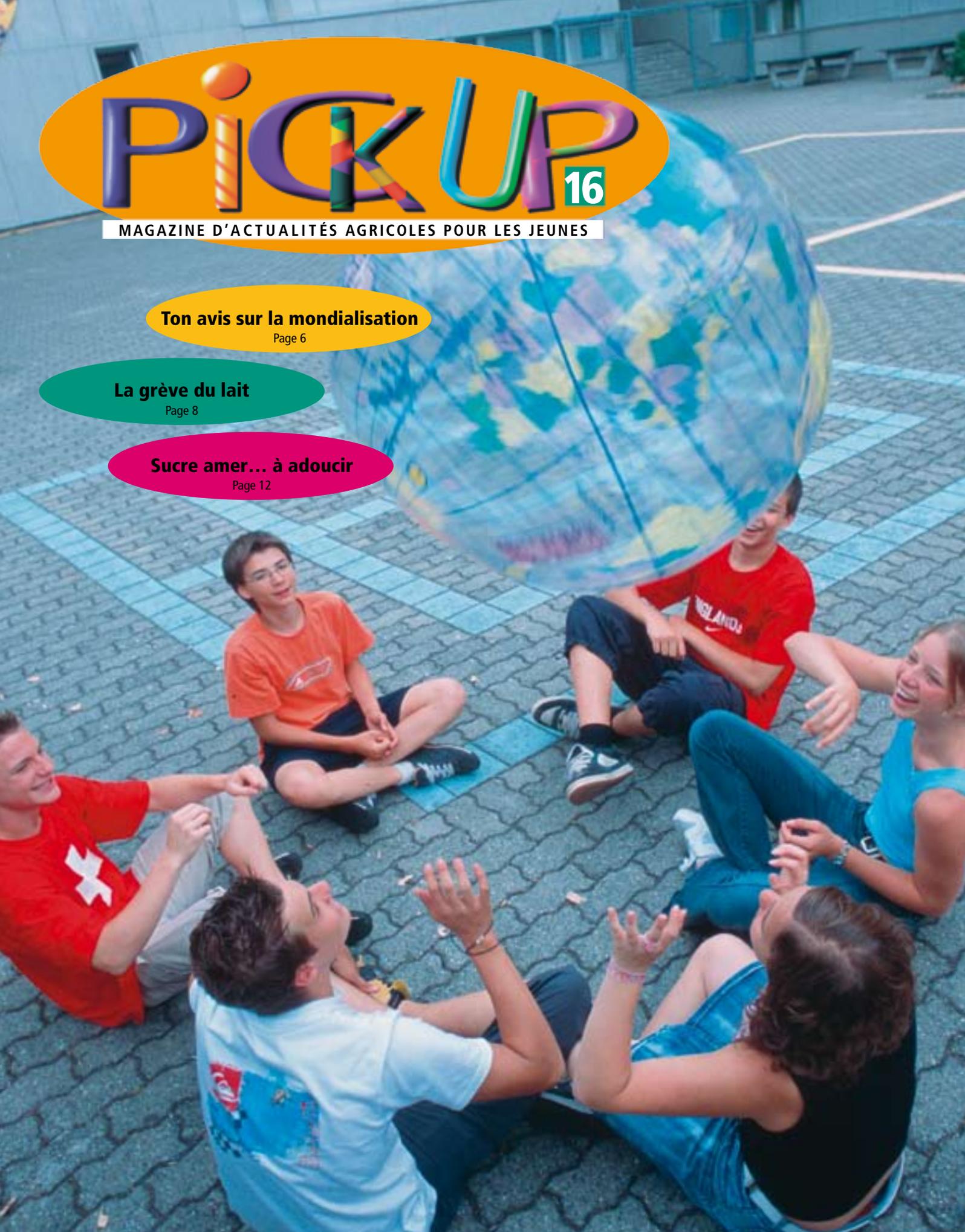
Page 6

La grève du lait

Page 8

Sucre amer... à adoucir

Page 12



VILLAGE GLOBAL

Découvrir pour choisir



Tu évolues avec naturel dans le « village global ». T-shirts chinois, films américains, téléphones japonais, fruits exotiques et chansons cubaines : ceux qui les produisent vivent aux quatre coins de la planète.

Est-ce réjouissant ? L'accès facilité à d'autres cultures l'est sans doute. Mais notre village global présente aussi ses zones d'ombre. Derrière les bananes ou les jeans bon marché se cachent trop souvent des conditions de travail inacceptables, des pollutions inutiles, une misère accrue.

Dans notre pays, de nombreux agriculteurs voient la survie de leur exploitation menacée par la mondialisation. Ici comme ailleurs, le monde paysan doit lutter dur pour maintenir son activité de producteur de denrées alimentaires de proximité. Nous avons toutefois la possibilité d'exercer notre influence dans ce mouvement mondialiste, l'OMC n'est pas toute-puissante ! Notre pouvoir réside dans nos décisions. Nous pouvons choisir le café, les bananes ou les vêtements issus du commerce équitable; ou les produits de saison cultivés par l'agriculteur voisin au lieu de ceux produits à l'étranger et transportés sur des milliers de kilomètres.

A nous de savoir si le prix est le seul critère ou si l'aspect social, les conditions de travail et l'environnement jouent un rôle dans nos choix.

Bonne lecture !

Viviane Fenter
Viviane Fenter

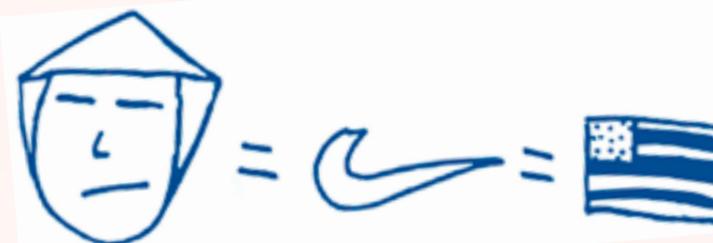
Mondialisation:
la Suisse
en profite !

Vive le
commerce
équitable!

Des jeans
pour tous
Le monde par-
dessus la jambe !

Fraises en
janvier:
• Ouvriers exploités
• L'Andalousie plastifiée
• Halte à la pollution !

MONDIALISATION



Mondialisation au quotidien

En classe. Des élèves de Fribourg « traquent » les signes de la mondialisation et examinent trois produits courants d'un œil critique. Rejoins-les !

