

La sécurité alimentaire : La bonne voie

PAR MATT HANCOCK

A certains égards, nous sommes au sommet du progrès humain. Nous possédons les technologies pour communiquer instantanément partout au monde. La technologie qui permet la production durable d'énergie à grande échelle existe, de même que le savoir et l'expérience nécessaires pour produire des aliments sains en quantité et de manière durable sur le plan de l'environnement.

Pourtant, le phénomène de la « misère dans l'abondance » n'a jamais été aussi prononcé. À l'échelle planétaire, le fossé entre les riches et les pauvres est plus profond aujourd'hui qu'il y a 30 ans. Aux États-Unis, la richesse du premier 1 % des ménages est supérieure à la richesse combinée de 95 % des autres ménages. L'obésité atteint des proportions épidémiques tandis que des millions de personnes n'ont pas accès à de bonnes sources de nutrition. Selon le U.S. Department of Agriculture, en 2004, 13,5 millions de familles américaines « n'étaient pas sûres ou étaient incapables d'obtenir suffisamment de nourriture pour tous les membres du ménage parce qu'elles manquaient d'argent et d'autres ressources pour s'alimenter ». De ce nombre, 4,4 millions « vivaient une situation tellement précaire sur le plan de l'alimentation qu'au moins un membre du ménage avait faim, à au moins un moment durant l'année, parce qu'on ne pouvait se payer suffisamment de nourriture ».

Bref, nous vivons dans un monde où les contradictions sont prononcées mais où les possibilités sont sans précédent. Nous vivons tous ces contradictions quotidiennement dans la façon dont nous mangeons ou ne mangeons pas.

Pour régler ces problèmes, il faut lutter sans relâche pour mettre en place un modèle de développement concurrentiel sur le marché, durable sur les plans environnemental et social, et juste. Pour articuler une telle vision, il faut déborder les cadres de changement qui nous sont familiers, pour aller au-delà du néolibéralisme ainsi que du modèle socialiste de « commandement » et du modèle sociodémocrate.

La mauvaise voie et la bonne voie

Historiquement, les travailleurs et les collectivités ont cédé le contrôle du marché au secteur privé. La gestion de

qualifiant de source de corruption, tout comme d'autres dépeignent toutes les entreprises ou les « corporations » comme mauvaises.

Durant un certain temps, les syndicats et les collectivités ont pu se permettre de se tenir à l'écart du marché – tant que les propriétaires et les gestionnaires cherchaient à faire des bénéfices tout en renforçant la capacité de production tant de l'entreprise que de la société. Pour obtenir une plus grande part du gâteau, il fallait que le gâteau grossisse.

Or, avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et des communications, et avec la mondialisation du marché des devises et d'autres types de spéculation financière, il est

Les vraies guerres alimentaires se livrent sur le marché, et c'est le marché qui déterminera quels paradigmes réussiront ou échoueront, domineront ou demeureront marginaux. C'est pourquoi les partisans du paradigme écologique doivent lutter sur le marché, ainsi que dans l'arène des politiques, pour faire avancer cette nouvelle vision.

l'entreprise et de l'économie a été le droit exclusif de la direction et des propriétaires, tandis que les syndicats et les collectivités ont plutôt privilégié la lutte pour une redistribution plus équitable de la richesse. Ils tentent de faire passer leur vision au sein de l'état (par l'entremise des élections et de l'élaboration des politiques) et dans la société civile (par l'entremise de manifestations, de grèves, de boycotts et d'autres actions de masse) mais non sur le marché. Le « marché » est un terrain peu familier que certains progressistes diabolisent en le

devenu très facile d'obtenir des rendements beaucoup plus élevés grâce à la spéculation que par l'investissement dans la capacité de production. Ajoutons à cela l'émergence de nouveaux concurrents plus efficaces tant dans le monde en développement que dans le monde développé, et nous obtenons une puissante nouvelle tendance dans le secteur privé : la mauvaise voie. Elle cherche à obtenir des rendements à court terme aux dépens de la valeur à long terme de la société, de la santé des

travailleurs et de la collectivité locale. Il s'ensuit que dans les villes, la population de travailleurs à faible revenu et de personnes marginalisées s'accroît à tous les points du cycle commercial. En milieu rural, les agriculteurs sont victimes de l'« effet Wal-Mart », qui les oblige à accepter des marges de plus en plus minces afin de trouver place sur les étagères du plus grand détaillant de la planète.

