



Le thé rwandais face au marché mondial: stratégie de valorisation de la qualité territoriale par l'origine géographique comme stratégie alternative. Cas du thé de Gisovu

Emmanuel HAFASHIMANA

Thèse présentée en vue de l'obtention du grade de
docteur en sciences économiques et de gestion

12 juin 2012

Membres du Jury

Président : Prof. Jean-Emile CHARLIER (UCL-Mons)

Promoteur : Prof. Fabienne LELOUP (UCL-Mons)

Autres Membres du Jury :

Prof. Marcel GÉRARD (UCL-Mons)

Prof. Jean-Marie WAUTELET (UCL)

Prof. Philippe LEBAILLY (ULG)

Prof. Uzziel NDAGIJIMANA (UNR)

Les avantages compétitifs durables dans une économie mondialisée découlent chaque jour davantage de facteurs locaux: savoir, relations, motivation, avec lesquels les concurrents éloignés géographiquement ne peuvent rivaliser
(Michael Porter, 1998)

Dédicace

A mon père, mes frères : Grâce et Johnson, victimes de la haine humaine. Je me devais de le faire pour vous,

A mon regretté beau-père, pour avoir cru en moi,

A mon épouse, Chantal pour ton sacrifice et ta patience,

A ma mère, pour tes encouragements et tes prières

A ma belle famille, pour votre confiance

A mes sœurs et frères et leurs familles, pour vos encouragements et votre soutien,

Je dédie cette thèse.

Remerciements

La recherche est un travail qui requiert les qualités d'écoute, de curiosité, de persévérance, de confiance en soi, mais aussi la capacité de se remettre en question, tout au long du parcours, au contact des scientifiques et des acteurs de terrain.

Ce travail exige aussi de la patience, du courage et parfois des sacrifices car sur le parcours il n'est pas rare de rencontrer des embûches. Celles-ci ne m'ont pas épargné. La détermination et les encouragements m'ont permis d'aller jusqu'au bout.

Il convient donc au terme de ce parcours de remercier du fond du cœur toutes les personnes qui, de près ou de loin, m'ont apporté leur soutien et m'ont permis de mener à bien cette thèse. Que toutes personnes que j'omettrai de nommer dans mes remerciements soient rassurées de toute ma reconnaissance et gratitude envers elles.

Qu'il me soit permis d'exprimer en premier lieu, mes remerciements et ma profonde gratitude à ma directrice de thèse, le professeur Leloup Fabienne, qui a su diriger avec rigueur ce travail. Professeur, votre accueil chaleureux, votre qualité d'encadrement, vos questions pertinentes, votre patience, vos observations et suggestions tout au long de cette thèse m'ont permis de me questionner et de trouver ma voie.

J'ai beaucoup bénéficié des conseils, des observations et discussions fructueuse avec Ndagijimana Uzziel, ex vice-recteur de l'Université Nationale du Rwanda, aujourd'hui Secrétaire Permanent au Ministère de la Santé (au Rwanda). Je tiens à vous remercier de cette proximité.

Je remercie également les professeurs Jean Marie Wautelet, Marcel Gérard et Philippe Lebailly, membres du comité d'encadrement, pour leurs observations, remarques judicieuses et pertinentes. Je remercie aussi le professeur Jean Emile Charlier, président du jury de ma thèse.

La réalisation de ce travail a nécessité un appui financier important. Qu'il me soit permis de remercier le Royaume de Belgique, à travers la Coopération Technique Belge (C.T.B.), de m'avoir accordé une bourse d'étude.

Mes remerciements vont également aux FUCaM, aujourd'hui UCL-Mons, et ses autorités pour m'avoir accueilli en leurs murs et avoir mis en ma disposition toutes les conditions matérielles et scientifiques nécessaires au bon déroulement de cette thèse.

Je remercie particulièrement les théiculteurs-paysans de Gisovu, à travers leur coopérative (COOTHEGIM), pour avoir facilité mes travaux de recherche sur le terrain. J'adresse également mes remerciements aux deux directeurs de l'usine théicole de Gisovu.

Ma reconnaissance va également à Nkurunziza Mugabo Alexis, pour m'avoir hébergé durant mes derniers séjours en Belgique. Ton sens de l'amitié m'a beaucoup touché.

Je ne saurai terminer mes remerciements sans vous mentionner, vous, oui, vous ma belle famille qui m'avez toujours soutenu et qui continuez à me soutenir, vous me donnez la force d'avancer même aux moments les plus durs, devant les obstacles, face à mes questionnements, vous étiez présents pour me soutenir. Je vous aime tendrement.

A ma mère, mes sœurs et frères merci pour avoir cru en moi et surtout merci pour vos encouragements. Que Dieu nous serve de guide selon sa volonté.

Résumé

La problématique de l'étude est tirée du constat, que nous impose le marché mondial, depuis 40 ans, relatif à l'instabilité et au faible niveau des prix sur les produits primaires en général, dans les pays en voie de développement, mais plus particulièrement sur les produits agro-alimentaires, le thé du Rwanda pour ce qui concerne cette étude.

L'objectif de la thèse est de réfléchir sur les possibilités pour le thé rwandais de faire face à la concurrence en se constituant une niche de production sur le marché international à travers une spécification de son offre.

Suite au différentiel de prix que dégage le thé de Gisovu (sud-ouest du Rwanda) sur le marché national et international (enchères de Mombassa), nous avons pris le thé de Gisovu comme cas d'étude.

Les données analysées dans cette étude ont été collectées à partir des enquêtes de terrain, réalisées entre 2006 et 2010 auprès des acteurs impliqués dans la théiculture à Gisovu et auprès des acheteurs du thé rwandais aux enchères de Mombassa (au Kenya).

A travers l'approche des Systèmes Agroalimentaires Localisés (SYAL) nous montrons que le thé de Gisovu s'inscrit déjà dans une démarche de labellisation « non officielle » faisant référence à l'origine de production. Le renforcement de cette dynamique pouvant amener le thé rwandais à se constituer une niche de production, au niveau du marché mondial, à travers la spécification de son offre. Une spécification de l'offre avec un fort contenu de son lieu, « territoire », de production.

Mots-clés : Rwanda, marché mondial, Gisovu, SYAL, qualité territoriale, réputation, indication géographique.

Abstract

The Problematic of the study comes from the findings imposed by the world market, since 40 years ago, related to the instability and low level of prices on primary goods in developing countries in general, but in particular on the foodstuff, that is Rwanda tea as far as this study is concerned.

The purpose of the thesis is to think about the possibilities for Rwanda tea to face the competition by creating an original niche market of production on the international market through the specification of its supply.

Following the price high level of Gisovu tea (Southern-west of Rwanda) on the national and international market (Mombassa auction), we have then taken Gisovu tea as a case study.

The data analyzed in this study were collected using field surveys, realized between 2006 and 2010 with the actors involved in tea farming at Gisovu and with Rwanda tea buyers at Mombasa bidding (Kenya).

By using the Localized Agrifood System (LAS) we demonstrate that Gisovu tea is defined in a process of “non-official” labeling that makes reference to the origin of the production. Therefore, strengthening this dynamic would enable Rwanda tea to make up its production niche at the world market level through specification of its supply. A specification of supply with a thorough content of the area, “territory”, of production.

Key words: Rwanda, world market, Gisovu, SYAL, territorial quality, reputation, geographical indication.

LISTE DES PRINCIPALES ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES

CNUCED : Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement

CTA : Centre Technique de Coopération Agricole et rurale

OECD : Organisation de Coopération et de Développement Economiques

FAO : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

OCIR : Office des Cultures Industrielles du Rwanda

EATTA: East Africa Tea Trade Association

A.C.P : Afrique Caraïbe Pacifique

SYAL : Systèmes Agroalimentaires Localisés

CIRAD-SAR : Centre de Coopération International en Recherche Agronomique pour le Développement-Systèmes Agro-alimentaires et Ruraux

SPL : Systèmes Productifs Locaux

MINAGRI : Ministère de l'Agriculture, de l'élevage et des ressources animales

COOTHEGIM : Coopérative des Théiculteurs de Gisovu-Muko

ISAR : Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda

GREMI : Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs

PED : Pays en Développement

AOC: Appellation d'Origine Contrôlée

IGP : Indication Géographique Protégée

FLO: Fairtrade Labelling Organizations

IFAT: International Federation for Alternative Trade

NEWS: Network of European World Shops

EFTA: European Fair Trade Association

IG: Indication Géographique

AB: Agriculture Biologique

AOP : Appellation d'Origine Protégée

AS : Attestation de Spécificité

PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

PSTA : Plan Stratégique pour la Transformation Agricole

RdR : République du Rwanda

FERWATHE : Fédération Rwandaise des Théiculteurs

USD : Dollar Américain

AESED : Association Européenne des Sociétés d'Etudes de Développement

B.I : Blocs Industriels

T.V : Thés Villageois

CTC: Crush Tear Curl

EATT: East Africa Tea Association

FERWACOTHE: Fédération Rwandaise des Coopératives Théicoles

BRD : Banque de Développement du Rwanda

COOPECTHEGIM : Coopérative d'épargne et de Crédit des Théiculteurs de Gisovu-Muko

USAID: United State Agency for International Development

PEARL: Partnership for Enhancing Agriculture in Rwanda through Linkage

LISTE DES GRAPHIQUES, TABLEAUX, CARTES ET FIGURES

1. Liste des graphiques

Graphique 0.1. Evolution des prix des produits de base (indice CNUCED, année 2000=100).....	17
Graphique 0.2. Offre d'exportation (de 1982 à 2010).....	19
Graphique 0.3. Comparaison de l'évolution des prix du thé rwandais au niveau mondial et régional (enchères de Mombassa) pour la période 1996-2010.....	22
Graphique 0.4 Comparaison des prix de certaines usines rwandaises par rapport aux prix mondial et régional (enchères de Mombassa).....	23
Graphique 0.5. Comparaison des prix des thés de première qualité sur les enchères de Mombassa (en 2009).....	25
Graphique 5.1. Prix du thé rwandais (moyenne) sur les enchères de Mombassa.....	151
Graphique 5.2. Evolution de la production de la feuille verte à Gisovu.....	155
Graphique 5.3: Evolution de la production du thé noir à Gisovu par rapport à la moyenne nationale.....	158
Graphique 5.4. : Evolution du prix du thé de Gisovu par rapport aux prix national, régional (Afrique centrale, orientale et australe) et mondial.....	162
Graphique 7.1. Evolution de la demande des principaux acheteurs du COMESA et de l'EAC aux enchères de Mombassa.....	237

2. Liste des tableaux

Tableau 0.1. Comparaison en termes de rendements et de coûts de production (année 2005)...	21
Tableau 0.2. Tableau récapitulatif de nos entretiens sur terrain.....	37
Tableau 3.1. Les facteurs de concurrence spatiale et leurs caractéristiques principales.....	87
Tableau 5.1. Usines et catégories de producteurs.....	137
Tableau 5.2. Localisation des théiculteurs-paysans et superficies occupées.....	154
Tableau 5.3. Coefficients de transformation de la feuille verte en thé noir des sites théicoles au Rwanda (année 2003).....	159
Tableau 5.4. Acheteurs du thé de Gisovu aux enchères de Mombassa (année 2008).....	163
Tableau 5.5 Ventes du thé rwandais emballé (en USD).....	168
Tableau 5.6. Répartition de la main d'œuvre (salariée et non salariée) selon les activités théicoles.....	179
Tableau 5.7.: Typologie des relations horizontales entre théiculteurs d'un même secteur....	180