Ton avis sur la mondialisation

Opinion. Bref aperçu de l'histoire de la mondialisation. Les arguments des partisans de la mondialisation : d'accord ? pas d'accord ? Quelle est ton opinion ?

Réactions du monde paysan

Interviews. Cinq représentants du monde paysan réagissent à la mondialisation : projet de grève – label Suisse Garantie – Union suisse des paysans – produits régionaux – s'adapter. Pour toi, quelle réaction est la plus pertinente ?

Sucre amer... à adoucir

Carte du monde. L'économie basée sur le partage du travail met la pression sur les producteurs de sucre du monde entier – en Suisse aussi. Que peux-tu faire ? Coup de pouce : deviens un consomm'acteur !

Méli-mélo

Brèves. La toile mondiale. L'OMC et les organisations critiques. La Marche des Norvégiens. Solutions. BD Maurice.

Commissaire A. Ricot.

Le commissaire A. Ricot est sur le point de résoudre sa sixième enquête. A toi d'écrire le scénario !

Impressum

Pick up est un magazine destiné aux élèves de 13 à 16 ans. Le site www.agirinfo.com. Enseignement propose aux enseignants du niveau secondaire des idées à développer sur les sujets traités dans le magazine. **Pick up info** donne un aperçu des thèmes abordés et propose une fiche de travail pour partir à la découverte du magazine.

Parution

Pick up paraît deux fois par an en français et en allemand. N°17: printemps 2006

Editeur

AMS Agro-Marketing Suisse Berne, Association pour la promotion des ventes des produits agricoles suisses.

Rédaction

LID Landwirtschaftlicher Informationsdienst, Jürg Rindlisbacher, en collaboration avec AGIR, Viviane Fenter.

Textes

Matthias Diener, Lucerne
Markus Wilhelm, Zurich

Traduction

Trait d'Union, Berne

Adaptation

AGIR, Martine Bailly
Simone Collet

Graphisme

Atelier Bruckert/Wüthrich, Olten

Photo de couverture

Christoph Schütz, Fribourg

Litho

Läderach Repro, Hindelbank

Impression

Fischer Druck AG, Münsingen

Papier

blanchi sans chlore

Commandes

Gratuit pour les enseignants et les élèves:
Agence d'information agricole romande (AGIR),
Lausanne, Téléphone 021 / 613 11 31,
fax 021 / 613 11 30, info@agirinfo.com

MONDIAL AU QUOTIDIEN

La classe de Bernard Gasser, au Collège de Jolimont à Fribourg, a entamé une réflexion sur le thème de la mondialisation pour Pick up. Les élèves t'invitent à rejoindre leur démarche.

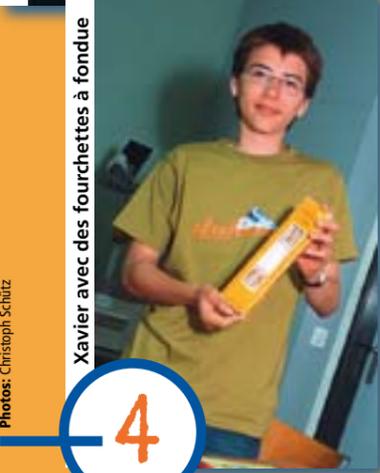
Voici les objets que nous avons présentés. A nos yeux, ils représentent certaines manifestations de la mondialisation dans notre quotidien.

A toi de trouver quelles explications correspondent aux objets présentés. Plusieurs peuvent s'appliquer au même objet (solution page 14).



Delphine avec un jouet McDonald's

- A. « Drôle qu'un objet fabriqué en Chine soit utilisé surtout en Suisse pour déguster une spécialité de notre pays! »
- B. « Cela représente pour moi la mondialisation des échanges: la possibilité de communiquer d'un bout à l'autre de la planète. »
- C. « Des objets fabriqués en Chine puis vendus dans le monde entier. »
- D. « Beaucoup d'objets effectuent un parcours mondial! Des milliers de kilomètres séparent les pays où ils sont fabriqués des lieux où ils sont vendus. »
- E. « Cela symbolise à mes yeux le travail des enfants. »
- F. « Mondialisation rime bien avec Mac Donaldisation ! »



Xavier avec des fourchettes à fondue



Lola et Estelle avec un drapeau américain

- G. « Les produits américains sont répandus dans le monde entier, ça signifie qu'on trouve bientôt les mêmes choses dans chaque pays. »
- H. « Chaque pays, chaque coin de la planète est devenu accessible. Voyager est courant, presque banal: on peut se déplacer d'un continent à l'autre en quelques heures, on va aux antipodes en moins de deux jours... »



Mélanie avec des chaussures de sport



Coray avec un téléphone portable



Dilan avec une carte du monde

Et TOI, quel objet aurais-tu choisi? Pourquoi?

Nous avons examiné de plus près ces trois produits – en aiguisant notre sens critique :

Fraises d'Andalousie – sur nos étagères en hiver

« Le transport de tonnes de fraises sur des milliers de kilomètres, c'est une pollution inutile. »

« Nous mangeons des fraises d'Espagne en plein hiver et ne savons plus quand est la vraie saison... C'est en mai que nos fraises sont mûres ! »

« L'utilisation de pesticides empoisonne les sols dans les pays producteurs de coton. »

Jeans – le monde sur mes jambes

« Les femmes qui fabriquent les jeans en Tunisie sont mal payées et travaillent dans des conditions lamentables. Une délocalisation est décidée? Elles perdent leur emploi! »

« Les jeans sont une sorte de « vêtement mondial » qu'on porte dans tous les pays: cet aspect culturel est plaisant. »

« En Andalousie, cette région est dévastée par des dizaines d'hectares de plastique et les sols sont contaminés par les pesticides. »

« Les haricots verts d'Afrique sont bon marché, ce que les consommateurs suisses apprécient sans doute. »

Haricots du Kenya – bon marché en Suisse

« Les maraîchers suisses ne perdent-ils pas du travail à cause de cette concurrence ? »

« C'est quand même important pour les producteurs africains d'avoir du travail, nous ne pouvons pas refuser d'acheter leurs haricots ! »

« Si nous achetions alternativement des haricots suisses et des haricots africains ? »

La mondialisation est décidément un phénomène bien complexe. D'où notre conclusion: **«La mondialisation, attention!»**

- | | | |
|----------|--------------|---------|
| Maxime | Aurelie | Fabien |
| Yannick | Xavier | Morgan |
| Delphine | Dilan | Julien |
| Anais | Loise | Anthony |
| Estelle | Diana Raquel | Jeremy |
| Lola | Billie | Cindy |
| | Melina | Melanie |
| | Xavier | Coray |

Ton avis sur la mondialisation

Voici cinq avis tranchés des partisans de la mondialisation.