La mauvaise voie est actuellement la plus puissante tendance commerciale et la menace la plus pressante qui pèse sur nos collectivités et sur la santé de l'environnement. Pour contrer cette menace, il faut que les syndicats et les collectivités fassent autre chose qu'insister sur une distribution plus équitable de la richesse. Ils doivent assumer la pleine responsabilité du processus de production de la richesse et lutter avec détermination sur le marché pour une solution de rechange qui soit économiquement viable, et socialement et environnementalement durable : la « bonne voie ».

Le paradigme écologique

Le livre de Tim Lang et Michael Heasman, intitulé *Food Wars*, fournit un cadre utile pour l'examen des tendances relatives à la mauvaise voie et à bonne voie en agriculture. Les auteurs définissent trois modèles ou paradigmes en agriculture. Le paradigme des sciences de la vie et le paradigme écologique sont tous deux des réactions aux mêmes problèmes de durabilité, de nutrition, de rareté et de consommation associés à un modèle (« productiviste », selon le terme qu'ils utilisent) fondé sur la quantité. Le paradigme des sciences de la vie demeure fondamentalement axé sur les marges de profit exigées par l'industrie agro-alimentaire. Le paradigme écologique, par contre, s'appuie sur l'idée que les entreprises peuvent être concurrentielles et offrir un rendement convenable aux producteurs tout en assurant la durabilité

de l'environnement et en enrichissant les collectivités grâce à des aliments nutritifs, à des salaires et des conditions de travail équitables, et à l'autonomie locale. C'est là la bonne voie pour l'agriculture et l'alimentation.

La promotion du paradigme écologique est une question de politique – mais ce n'est pas *seulement* ni *avant tout* une question de politique. Le gouvernement ne peut tout simplement pas décréter la durabilité. Les vraies guerres alimentaires se livrent sur le marché, et c'est le marché qui déterminera quels paradigmes réussiront ou échoueront, domineront ou demeureront marginaux. C'est pourquoi les partisans du paradigme écologique doivent lutter sur le marché, ainsi que dans l'arène des politiques, pour faire avancer cette nouvelle vision.

En bref, un passage au paradigme écologique exige un plus grand rôle pour les syndicats, les agriculteurs écologiques et les collectivités dans la production de la richesse, un passage à une fabrication alimentaire à plus grande valeur ajoutée et, plus généralement, une économie où les salaires sont plus élevés. C'est là le fondement matériel d'un virage dans l'ensemble de notre culture alimentaire.

En outre, pour que le paradigme réussisse, il ne peut être perçu comme favorisant les intérêts restreints d'un groupe en particulier (syndicats c. collectivités, campagne c. villes, etc.). Il doit susciter l'appui d'un vaste éventail d'intervenant.es, à tous les maillons de la chaîne des valeurs, de la culture des aliments à leur consommation, en passant par leur transformation. Cela signifie qu'il faut organiser trois grands groupes d'intervenant.es : les agriculteurs; les fabricants d'aliments et les syndicats; et les collectivités et les consommateurs. Les 50 millions de « créatifs culturels » des États-Unis sont des consommateurs tout indiqués pour les produits alimentaires écologiques. Mais une campagne fructueuse doit intégrer ceux qui sont les plus affectés par l'actuel paradigme de développement – la classe ouvrière et les collectivités à faible revenu.

« Nous ne pensons pas habituellement à ce que nous mangeons comme une question d'éthique. Voler, mentir, faire du mal à des personnes – ces actions sont évidemment pertinentes à notre caractère moral... Mais manger – une activité qui est encore plus essentielle que le sexe, et à laquelle tout le monde participe – est généralement perçue très différemment. Essayez de penser à un politicien.ne qui a perdu de la crédibilité à cause de révélations sur ce qu'il ou elle mange... »

Peter Singer & Jim Mason¹

¹*The Way We Eat: Why Our Food Choices Matter* (2006), p. 3.

