

Promouvoir et protéger les produits locaux de qualité pour la mise en valeur durable des régions de montagne

(mai 2005 – avril 2010)

Note de synthèse

Ébauche mars 2005

Justification du projet

Les montagnes regorgent de biodiversité, et pourtant, la grande majorité de leurs habitants vivent dans la pauvreté. En effet, selon une récente étude de la FAO sur la vulnérabilité en montagne, 245 millions de montagnards ruraux des pays en développement et en transition sont soit à risque, soit déjà victimes de faim et d'insécurité alimentaire. Éloignés des centres de commerce et de pouvoir, les montagnards n'ont guère d'influence sur les politiques et les décisions dont dépendent leurs vies et qui contribuent à la détérioration de leurs terres. Ainsi, de nombreux habitants de la montagne sont économiquement faibles. Ils pratiquent soit l'agriculture ou l'élevage de subsistance, soit le commerce ou le travail journalier, et sont totalement dépourvus d'autorité sur ceux qui exploitent leurs terres.

Il existe d'immenses possibilités d'améliorer les moyens d'existence des habitants de la montagne en mettant à profit les avantages comparatifs des ressources de la montagne et en valorisant un vaste éventail de produits et services uniques qu'ont à offrir les régions et les communautés de montagne -des aliments et boissons aux médicaments, cosmétiques, textiles, à l'artisanat et au tourisme. Toutefois, dans le contexte actuel de libéralisation mondiale des échanges, les producteurs des régions montagneuses, confrontés aux coûts élevés des transports, au manque d'infrastructures, aux technologies inadéquates et aux difficultés d'accès aux marchés, doivent faire face à une concurrence croissante des systèmes et des zones de production bénéficiant de meilleures conditions. Pour pénétrer le marché, les producteurs de la montagne doivent donc se concentrer sur la qualité des produits et des services uniques que leurs régions ont à offrir.

Le Projet des produits de la montagne de la FAO a été lancé en septembre 2003 pour promouvoir et protéger les produits de qualité locaux comme stratégie de mise en valeur durable des régions de montagne. Les fonds octroyés au départ par le Gouvernement français couvraient les activités du projet de septembre 2003 à mars 2005. Durant cette période, une base de données a été élaborée avec des informations sur les produits de la montagne du monde entier, cinq études de cas régionales et une étude interrégionale, un rapport analysant les principaux facteurs communs de réussite a été rédigé et une analyse préliminaire des sous-secteurs sélectionnés ¹ (y compris l'identification des contraintes et des opportunités tout au long de la filière), a été menée dans les régions du Sud de la Méditerranée, des Andes e de l'Hindu Kuch Himalaya.

La phase successive du projet (mai 2005 – avril 2010) sera axée sur la mise au point et l'exécution de programmes régionaux d'intervention en faveur du développement durable de petites entreprises s'occupant de produits de la montagne de qualité dans les régions du Sud de la Méditerranée (Afrique du Nord et Moyen-Orient), des Andes, de l'Hindu Kuch Himalaya et d'Afrique orientale. La proposition présente décrit les objectifs, résultats escomptés, activités, mécanismes de mise en œuvre et budget de cette prochaine phase.

Stratégie de mise en oeuvre

L'objectif de la phase successive du Projet des produits de la montagne (mai 2005 – avril 2007) consiste à renforcer les capacités institutionnelles au niveau régional pour promouvoir les produits de montagne de qualité et soutenir le développement durable des petites entreprises dans les sous-secteurs concernés. Les efforts seront axés sur le renforcement des capacités des organisations régionales dans le but de répondre aux besoins des petites entreprises s'occupant de production et de commercialisation de produits de montagne de qualité.

Ceci se fera par la conception et la mise en oeuvre d'interventions visant à appuyer les sous-secteurs stratégiques dans les pays pilotes. Les enseignements tirés de cette expérience permettront de mettre au point des "kits de ressources" régionaux (constitués de modules de matériels de formation et d'assistance technique) qui serviront aux organisations régionales à long terme pour aider les petites entreprises s'occupant de produits de la montagne de qualité.

La prochaine phase du Projet sera coordonnée par la FAO, en étroite collaboration avec les organisations régionales chargées de la mise en oeuvre du projet dans les différentes régions (Andes, Sud de la Méditerranée, Hindu Kuch Himalaya, Afrique de l'Est).