 Lis les arguments correspondants. D'accord ? Pas d'accord ? Marque ton choix d'une croix.

1 Les prix doivent baisser.

«Dans notre pays, les prix des aliments, des vêtements et des téléphones sont beaucoup trop élevés. La mondialisation les fera baisser. Sans dépenser plus, nous pourrions nous offrir davantage.»

D'accord. Pour ne plus devoir payer des prix élevés en Suisse, il faut abolir les taxes d'importation. Ainsi, les produits bon marché de l'étranger pourront entrer en concurrence avec les coûteux produits helvétiques. En Suisse, par exemple, 500 g de yogourt nature coûtent Fr. 1,70, contre Fr. 0,60 en Allemagne!

Pas d'accord. Certes, dans notre pays les prix sont hauts, mais les salaires sont élevés. En Suisse, le pouvoir d'achat est l'un des plus hauts du monde. En Allemagne, il n'atteint que les 2/3 du nôtre, dans les villes indiennes le 1/10^e. Si le prix du yogourt passe de Fr. 1,70 à Fr. 0,60, que restera-t-il aux producteurs de lait alors que leur revenu ne cesse de baisser ?

Le niveau des prix ? Cela ne me concerne pas, c'est une préoccupation d'adulte.

2 Les revenus continuent à augmenter.

«Grâce à la mondialisation, tout le monde gagne plus.»

D'accord. Le monde n'a jamais été aussi riche. Entre 1960 et 2002, les richesses mondiales ont été multipliées par 8 : nous en profitons tous !

Pas d'accord. La mondialisation a seulement pour effet que les riches sont plus riches et les pauvres plus pauvres et plus nombreux.

Tout ce que je demande, c'est que mon futur revenu soit élevé.

3 Les prix sont suffisamment équitables.

«Une paire de chaussures de sport de marque coûte quelque 120 francs. Sur cette somme, le salaire des ouvrières qui les fabriquent est de 50 centimes. C'est normal.»

D'accord. Il est normal que les frais de main-d'œuvre soient les plus bas possible, afin que le produit soit concurrentiel : 0,4% du prix de vente, c'est la norme. Les ouvrières des pays en développement en profitent : elles sont contentes d'avoir un emploi.

Pas d'accord. Dans la plupart des pays à bas salaires, les ouvrières ne gagnent même pas de quoi vivre décemment. Elles n'ont ni vacances, ni assurance perte de gain, ni prévoyance vieillesse. Les chaussures de sport ne seraient pas sensiblement plus chères en Suisse si les ouvrières travaillaient à de meilleures conditions.

Tant que j'ai des baskets de la bonne marque... Leurs conditions de production ne m'intéressent pas.

4 Tous les pays en profitent.

«La mondialisation ouvre la porte des pays riches aux pays économiques faibles. Ils peuvent vendre leurs marchandises dans le monde entier.»

D'accord. Tous les pays du monde sont liés par le commerce global. Pour tous, les échanges commerciaux augmentent: au cours des 50 dernières années, le commerce mondial a été multiplié par 25.

Pas d'accord. Le commerce mondial se fait essentiellement entre les Etats-Unis, l'Europe et l'Extrême-Orient. La part de l'Afrique dans le commerce mondial n'est que de 2% et ne concerne que les pays méditerranéens et l'Afrique du Sud; la part du marché mondial des autres États africains est toujours aussi réduite.

Le commerce mondial, ça se passe entre les pays mais dans ma vie ça change rien.

5 L'environnement naturel est gagnant.

«Grâce à la globalisation, nous pouvons préserver l'environnement dans le monde entier.»

D'accord. Seul un monde globalisé peut résoudre des problèmes aussi graves que le réchauffement du climat, les trous dans la couche d'ozone et le manque d'eau potable. C'est grâce au bénéfice engendré par la libre circulation des marchandises que nous aurons assez d'argent pour protéger l'environnement.

Pas d'accord. 1. Peu de multinationales se soucient d'écologie, la protection de l'environnement étant un facteur de coûts. 2. Dans les pays à bas salaires, beaucoup d'entreprises polluent sans garde-fous. 3. La mondialisation implique que les produits sont souvent transportés à travers le monde par avion, bateau ou camion. Les jeans, par exemple, font plusieurs fois le tour du monde avant que leur production soit terminée, ce qui est un non-sens.

Je ne suis pas écolo, alors la protection de l'environnement ça ne me branche pas.

La division du travail conduit à la mondialisation

Mondialisation: Du point de vue économique, la mondialisation implique la libre commercialisation des produits et des services dans le monde entier à prix uniformément bas. Un système qui va de pair avec la division du travail.

Notre économie est basée sur le principe de la division du travail, chacun se spécialisant dans l'activité qu'il réalise particulièrement bien et à peu de frais. Cela permet de produire plus de produits, à des prix plus bas et pour un profit élevé.

Comment fonctionnent la division du travail et la libre commercialisation?

Admettons qu'aux Etats-Unis et en Suisse on ait besoin du nombre d'heures suivantes pour fabriquer une unité de soja et une unité de fromage:

	Soja	Fromage
Etats-Unis	10 h	30 h
Suisse	30 h	10 h

Sans libre commercialisation: en 40 heures de travail on produit, en Suisse comme aux Etats-Unis, 1 unité de soja + une unité de fromage.

Avec libre commercialisation: si la Suisse ne produit que du fromage et les Etats-Unis que du soja, en 40 heures la Suisse produit 4 unités de fromage et les Etats-Unis 4 unités de soja. Si les deux pays échangent leurs marchandises, ils produisent deux fois plus pour le même coût; ou, à production égale, ils dépensent deux fois moins.

L'argent, les armes et la technique, moteurs de la mondialisation

Dès 2000 av. J.-C. – l'argent métal

La Mésopotamie pratique le négoce avec les pays voisins, les peuples du sous-continent indien et ceux de la Baltique. Pour les échanges commerciaux, l'argent remplace l'orge.

