

## PRINCIPES DIRECTEURS POUR LA FORMULATION DE POLITIQUES MUNICIPALES EN MATIÈRE D'AGRICULTURE URBAINE

### Transformation et commercialisation des produits de l'agriculture urbaine



Panneau publicitaire annonçant les produits PROVE, Brasília (Brésil)

#### Quatre bonnes raisons pour s'intéresser à l'agriculture urbaine

##### La faim augmente

En Amérique latine, le nombre de personnes qui souffrent quotidiennement de la faim a augmenté de 20 % en moins de trente ans. Bilan : 65 millions d'habitants à nourrir... un défi qu'il appartient aux villes de relever.

##### Médecine naturelle pour tous

Les pauvres dépensent de 40 à 60 % de leurs maigres revenus pour se nourrir et presque 15 % pour leurs besoins d'hygiène et de santé. Or, la production de plantes médicinales et de produits dérivés (infusions, extraits, essences, etc.) peut servir de recours aux plus démunis et laissés pour compte, de sorte que l'accès à la santé ne leur soit pas interdit.

##### Recyclage des déchets et épuration des eaux au profit de la sécurité alimentaire urbaine

Seuls 2 % des déchets produits par nos villes sont traités convenablement. Des milliers de mètres cubes d'eaux résiduelles sont gaspillés ou épurés à un coût beaucoup trop élevé. Ces résidus peuvent néanmoins être transformés en d'excellentes sources d'engrais, en eaux d'irrigation et en compléments de l'alimentation animale.

##### Créer des emplois et des revenus à peu de frais

L'agriculture urbaine (AU) génère des emplois à des frais nettement inférieurs aux investissements requis dans d'autres secteurs de production. Créer un emploi en AU revient à moins de 500 dollars, et cet investissement peut être amorti à l'aide de micro-crédits.

Les nombreux avantages de l'AU sur le plan alimentation, santé, environnement et création d'emplois sont autant de raisons qui expliquent pourquoi les municipalités cherchent de plus en plus à développer et à moderniser cette forme d'agriculture.

Les principes énoncés dans ce document sont le fruit des dernières percées scientifiques et technologiques, ainsi que des pratiques novatrices adoptées par les villes de la région. Ces pratiques sont une excellente source d'inspiration et nous vous invitons à partager et à enrichir cette expérience.

Bonne récolte urbaine!

Y.C.



Quelques-unes des marques commercialisées par PROVE au Brésil

#### Les défis

Une formule parmi les plus novatrices pour générer des revenus et créer de nouveaux emplois consiste à donner une valeur ajoutée aux produits de l'agriculture urbaine (AU) moyennant leur transformation et commercialisation. Sur chaque 100 \$US versés par le consommateur pour un produit agro-alimentaire industrialisé, 23 \$ vont aboutir à la personne qui vend les intrants, 27 \$

à celle qui s'occupe de la commercialisation, 35 \$ à celui qui a transformé les produits, et il ne reste à la fin que 15 \$ pour le petit producteur. En regroupant les processus de production, transformation et commercialisation sous un même toit, dans un même noyau familial ou association, les producteurs réussissent à vendre leurs produits plus cher, ce qui favorise leur insertion sociale.

Les programmes municipaux qui cherchent à donner l'élan à la transformation et à la commercialisation des produits de l'AU peuvent inciter les institutions et les producteurs urbains à participer. Il faut pour cela remanier les lois et les modalités d'accès aux fonds d'exploitation et de commercialisation dont les plus démunis ont besoin, et procéder à la création d'organismes de producteurs indépendants des gouvernements de manière à assurer la permanence des programmes.

Le présent document propose une série de principes à suivre en vue d'élaborer des programmes municipaux agroalimentaires pour la transformation et commercialisation de l'AU.

« On ne saurait définir la pauvreté en fonction du revenu familial. Ce qui fait qu'une personne soit pauvre ou non, c'est son degré d'aliénation par rapport aux biens et aux services essentiels. Le concept de pauvreté doit être démonétisé et perçu sous un jour éthique plutôt qu'économique ».