Tableau 6.1. Estimation du compte d'exploitation pour un champ de théier d'un hectare à Gisovu, en 2010 (pour un mois).....	211
--	-----

3. Liste des cartes

Carte 5.1. Répartition des sites théicole au Rwanda (Année 2005).....	136
Carte 5.2: Zone d'étude.....	144

4. liste des figures

Image 5.1. Thé emballé de Gisovu sous indication du lieu de production.....	167
Figure 6.1. Structure de l'organisation et de gestion de la théiculture paysanne à Gisovu...	198
Schema5.1. Acteurs et interactions.....	185
Schéma 7.1. Processus d'enregistrement d'une I.G dans l'UE pour un produit en provenance de l'UE ou en dehors de l'U.E.....	221
Schéma 7.2. « Triangle » vertueux de l'IG-Gisovu.....	226

Table de matière

0. Introduction générale.....	17
0.1. Contexte général.....	17
0.2. Problématique de l'étude et question de la recherche.....	25
0.3. Bilan de la littérature et hypothèses.....	26
0.4. Cadre conceptuel méthodologique.....	38
0.5. Organisation de la thèse.....	40
 Partie I : Approches théoriques et conceptuelles.....	43
Introduction à la partie1.....	44
 Chapitre 1 : Espace et territoire en économie.....	45
1.1. De l'espace et de la région en économie.....	45
1.2. De l'espace au territoire.....	47
Conclusion du chapitre 1	54
 Chapitre 2 : Les formes d'organisation spatiale et des activités productive.....	55
2.1. Les Systèmes Productifs Locaux (SPL).....	55
2.2. Les SYAL, SYstèmes Agro-alimentaires Localisés.....	59
2.2.1. La filière de production.....	59
2.2.2. Le systèmes agroalimentaires localisés (SYAL).....	61
2.3. Les SYAL dans les pays en développement.....	64
Conclusion du chapitre 2.....	69
 Chapitre 3 : Les approches de la proximité et la construction	
territoriale.....	70
3.1. L'économie de proximités.....	70
3.1.1. Origine et développement de l'économie des proximités.....	70
3.1.2. Les composantes de l'économie des proximités.....	72
3.1.2.1. La proximité organisationnelle.....	72
3.1.2.2. La proximité institutionnelle.....	73
3.1.2.3. La proximité géographique.....	74
3.2. Le processus de construction territoriale : création, révélation	
et spécification des ressources.....	77

3.2.1. De l'avantage comparatif à l'avantage différenciatif.....	77
3.2.2. Des ressources territoriales.....	81
3.2.2.1. De l'input à la ressource.....	81
3.2.2.2. Ressources génériques ou spécifiques.....	82
3.2.2.3. Ressources composites ou ressources latentes.....	83
3.2.3. Processus d'activation ou de révélation et de spécification des ressources.....	84
3.2.3.1. Ressources et actifs spécifiques ou génériques.....	84
3.2.3.2. Activation ou révélation des ressources.....	85
3.2.3.3. Le processus de spécification des actifs.....	85
3.3. Les actions collectives, la notion de confiance et la capacité des acteurs.....	88
3.3.1. L'action collective.....	88
3.3.2. La notion de confiance.....	90
3.3.3. Actions collectives et « capacités » des acteurs.....	92
Conclusion du Chapitre 3.....	93

Chapitre 4: Qualité des produits agroalimentaires en lien

avec l'origine de production.....	95
4.1. Différenciation des produits.....	95
4.1.1. La différenciation horizontales (objective).....	96
4.1.2. La différenciation verticale (subjective).....	97
4.2. La qualité comme objet de recherche en économie : apports de l'économie de l'information.....	98
4.3. La différenciation des produits par les attributs de « croyance » ou de « confiance ».....	100
4.3.1. La qualité territoriale des produits utilisant leur origine de production comme facteur de différenciation.....	101
4.3.2. La certification biologique et équitable.....	102
4.3.2.1. La consommation des produits biologiques et issus du commerce équitable.....	103
4.3.2.2. Conditions de production et d'échanges des produits Biologiques ou issus du commerce équitable.....	106

4.4.	Comparaison entre une stratégie de différenciation et une stratégie de spécification.....	107
4.5.	Stratégie de différenciation de la qualité des produits en lien avec l'origine dans l'agroalimentaire	111
4.5.1.	Offre d'un produit agroalimentaire de qualité territoriale.....	111
4.5.1.1.	Les signes d'identification de la qualité et de l'origine en Europe.....	112
4.5.2.	La différenciation par l'offre combinée : le modèle du panier de biens.....	116
4.6.	La stratégie de différenciation par l'IG dans les pays en développement.....	118
4.6.1.	Les productions IG pour la protection des producteurs et des consommateurs.....	119
4.6.2.	Les productions IG pour affirmer la différenciation des produits.....	120
	Conclusion du chapitre 4.....	122
	Conclusion sur le cadre théorique : positionnement et apports théoriques.....	123

Partie II : La théiculture à Gisovu sous l'approche du SYAL :

émergence, développement et renforcement.....126

Introduction de la deuxième partie.....127

Chapitre 5 : La théiculture au Rwanda et à Gisovu.....129

5.1.	Aperçu sur la politique agricole du Rwanda.....	129
5.2.	Aperçu historique sur l'introduction de la théiculture au Rwanda.....	134
5.3.	La politique agricole consacrée au secteur théicole.....	139
5.4.	La théiculture à Gisovu.....	143
5.4.1.	Présentation du site théicole de Gisovu.....	133
5.4.2.	Introduction de la théiculture dans le milieu paysan.....	147
5.4.3.	La place et le rôle de l'Etat dans le développement de la théiculture à Gisovu.....	149
5.5.1.	Production de la feuille verte.....	153
5.5.2.	Production du thé noir.....	156
5.5.3.	Les activités de transport et de commercialisation.....	159
5.5.4	Valorisation de la filière jusqu'au bout de la chaîne de valeur (« Global Value Chain »).....	165
5.5.5.	Le thé de Gisovu : une référence pour l'usine ou pour la région de Gisovu ?.....	169
5.6.	Les acteurs de la filière théicole à Gisovu et leurs interactions.....	170
5.6.1.	Identification et localisation des acteurs principaux.....	170

5.6.1.1. Acteurs spécifiques avant la privatisation.....	171
5.6.1.2 Acteurs spécifiques après la privatisation.....	172
5.6.2 Interactions entre acteurs et modes de coordination.....	178
5.6.2.1 Les relations horizontales dans la théiculture à Gisovu.....	178
5.6.2.2. Les relations verticales entre la COOTHEGIM et les autres acteurs.....	183
5.7. Les produits et le mode d'acquisition et de transmission des savoir-faire.....	186
5.7.1. La feuille verte.....	186
5.7.2. Le thé noir : le produit et le mode de transformation des savoir-faire.....	189
Conclusion du Chapitre 5.....	190

Chapitre 6 : La filière théicole de Gisovu sous l'approche du SYAL.....192

6.1. Les facteurs dans la théiculture à Gisovu.....	193
6.1.1. Les facteurs naturels.....	193
6.1.2. La main d'œuvre, disponible, formée à la théiculture et les savoir-faire.....	194
6.1.3. Gisovu en tant que territoire.....	196
6.2. Spécification de la théiculture de Gisovu dans une dynamique de production d'un thé de qualité.....	197
6.2.1. La capacité organisationnelle des théiculteurs ou l'action collective structurelle.....	197
6.2.2. La spécification du thé de Gisovu et le processus de construction territoriale de la qualité du thé ou l'actions collective fonctionnelle.....	200
6.3. Qualité, différenciation et comportement du consommateur ou de l'acheteur.....	207
6.3.1. Construction de la qualité par les consommateurs/acheteurs.....	207
6.3.2. Au-delà des enchères de Mombassa.....	209
6.4. La théiculture de Gisovu, les théiculteurs-paysans et l'Etat.....	210
6.4.1. Les théiculteurs-paysans.....	210
6.4.1.1. Prix de la feuille verte au producteur.....	210
6.4.1.2. La privatisation de l'usine de Gisovu : effets attendus sur les théiculteurs-paysans.....	213
6.4.2. Rôle et place de l'Etat dans la théiculture de Gisovu.....	214
6.4.2.1. Les acteurs publics.....	215
6.4.2.2. La privatisation et l'impact sur le rôle de l'Etat.....	215

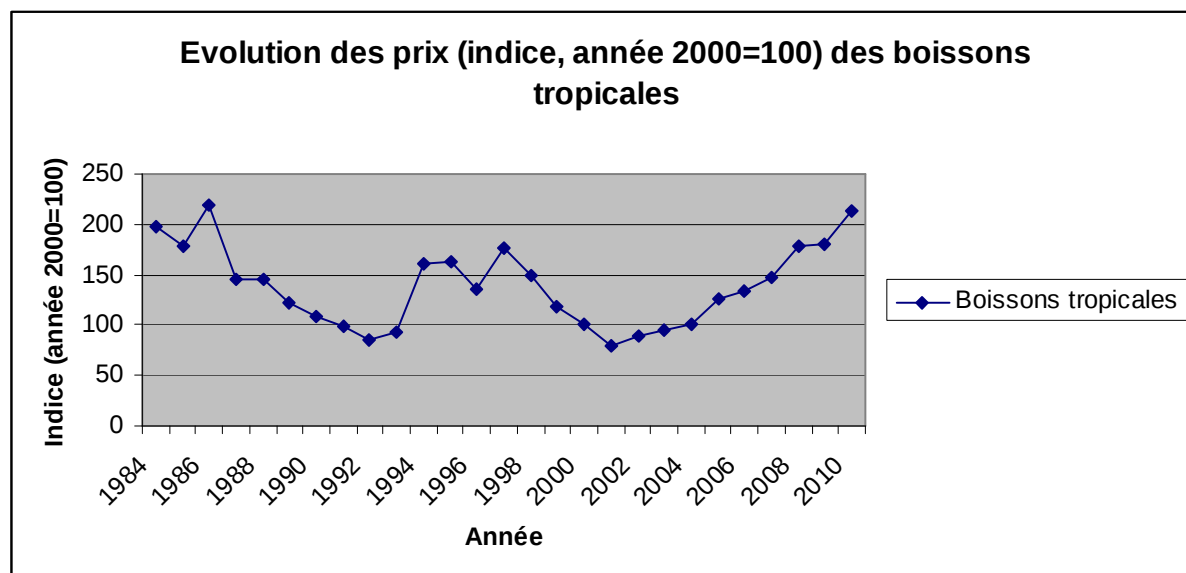
Conclusion du Chapitre 6.....	217
Chapitre 7: Stratégie de pérennisation de la filière théicole de Gisovu :	
Les opportunités de la labellisation territoriale.....	219
7.1. Le cadre institutionnel et légal international en matière d'I.G.....	219
7.1.1. L'Union Européenne et les Indication d'Origine.....	219
7.1.2. L'Organisation Mondial du Commerce (O.M.C.) et les I.G.....	222
7.1.3. Le cadre institutionnel et légal en Afrique et dans les communautés économiques régionales en matière d'I.G.....	224
7.2. Stratégie de pérennisation du SYAL-Gisovu sous I.G.....	226
7.2.1. Analyse des perspectives de labellisation sous IG au Rwanda pour le thé de Gisovu..	226
7.2.1.1. Processus d'identification et de qualification.....	227
7.2.1.2. Activation et valorisation.....	229
7.2.1.3 Les pouvoirs publics.....	231
7.2.2. Le contexte international et régional de l'I.G du thé de Gisovu.....	233
7.2.2.1. Le marché international : la stratégie du « Co-branding ».....	233
7.2.2.2. Le marché régional (supranational).....	237
7.3. L'IG-Gisovu comme outil de stratégies de développement territorial à Gisovu.....	239
Conclusion du Chapitre 7.....	240
CONCLUSION GENERALE, APPORTS ET PERSPECTIVES.....	242
Bibliographie.....	250
Annexe.....	264

Introduction générale

0.1. Contexte général

Le marché du thé comme celui de produits primaires se caractérise par de fortes variabilités en termes de prix. Ainsi, de façon plus générale, depuis une trentaine d'années, est observée, sur le marché international une volatilité des prix mondiaux des boissons tropicales (café, thé et cacao). Il est observé une forte tendance à la baisse dans les années 1980 qui s'est arrêtée en 1992. Après une hausse instable des prix jusqu'en 1998, on observe à nouveau une baisse des prix jusqu'en 2002, avant de connaître une tendance continue à la hausse des prix jusqu'en 2010. En considérant l'année 2000 comme année de base, il est noté un doublement des prix (113%) entre l'année 2000 et 2010 et les prix de 2010 avoisinent ceux du début de la période, soit 1984.