Dès 300 av. J.-C. – la monnaie

Rome pratique le négoce avec les peuples de la Méditerranée, importe de la soie de Chine, exporte des métaux et de la laine, pratique avec certains peuples africains le commerce de détail et celui des esclaves avec les Gaulois. La frappe de monnaie par les Romains facilite le commerce.

Dès 1450 – les armes

Espagnols et Portugais sont les premiers à conquérir de grandes parties du monde. Anglais, Hollandais et Français les suivent de près et créent sur les autres continents des colonies qui fournissent l'Europe et, plus tard, les Etats-Unis en hommes et en marchandises. Guerres et batailles gagnées sont la base du commerce.

Dès 1900 – les moteurs

Les produits sont transportés toujours mieux, plus vite et plus avantageusement à travers le monde entier. Il est maintenant possible de commercialiser des marchandises rapidement périssables par chemin de fer, par la route, par bateau à vapeur puis à moteur, et enfin par avion.

Dès 1990 – Internet

Désormais, les informations s'échangent autour du globe en quelques fractions de seconde. Un directeur d'entreprise peut avoir son bureau en Suisse et ses collaborateurs en Asie ou en Amérique du Sud. La notion de «mondialisation» émerge.

La mondialisation frappe durement l'agriculture suisse. Au total, les enjeux se chiffrent par milliards de francs. Il en va de la survie de nombreuses exploitations.



Martin Haab, paysan à Mettmenstetten (ZH), gère une exploitation de presque 40 hectares - ce qui est beaucoup pour la Suisse. Eleveur de bétail laitier reconnu, il détient 50 vaches de la race Brown Swiss dont il obtient 400 000 litres de lait par an et travaille selon des méthodes modernes et rationnelles.



Le producteur de lait Martin Haab veut faire grève



«Nous sommes en train de mener l'agriculture à sa perte, dans le monde entier.»

Logiquement, Martin Haab devrait donc être satisfait de son sort, comme son site www.top-swiss.ch en donne l'impression. Pourtant ce n'est pas le cas. Révolté par le sort réservé à l'agriculture suisse en général et aux producteurs de lait en particulier, Martin Haab s'est engagé politiquement: pendant l'été 2005 il a créé, avec d'autres paysans, l'association BIG-M (Bäuerliche Interessengruppe für Marktkampf = Groupe d'intérêts paysans en lutte sur le marché). BIG-M entend mettre sur pied une grève du lait à l'échelon européen.

Pick up: Une partie des paysans suisses prépare une grève du lait avec des paysans européens. De quoi s'agit-il ?

Martin Haab: D'un embargo sur les livraisons de lait aux transformateurs. Pour ma part, je pourrais le donner à boire à mes vaches, d'autres le donneraient aux porcs ou aux taureaux à l'engrais et d'autres fabriqueraient du beurre. Pendant la grève, nous aimerions offrir aux consommateurs la possibilité de venir chercher gratuitement du lait chez nous.

Pourquoi préparez-vous cette grève du lait ?

M.H.: Nous recevons à peine 70 centimes par litre de lait. Ce prix ne couvre plus les coûts de production. Sur une exploitation suisse moyenne, la production revient à 111 centimes par litre. Nous ne pouvons produire du lait que grâce au subventionnement croisé, c'est-à-dire au revenu généré dans d'autres branches d'exploitation comme l'élevage des porcs ou la vente des fruits, voire grâce aux activités extérieures pratiquées par le paysan ou la paysanne. Le paysan suisse travaille toujours davantage pour un salaire horaire de 8 francs dans le secteur de la production laitière. Il doit refuser de se sacrifier ainsi.

Pourquoi le prix du lait est-il aussi bas ?

M.H.: Deux principales raisons à cela. D'une part c'est une conséquence de la globalisation : selon l'OMC (Organisation mondiale du Commerce, page 14), les produits agricoles doivent provenir des pays où leur production est la moins coûteuse, c'est-à-dire les grands pays exportateurs de produits agricoles. Soit l'Amérique du Nord, l'Australie, le Brésil ainsi que les pays où n'existe aucune loi régissant l'écologie, la protection des animaux et les droits de l'homme. Si ces pays produisent et exportent davantage, leur population n'en bénéficiera pas

pour autant. Seules les entreprises commerciales s'empresseront les poches. D'autre part, la baisse du prix du lait s'explique par le fait qu'en Europe on produit environ 8% de lait en trop. C'est à nous, paysans, d'adapter le volume à la demande.

Que voulez-vous obtenir avec une grève du lait ?

M.H.: Cette grève se veut une démonstration de force vis-à-vis des transformateurs et des commerçants. Nous voulons prouver que nous pouvons imposer des prix qui couvrent les coûts de production. Nous avons besoin d'un prix de 95 centimes. Avec les 16 centimes qui nous sont accordés sous forme de paiements directs pour nos prestations écologiques liées à la production laitière, nous obtenons un total de 111 centimes permettant de couvrir les frais de production. Les grands distributeurs ne cessent d'invoquer le fait que leurs clients refusent de payer plus. Mais je suis convaincu que le consommateur acceptera une augmentation de 10% pour une prestation équitable.

Qu'obtiendra le consommateur s'il accepte de payer davantage ?

M.H.: Des produits laitiers de meilleure qualité obtenus selon des méthodes de production durable, irréprochables du point de vue de l'écologie et des besoins des espèces animales, exempts d'organismes génétiquement modifiés (OGM) et produits par des paysans rétribués décemment. Un prix du lait couvrant les coûts réels de production nous permettra de continuer à investir dans nos exploitations, nos bâtiments, nos machines et nos installations techniques. En outre, cela donnera du travail dans la région et tout le monde en profitera.

Comment en êtes-vous arrivé à vous engager dans cette grève du lait ?

M.H.: J'en suis arrivé là avec quelques paysans. Au cours des

dernières années nous avons rationalisé nos entreprises, agrandi nos exploitations, amélioré notre efficacité, investi, formé des communautés d'exploitation. Nous injectons toujours plus d'argent et de travail dans nos exploitations. Si je compare mes comptes d'aujourd'hui avec ceux d'il y a dix ans, je remarque que mes revenus n'ont pas du tout augmenté. En tant qu'éleveur de Swiss Brown, je suis allé en Amérique du Nord, du Sud et en Australie pour voir comment ça marche là-bas: avec 2500 vaches sur une seule exploitation, 250 000 poules en batterie, 1500 truies mères dans une seule halle, même ces exploitants ne parviennent pas à couvrir les coûts !