(droite) Rondelles de Parmigiano Reggiano Vacche Rosse, le superbe parmesan produit par une petite coopérative à Emilia Romagna, Italie. Sa demande aide aussi à revigorer la Reggiana, la race de vache rouge native de la région et la source originale du fromage parmesan. Photo courtoisie de John Restakis, British Columbia Co-operative Association.

La même règle s'applique au-delà des frontières nationales. Toute vision d'un avenir durable doit intégrer le bien-être des personnes marginalisées partout au monde. Le développement dans une collectivité ne peut plus se faire aux dépens d'une autre collectivité.

Adopter la bonne voie

De nombreuses expériences illustrent l'approche de la sécurité et de la durabilité en alimentation et en agriculture fondée sur la bonne voie. Ce sont les plus pertinentes et elles touchent toute la chaîne des valeurs, de la ferme à la table.

En Italie, les coopératives de producteurs sont une force importante et souvent dominante sur les marchés de l'agriculture et de la transformation des

COOP Italia, une coopérative de consommateurs qui est le plus grand détaillant de l'Italie, collabore étroitement avec les consommateurs et les agriculteurs pour garantir des produits de qualité à juste prix tout en offrant aux fournisseurs les marges dont ils ont besoin pour poursuivre leur croissance. Grâce à ces moyens, le mouvement coopératif a réussi à tenir Wal-Mart et d'autres partisans de la mauvaise voie à l'écart de l'Italie.

À Chicago, le Food and Candy Institute (FCI) collabore depuis plus de 10 ans avec les syndicats, le gouvernement et les fabricants à l'élaboration d'une bonne voie pour l'industrie de la fabrication de produits alimentaires. FCI offre des services de perfectionnement professionnel et de

Un autre spécialiste des pratiques alimentaires axées sur la bonne voie est l'Institute for Community Resource Development (ICRD), un organisme sans but lucratif. Bon nombre des quartiers les plus pauvres de Chicago, délaissés par les grands détaillants et les grandes chaînes d'épicerie, n'ont à peu près aucun accès à des aliments frais et sains, et encore moins à des produits biologiques. Pour régler ce problème, l'ICRD commencera, au cours des prochains mois, la construction d'une vaste épicerie dans le quartier South Side, soit The Good Food Market. Il s'agira d'un point d'ancrage pour des emplois bien rémunérés dans la vente au détail, qui permettra aux résidents d'avoir accès à des aliments de qualité sains ainsi qu'à des aliments biologiques à des prix équitables. L'épicerie travaillera avec des agriculteurs et des transformateurs pour garantir la qualité et assurer des marges raisonnables à ses fournisseurs. Ce sera le seul grand détaillant de Chicago à commercialiser des aliments qui sont avant tout biologiques et produits localement.

Pour réussir, il faut aussi bloquer activement la mauvaise voie. À Chicago, le Center for Labor and Community Research a mené durant 10 années une bataille contre Klaus Jacobs, un magnat de l'industrie alimentaire qui a réussi à lui seul à détruire Brach's Candy, l'un des plus importants fabricants de bonbons de la ville, qui employait 4 000 personnes. Cette campagne comportait un effort conjoint des syndicats et de la direction pour racheter Brach's. (Imaginez un important fabricant de bonbons qui fabriquerait des sucreries appétissantes et bonnes pour la santé.)

Local, mais à quel point?

Bien que ce rachat n'ait, en bout de ligne, pas réussi, il a démontré le pouvoir de la bonne voie et des multiples parties intéressées, y compris les syndicats et l'entreprise, lorsqu'elles se concertent pour poursuivre des buts communs. Les questions de succession créent littéralement des centaines de possibilités pour les syndicats et les collectivités de devenir propriétaires de sociétés

Certes, les collectivités locales devraient chercher à exercer une plus grande emprise sur la production, notamment par l'entremise de la propriété, mais les systèmes durables ne peuvent s'appuyer uniquement sur la production locale. La survie peut certes être locale mais non la durabilité.

aliments. Le consortium Parmiggiano Reggiano, par exemple, réunit un groupe de coopératives qui appartiennent aux agriculteurs qui produisent du fromage parmesan gastronomique pour les marchés intérieurs et mondiaux. Le consortium garantit aux producteurs des rendements uniformes et supérieurs à ceux du marché grâce au contrôle de la qualité, à l'innovation et au raffinement dans la production et la commercialisation à valeur ajoutée.