Graphique 0.1. Evolution des prix des produits de base (indice CNUCED, année 2000=100)



Source : Auteur, à partir des données de la CNUCED (unctadstat.unctad.org).

Cette hausse des prix, depuis 2002 est attribuée à des facteurs qui revêtent plus un caractère transitoire que permanent (conditions climatiques, guerres civiles, prix du pétrole, les conditions macroéconomiques favorables,...) et renforcent le caractère instable de l'évolution des prix des boissons tropicales, à long terme (CNUCED, 2011, p.20)¹.

Cette instabilité des prix est plus que problématique pour les pays en développement qui ne dépendent que d'un ou deux produits de base pour leurs recettes en devises.

¹ Cnuced (2011), *Evolution récente des principaux marchés de produits de base : tendances et contraintes*. Genève, 22-23 mars, 20p.

Comme le précisait la CNUCED (2011)², en 2009, sur 143 pays en développement, 96 (c'est-à-dire 66% des pays en développement) étaient tributaires de produit de base pour au moins 50% de leurs recettes exportations. Environ la moitié des pays africains ont leurs économies fondées sur les produits de base qui représentent environ 70% de leurs recettes d'exportations totales (CNUCED, 2011, p.16). Or, les recettes provenant de l'exportation de ces produits de base constituent un des principaux déterminants de l'équilibre de la balance des paiements, de l'endettement extérieur, de la situation fiscale, de l'épargne et de l'investissement. Notons également l'importance des produits de base dans la réduction de la pauvreté, dans les milieux ruraux, dans les pays en développement. J-J Dethier et A. Effenberg (2011) ne précisent rien d'autres lorsqu'ils notent: *"Food prices play an important role for the poor since food consumption constitutes a large fraction of their income. Approximately three-quarters of their income is spent on staple foods so that food price increases have a major impact on poor consumers and are a threat to their food security"* (p.39)³.

Pour ce qui est des boissons tropicaux, la CNUCED (2011) précise qu'en 2009, 25 pays en développement en dépendaient pour au moins 50% de leurs recettes d'exportation. Certains pays comme le Kenya, le Burundi et le Rwanda en dépendent pour plus de 60%.

Un autre élément aliénant de ce type de production concerne le caractère non contrôlable de la fixation des prix.

En effet, en plus de l'instabilité des prix des produits de base, certains pays se présentent sur le marché, dans le cas de certains produits, en tant que preneurs de prix. Ils n'ont aucun moyen d'influencer les prix en jouant sur l'offre et/ou sur la demande, car celles-ci sont insignifiantes par rapport à l'offre et la demande globales sur le marché. Dans le cas des boissons, c'est le cas par exemple du marché du café et du thé. Sur ces deux marchés, quelques pays fournissent plus de la moitié de l'offre globale (le Brésil, le Vietnam et l'Indonésie pour le café ; l'Inde, la Chine, le Kenya et le Sri Lanka pour le thé) (CNUCED, 2011, p.11).

De tout ce qui précède, se pose la question relative à l'avenir des « petits pays », comme celui qui nous intéresse ici, à savoir le Rwanda. Ces pays sont tributaires de quelques produits de base et sont dans l'incapacité d'influencer les prix. Comment faire face alors à la concurrence et sont-ils capables de capter des prix élevés ?

² CNUCED (2011), *Coup d'œil sur les produits de base*, Genève, 20p.

³ Dethier J-J. and Effenberg A. (2011), « Agriculture and Development. A Brief Review of the Literature », *Policy Research Working Paper 5553*, World Bank, 60p.

C'est dans ce contexte général que s'inscrit notre travail qui étudie un des produits de base, le thé, produit dans un pays en développement, le Rwanda, et ce face aux enjeux du marché mondial.

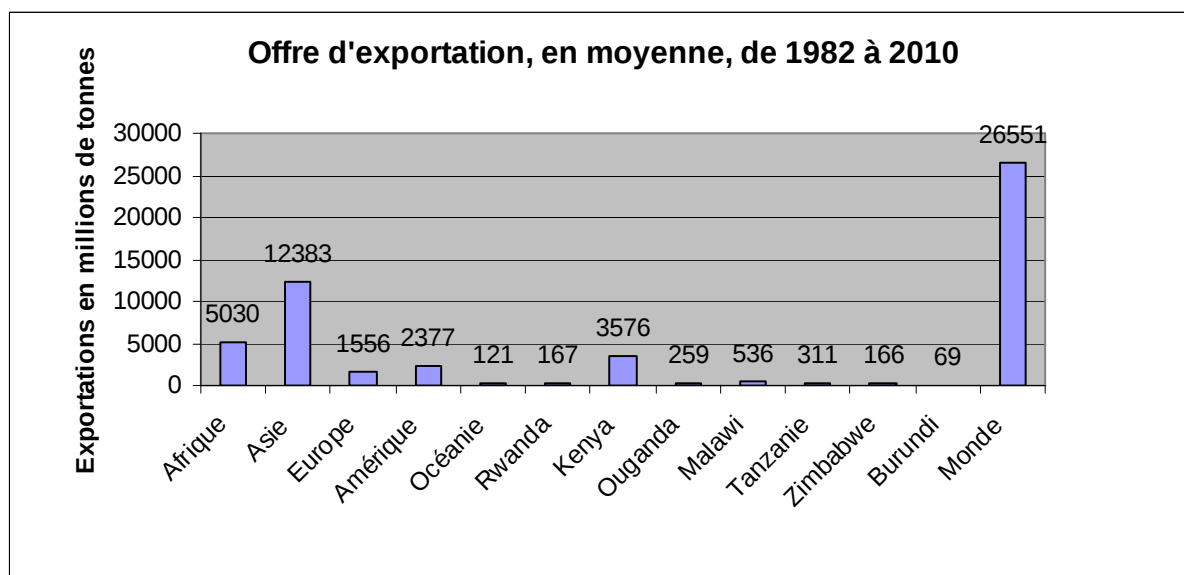
0.2. Problématique de l'étude et question de la recherche

Le Rwanda est un pays producteur et quasi-exclusivement exportateur du thé, la question de son positionnement par rapport au marché mondial se pose. Nous entendons par positionnement l'aptitude du Rwanda à se situer par rapport à la concurrence par rapport à l'évolution de l'offre, des coûts de production et des prix sur le marché mondial.

Positionnement au niveau de l'offre d'exportation

L'évolution de l'offre rwandaise et sa part du marché au niveau mondial, continental et régional (par régional, nous faisons référence à l'espace constitué par les pays producteurs proches ou voisins du Rwanda qui vendent leurs production sur les enchères de Mombassa : Kenya, Burundi, RDC, Malawi, Ouganda, Mozambique, Mozambique, Tanzanie et Madagascar) est illustrée par le graphique 0.2.

Graphique 0.2. Offre d'exportation (de 1982 à 2010)



Source: Auteur, à partir de la base de données de la FAO (faostat)⁴

Trois principaux enseignements se dégagent de ce graphique.

L'Afrique contribue à l'offre mondiale, à hauteur de 19%, derrière l'Asie qui est le premier continent contributeur à l'offre mondiale, à hauteur de 47% des exportations mondiales.

⁴ Ces quantités représentent une moyenne simple sur 29 ans. Les données sont tirées du site de la FAO (faostat) : faostat.fao.org/site/535/default.aspx

Le gros des exportations africaines vient de l'Afrique centrale et de l'est, notamment avec le Kenya premier exportateur africain et mondial avec plus de 71% des exportations africaines et 13,5% des exportations mondiales, sur la période 1982-2010.

La part rwandaise dans les exportations reste très basse, que ce soit au niveau mondial, continental et régional. Elle est en effet, respectivement de 0,6 %, 3% et de 3,3% sur la période allant de 1982 à 2010⁵.

Avec une consommation intérieure quasi-inexistante⁶ et une offre insignifiante sur le marché mondial, le Rwanda reste bien un « petit pays » au niveau du marché mondial du thé. Une augmentation ou diminution de son offre est loin d'influencer les prix du marché comme ce fut le cas pour Kenya, quand les cours mondiaux du thé sont passés de moins de 0,90 USD/kg, sur le marché de Londres en 1995 à 1,57USD/kg suite à un déficit dans l'offre tribulaire à la sécheresse survenue au Kenya (CTA, 2005)⁷.

Positionnement par rapport aux rendements et aux coûts de production.

L'exportation du thé rwandais a pour principal objectif de générer des recettes en devises, en effet cette production représentait 14,3% des recettes totales d'exportation, soit 33,9 millions de dollars américains sur 237,8 millions réalisés en 2010. Le secteur théicole représentait en 2010, la troisième source de recettes extérieures, derrière le café (24% des recettes totales d'exportation) et les minerais de cassitérite (27,7%) (p.22)⁸. Elle entend en outre proposer une source de revenus aux théiculteurs-paysans en milieu rural. 60 000 personnes en milieu rural vivent des revenus issus du secteur théicole (MINAGRI et OCIR-THE, 2008, p. 6)⁹.

Dès maintenant il est essentiel de noter que la qualité des rendements et la hauteur des coûts de production sont des moyens permettant d'améliorer le positionnement du secteur par rapport à la concurrence internationale. Cependant comme le tableau 0.1 le montre en faisant une comparaison de ces variables entre le secteur théicole rwandais et le secteur des principaux pays producteurs, la situation rwandaise ne s'avère pas a priori privilégiée.

⁵ Pourcentages calculés à partir des données tirées sur le site de la FAO (Faostat) : <http://faostat.fao.org/site>

⁶ La consommation intérieure du Rwanda se situe autour de 0,02kg/tête/an alors que celles des pays comme l'Irlande, le Royaume-Uni, l'Egypte qui ont une tradition du thé est respectivement de 3,5 ; 2,53 et 2,17 kg/hab./an (Th. Nkuzimana, 2005)

⁷ Informations tirées sur le site du Centre Technique de Coopération Agricole et rurale (CTA) : <http://agritrade.cta.int> . Consulté le 25 mars 2010.