Cristovam Buarque, gouverneur de Brasília, (1995-1998)



Inauguration d'une industrie agroalimentaire, Doutrados (Brésil)

# Six grands principes pour la formulation de politiques

## *Sous l'optique transformation et commercialisation des produits de l'AU*

### 1. Développer la motivation

Avant d'amorcer un programme municipal d'industrie agroalimentaire, il faut motiver les intervenants.

La mise en œuvre de programmes de transformation et de commercialisation qui n'excluent personne exige une bonne dose d'innovation tant du côté des techniciens et producteurs que de celui des décideurs.

#### **Motivation institutionnelle**

Cette motivation peut être obtenue en offrant davantage d'information sur le programme; en mettant en relief l'appui du gouvernement; en diffusant le programme dans des émissions de radio, de télévision et dans la presse écrite; et en organisant des événements sociaux pour chacune des étapes du programme.

#### **Motivation des producteurs urbains exclus**

Les producteurs peuvent être motivés si on leur fait valoir les avantages et les résultats escomptés du programme, les incitant à s'associer, en organisant des échanges entre les producteurs et les industries agroalimentaires.

### 2. Mettre en place des mécanismes pour l'obtention de crédits

Cet aspect est absolument fondamental si l'on travaille avec des producteurs urbains exclus des circuits de crédit officiels, ayant des revenus inférieurs au salaire minimum et qui sont en dessous du seuil de la pauvreté et/ou de l'indigence. On a pu constater à plusieurs reprises que la concession de micro-crédits était une bonne stratégie de financement pour la transformation et la commercialisation des produits de l'AU (voir le document no. 4).

### 3. Réformer la législation fiscale et sanitaire en vigueur

À l'instar du système financier officiel, la réglementation des inspections sanitaires et les

lois fiscales régissant les programmes municipaux d'industrie agroalimentaire ne s'appliquent pas de manière universelle. L'approbation d'un règlement favorable repose sur l'intervention du conseil municipal, qui doit, par exemple, établir de nouvelles normes pour l'élaboration, le conditionnement et l'emballage de produits transformés à petite échelle, tout en facilitant l'accès à des services de contrôle sanitaire et en réformant le régime fiscal.

### 4. Mise en œuvre des industries agroalimentaires

Une fois que la législation est approuvée et que les ressources sont disponibles, on peut lancer de petites industries agroalimentaires de légumes transformés, charcuterie, produits laitiers, etc., en passant par les étapes suivantes :

#### **Construction des industries agroalimentaires**

Il importe de pouvoir compter sur l'appui municipal pour bâtir l'infrastructure des industries agroalimentaires. On peut y arriver par la concession de micro-crédits ou de subventions.

À Brasilia (Brésil) le programme de verticalisation de la petite production (PROVE) a conçu une usine modèle de quelque 37 m<sup>2</sup> qui comprend une aire ouverte pour les services d'accueil, une salle de bain pour le personnel, une salle de transformation adaptée aux divers produits qui y sont transformés et un dépôt (pour des coûts de 2 000 à 4 500 \$). Cette industrie agroalimentaire satisfait à toutes les normes d'hygiène et d'exploitation.

#### **Formation**

Il faut élaborer des processus de formation qui cherchent à faire en sorte que le producteur : a) améliore son niveau de production et les procédés de transformation; b) sache canaliser ses efforts de commercialisation (par exemple en visitant les supermarchés); c) sache reconnaître les avantages d'appartenir à un groupe; d) améliore l'hygiène et la manipulation des aliments; et e) améliore la gestion de la petite industrie agroalimentaire.



Industrie agroalimentaire familiale de confiseries, Brasilia (Brésil)



Usine agroalimentaire de PROVE au Brésil

### **Veiller à la disponibilité des intrants**

L'échelle de production et un manque de liquidité font que les petits producteurs n'ont pas les moyens de se procurer des intrants de qualité au détail et à des prix abordables. Les programmes municipaux doivent établir des mécanismes d'achat collectif, de fractionnement et de vente à l'unité dans des magasins spéciaux afin que les producteurs puissent obtenir les ustensiles, les récipients, les étiquettes, les petites machines, etc. dont ils ont besoin.