Vous préparez votre grève avec les paysans de l'UE.

M.H.: Oui, des paysans de 12 pays de l'UE sont avec nous. L'important est de cesser tous en même temps de livrer le lait. Lorsque nous discutons avec les paysans des autres pays, nous remarquons à quel point on nous roule dans la farine. A nous autres Suisses, on dit « Regardez les Autrichiens, ils ont réussi leur réorientation. » Mais lorsque nous les questionnons, les Autrichiens nous disent qu'aux prix actuels une bonne partie d'entre eux devront bientôt cesser de produire du lait, alors qu'on leur met sous le nez le modèle allemand. Si nous allons en Allemagne, nous voyons que même des exploitations de 1000 vaches gérées de manière rationnelle ne parviennent plus à couvrir les coûts. Et les fermiers australiens, qui reçoivent le prix du marché mondial, soit 20 centimes par litre, disent que si le prix du lait n'a pas doublé d'ici un an, ils devront arrêter la production. Nous sommes en train de mener l'agriculture à sa perte dans le monde entier.



Barbara Paulsen est responsable de la communication d'Agro-Marketing Suisse

SUISSE GARANTIE: la marque suisse exclusive

«Depuis 2004, « SUISSE GARANTIE » est la marque de provenance des denrées alimentaires authentiquement suisses. Elle a été créée par l'agriculture suisse pour faire face aux importations de denrées bon marché. Des sondages ont révélé que de nombreux consommateurs suisses sont attentifs à la provenance de leur alimentation et préfèrent acheter des produits indigènes pour leur fraîcheur, leur transport sur de courtes distances, leur caractère naturel, leur production dans le respect de normes strictes, des contrôles rigoureux auxquels ils sont soumis. Une tendance qui s'est précisée depuis les scandales survenus dans le secteur des produits animaux: viande, œufs, produits laitiers. Toutes les denrées alimentaires portant la marque SUISSE GARANTIE proviennent des filières de production et de transformation de notre pays. Les denrées sont produites selon les normes PER (prestations écologiques requises), en conformité avec les exigences de la protection de l'environnement et des animaux et sans recours aux OGM. Des organismes de certification indépendants, reconnus par la Confédération, examinent les entreprises de livraison, leur octroient le certificat et vérifient que les prescriptions soient respectées. Actuellement, la marque SUISSE GARANTIE est utilisée principalement pour les produits frais non transformés

tels les fruits, les légumes, le lait, la viande, les champignons et les fromages. Son application sera par la suite étendue aux denrées alimentaires transformées comme les légumes surgelés ou les produits finis à base de pommes de terre. Les produits plus élaborés contenant de nombreux ingrédients, par exemple les cannellonis précuisinés, ne pourront probablement pas porter la marque SUISSE GARANTIE, car ils contiennent généralement des ingrédients importés (œufs, épices, huile). Depuis l'automne 2005, la marque SUISSE GARANTIE est applicable à de nombreux produits. Il incombe à Agro-Marketing Suisse (AMS), en tant que responsable de la marque de provenance, de convaincre l'ensemble du commerce de la nécessité de son introduction. En été 2005, COOP l'utilisait déjà pour tout l'assortiment possible, alors que Migros ne vendait encore que des fruits et des légumes SUISSE GARANTIE. A fin 2005, AMS procédera pour la première fois à une enquête afin de mesurer la popularité de la marque auprès des consommateurs.»



Vous trouverez sur le site www.suissegarantie.ch une liste des exploitations certifiées SUISSE GARANTIE ainsi que les réponses à d'autres questions relatives à cette marque.



Heidi Bravo, responsable du dossier «Relations internationales» à l'Union suisse des paysans :

L'Union suisse des paysans défend l'agriculture face à l'OMC

«Dans le contexte de la globalisation, les négociations menées dans le cadre de l'OMC (Organisation mondiale du commerce, page 14) jouent un rôle prépondérant. L'Union suisse des paysans y représente les intérêts des agriculteurs suisses aux côtés des organisations paysannes ayant des intérêts similaires (Norvège, Islande, Japon, Corée, Israël) face aux grands pays exportateurs (Etats-Unis, Australie, Brésil). Lesquels produisent à peu de frais dans d'immenses exploitations d'importantes quantités de céréales, viande et autres denrées, faisant ainsi pression sur les prix et menaçant la pérennité de notre agriculture.

Avec les pays alliés, nous formulons des arguments appuyant la défense de nos intérêts. Nous sommes d'avis que, dans le monde entier, chaque pays a le droit de disposer de sa propre agriculture et de produire des denrées alimentaires sur son

sol. Par ailleurs, pour la Suisse comme pour de nombreux autres pays, l'entretien et l'occupation de l'espace rural ainsi que des campagnes vivantes sont des objectifs importants. Pour les pays du Tiers-Monde, l'argument prioritaire est que l'agriculture doit générer des places de travail pour la population et assurer leur approvisionnement alimentaire.

Concrètement, nous luttons pour le maintien d'une certaine protection à la frontière contre les produits importés à bas prix des grands pays exportateurs de produits agricoles. Au cours des dernières années, nous avons tissé de bons contacts avec les organisations paysannes des pays de l'UE et avec d'autres organisations réparties dans le monde entier. Notre objectif commun est de garantir la rentabilité de la production et de maintenir le revenu paysan.»



Kathrin Streit, paysanne à Zimmerwald (BE), dirige le projet «Gantrisch-Bäuerinnen im Globus» (les paysannes du Gantrisch au Globus).

Quand des paysannes s'associent pour vendre leurs spécialités

«Nous sommes quarante paysannes du triangle Thoune-Berne-Fribourg à prendre chaque mois le chemin de Berne pour y commercialiser nos produits (tresses, confitures, biscuits de Noël, œufs de Pâques, etc.) au rayon Delicatessa de Globus*** pendant quelques jours de marché. Notre idée: apporter nos produits de qualité et nos recettes originales en ville où le pouvoir d'achat est important et augmenter ainsi nos revenus.