⁸ RoR (2011), *Rwanda External Trade Statistics 2009-2011*, National Institute of Statistics of Rwanda (NISR), Kigali, 45p.

⁹ MINAGRI and OCIR-THE (2008), *A Revised Tea Strategy for Rwanda 2009-2012-Transforming Rwanda's Tea Industry*, Kigali, 46p.

L'amélioration des rendements et la réduction des coûts de production est un des moyens permettant d'atteindre cet objectif. Le tableau 0.1. permet de faire une comparaison de ces variables entre le secteur théicole rwandais et le secteur théicole des principaux producteurs.

Tableau 0.1. Comparaison en termes de rendements et de coûts de production (année 2005)

Pays	Coûts de production (\$/kg)	Rendements moyens du thé noir (kg/ha)	Part de la production mondiale (année 2010)	Position sur le marché mondial
Inde	1,20	1 996	24%	2 ^{ème}
Kenya	1,10	2 394	10%	3 ^{ème}
Sri Lanka	1,53	1 817	7%	4 ^{ème}
Viet Nam	0,96	800	5%	6 ^{ème}
Rwanda	1,22	1 343	0,6%	17 ^{ème}

Source: Ocir-thé (2006), A new Tea Sector Strategy for Rwanda (2005-2010), décembre 2006, p.5. pour les données se rapportant aux coûts de production et aux rendements et le site de la Fao : <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx> pour les données se rapportant à la production.

Force est de constater que le secteur théicole rwandais présente des rendements inférieurs et des coûts de productions supérieurs par rapports à ceux des grands producteurs.

Pour ce qui est des coûts de production cela est dû principalement aux coûts de l'acquisition des parcelles théicoles, des intrants et aux coûts de transport qui sont élevés au Rwanda.

Le Rwanda est un pays non littoral, exigu (26 630km²) et à forte densité (394hab/km²). Certains de ces coûts étant importants pour réaliser de bons rendements (accès aux engrais chimiques par exemple) il est normal que leur acquisition à des coûts élevés ait un impact négatif sur les recettes.

On se retrouve dans une sorte de cercle vicieux où si les producteurs veulent augmenter les recettes en jouant sur la quantité (augmentation des rendements) ils sont obligés d'engager des coûts supplémentaires qui ont un impact négatif sur les recettes.

Cette situation renseigne sur la difficulté du secteur théicole rwandais à jouer sur la compétitivité par les coûts.

Positionnement par rapport aux prix

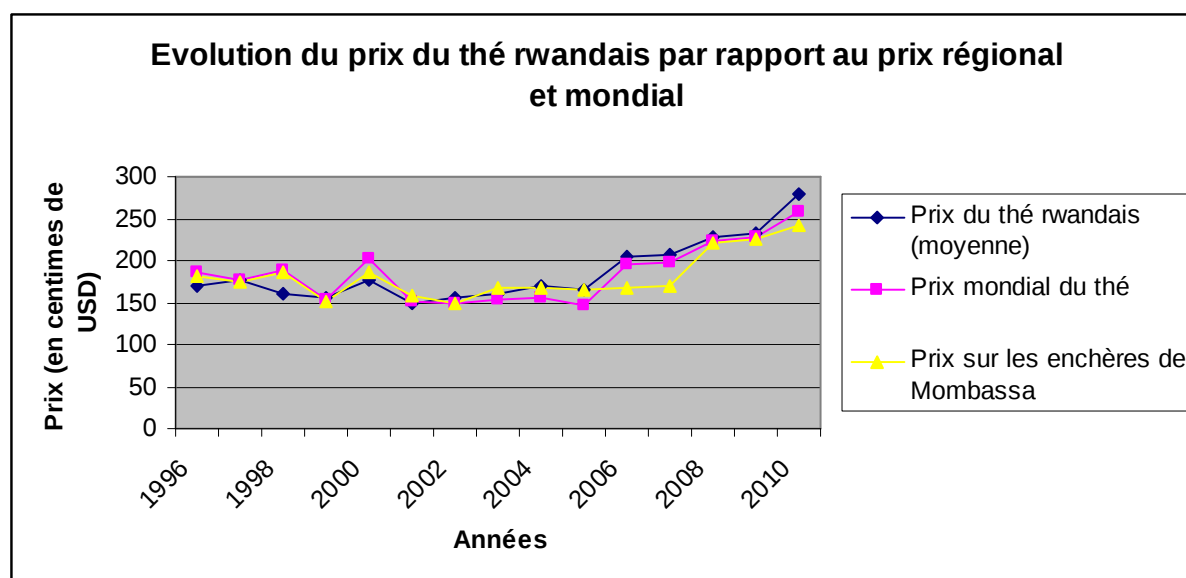
Le Rwanda écoule 85% de son thé sur le marché des enchères de Mombassa (Kenya).

Les prix sur les enchères sont déterminés en fonction de l'offre et de la demande disponibles mais aussi en fonction de la qualité du produit. Celle-ci est surtout déterminante lors de la fixation du prix de lancement des enchères (prix initial).

Deux grades de thé sont vendus aux enchères, les thés de grades supérieurs (qualité supérieure) qui captent les meilleurs prix et les thés de grades inférieurs (qualité inférieure) qui se contentent des prix bas. Un pays qui propose régulièrement des thés de qualité supérieure, présentera une moyenne élevée de son prix par rapport à un pays qui présente plus de thés de qualité inférieure.

Compte tenu du fait que les conditions de l'offre et de la demande, en termes de quantité disponibles, sont les mêmes pour tous les intervenants, une analyse de l'évolution des prix rwandais par rapport au prix mondial et régional, à travers les graphiques 0.3 et 0.4., nous renseigne sur la qualité du thé présentée par le Rwanda.

Graphique 0.3. Comparaison de l'évolution des prix du thé rwandais au niveau mondial et régional (enchères de Mombassa) pour la période 1996-2010



Source : Auteur, à partir de l'OECD (2011)¹⁰ pour l'évolution du prix au niveau mondial (prix composite de la FAO) et Ocir-thé (2011), Département des statistiques, pour les prix rwandais et les prix aux enchères.

Le graphique ci-dessus nous montre l'évolution des prix¹¹ du thé rwandais sur le marché des enchères de Mombassa et l'évolution des prix du marché mondial (moyenne des prix des trois principaux marchés des enchères, à savoir : Colombo (Sri Lanka), Calcutta (Inde) et Mombassa (Kenya)).

¹⁰ Informations tirées sur <http://www.oecd.org/document/> le 05/02/2011.

¹¹ Les prix du Rwanda et de Mombassa représentent des moyennes calculées chaque année, car les enchères se tiennent au moins une fois par semaine.

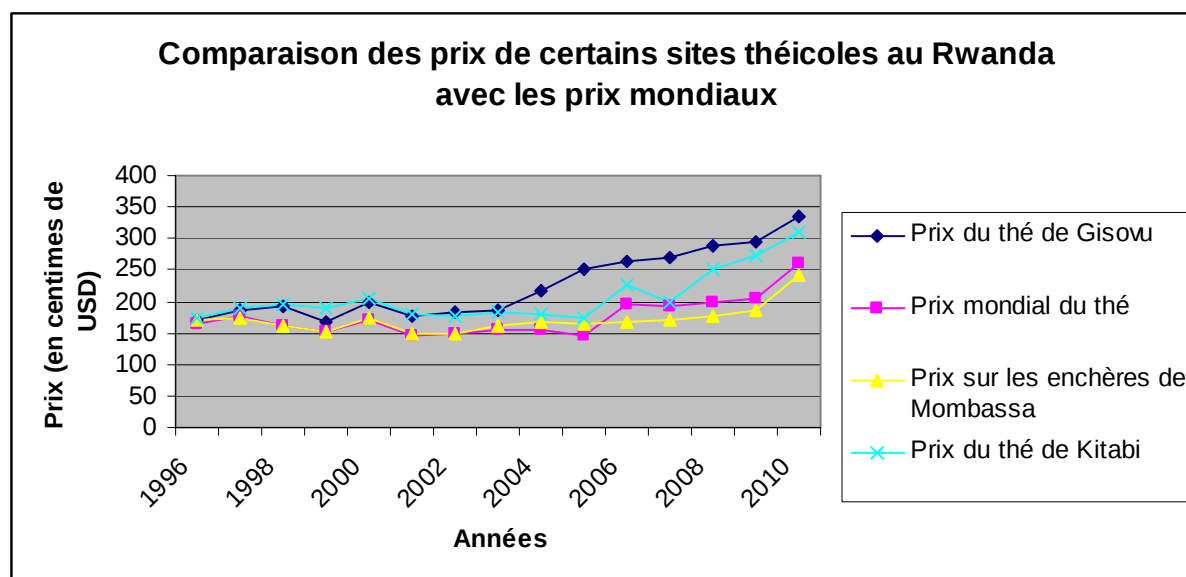
Quelques enseignements se dégagent de ce graphique. (i) Les trois prix connaissent une évolution en dents de scie, avec des amplitudes parfois élevées (1998 à 2000 et 2005 à 2006).

On constate un début de croissance constante du prix depuis 2002, avec par exemple un taux de croissance de 32% pour le prix du thé rwandais, 31% pour le prix du thé mondial et 11% pour le prix des thés vendus à Mombassa, entre l'année 2002 et 2006. Par rapport à l'année 2010, les prix ont plus augmenté, avec des taux de croissance de 80% pour le thé rwandais, 79% pour le prix mondial et 63% pour le prix des thés vendus aux enchères de Mombassa. (ii) Les prix du thé rwandais restent, sur une large partie de la période, supérieurs aux prix mondiaux et aux prix régionaux (marché des enchères de Mombassa). La moyenne sur cette période (1996-2010) est de 1,86 USD/kg pour le thé rwandais, contre 1,82USD/kg pour le prix mondial et 1,80 USD/kg de moyenne pour les thés vendus sur les enchères de Mombassa.

Signalons que certaines usines rwandaises, usine de Gisovu et Kitabi¹² par exemple, affichent des prix compétitifs sur les enchères de Mombassa, qui dépassent les 3 USD/kg.

En intégrant l'évolution des prix de ces deux usines dans le graphique précédent on a une situation suivante.

Graphique 0.4 Comparaison des prix de certaines usines rwandaises par rapport aux prix mondial et régional (enchères de Mombassa)



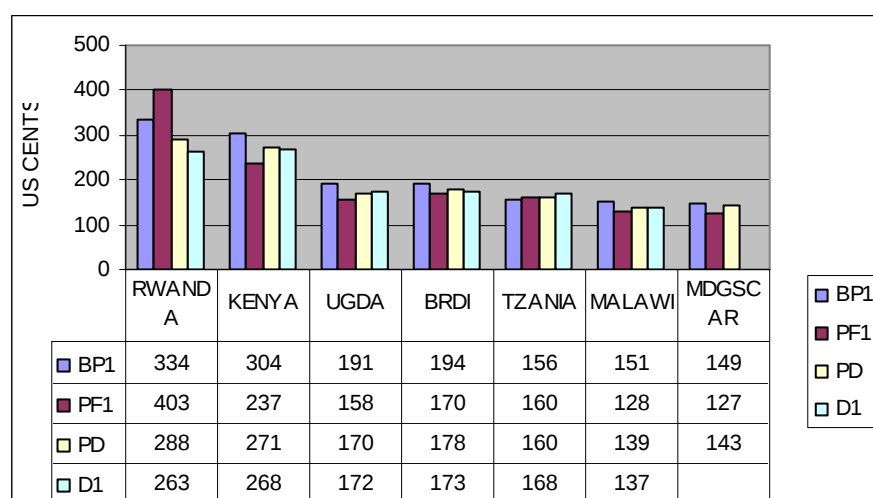
Source : Auteur, à partir d'OECD (2011) et OCIR-Thé (2011), Département des statistiques.