À La Havane (Cuba), on a installé des points de vente agricoles dans divers quartiers de la ville, où les agriculteurs urbains peuvent se procurer des équipements, des graines, des engrais naturels et biologiques, le tout en petite quantité et à prix modique. Ces points de vente leur offrent en outre une aide technique.

### **Stratégie de promotion**

Il n'est pas facile pour un petit producteur de voir à la promotion de ses propres produits. Les stratégies de promotion comprennent : se faire une place dans les foires de quartier et les foires commerciales, insérer des annonces dans la presse écrite, avoir recours à des affiches et à des brochures, etc. Il importe en outre de concevoir des marques commerciales propres et collectives, que le public est susceptible de reconnaître d'emblée. La participation des producteurs au niveau de la conception insufflé un sentiment d'identité et d'appartenance au programme.

À Quito (Équateur), le programme municipal d'agriculture urbaine (AGRUPAR) a élaboré une méthodologie participative pour concevoir le logotype de la marque de chaque industrie agroalimentaire en tenant compte de l'avis du producteur.

À Camilo Aldao (Argentine), la municipalité a développé, de concert avec l'association de producteurs d'AU, sa propre marque, appelée HOCA (Légumes biologiques de Camilo Aldao).

## **5. Améliorer la commercialisation**

Les petites industries agroalimentaires produisent des confiseries, des conserves, des poulets, des œufs, des pains et bien d'autres produits d'excellente qualité. Or, elles se heurtent le plus souvent à un obstacle majeur à l'heure de chercher à commercialiser leurs produits, car il faut un conditionnement attrayant, des étiquettes professionnelles, un code à barres et des garanties de qualité ou

d'inspection. Il faut recenser les divers modes de commercialisation possibles : a) dans le voisinage : porte à porte, marchés de quartier, foires, cantines des écoles, etc.; b) points intermédiaires : chaînes de magasins, libres-services, petits supermarchés etc.; c) points plus éloignés : grandes chaînes de supermarchés. Les programmes doivent concevoir des stratégies adaptées à chaque type de marché.

À Brasilia (Brésil), le gouvernement fédéral a conclu des ententes avec des grandes chaînes de supermarchés, en y réservant des espaces privilégiés pour la commercialisation des petites industries agroalimentaires par l'installation de kiosques.

## **6. Suivi permanent et promotion de l'organisation**

Parmi les principaux risques cernés par les programmes municipaux d'AU, on retrouve une dépendance excessive à l'égard d'une administration municipale (appui financier, technique, etc.). La mise en œuvre de ces programmes crée en outre de nouveaux besoins chez les petits producteurs, qui peuvent être comblés de manière conjointe. L'institution d'organisations communautaires (coopératives) favorise le travail en association, contribuant ainsi à la durabilité des initiatives.

Le PROVE (Brasilia (Brésil)), a créé l'Association de producteurs de PROVE (ASPROVE), association civile sans but lucratif qui fait participer les petits producteurs affiliés au programme, notamment en suivant la formule du partenariat pour faciliter l'achat des intrants et la commercialisation des produits. On a simultanément fondé l'ONG APROVE à l'appui des initiatives d'ASPROVE, afin de pouvoir se dispenser d'un soutien politique au besoin.



Vente dans les supermarchés, Brasilia (Brésil)



Commercialisation de produits conditionnés, Quito (Équateur)

« Dans la plupart des cas, les producteurs cessent d'être de simples ménagères ou de simples employés, pour devenir de véritables entrepreneurs qui se savent tels, c'est-à-dire, des personnes qui arrivent à voir les choses beaucoup plus clair, suivant la logique même du contexte qui les avait exclus jusque-là ».

João Luiz Homem de Carvalho, directeur d'APROVE. Brasília (Brésil).