Nos produits ont du succès et la clientèle nous fait savoir ce que nous pourrions encore améliorer. Cette activité représente un joli revenu pour les paysannes, dont certaines vivent dans des fermes reculées. Elle permet à certaines de réaliser jusqu'à la moitié du revenu de l'exploitation. En

2003, notre projet nous a valu un prix d'innovation. Cela nous a donné de l'assurance et de nouvelles idées. Nous avons ainsi créé en complément l'Apéro de Gantrisch, où nous proposons exclusivement des produits typiques de notre région (fromage, viande, légumes, fruits, jus de pomme, tisanes).

Mais à elle seule l'innovation ne suffit pas. Il faut également créer un réseau de contacts. Nous sommes ainsi intégrées dans le projet régional „Region Gantrisch“ et vendons nos produits sous la marque „Gantrisch“ (www.gantrisch.ch). Nous sommes organisées de manière très simple: les 40 paysannes sont réparties en 7 groupes ayant chacun à sa tête une responsable. Par leur intermédiaire nous entretenons les contacts entre nous et n'avons ainsi besoin de nous réunir que deux fois l'an pour discuter et répartir entre les groupes les quelque 75 jours de marché.»



Andreas et Marisa Leuenberger gèrent une exploitation agricole à Buus (BL)

Adapter l'exploitation, une nécessité permanente

Andreas Leuenberger: «En 1974, mon père a quitté le village pour s'installer sur le domaine de Leimen. Au fil des années, nous avons doublé la surface exploitée à 26 hectares et relevé le contingent laitier (le volume de production laitière fixé par l'Etat) de 55 000 à 95 000 kilos. Nous allons maintenant cesser de produire du lait et passer à la garde de vaches allaitantes. En effet, pour continuer de détenir du bétail laitier, il nous faudrait investir dans des étables et prendre des vaches qui produisent davantage de lait et donnent plus de travail.

Au cours des dix dernières années, les exploitations agricoles n'ont cessé de se spécialiser. Nous avons planté des cerisiers à basse tige afin de réduire la charge de travail lors de la récolte. Au prix de Fr. 5,50 le kilo pour la classe Extra, nos cerises sont compétitives par rapport aux importations des pays de l'UE, car les cerises de table ne peuvent être cueillies qu'à la main. Cela n'est pas le cas des cerises destinées aux conserves et à la distillation, qui sont récoltées à l'étranger à la machine et importées à un prix ridicule; deux personnes peuvent en récolter 8 000 kilos par jour. Dans cette catégorie, nous ne pouvons pas soutenir la concurrence.

Nous avons également agrandi nos vignobles et, dès 1999, nous vinifions notre raisin. Dans l'ancien atelier, nous avons aménagé un magasin où nous vendons notre vin et les autres produits de notre domaine.»

Marisa Leuenberger: «Je fais du pain et des tresses, des confitures, de la compote de fruits et légumes. Je sèche des pommes, des poires, des pruneaux et des haricots. Il est important pour nous de pouvoir proposer un vaste assortiment et pas seulement du pain et du vin.»



Sucre amer ...

Beaucoup d'ouvriers agricoles et d'agriculteurs d'Afrique, d'Asie, d'Amérique et d'Europe ressentent les désavantages d'une économie mondiale basée sur la division du travail. Certaines têtes pensantes sont à la recherche de solutions. Nous pouvons également agir...

Depuis 500 ans le sucre est un produit du commerce mondial. Les Espagnols et Portugais ont exporté la culture de la canne à sucre en Amérique. La demande de sucre ayant fortement augmenté en Europe, des esclaves ont été transportés par bateau d'Afrique en Amérique pour y travailler durement dans les plantations de canne à sucre. Depuis le XVIII^e siècle, la production de sucre bat son plein au Brésil et dans les Caraïbes. Aujourd'hui encore, des sociétés commerciales anglaises, françaises et américaines en contrôlent le commerce.

Aux Caraïbes. Des ouvriers agricoles suent sang et eau pour récolter la canne à sucre. Les sociétés propriétaires des plantations achètent des travailleurs haïtiens à la police et aux militaires qui contrôlent ce trafic. Des milliers de Haïtiens sont chaque année illégalement « exportés » pour travailler sur les plantations de la République Dominicaine. Ils sont payés environ 50 francs. Non par jour, ni par semaine, mais pour la saison complète!

En Afrique. Au Mozambique, de petits cultivateurs produisent à bas coût depuis des siècles du coton, des noix, du thé et de la canne à sucre pour l'exportation. Ils produisent. Le Mozambique est l'un des pays producteurs de sucre les moins chers du monde, pourtant le sucre des plantations du Brésil et de la République Dominicaine est encore meilleur marché. Vers quelle production pourront se tourner les agriculteurs du Mozambique si le sucre produit ailleurs – aux dépens des hommes et de l'environnement – est meilleur marché ?

La Suisse. En 2005, la production des producteurs suisses de betteraves à sucre a couvert 85% de la consommation du pays. Les agriculteurs ne gagnent plus que Fr. 10.- par 100 kg de betteraves sucrières alors qu'au début des années 90 leur gain s'élevait à Fr. 15.- Or, l'OMC (page 14) demande à la Suisse de supprimer son soutien à la production indigène. Sans cette aide, les agriculteurs ne recevraient plus que Fr. 6,50 par 100 kg, un montant insuffisant pour couvrir les coûts de production. Que pourront cultiver nos agriculteurs alors que l'OMC demande aussi de supprimer les contributions à la production pour d'autres grandes cultures ?

Les 5 plus grands ...

... exportateurs de sucre	Millions tonnes	... importateurs de sucre	Millions tonnes	... producteurs de sucre	Millions tonnes	... consommateurs de sucre	Millions tonnes
le Brésil	13.4	le Russie	4.9	le Brésil	26.0	l'Inde	18.6
l'UE	5.6	l'UE	2.4	l'Inde	21.7	l'UE	17.2
la Thaïlande	5.5	l'Indonésie	1.9	l'UE	19.8	la Chine	11.0
l'Australie	4.0	la Corée du Sud	1.6	la Chine	11.4	le Brésil	10.2
le Cube	1.8	Japon, Etats-Unis, Ukraine, Malaisie	1.5	les Etats-Unis	8.0	les Etats-Unis	8.8

