



Village de San Francisco dans les Yungas, province de Jujuy, Argentine.

© Amélie Le Ster



ARGENTINE

Produire éthique dans la réserve de biosphère

La Réserve de biosphère des Yungas, sur le versant oriental de la cordillère des Andes, a choisi de passer par une marque pour encourager un développement économique durable et associer les populations. Inspirée des marques de parcs françaises, la marque Productoyungas se développe dans un contexte social et écologique plus complexe.

La marque Productoyungas vise à favoriser un développement territorial durable dans la Réserve de biosphère des Yungas (RBYungas), en fédérant des acteurs qui partagent le même territoire (petits producteurs, prestataires ruraux et grandes entreprises), afin de valoriser leur production dans une démarche de certification d'origine. L'enjeu est d'accompagner les producteurs et les prestataires touristiques vers des démarches responsables et une organisation en réseau, dans un contexte complexe où les structures sociales traditionnelles côtoient de grandes entreprises agro-industrielles. La marque Productoyungas fait le pari de la valorisation économique et culturelle dans les Yungas comme un des leviers pour conserver la nature et promouvoir un développement durable, en proposant des revenus complémentaires aux habitants. Cette certification s'inspire de la démarche de marquage des parcs naturels régionaux (PNR) français qui permet de différencier des produits,

des services et des entreprises des territoires des parcs (marque collective « Valeurs Parc naturel régional »). La différence de l'initiative des PNR, la marque Productoyungas s'insère dans un contexte territorial caractérisé par de grands espaces naturels et ruraux enclavés, habités par des populations autochtones, des populations paysannes, des créoles et des descendants d'immigrants de diverses origines, et par la présence de grandes entreprises agro-industrielles (production de canne à sucre principalement) dans la zone du piémont. Ces populations maintiennent leurs coutumes et leurs relations avec la terre, malgré une tendance au déracinement des jeunes qui s'orientent de plus en plus vers des modes de vie urbains. En différenciant des produits et des services proposés par des habitants, la marque participe à l'identification et à la reconnaissance des Yungas comme étant un territoire de grande valeur écologique et culturelle et au renforcement du sentiment d'appartenance de ses populations.

Sur le plan écologique, les Yungas sont des forêts subtropicales humides de montagne, situées tout au long du versant oriental de la cordillère des Andes, du Venezuela au nord de l'Argentine. Cette région concentre une importante diversité naturelle, des ressources forestières et hydriques, des hydrocarbures et, dans sa partie basse, des terres parmi les plus fertiles du nord de l'Argentine.

Cette région a été occupée depuis au moins une dizaine de milliers d'années. Cependant, durant les cinquante dernières années, les activités humaines, notamment la production de canne à sucre, se sont intensifiées et ont accru la déforestation (85 000 ha entre 1975 et 2008 dans la réserve). L'un des objectifs de la RBYungas, déclarée en 2002 par l'UNESCO, est donc de conserver ce milieu naturel exceptionnel tout en promouvant un développement territorial durable, basé sur la participation des acteurs du territoire.

ACCOMPAGNER PETITS PRODUCTEURS ET GRANDES ENTREPRISES

La marque Productoyungas se base sur deux volets :

- La valorisation et la différenciation de produits locaux (artisanats textiles et en bois, confitures, miel, bois de chauffage) et des services touristiques de petits producteurs agricoles, d'artisans et de prestataires ruraux dans les villages de Los Toldos (province de Salta), Tilquiza et des villages du département de Valle Grande (province de Jujuy).
- La certification de produits (par exemple papier en fibre alternative dérivant de la culture de la canne à sucre et meubles) et de processus productifs (sucre et papier) du secteur privé industriel respectant l'environnement. La Fondation ProYungas appuie et accompagne ces entreprises qui souhaitent s'engager dans des démarches productives alternatives et réduire leur impact sur l'environnement. À titre d'exemple, des produits et des processus productifs des entreprises Ledesma (province de Jujuy), Fabril Maderera (province de Salta) ou encore Citricola San Miguel (province de Tucuman) sont certifiés Productoyungas.