## Bibliographie choisie :

**González, Mario.** *Institucionalización de la agricultura urbana en la Ciudad de La Habana.* Ministère de l'Agriculture. La Havane, 2000. (www.pgu-alc.org)

**Homem de Carvalho,** João Luiz. PROVE: « Programa de verticalização da pequena produção familiar ». APROVE, CRDI, IPES, PGU-ALC/PNU-HABITAT. In : *Cuadernos de Trabajo* 83. Quito, 2000. (www.pgu-alc.org)

**Terrile, Raúl y Mariani, Silvana.** Análisis de políticas públicas de agricultura urbana en Camilo Aldao (Argentina) en el marco de un desarrollo local sustentable. Intendance de Camilo Aldao. Camilo Aldao, 2000. (www.pgu-alc.org)

**Gouvernement du district fédéral.** Legislação do Distrito Federal para inspeção de produtos de origem animal y vegetal. Brasília, 1998. (aprove@uol.com.br)

## Personnes-ressources :

**Evelio González Sánchez,** directeur du Consultorio Tiendas Agropecuarias (service de consultation pour les commerces agroalimentaires). Municipalité de Cerro, La Havane (Cuba). Tél. : (53-7) 785835. Courriel : aurbana@ip.etcscu

**João Luiz Homem de Carvalho.** Directeur APROVE. Courriel : jluihzc@uol.com.br / aprove@uol.com.br

**César Jaramillo,** coordonnateur du programme AGRUPAR. Direction métropolitaine du développement durable humain. Municipalité du district métropolitain de Quito (Équateur). Tél. : (593 2) 2 583 285 / 2 289 214; Courriel : aurbana@quito.gov.ec

**Teresa Sunde,** coordonnatrice du programme d'agriculture urbaine. Intendance municipale de Camilo Aldao, Córdoba (Argentine). Tél. : (54 3468) 461 260 / 461 649; Courriel : munca@furnet.com.ar ; teresund@cbasur.com.ar

Point de vente fourni par la municipalité, Cuenca (Équateur)



# Transformation et commercialisation des produits de l'agriculture urbaine

N° 9

Ce document s'inspire d'un texte rédigé par João Luiz Homem de Carvalho (directeur d'APROVE)

**Rédacteurs :** Marielle Dubbeling et Alain Santandreu (IPES/PGU-ALC)

**Réviseurs :** Nancy Sánchez et Mónica Rhon D.

**Conseiller en communication et mise en page :** Roberto Valencia (Zonacuario)

**Ce document fait partie d'une collection de neuf énoncés de principes/documents de synthèse qui s'articulent autour de divers sujets liés à l'agriculture urbaine :**

1. L'agriculture urbaine : moteur du développement municipal durable
2. Participation des citoyens à l'agriculture urbaine
3. Agriculture urbaine : planification et aménagement matériel du territoire
4. Micro-crédits et investissements en agriculture urbaine
5. Récupération des déchets organiques au profit de l'agriculture urbaine
6. Épuration des eaux résiduelles au profit de l'agriculture urbaine
7. Agriculture urbaine : favoriser l'équité entre hommes et femmes
8. Agriculture urbaine et autonomie alimentaire
9. Transformation et commercialisation des produits de l'agriculture urbaine.

On trouvera la collection intégrale de ces documents sur le site du Programme de gestion urbaine :

**www.pgualc.org** et du CRDI **www.crdi.ca**

Les travaux ont été coordonnés et financés par le Centre de recherches pour le développement international (CRDI – Canada), le Programme de gestion urbaine pour l'Amérique latine et les Caraïbes (PGU – ALC/PNU-HABITAT, Équateur) et l'IPES, Promotion du développement durable (Pérou).

IDRC  CRDI

Centre de recherches pour le développement international  
250, rue Albert  
CP 8500, Ottawa, Canada K1G 3H9  
Tél. : (613) 236-6163 poste 2310  
Courriel : blwilson@idrc.ca

 IPES  
Promotion du développement durable

Jorge Price, directeur général  
Calle Audiencia N° 194, San Isidro  
Apartado Postal 41-0200  
Tél. : (51 1) 440-6099 / 421-6684.  
Courriel : ipes@ipes.org.pe



Programa de Gestión Urbana  
Coordinación Regional para América Latina y El Caribe



UN-HABITAT

Yves Cabannes, Coordinateur régional  
García Moreno 751 entre Sucre y Bolívar  
Télec.: 593-258 39 61 / 228 23 61  
Courriel : pgu@pgu-ecu.org