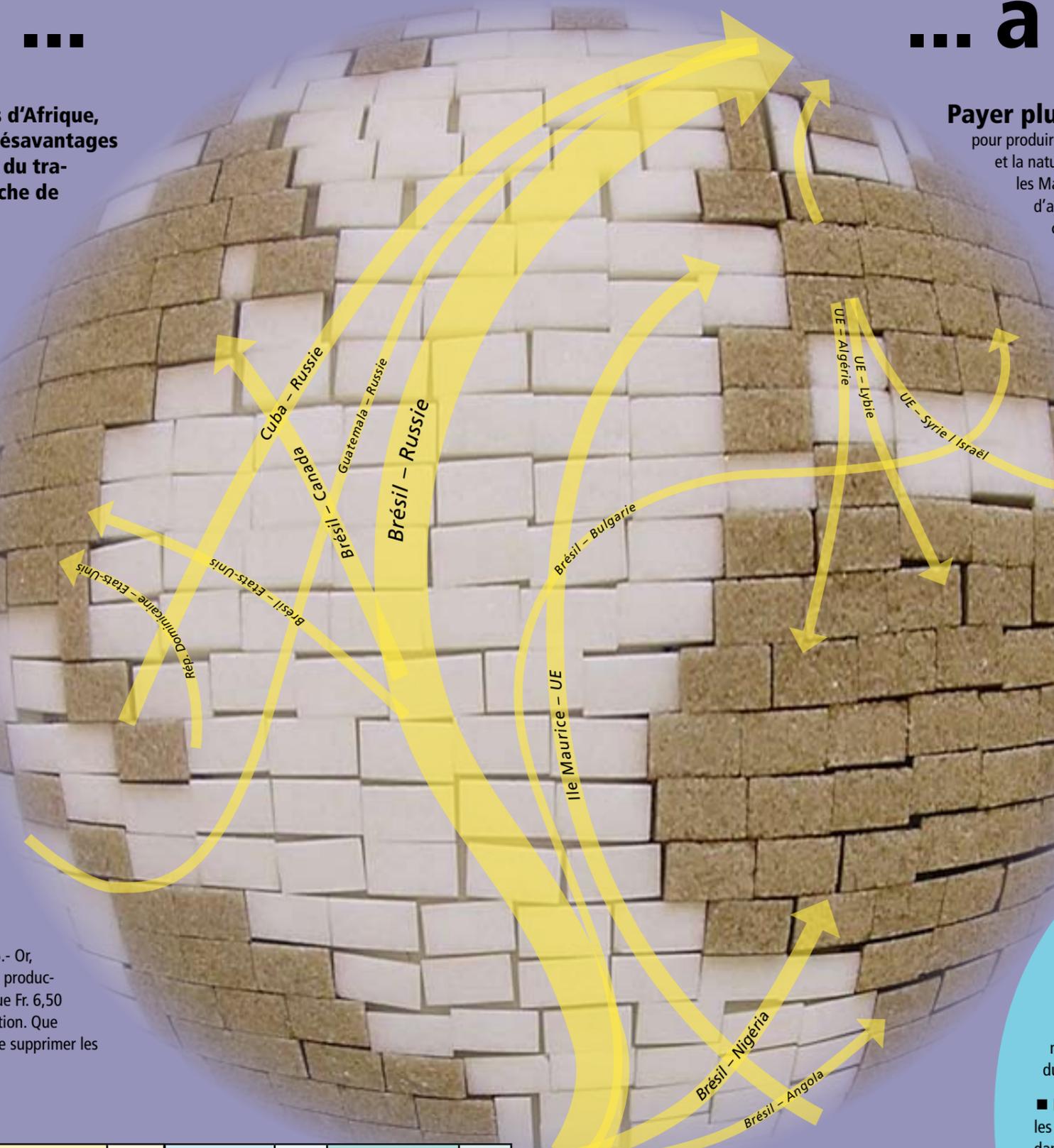
... à adoucir

13

Payer plus, ... Sur l'île Negros, aux Philippines, les paysans se sont unis pour produire de la canne à sucre sans conséquences néfastes pour l'homme et la nature. Un plus signalé sur le sucre Mascobado vendu en Europe dans les Magasins du monde. Les producteurs philippins gagnent le double d'avant. Mais cette filière équitable ne représente que bien peu de chose par rapport à l'ensemble de la production sucrière.

... ou ne pas acheter ? La brazzéine, protéine extraite du fruit d'une liane de la forêt tropicale d'Afrique de l'Ouest, pourrait modifier profondément le marché mondial du sucre: son pouvoir édulcorant est mille fois plus fort que celui du sucre. Les indigènes l'utilisent depuis des siècles. Mais voilà que cette liane connaît subitement une notoriété grandissante. Pourtant, cela ne profitera pas aux habitants d'Afrique de l'Ouest qui ne vendront jamais leurs fruits sur le marché mondial. L'université américaine du Wisconsin a en effet déjà déposé plusieurs brevets pour la brazzéine. Et les entreprises de biotechnologie travaillent fébrilement à modifier le génome du maïs et d'autres plantes pour pouvoir produire de grandes quantités de brazzéine sous nos latitudes.

Une telle pratique est courante: entreprises et universités prospectent partout pour trouver, breveter et commercialiser des plantes intéressantes. Les Nations Unies estiment que le manque à gagner pour la population des pays pauvres concernés est de plus de 5 milliards de \$ par an.



COUP DE POUCE

Deviens un « consomm'acteur » !

Tu fais les courses, tu achètes de quoi préparer un repas en famille ou entre copains, tu cherches un nouveau vêtement ou un meuble pour ta chambre ? Tu as pris conscience que tes choix ne doivent pas uniquement reposer sur des questions de prix ou de mode, puisqu'ils ont une influence sur les conditions de travail des producteurs et sur l'environnement.

■ Pour naviguer dans l'univers de la consomm'action, savoir lire entre les lignes des étiquettes est utile. Afin de découvrir les critères correspondant aux labels apposés sur les aliments, les vêtements, les meubles etc., consulte les sites suivants: http://www.geneve.ch/agenda21/consommation/fiches/annexe_a.pdf, http://www.nicefuture.com/modules_speciaux/gestes_quotidiens/label.html

■ Tu trouveras d'autres conseils pour « acheter responsable » et avec plaisir sur le site: http://www.nicefuture.com/modules_speciaux/gestes_quotidiens/achat.html



WWW – World Wide Web

Le World Wide Web est l'instrument le plus performant de la communication mondiale : il connecte en un instant les personnes des différents continents. Mais la plus grande partie de la population mondiale n'a pas la possibilité de communiquer avec ce système qui ignore les frontières.