Des marques comme celle-là dépendent tout autant du lieu de production que du mode de production. L'engagement des agriculteurs à transformer localement des fromages, du vin, des viandes et d'autres produits crée de bons emplois dans la collectivité tout en préservant l'avantage concurrentiel de la marque.

consultation technique, effectuée de la recherche stratégique, et est en voie de mettre en place un incubateur et une cuisine à utilisation partagée pour les entrepreneurs alimentaires. Elle fait aussi la promotion de politiques et de stratégies commerciales économiquement viables, et durables sur le plan de l'environnement, qui offrent aux résidents des emplois procurant un salaire suffisant. Grâce à la formation de la main-d'œuvre, l'un des fabricants de produits alimentaires de Chicago a pu augmenter considérablement sa productivité et son efficacité. La société est revenue sur sa décision de déménager au Mexique et a accordé aux employés qui avaient participé à la formation une augmentation moyenne de 2 500 \$.

alimentaires et d'enraciner localement d'importants éléments d'actif productifs, d'emplois et de technologies.

Mais quelles sont les implications de la bonne voie pour les systèmes alimentaires locaux? Certes, les collectivités locales devraient chercher à exercer une plus grande emprise sur la production, notamment par l'entremise de la propriété, mais les systèmes durables ne peuvent s'appuyer uniquement sur la production locale. La survie peut certes être locale mais non la durabilité. La bonne voie signifie l'optimisation de ce qu'on peut faire localement tout en s'engageant avec d'autres collectivités pour favoriser le développement mutuel. Le commerce, notamment dans le contexte de mondialisation dans lequel nous vivons, peut être un important outil de développement, tout comme d'exploitation. Là aussi, il y a une bonne voie ainsi qu'une mauvaise voie de la mondialisation.

L'Italie nous fournit un bon exemple. Conapi, une coopérative d'apiculteurs, compte des membres en Amérique du Sud

ainsi qu'en Italie. Le miel de Conapi, en grande partie biologique, est certifié équitable et est commercialisé par la COOP Italia. Aujourd'hui, les marques de Conapi jouissent d'une reconnaissance nationale et offrent aux consommateurs des aliments sains de grande qualité et aux membres un bon rendement tout en assurant la durabilité de l'environnement. C'est là le type de bonne voie de la mondialisation, des relations commerciales et de l'engagement avec d'autres collectivités que le mouvement écologique devrait privilégier.

La gestion de la complexité

La transformation du paradigme de développement dominant exige une lutte dans l'état, dans la société civile et sur le marché. Le marché fait partie de toute société et il possède des caractéristiques tant positives que négatives; certaines entreprises choisissent d'adopter la bonne voie, d'autres choisissent la mauvaise. Ce

seront les valeurs de la société ainsi que les *valeurs des personnes engagées sur ce marché* qui détermineront les caractéristiques dominantes.

Ceux qui favorisent le paradigme écologique doivent promouvoir leurs valeurs sur le marché. Les grandes alliances que nous créons – unissant les agriculteurs, les fabricants, les travailleurs et les collectivités qui privilégient la bonne voie – seront notre avantage concurrentiel sur le marché. Notre mouvement doit faire preuve d'habileté en forgeant des alliances avec tous ceux qui ont adopté la bonne voie, en gérant la complexité qu'engendre une telle approche, et en intervenant dans toutes les sphères de la société à l'aide d'une vision puissante enracinée dans la durabilité et la justice.



MATT HANCOCK est directeur de projet au Center for Labor and Community Research et gère l'Innovation Services Program du Food and Candy Institute. Il vient de terminer une maîtrise en économie coopérative à l'Université de Bologne.



A POSITIVE BALANCE.

Bring balance to your financial future with Outlook. Superior rates, RRSP eligibility and our 100% deposit guarantee* make Outlook perfect for the secure portion of your portfolio.

Call (1-877) 958-7333 or visit www.outlookfinancial.com.

*Deposits guaranteed 100% by the Credit Union Deposit Guarantee Corporation.