¹² Ces deux usines proposent des thés qui sont les plus chers vendus, par rapport aux autres usines nationales, aux enchères de Mombassa.

L'usine de Gisovu et l'usine de Kitabi sont deux des neuf usines, au Rwanda, qui produisent un thé noir de qualité. Leurs thés sont vendus au marché des enchères de Mombassa à des prix élevés par rapport à ceux du marché mondial et des enchères de Mombassa.

En 2009, par exemple, sur le marché des enchères de Mombassa, l'usine de Gisovu a affiché les meilleurs prix, pour ses thés de premières qualités, par rapport à toutes les usines de la région (Kenya, Tanzanie, Ouganda, Burundi, Malawi et Madagascar) relevant ainsi la moyenne des prix des thés rwandais de premières qualités (BP1, PF1, PD et D1) au dessus des prix du « géant » Kenya.

Graphique 0.5. Comparaison des prix des thés de premières qualités¹³ sur les enchères de Mombassa (en 2009)



Source: East Africa Tea Trade Association (EATTA), 2010

Même si ce graphique ne nous permet pas de tirer des conclusions définitives (période d'étude sur une année), on peut quand même constater qu'à défaut de concurrencer le Kenya, premier exportateur mondial du thé noir, au niveau de l'offre, le Rwanda peut parvenir à faire concurrence au niveau du prix en proposant sur le marché, des thés de premières qualités.

Cette évolution a été notée notamment par Agritrade (2005)¹⁴ qui notait que les thés de catégorie spéciale en provenance du Kenya et du Rwanda ainsi que d'autres pays producteurs de thé A.C.P. étaient demandés et avaient pu obtenir de bons prix.

Et donc même si le Rwanda est un « petit pays » qui est loin d'influencer le marché mondial (les prix), de par son offre et sa demande et que son secteur théicole présente des coûts de production relativement élevés qui ne lui permettent pas de miser sur la compétitivité-coût pour augmenter

¹³ BP1, PF1, PD, D1 sont des types de thé noir de qualité supérieures, ils signifient respectivement : Broken Peko One, Pekeo Fannings One, Pekeo Dust, Dust One.

¹⁴ Information tirée sur <http://agritrade.cta.int/fr>

ses recettes, on constate que le Rwanda présente des prix relativement élevés, certains de ses sites théicoles (le site de Gisovu par exemple) vont jusqu'à concurrencer, en termes de prix, les thés kenyans.

De ce contexte surgit l'interrogation relative aux alternatives pouvant amener le thé rwandais à se positionner durablement sur le marché mondial en rehaussant son niveau de prix.

Autrement dit, compte tenu du fait que le Rwanda n'est pas en mesure d'influencer les prix, de par l'offre et la demande, ni jouer sur la compétitivité-coût, et compte tenu du différentiel constaté sur le marché des enchères de Mombassa, la question se pose de miser sur la qualité du thé, en essayant de capter certains niches de marché à travers la différenciation de son offre.

La situation du thé de Gisovu est particulièrement illustrative de cette différence. Dès lors, dans le cadre de cette thèse, cette question est analysée à travers le thé de Gisovu.

Notons que c'est en effet depuis 2002, que le thé de Gisovu, grâce à sa qualité, capte des prix élevés par rapport à la moyenne mondiale, régionale (supranationale) et par rapport aux prix des autres thés au Rwanda. Partant de l'assertion qui estime que c'est le consommateur et non le producteur qui spécifie par son consentement à payer cher (B. Pecqueur, 2009)¹⁵, le cas de Gisovu nous offre un exemple a priori intéressant d'une différenciation de l'offre par une qualité que nous postulons de « territoriale ». L'adjectif territorial qui vient qualifier la qualité suppose l'importance des facteurs humains et locaux à la base de la construction de la qualité, les facteurs naturels (climat et conditions agropédologiques) étant considérés comme nécessaires à la production d'un thé de qualité, mais non suffisants.

La question qui se pose donc, dans le cas de la théiculture à Gisovu, est de savoir si

La théiculture à Gisovu évolue dans un environnement qui lui permet de différencier positivement son offre à travers le processus de spécification basée sur la qualité du thé ?

Notre thèse explore donc la question de la qualification du thé rwandais en vue d'une différenciation de son offre, à travers l'exemple du thé de Gisovu.

¹⁵ B. Pecqueur (2009), L'économie territoriale aujourd'hui, enjeux et échelles territoriales, les apports de la théorie et de la pratique. Séminaire CERTU et CCI de Lyon, Lyon, 9 avril, 9p.

0.3. Bilan de la littérature et hypothèses

Aujourd'hui, les évolutions de la mondialisation se manifestent principalement sous la question de la délocalisation et de l'extension de la standardisation. Le consommateur, lui se caractérise par une forme de consommation « globalisée ». Dans les pays du nord, les consommateurs manifestent des exigences de plus en plus élevées en termes de qualité et de prix. Voire leur choix pourra être conduit par des considérations sociales, éthiques, solidaires, ethniques, cherchant à préserver le milieu naturel ou recherchant une alimentation saine et naturelle (bio), etc.

Face à cet environnement et aux nouvelles exigences des consommateurs, B. Pecqueur (2001)¹⁶ fait remarquer un certain paradoxe. Selon l'auteur, la connexion croissante des marchés accentue les dépendances d'un système productif à un autre et les niches productives ont tendance à disparaître. Pourtant, estime l'auteur, ces conditions de production et de débouchés des produits et des services valorisent la recherche de ressources nouvelles qui, à l'échelle de systèmes productifs localisés présentent des caractéristiques spécifiques.

L'offre dite spécifique se définit par opposition à une offre standard et se présente, comme le présentent entre autres V. Angeon et D. Vollet (2005)¹⁷, comme la seule alternative pour les entreprises des régions périphériques souvent dans l'impossibilité de jouer sur la compétitivité-prix de leurs produits. Si l'activité productive est « située », c'est-à-dire ancrée en lieu précis, cela entraîne une relation entre les caractéristiques d'un milieu socio-physique et une production qui en serait une fonction.

Cette relation entre le milieu de production et le produit confère à l'espace un rôle important en le considérant comme variable clé dans l'explication des dynamiques de développement.

Depuis ces trois dernières décennies, de nombreuses contributions ont été faites améliorant de façon conséquente le champ d'analyse des théories régionales. Cette évolution est marquée par l'affirmation de l'espace local comme niveau pertinent d'analyse des processus de développement.

Selon L. Abdelmalki, et C., Courlet (1996)¹⁸, le renouveau théorique effectué à partir de l'approche du développement territorial marque un retour à la prise en compte de la

¹⁶ B. Pecqueur (2001), "Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens", dans, *Revue économie rurale*, no 261, janvier-février, pp.37-49

¹⁷ V. Angeon et D. Vollet (2005), "Spécification des produits et développement territorial. Le paradoxe de la filière coutelière dans l'Aubrac », dans, *XLII colloque de l'ASRLDF*, 5,6 et 7 Dijon, 18 p.

¹⁸ Abdelmalki L. et Courlet C. (dir.) (1996), *Les nouvelles logiques du développement*, L'Harmattan, Paris, 415p.

spécificité et de l'hétérogénéité des localisations, par opposition à l'homogénéité de l'espace postulé, très souvent consciemment ou non dans l'analyse courante.

Cette approche s'affranchit de la vision réductionniste des modèles classiques du développement en intégrant de façon explicite le temps et l'espace dans l'analyse des processus de développement. A ce sujet, C. Courlet (2001a)¹⁹ note que l'espace n'est plus le simple cadre dans lequel s'inscrivent ou se dessinent les phénomènes économiques, mais un facteur de leurs modes d'organisation et de leur dynamisme.

L'intérêt marqué pour cette approche dans les pays développés est justifié par beaucoup d'auteurs comme une réponse à la crise fordiste.

Dans les pays en voie de développement, elle se justifie notamment par la capacité d'adaptation des petites unités artisanales et/ou rurales à la concurrence mondiale. Ces dernières parviennent à poursuivre leurs activités dans le contexte actuel de fusion de grandes firmes et de concentration croissante du pouvoir économique dans le monde.

Notre travail sur les possibilités de différenciation du thé rwandais, sur le marché mondial, par une qualité territoriale, trouve son ancrage théorique dans cette approche du développement territorial.

Cette conception du développement territorial, contrairement aux approches par « le haut », repose sur une vision du développement par « le bas » portée par une diversité d'acteurs locaux en synergie, capables de valoriser des ressources locales tout en tenant compte de leur environnement extérieur.

De ce point de vue, nous adoptons la définition de B. Pecqueur (2004)²⁰ qui considère le développement territorial comme étant tout processus de mobilisation des acteurs locaux qui aboutit à l'élaboration d'une stratégie d'adaptation aux contraintes extérieures, sur la base d'une identification collective à un territoire donné.

A travers cette définition on comprend que le développement territorial est une construction d'acteurs qui ne se conçoit qu'en dynamique et donc insérée dans le temps, qu'il s'agit d'une stratégie d'adaptation qui vise à permettre aux acteurs des territoires de réorganiser l'économie locale face à la montée des concurrences à l'échelle mondiale, et qu'enfin le mécanisme de territorialisation repose sur la recherche de la ressource propre au territoire qui

¹⁹ C. Courlet (2001), *Territoire et Régions: Les grands oubliés de développement économique*, Harmattan, Paris, 133p.

²⁰ B. Pecqueur (2004), "Le développement territorial: une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud", Document de travail, Université Joseph Fourier, 16p.

permet à celui-ci de se différencier vis-à-vis de son voisin plutôt que de courir après la concurrence sur des productions standards.

Selon L. Abdelmalki, et C. Courlet (op.cit.), le renouvellement des analyses théoriques, effectué à partir de la logique du développement territorial dépasse largement le cas des pays avancés et débouche sur une réflexion plus générale sur les modèles locaux de développement que l'on peut distinguer en fonction des contextes socio économiques et institutionnels.

Le dénominateur commun aux modèles territoriaux ou locaux de développement est la prise en compte de la variable spatiale dans l'explication des phénomènes économiques.

C'est ainsi que Beccatini, vers la fin des années 70, tentait déjà d'expliquer les phénomènes de croissance économique observés dans le Centre et Nord-est de l'Italie en faisant apparaître la pertinence du concept de District industriel.

A. Marshall avant lui, en 1919, avait montré qu'à l'instar des grandes entreprises, la concentration en un même lieu de petites et moyennes entreprises pouvait aussi engendrer des économies d'agglomération (C. Courlet, 2001b)²¹.

En intégrant les contributions sur le district industriel au secteur productif d'autres pays industrialisés, un certain nombre de chercheurs, notamment français, a donné naissance à la notion de système productif localisé (SPL). Selon C. Courlet (2001 b) la notion de SPL peut être définie « comme un ensemble caractérisé par la proximité d'unités productives au sens large du terme (entreprises industrielles, services, centres de recherches et de formation, interfaces, etc.) qui entretiennent entre elles des rapports plus ou moins intenses. L'intensité des liens entre les unités de production dépend avant tout de l'organisation et du fonctionnement du système de production. Les rapports entre unités sont variés et ont des caractéristiques diverses : formels, informels, matériels, immatériels, marchands et non marchands » (p.88).