Les organisations régionales joueront un rôle prépondérant dans les tâches suivantes:

- Sélection de sous-secteurs stratégiques s'occupant de produits de la montagne de qualité
- Identification d'acteurs et de contraintes dans les sous-secteurs sélectionnés
- Évaluation des mesures pour surmonter les contraintes
- Identification des organisations locales (ex. organismes gouvernementaux, ONG, et pourvoyeurs de services du secteur commercial) ayant l'expertise nécessaire pour mettre en œuvre les mesures choisies

Travail avec ces organisations locales pour concevoir des modules de formation et d'assistance technique à l'appui des entreprises des sous-secteurs retenus
Tests des interventions désignées pour des sous-secteurs pilotes dans des pays pilotes
Enseignements à tirer des interventions pilotes et mise au point de modules de formation régionaux pour une intervention future

Les bénéficiaires du projet seront les entreprises des sous-secteurs retenus qui recevront une formation et une assistance technique, ainsi que les organisations locales qui seront formées à mieux répondre aux besoins des différentes entreprises.

Objectifs

Objectif de développement

Atténuer la pauvreté rurale dans les régions de montagne par le renforcement des capacités et de la sensibilisation pour promouvoir les produits de la montagne de qualité et soutenir le développement des petites entreprises dans les sous-secteurs concernés.

Objectifs immédiats

1. Renforcement des capacités dans les régions pour promouvoir les produits de la montagne de qualité et soutenir le développement durable des petites entreprises dans les sous-secteurs concernés.
2. Renforcement de la sensibilisation et des connaissances sur les produits de la montagne de qualité.

Principaux résultats escomptés et activités

Objectif 1:

Renforcement des capacités dans les régions pour promouvoir les produits de la montagne de qualité et soutenir le développement durable des petites entreprises dans les sous-secteurs concernés

Résultat 1.1	Conception de programmes d'intervention à l'appui de sous-secteurs stratégiques dans deux pays pilotes par région
---------------------	--

Activité 1.11 Identifier les sous-secteurs stratégiques, les contraintes relatives et les mesures pour y remédier.

Activité 1.1.2 Organiser des ateliers d'informateurs clés pour obtenir un feedback sur les programmes d'intervention.

Activité 1.1.3 Mettre au point les programmes d'intervention

Résultat 1.2	Mise en œuvre de programmes d'intervention à l'appui des sous-secteurs stratégiques dans deux pays pilotes par région
---------------------	--

Activité 1.2.1 Etablir des accords de collaboration avec les institutions de formation nationales et locales et les pourvoyeurs de services dans le secteur commercial

Activité 1.2.2 Tester les programmes d'intervention désignés en offrant une assistance technique et une formation aux petites entreprises dans les sous-secteurs pilotes

Résultat 1.3	Mise au point de "kits de ressources" régionaux contenant des matériels de formation à l'intention des petites entreprises s'occupant de produits de la montagne de qualité.
---------------------	---

Activité 1.3.1	Tirer des enseignements de la période de formation pilote pour mettre au point des modules de formation et d'assistance technique à long terme à l'intention des petites entreprises s'occupant de produits de qualité dans les régions
Activité 1.3.3	Elaborer le contenu et la présentation des kits de ressources
Activité 1.3.4	Réaliser et distribuer les CD-Rom de formation dans les régions

Objectif 2:

Renforcement de la sensibilisation et des connaissances sur les produits de la montagne de qualité.

Résultat 2.1	Création dans les régions d'un réseau de connaissances et d'information parmi les organisations travaillant dans le domaine des produits de la montagne de qualité
---------------------	---

Activité 2.1.1	Création d'annuaires régionaux et de listes de distribution par courrier électronique d'organisations travaillant au développement de petites entreprises s'occupant de produits de la montagne de qualité
Activité 2.1.2	Elaborer des bulletins d'information à l'échelle régionale à diffuser auprès des membres du réseau

Résultat 2.2	Diffusion de l'information sur les produits de la montagne
---------------------	---

Activité 2.2.1	Créer une section sur les produits de la montagne sur le site web du Partenariat de la montagne
Activité 2.2.2	Concevoir des matériels imprimés (ex. notes d'information sur les produits de la montagne) à diffuser dans les régions

¹ Un sous-secteur peut être défini comme l'ensemble des entreprises qui achètent et vendent entre elles pour fournir une série de produits ou de services au consommateur final.