Seulement 10% de la population mondiale est connectée : l'accès à Internet est très inégal et un réel fossé sépare les pays du Nord de ceux du Sud (on parle de « fracture numérique »). Cela ne changera pas dans un proche avenir car un tiers de la population mondiale n'a pas encore le courant électrique et ne peut donc pas utiliser d'ordinateur. Pour rappel, la moitié de l'humanité n'a encore jamais téléphoné et avoir une ligne téléphonique est la deuxième condition pour se brancher sur Internet.

Moins d'un Africain sur mille a accès à Internet. Dans beaucoup de pays africains, un modem est plus cher qu'une vache, que seuls les plus riches peuvent acquérir. Toute l'Afrique (plus de 850 millions d'habitants) ne compte que trois fois plus de lignes téléphoniques que la Suisse (environ 7,5 millions d'habitants).

Néanmoins, grâce à Internet, l'information ne peut pratiquement plus être gardée secrète. Pour beaucoup de gens qui vivent sous une dictature, Internet est une précieuse source d'informations. L'organisation Reporters sans frontières reconnaît que les bloggers sont parfois « les seuls véritables journalistes dans les pays où la censure est reine ». Mais il ne faut pas croire que le web permette de s'exprimer en toute liberté : sur Internet aussi, la mise en ligne des informations est contrôlée. Dans de nombreux pays des sites sont interdits, les e-mails filtrés, des internautes emprisonnés. Sur son site, Reporters sans frontières explique comment certains états, Chine en tête, aseptisent les informations publiées à son sujet sur Internet.

http://www.rsf.org/article.php3?id_article=14983



Le siège de l'OMC à Genève

Organisation mondiale du commerce

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, un système d'accords commerciaux internationaux, le GATT (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce) était le seul instrument qui régissait le commerce mondial. En 1994, le GATT a été transformé en une entité nouvelle et puissante, l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Son siège est à Genève et elle fait partie de l'ONU (Organisation des Nations Unies). L'OMC compte quelque 150 pays membres, dont la Suisse.

L'objectif principal de l'OMC est de faciliter la collaboration économique mondiale en supprimant les obstacles aux échanges commerciaux entre pays et en diminuant les droits de douane. On parle de « libéralisation du commerce ». Lors des négociations de l'OMC, les intérêts divergents des pays font, entre autres facteurs, obstacle à l'adoption rapide de solutions dans le domaine de l'agriculture.

Ses détracteurs reprochent à l'OMC de protéger plutôt les droits et les intérêts des grands groupes internationaux. Selon eux, seuls le Japon, l'Europe et l'Amérique du Nord en profitent. Ils reprochent en outre à l'OMC de privilégier la seule croissance économique, au détriment des aspects sociaux et environnementaux.

www.wto.org



Solutions

des pages 4/5

→ Mondialisation au quotidien. Les objets correspondent aux explications suivantes :

A-6, B-5, C-4, D-3, E-3, F-2, G-1, H-7

Commissaire A. Ricot

Solution Pick up 15, page 16, « Menace sur la prairie »

On trouve du plomb et d'autres métaux sur les prairies des stands de tir, autour des cibles (Pick up 15, page 14). C'est pourquoi on évite de laisser paître du bétail sur ces emplacements.

Les organisations critiques envers l'OMC

La Déclaration de Berne est une organisation non gouvernementale et qui ne dépend d'aucun parti politique.



La Déclaration de Berne (DB) informe le public des inégalités entre le Sud et le Nord, entre les pays de l'Asie, de l'Afrique, de l'Amérique du Sud et la Suisse dans les domaines de la finance, du commerce, de la culture, de l'alimentation, de l'écologie ou de la santé. Elle fait pression en Suisse sur les autorités fédérales et les grandes entreprises. Elle intervient aussi, avec des organisations partenaires réparties dans le monde entier, auprès des principales organisations traitant du commerce et de la finance comme l'OMC (Organisation mondiale du commerce), la Banque mondiale et le Fonds monétaire international. Sur son site, on trouve les prises de position de la DB et ses thèmes de campagne (www.ladb.ch).

Via Campesina, réseau international des petites organisations paysannes, a vu le jour en 1993.

Cette organisation lutte notamment pour le droit à la souveraineté alimentaire (droit des pays de subvenir à leurs besoins alimentaires grâce à leur propre agriculture), le respect des petits et moyens paysans et le maintien de la biodiversité (variétés traditionnelles). Via Campesina s'oppose catégoriquement à la politique de libéralisation de l'OMC et aux réformes agraires qui y sont associées.

www.viacampesina.org



«La Marche des Norvégiens» en 2005

Estimant que les négociations de l'OMC menacent leur existence, des paysans norvégiens ont organisé, au cours de l'été 2005, une marche de 30 jours de Trondheim (Norvège) à Genève. Lors des étapes suisses de cette marche, des représentants de l'agriculture de notre pays les ont accompagnés et ont attiré l'attention des médias sur les problèmes de l'agriculture liés aux décisions de l'OMC. Rejoints par des paysans japonais, les participants ont présenté une déclaration commune au siège de l'OMC à Genève. Ils ont notamment exigé la souveraineté alimentaire, soit le droit pour chaque pays de produire sur son propre sol les denrées alimentaires nécessaires à sa population.





Une enquête du commissaire A. Ricot

CONCOURS : à toi d'imaginer le scénario !

Bar de la plage – Le commissaire A. Ricot résout son sixième cas

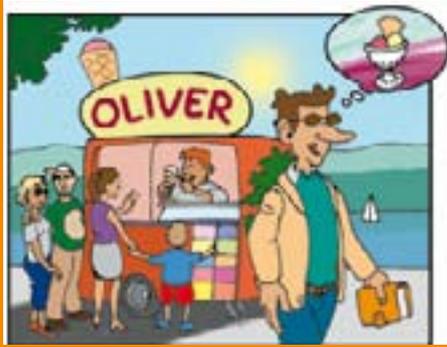


Illustration: Propulsion/Yvan Gindroz



Les dessins d'Yves Gindroz t'ont-ils inspiré ? Si tu as imaginé un scénario pour cette 6ème énigme, envoie-nous la page (ou une photocopie) complétée par tes dialogues et tes commentaires. Tu participeras au concours et pourras gagner un des huit prix offerts par AGIR.

Tu as jusqu'au 30 avril 2006 pour faire parvenir ta création à : AGIR, avenue des Jordils 3, 1006 Lausanne.
Bonne chance !