Bien que les SPL s'inspirent des expériences européennes, les modèles de districts industriels ou de systèmes productifs locaux ont été appliqués dans les analyses de l'industrie à petite échelle dans les pays en développement. Plusieurs chercheurs (entre autres, Nadvi et Schmitz, 1996; C. Courlet et Ferguene, 1996, 2001, 2004 et Garofoli, 1996) se sont penchés sur cette question. Ils aboutissent aux résultats que plusieurs expériences, dans les clusters du Sud,

²¹ C. Courlet (2001b), " Les systèmes productifs localisés: un bilan de la littérature", dans, *Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales*, pp. 88-103.

montrent un processus endogène d'innovation et de dynamique économique similaires à ceux constatés dans les pays industrialisés.

Apparue dans la continuité des districts industriels, des SPL et des Clusters, la notion de Système Agroalimentaire Localisés (SYAL) est le fruit de la rencontre de deux courants de recherche : les SPL et un courant qui s'interrogeait sur la place des petites entreprises dans l'évolution de l'agriculture et des filières agroalimentaires dans les pays en voie de développement (D.Requier-Desjardins, 2007²²). Les SYAL ont été définis par le CIRAD-SAR, cité par D.Requier-Desjardins (op.cit.) comme étant des organisations de production et services (unités de production agricole, entreprises agro-alimentaires, commerciales, de service, restauration) associées de par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique. Le milieu, les produits, les hommes, leurs institutions, leur savoir-faire, leurs réseaux de relations, se combinent dans un territoire pour produire une forme d'organisation agro-alimentaire à une échelle spatiale donnée.

Si notre étude, qui a pour objectif de réfléchir sur les possibilités pour le thé rwandais de se constituer une niche de production originale sur le marché mondial à travers une spécification de son offre, trouve sa justification théorique dans la notion de SPL, celle de SYAL en constitue le cadre théorique restreint.

En effet, si le rapprochement de ces deux notions fait émerger un point commun, celui d'un ensemble d'acteurs et de flux diversifiés se combinant dans une forme d'organisation géographique située, la notion des SYAL suite aux spécificités propres au secteur agroalimentaire véhicule ses propres caractéristiques. Trois caractéristiques nous interpellent, dans le cadre de cette étude.

Les SYAL renvoient aux relations en amont avec le secteur agricole qui impliquent une relation avec le terroir et les ressources naturelles.

Les SYAL renvoient également aux relations en aval avec les consommateurs. Il y a en effet de fortes caractéristiques symboliques et une proximité physique entre le produit et le consommateur (les aliments sont les seuls à être non pas utilisés, mais incorporés, au sens propre, par les consommateurs). Ceci pose la question de la qualification des produits basée sur les relations spécifiques des consommateurs avec les produits.

D'un point de vue opérationnel, les SYAL ont également des spécificités importantes. Il s'agit des caractéristiques des institutions, des acteurs et de leurs interactions à la base du processus

²² D. Requier-Desjardins (2007) « L'évolution du débat sur les SYAL: Le regard d'un économiste », XLIIIe colloque de l'ASRLDF, Grenoble-Chambéry, 11, 12,13 juillet 2007, 14p.

de développement territorial (organisations paysannes, institutions de qualification de l'origine des produits,...) (F. Boucher, 2004).

Au niveau du SYAL, la référence au territoire apparaît plus affirmée que dans le cas des SPL.

A cette vision s'ajoutent les travaux des économistes de la proximité qui proposent un cadre d'analyse plus large pour expliquer les phénomènes de construction territoriale. Il s'agit pour eux non de postuler le local, comme niveau pertinent de l'analyse, mais de le déduire (Zimmermann et Pecqueur 2004).

Pour ces auteurs, le territoire est un construit issu des représentations et des pratiques des agents économiques dans un contexte en évolution comme le résultat d'une démarche analytique (J-P. Gilly et A.Torre 2000).

Les auteurs des dynamiques de proximités s'appuient notamment sur les notions de proximité géographique, de proximité organisationnelle et de proximité institutionnelle pour expliquer l'émergence d'un territoire.

Dans le cas de notre étude qui interroge l'existence d'un SYAL théicole à Gisovu et son inscription dans un processus d'activation des ressources spécifiques autour de la filière théicole, la conjonction de l'approche des SYAL et de l'économie de proximités est particulièrement pertinente, dans la mesure où les différentes formes de proximités renseignent sur les conditions de réussite du processus d'activation des ressources à l'intérieur du SYAL. Ainsi il s'agit non seulement d'inclure l'existence d'une proximité liée à l'organisation, à la filière, mais également l'importance d'une cohérence du lieu et d'une régulation commune.

De ce cadre théorique nous rappelons notre question principale de la recherche qui interroge l'évolution de la théiculture à Gisovu dans un environnement qui lui permet de différencier son offre à travers le processus de spécification basée sur la qualité territoriale du thé.

Par rapport à notre cadre théorique cette question principale peut se décliner en deux aspects : l'évolution de la théiculture à Gisovu, dans une dynamique de SYAL et donc la territorialité de la qualité du thé et la convergence des trois proximités dans un processus qui mène vers la spécification de l'offre.

Hypothèses de la recherche

La prise en compte de la dimension territoriale liée à l'approche des SYAL et à la notion de proximité, ouvre la voie à une vision dynamique du développement. Cette vision basée sur le territoire s'appuie sur des ressources territoriales qui deviennent des opportunités pouvant être « activées » pour pérenniser cet atout, pouvoir profiter des nouvelles formes de consommation notamment de type global et pour accéder à de nouveaux circuits de distribution et à des niches commerciales spécialisées.

Les dynamiques territoriales ne proviennent pas du néant. Elles supposent l'existence a priori de ressources spécifiques qui doivent être activées par les stratégies d'acteurs qui sont coordonnés localement. Les notions de ressources et d'actifs ont été introduites dans l'analyse des territoires par Colletis et Pecqueur (1993). Ces auteurs ajoutent en outre l'étude du processus de spécification comme étant le passage de l'état générique à l'état spécifique d'une ressource ou d'un actif.

Une autre distinction faite par Hirschman cité par K. Colletis-Wahl (2002)²³ renseigne sur l'état potentiel des facteurs ou l'état latent et l'état disponible. L'activation, la valorisation ou encore la révélation est le processus qui permet le passage de l'état latent à l'état disponible.

Toutefois, l'existence de ressources spécifiques sur un espace donné n'implique pas nécessairement un processus de construction territoriale. Celui-ci repose sur un principe de spécification, c'est-à-dire la recherche pour un territoire donné des ressources qui lui sont propres, leurs mises en exergue et leurs mises en relation, qui lui permettront de se différencier durablement de ses concurrents.

Par rapport à notre question principale, nous formulons notre première hypothèse comme suit : **les ressources spécifiques (qualité des feuilles, savoir-faire, ressources naturelles, capacités des acteurs à s'organiser, main d'œuvre locale qualifiée et disponible) existantes dans la théiculture à Gisovu, peuvent être valorisées (activées) pour composer une offre différenciée.**

Dans le cas des SYAL et des résultats obtenus aussi bien par les chercheurs sur les SPL que ceux sur les Clusters, F. Boucher (2004) note l'importance de l'action collective dans la coordination des acteurs au niveau horizontal pour mobiliser, « activer » les ressources spécifiques et les avantages passifs. L'auteur distingue deux catégories d'actions collectives :

²³ Colletis-Wahl, K. (2002), « Latence et spécification des facteurs de production. Quel rôle dans le développement régional ? », Dans *Revue canadienne des sciences régionales*, XXV : 1, pp.103-116.

l'action collective structurelle et l'action collective fonctionnelle. La première représente la création d'une organisation pouvant être une association de producteurs, une coopérative ou une autre forme d'organisation. La seconde repose sur la construction d'une ressource territorialisée en relation avec la qualité (marque collective, label, appellation d'origine contrôlée). Elle renvoie à la construction et à la gestion des ressources communes. En plus d'un ancrage territorial, local, ces actions collectives renvoient à la fois à la construction d'une organisation cohérente et à l'établissement d'un cadre institutionnel pérenne et favorable.

La mobilisation et l'activation (valorisation) des ressources dans le cadre collectif nous amène à formuler notre deuxième hypothèse de la manière suivante :

L'action collective (structurelle et fonctionnelle) prévalant dans la théiculture, à Gisovu, est à la base du processus qui mène vers la spécification de l'offre. Elle se traduit par la convergence d'une triple proximité.

Compte tenu de la dynamique dans laquelle évolue actuellement la filière théicole à Gisovu, et afin de rencontrer la nécessité de pérenniser la spécification, notamment en la protégeant, nous formulons notre troisième hypothèse comme suit : **la stratégie de différenciation basée sur la valorisation de la qualité « territoriale » par l'indication géographique est appropriée pour la filière théicole de Gisovu.**

0.4. Cadre conceptuel méthodologique

I.4.1. Démarche méthodologique

Le principal enjeu de cette thèse est de voir dans quelle mesure l'approche de l'économie des territoires permet d'aborder de manière renouvelée la question de développement et spécifiquement de l'exportation de produits de base en se fondant sur une logique d'acteurs locaux. Dans cette perspective, nous analyserons le mode d'organisation et de fonctionnement des activités de production et de transformation du thé noir en se focalisant sur une (ou des) stratégie(s) permettant un ancrage local et donc une pérennité du différentiel du produit et une différenciation de l'offre par rapport au marché mondial du thé.

Dans ce cas, le territoire est considéré comme une source « d'avantage différenciatif » permettant de capter des prix élevés. Le terme « avantage différenciatif », qui est emprunté à B. Pecqueur (2007)²⁴, prône pour les territoires aux prises aux lois concurrentielles de se

²⁴ Pecqueur B. (2007), « L'économie territoriale : une autre analyse de la globalisation », *L'Economie Politique* 2007/1, n° 33, p. 41-52

spécialiser non pas dans un schéma comparatif (dotation factorielle), mais plutôt d'échapper aux lois de la concurrence lorsqu'elles sont difficiles ou impossibles à suivre, en activant et en spécifiant les ressources productifs disponibles.

Cette approche, contrairement aux approches traditionnelles du développement par « en haut » (Citons par exemple le cas des économies planifiées ou des pôles de croissance de François Perroux), privilégie le rôle des petites unités et la prise en compte de leur insertion dans leur environnement socioculturel. C'est en cela que cette approche peut être une voie intéressante d'analyses des processus de développement local dans les pays en voie de développement tels que le Rwanda.

Notre démarche méthodologique se base sur des observations, des enquêtes et interviews et des analyses documentaires liés au secteur théicole rwandais, à la situation de Gisovu et au marché des enchères de Mombassa.

La démarche méthodologique adoptée permet (i) d'analyser la pertinence du marché dans le cadre de la constitution d'une niche de production pour le thé de Gisovu à travers une étude sur le positionnement du thé rwandais et du thé de Gisovu sur le marché mondial (ii), d'identifier les acteurs et leur localisation, les interrelations entre acteurs, les ressources génériques et spécifiques de la zone de production, (iii) d'analyser l'inscription des acteurs dans une démarche de production d'un thé de qualité, à travers les actions individuelles et collectives menées par les acteurs et leurs modes de coordinations et enfin (iv) d'analyser la participation des acheteurs/utilisateurs du thé de Gisovu dans la construction de la qualité du thé et de sa réputation.