Ce processus de certification inclut un système de suivi et de contrôle par la Fondation ProYungas et par l'Institut argentin de normalisation et de certification (IRAM), de la bonne mise en œuvre des principes et de protocoles spécifiques pour chaque type de produit et de service. Ce système de contrôle oriente ainsi les petits producteurs et les entreprises vers des démarches de progrès.



Événement de promotion de la Marque Productoyungas.

© Fondation ProYungas

Concernant les petits producteurs, le développement de la marque Productoyungas contribue au renforcement d'artisans, de productrices de confitures artisanales et de prestataires ruraux. Grâce à l'articulation avec d'autres acteurs publics et privés au niveau provincial et national, leurs capacités se voient consolidées au travers de formations, de donations de matériels ou encore d'un appui à la commercialisation de leurs produits au niveau régional et national. À Los Toldos (province de Salta) par exemple, la marque soutient l'organisation d'une cinquantaine d'artisans regroupées en coopérative ou Club de Madres et la commercialisation de leurs artisanats textiles et en bois, principale difficulté rencontrée dans cette région enclavée. La marque participe également à améliorer la qualité, la traçabilité et la présentation des produits au travers d'étiquetages et de suivi des produits et à former des réseaux associatifs pour accompagner le développement d'un tourisme durable dans la région.

UNE ASSOCIATION POUR LE TOURISME COMMUNAUTAIRE

Autour de la marque, les acteurs s'associent pour contribuer au développement de la région. C'est le cas par exemple dans le département de Valle Grande où une association de tourisme communautaire participe au développement de l'écotourisme. L'Association de tourisme communautaire Las Queñoas (A.TU.CO.QUE) est une organisation paysanne qui réunit une vingtaine de prestataires touristiques en milieu rural dans différents villages. Les services touristiques (hébergement et restauration) chez l'habitant sont certifiés par la marque Productoyungas. L'association a été créée en 2005, avec l'appui et l'accompagnement technique de la Fondation ProYungas : des formations à l'écotourisme, la mise à disposition d'un fonds pour micro-crédit, le suivi technique, la mise en réseau avec d'autres acteurs au niveau provincial et national, l'appui à la commercialisation des produits et des services touristiques, l'installation d'une antenne internet bénéficiant à près de cinq-cents familles ou encore la création d'un bureau d'information touristique et d'un espace de commercialisation des produits et services d'A.TU.CO.QUE représentent des avancées certaines pour le développement

REPÈRE

La marque Productoyungas, créée en 2009, est une certification d'origine de produits et de services élaborés dans la Réserve de biosphère des Yungas et sa zone d'influence, dans le nord-ouest argentin. Cette certification associe des petits producteurs ruraux et des entreprises, des acteurs qui partagent un même territoire situé dans une région marginalisée et d'une importante diversité biologique et culturelle. La marque Productoyungas est développée par la Fondation ProYungas, une organisation non gouvernementale qui développe des activités de gestion pour la conservation de la nature et le développement durable dans l'écorégion des Yungas (forêts subtropicales de montagne) et d'autres zones de la région subtropicale argentine.

touristique de la région. Ces actions ont mobilisé de nombreux acteurs et ont été réalisées avec le soutien du Fonds français pour l'environnement mondial et des programmes de responsabilité sociale d'entreprises comme Ledesma, Carrefour ou Lan.

La force de ce projet tient à la valorisation d'une identité locale par les acteurs eux-mêmes. Elle se base aussi sur la mise en réseau des différents acteurs, la consolidation des capacités des membres de l'association, ainsi qu'une meilleure distribution des revenus. Ce projet se base sur un processus d'accompagnement des communautés locales à long terme et d'une articulation avec le secteur privé fondés sur la confiance et une présence continue dans le territoire.

Le dialogue entre les acteurs et la différenciation des produits et des services élaborés de manière durable dans ce territoire associés à l'implication du secteur privé sont au cœur de cette stratégie de valorisation économique et culturelle du territoire qui démontre qu'il est possible de conserver ce patrimoine naturel et culturel exceptionnel tout en produisant de manière rentable. • **Amélie Le Ster**, Fondation ProYungas, amelie@productoyungas.org.ar