Compte tenu de la dimension agroalimentaire, qui oblige à articuler les systèmes localisés aux filières²⁵, nous positionnons le Système Agroalimentaire Localisé (SYAL) au point d'intersection des deux sous-ensembles filière et territoire.

Dans cette approche des SYAL, le territoire est considéré comme une ressource qui est mis en concurrence non pas sur la base d'une offre de facteurs à caractère quantitatif mais plutôt s'affranchit d'une telle contrainte véhiculée uniquement par les rapports marchands en proposant une offre de spécificité territoriale (G. Colletis et B. Pecqueur, 1993).

²⁵ Selon J.L. Rastoin cité par F. Boucher (2004), l'approche filière englobe tous les participants impliqués dans la production, la transformation et la commercialisation d'un produit.

L'approche de l'économie territoriale que nous mobilisons permet d'appréhender les processus émergents de construction territoriale à l'œuvre à Gisovu autour des activités de production et de la transformation du thé noir afin de proposer une stratégie permettant de pérenniser la filière.

Pour cela le cadre d'analyse de l'économie territoriale doit permettre d'identifier les acteurs et leur localisation, les relations qu'ils entretiennent, les actions collectives menées par les acteurs et leur mode de coordination (marchande ou non marchande), les acteurs institutionnels. Il doit permettre d'appréhender les mécanismes d'activation des ressources locales (spécifiques ou génériques) à l'origine de l'émergence des dynamiques locales et les proximités telles qu'elles contribuent à la territorialisation de la production.

Notre étude analyse donc le processus de construction territoriale, par les acteurs locaux, autour du secteur théicole de Gisovu (émergence, développement et renforcement du système productif théicole de Gisovu face aux enjeux du marché mondial). L'étude de ce processus dans un environnement (milieu rural, dans un pays en développement) où la prise en compte des variables qualitatives (variables historiques et socio-culturelles) est primordiale, nous oblige à opter pour une analyse basée plus sur des méthodes qualitatives.

Notre démarche méthodologique comprend deux niveaux de recherche : la recherche documentaire et la collecte de données sur notre terrain d'étude.

A.1. La recherche documentaire

Nos recherches documentaires ont permis de récolter auprès de l'Ocir-thé²⁶, du Ministère de l'agriculture du Rwanda (MINAGRI), du CNUCED, de la FAO les données statistiques nécessaires pour dégager le contexte général et la problématique dans laquelle notre étude s'insère.

Il s'agit notamment des données sur l'évolution du marché mondial du thé, sur la structure du marché et sur le positionnement du thé rwandais par rapport au marché mondial.

Nous avons aussi consulté un certain nombre de documents, au niveau de l'Ocir-thé, du MINAGRI²⁷, de l'ISAR²⁸ qui renseignent sur l'évolution de la filière théicole au Rwanda.

²⁶ Office étatique chargé du développement du secteur théicole au Rwanda

²⁷ Ministère de l'agriculture au Rwanda

²⁸ Institut Supérieur des Sciences Agronomiques

A.2. La recherche de terrain

La recherche documentaire a été renforcée par la collecte d'information sur le terrain. Celle-ci a concerné à la fois les activités relatives à la filière (production, transformation et commercialisation) et les informations ayant trait aux déterminants territoriaux. La recherche de terrain avait pour objectif de collecter les informations nécessaires en divers points:

- **L'identification du SYAL dans la théiculture à Gisovu.** Dans cette optique les recherches ont porté sur le processus historique d'émergence de la théiculture au Rwanda en général et particulièrement à Gisovu, l'identification des acteurs directs et indirects impliqués dans la théiculture Gisovu, leurs interactions et leurs modes de coordination. L'identification des produits, des savoir-faire et du processus de transmission.

Ces informations permettent de caractériser les articulations entre territoire, acteurs, produits et savoir-faire.

- **La compréhension du processus de construction territoriale, dans la théiculture à Gisovu,** par l'analyse du processus d'activation des ressources spécifiques à travers l'action collective. Dans ce cas, il fallait d'abord, (i) identifier les ressources spécifiques existantes dans la théiculture à Gisovu et les structures d'action collectives, (ii) vérifier la perception de l'importance de produire un thé de qualité chez les acteurs participant dans l'offre du thé (feuille verte, thé sec) et (iii) évaluer la réputation dont bénéficie le thé de Gisovu chez les acteurs intermédiaires (courtiers, filiales internationales acheteurs) et consommateurs.

Puis dans un deuxième temps, effectuer l'analyse du processus de spécification du thé (passage d'un thé qualité générique à un thé de qualité spécifique) à travers l'action individuelle et collective (relations horizontales et verticales entre acteurs) des acteurs impliqués.

La démarche adoptée a consisté en la collecte de données qualitatives à travers des entretiens auprès des acteurs impliqués directement ou indirectement dans les activités théicoles complétée par des données quantitatives pour certaines questions précises (liens entre théiculteurs et liens entre théiculteurs et groupement). Pour ce faire un questionnaire semi-directif été élaboré.

Les entretiens ont concerné deux terrains : le site théicole de Gisovu (Rwanda) et le marché des enchères de Mombassa (Kenya).

A Gisovu, les entretiens ont été réalisés auprès des acteurs principaux impliqués dans la

théiculture à Gisovu (théiculteurs-paysans, usine de transformation, coopérative COOTHEGIM) et des autres acteurs (Banque populaire de Gisovu, ISAR-station Gakuta, administration locale).

Le questionnaire, semi-directif, administré en « face à face » a été structuré autour des thèmes suivants :

- a) l'historique de la théiculture à Gisovu. Pour ce thème, les personnes ressources ont été choisies délibérément en fonction de leur connaissance de l'histoire de la filière. L'objectif était de savoir notamment la période exacte de l'introduction de la théiculture à Gisovu, le contexte dans lequel cela s'est fait, les évolutions qu'a connues la filière.
- b) l'analyse des actifs utilisés dans la production du thé noir.
- c) l'inscription, pour les producteurs, dans une démarche de production d'un thé de qualité (théiculteurs-paysans, coopérative, usine de transformation). Il s'agissait pour ce thème, de nous rendre compte de la place et de l'importance de produire un thé de qualité pour les producteurs.
- d) le processus spécification du thé à travers la territorialité de la qualité. Pour ce thème l'objectif était d'analyser l'aspect territorial dans la production et l'amélioration de la qualité du thé. Les facteurs naturels (climat, pluviométrie, conditions agro-pédologiques) constituent certes une condition nécessaire pour la production d'un thé de qualité, mais ces ressources doivent être combinées à d'autres ressources (savoir-faire, capacité d'organisation, ...) pour pouvoir maintenir ou améliorer cette qualité. A cet effet, les interactions entre acteurs, l'action collective et les modes de coordination entre acteurs, dans l'optique de la production d'un thé de ont retenu notre attention.

Le site théicole de Gisovu étant subdivisé en six zones théicoles, un échantillon de 10 théiculteurs par zone a été formé, soit 60 théiculteurs.

En plus des entretiens au niveaux des théiculteurs-paysans, nous avons aussi interviewé deux représentants de la coopérative COOTHEGIM (le président et un des agronomes), trois représentants de l'usine de transformation de Gisovu (le directeur de l'usine, un des agronomes et un des « tea-maker » de l'usine), un des responsable de banque populaire de Gisovu, un des responsable de l'administration locale et deux des responsables de l'Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda en poste à Gisovu (station de Gakuta). Au total 69 personnes ont été soumises à notre questionnaire.

Quatre séjours de terrains ont été organisés entre 2006 et 2010 (juillet-septembre 2006, mai-juillet 2007, août-septembre 2008 et juin 2010).

Les entretiens menés à Mombassa (Kenya) avaient pour objectif de comprendre le fonctionnement du marché des enchères, de nous rendre compte de la réputation, sur les enchères de Mombassa, du thé rwandais en général et plus particulièrement du thé de Gisovu, auprès des vendeurs (tea brokers) et des acheteurs et de saisir l'évolution et les perspectives du marché des enchères de Mombassa.

Les entretiens ont été menés auprès du principal vendeur et acheteur du thé rwandais respectivement, COMBROK LIMITED et VAN REES et des autres acheteurs et vendeurs des thés vendus sur les enchères. Ces entretiens se sont déroulés du 14 octobre au 19 octobre 2008. Ils ont concerné 10 personnes.

Dans le tableau suivant nous donnons un récapitulatif sur les personnes rencontrées, leurs rôles, le « timing » et l'information recherchée, sur nos terrains de recherche. Le questionnaire est mis en annexe.

Tableau 0.2. Tableau récapitulatif de nos entretiens sur terrain

Personnes ressources	Lieu	date	Information recherchée
Le président, le vice-président et l'agronome de la Coopérative des théiculteurs de Gisovu-Muko(COOTHEGIM)	Gisovu	15juillet-20 septembre 2006	Pré-enquête : -prise de contact, -familiarisation avec la filière théicole, -trajectoire historique de la filière théicole à Gisovu, -identification des acteurs et leur localisation, -élaboration du questionnaire
Le directeur et l'agronome de l'usine de Gisovu	Gisovu	15juillet-20 septembre 2006	-prise de contact, -familiarisation avec la filière théicole, -identification des acteurs et leur localisation
6 sujets (un par zone de production) présents sur le site avant l'introduction de la théiculture	Gisovu	15 juillet-2à septembre 2006	-trajectoire historique de la filière théicole à Gisovu.

60 sujets (10 par zone de production)	Gisovu	mai-juillet 2007	-Relations horizontales entre théiculteurs et entre théiculteurs et leur coopérative (COOTHEGIM) dans la production d'un thé de qualité, -Relations verticales entre la COOTHEGIM et l'usine de Gisovu dans la production d'un thé de qualité
Un sujet : le chef « tea maker » de l'usine de Gisovu	Gisovu	mai-juillet 2007	-inscription des acteurs dans une démarche de production d'un thé de qualité, -contrôle de la qualité
Un sujet : le chef de la station de l'Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda (ISAR) à Gisovu	Gisovu	août-septembre 2008	-coopération entre l'ISAR, la COOTHEGIM et l'usine de Gisovu au sujet de l'amélioration de la qualité et de la quantité de la feuille verte
Un sujet : le chef du département crédit de la Banque populaire de Gisovu	Gisovu	août-septembre 2008	-coopération entre la Banque populaire et les théiculteurs-paysans dans l'accès au crédit
Un sujet : le chef du département marketing à l'Ocir-thé	Kigali	août-septembre 2008	-informations sur la « global value chain » de la filière théicole de Gisovu, -informations sur le label « Gisovu premium » -informations sur l'état du marché local à propos du thé de Gisovu emballé
Le directeur chargé de la promotion du tourisme à l'Office Rwandais du Tourisme et des Parcs Nationaux (O.R.T.P.N)	Kigali	août-septembre 2008	-le potentiel de Gisovu en matière du tourisme
Un sujet : le courtier (broker) du thé du Rwanda	Mombassa (Kenya)	14 octobre-19 octobre 2008	-fonctionnement du marché des enchères -critères de reconnaissance d'un thé de qualité sur les enchères, -réputation du thé du Rwanda en général et celui de Gisovu en particulier auprès des

			acheteurs.
Un sujet : le principal acheteur du thé du Rwanda (la compagnie Van Rees)	Mombassa (Kenya)	14 octobre-19 octobre 2008	-critères de reconnaissance d'un thé de qualité -confiance et réputation du thé de Gisovu
8 sujets : acheteurs du thé de Gisovu (le jour des enchères)	Mombassa (Kenya)	14 octobre-19 octobre 2008	-confiance et réputation du thé de Gisovu
Un sujet : le secrétaire exécutif du secteur de Twumba (équivalent de l'ex-commune de Gisovu)	Gisovu	Juin 2010	Le rôle et la place de la collectivité locale dans la dynamique théicole à Gisovu
Le président de la COOTHEGIM, le directeur de l'usine, l'agronome de la COOTHEGIM et de l'usine et le chef de la station de l'ISAR à Gisovu	Gisovu	Juin 2010	Actualisation des données.

A.3. Choix de la zone d'étude

Notre objectif principal, dans cette étude, est de porter une réflexion sur les possibilités de différenciation de l'offre rwandaise du thé à travers une stratégie de labellisation territoriale de l'origine de production. Le thé de Gisovu constitue notre cas d'étude.

Le choix du thé de Gisovu a été principalement motivé par le fait que depuis 2002, le thé de Gisovu a un meilleur prix sur les enchères de Mombassa (Kenya). Aujourd'hui, le thé de première qualité de Gisovu concurrence les meilleurs thés vendus aux enchères de Mombassa (thés issus du Kenya, Burundi, Ouganda, Tanzanie, RDC, Malawi, Zimbabwe). La différenciation porte donc non seulement sur le marché rwandais mais aussi sur le marché régional.

L'idée de base qui sous tend notre démarche analytique est basée sur deux réflexions complémentaires : les dotations en facteurs naturels (conditions climatiques et agro-pédologiques) sur le site théicole de Gisovu constituent une condition nécessaire mais pas

suffisante pour produire un thé de qualité. D'autres facteurs (humains par exemple) doivent être à la base de cette qualité qui capte un consentement à payer un premium.

Ce consentement à payer un premium pour le thé de Gisovu par les consommateurs, acheteurs/utilisateurs sur le marché national et mondial renseigne sur la spécificité des attributs de qualité du thé de Gisovu.

0.5. Organisation de la thèse

Cette thèse porte sur la qualification des produits liée à l'origine territoriale et vise à explorer la stratégie de différenciation sous indications géographique comme stratégie alternative pour le thé rwandais. Elle comporte deux parties : le cadre conceptuel théorique et l'analyse de terrain avec les résultats et discussions de ce terrain en articulation avec la partie théorique.

Après cette introduction générale qui pose la problématique, dans laquelle nous dégageons notre question de la recherche, nos hypothèses de travail et notre cadre méthodologique, nous revenons plus en détail sur le cadre théorique qui constitue notre première partie.

L'état de la littérature développé dans **le premier chapitre** porte notamment sur l'importance de la variable spatiale dans l'analyse des formes d'organisations spatiales des activités productives, la notion de territoire étant un élément-clé de ces organisations de production situées.

Dans ces formes d'organisation spatiale des activités productives figurent au deuxième chapitre les Systèmes Agro-alimentaire Localisés (SYAL). Apparue dans le prolongement des systèmes productifs localisés, l'approche des SYAL constitue notre cadre théorique restreint. Ses apports, dans notre travail, se situent au niveau des spécificités qu'ils renferment par rapport aux SPL.

Les SYAL renvoient aux relations en amont avec le secteur agricole qui impliquent une relation avec le terroir et les ressources naturelles. Ils renvoient également aux relations en aval avec les consommateurs à travers la filière ce qui pose la question de la qualification des produits basée sur les relations spécifiques des consommateurs avec les produits. Mais compte tenu de la dimension agroalimentaire, qui nous oblige à articuler les systèmes localisés aux filières, nous présentons d'abord un aperçu de ce que propose une vision traditionnelle de la filière de production

Compte tenu de l'importance de la notion de territoire dans l'explication des dynamiques de ces organisations spatiales de production, les économistes de la proximité proposent un cadre

d'analyse complémentaire pour expliquer les phénomènes de construction de districts ou autres « territoires ». C'est dans cette optique que survient **le troisième chapitre sur l'économie de proximité et la construction territoriale**.

Pour révéler un territoire, l'économie de proximité met l'accent sur trois dimensions de la proximité qui permettent de qualifier un territoire : les proximités géographique, organisationnelle et institutionnelle. Pour être combinées et révéler un territoire comme situation de coordination située dans l'espace, ces trois dimensions de la proximité doivent converger grâce à un facteur déclencheur (celui-ci peut être un problème inédit, un projet de développement, ou encore toute situation intermédiaire).

Notre thèse concernant un produit agroalimentaire, nous abordons le cas des systèmes agroalimentaires localisés, l'activation ou la spécification d'un facteur concernant la mise en valeur d'une qualité spécifique liée à l'origine par une construction collective. Cette capacité d'activation et de spécification est un élément clé qui permet de garantir la pérennité du système et sa capacité de résilience.

Dans le chapitre 4, intitulé : « **Qualité des produits en lien avec l'origine de production** », nous revenons sur ces éléments en interrogeant la stratégie de qualification des produits en référence à leur lieu de production comme facteur de différenciation. Nous discutons également de la différence entre les signes de qualité faisant référence à leur lieu de production (les Indications Géographiques, I.G.) et les principaux labels portant sur le mode de production : produits bio et produits issus du commerce équitable.

Les résultats de l'étude de terrain auxquels notre recherche a abouti sont présentés dans la deuxième partie.

Le chapitre cinq présente la théiculture au Rwanda et à Gisovu.

Comme les productions alimentaires ou agroalimentaires présentent la caractéristique de s'ancrer à la fois dans l'espace et dans le temps, nous revenons dans ce chapitre sur les facteurs historiques qui ont marqué la constitution de l'espace théicole au Rwanda et à Gisovu et la nature du collectif qui le porte. Puis au **chapitre six** nous analysons la filière théicole de Gisovu sous l'approche du SYAL.

Du fait de leur relation spécifique avec le consommateur, l'analyse des produits agricoles ou agroalimentaire implique de prendre en compte le comportement des acteurs à l'autre bout de la filière (acheteurs/utilisateurs).

L'analyse des liens entre acheteurs et producteurs du thé de Gisovu, nous renseigne sur la nature de la confiance que véhicule le thé de Gisovu et nous renseigne également sur la réputation dont bénéficie le thé de Gisovu auprès des acheteurs. Cette réputation une fois avérée constitue la révélation d'une ressource spécifique importante dans l'optique de son activation.

La possibilité d'activer la ressource « réputation » dans l'optique d'une labellisation sous indication géographique est l'objet **du septième chapitre**.

Ce chapitre interroge l'applicabilité de cette stratégie dans le cas de la filière théicole de Gisovu, tenant compte du contexte international, national et local.

Il apporte des éléments de réflexion sur le positionnement du thé rwandais au niveau international, sur la pérennisation du secteur théicole à Gisovu et sur l'impact de cette stratégie au niveau des stratégies territoriales étendues.

Partie I : Approches théoriques et conceptuelles

Introduction

La conception classique a souvent négligé le rôle des spécificités de chaque pays ou de chaque région dans sa recherche de solution à la problématique du développement. Dans ses approches théoriques, l'espace est implicitement appréhendé selon une conception fonctionnelle, dans sons sens uniquement géographique, c'est-à-dire, « comme une étendue ou distance entre lieux, ce qui se traduit sur le plan économique, par des coûts, notamment coûts de déplacement et de transports. L'espace est dans cette conception, un simple support neutre, subissant passivement des lois de fonctionnement exogènes définies indépendamment de lui » (Courlet, 2001b, p.7)²⁹.

Certains principes fondamentaux sur les quels se fondent ce courant sont par exemple : la coordination des activités économiques par le marché sous l'hypothèse de la concurrence pure et parfaite et d'allocation optimale des facteurs de production, ou la dotation en facteurs de production des différents pays.

Dans ce cadre, note C. Courlet (op.cit.) « la tendance consistera à considérer les espaces comme des simples contenants d'hommes, dénués par eux-mêmes de valeurs propres. Cette problématique supprime toute valeur à contenu spatial (les valeurs socioculturelles d'un peuple, d'une région, d'une nation) ; elle refuse aussi aux hommes le droit de valoriser différemment les espaces sur la base du passé, de leur raisonnement » (p.13).

Notre thèse, qui a pour principal objectif de réfléchir sur une stratégie pouvant permettre au thé rwandais de se constituer une niche de production en proposant sur le marché une offre de thé de qualité spécifique, trouve son ancrage théorique dans une acception qui considère l'espace comme point de départ pour déboucher sur l'analyse des formes d'organisation spatiales des activités productives.

Dans cette partie consacrée au cadre conceptuel théorique de notre recherche, nous commençons en rappelant l'émergence de la notion d'espace et de territoire en économie (Chapitre 1). Ensuite nous explicitons les formes d'organisation spatiales des activités productives (Chapitre 2), nous détaillons ensuite les apports produits par l'économie de la proximité et l'économie des territoires (chapitre 3). Le dernier chapitre de cette partie est consacré aux apports théoriques permettant d'analyser les liens entre la qualité des produits agroalimentaires et leur lieu de production.

²⁹ Courlet C (2001 b), *Territoires et Régions : Les grands oubliés du développement économique*. L'Harmattan, Paris, 133p.

Chapitre 1 : Espace et territoire en économie

1.1. De l'espace et de la région en économie

Dans la conception classique, l'espace est supposé à la fois neutre, par rapport à l'activation de l'activité économique, et homogène. Les déséquilibres spatiaux que l'on peut observer sont considérés comme transitoires. Les principaux arguments néoclassiques reposent sur l'hypothèse de rendements marginaux³⁰ du capital initial. A la base de cette hypothèse, les pays ayant un capital initial faible croîtront plus rapidement que ceux disposant d'un capital initial important, suite à l'ouverture, les flux de capitaux cherchant les opportunités de profit les plus grandes se dirigeront vers les pays où le rendement du capital est plus élevé (pays en développement). Dans une acceptation plus large de cette théorie, les déséquilibres spatiaux que l'on peut observer sont transitoires. A long terme ils sont supposés se résorber par le simple jeu des mécanismes du marché. Les approches néoclassiques insistent donc sur le cheminement vers un équilibre entre régions et entre pays. Cet équilibre est atteint grâce au commerce, à la mobilité des capitaux et de la main-d'œuvre combinés avec les coûts de transport.

Pour O.Crevoisier (1998)³¹, l'approche néoclassique reste l'exemple type d'une démarche homogénéisante dans laquelle, l'espace, les coûts de transport, la région, sont considérés en tant qu'espace-support des activités économiques.

La principale critique à l'encontre de l'approche néoclassique est basée sur son incapacité à expliquer pourquoi certaines régions connaissent des développements autonomes plutôt que d'autres, ni pourquoi telles autres connaissent des blocages et décline (Benko et Lipietz, 1992)³². Ceci pose le problème de la pertinence de cette approche pour proposer des politiques de développement adaptées à des situations locales réelles.

Des courants de recherche se sont développés pour la prise en compte de la variable spatiale dans l'explication des phénomènes économiques.

Ainsi, l'approche de l'inégalité régionale remet en cause les hypothèses de ce modèle. Elle constate la permanence des disparités régionales et tente de leur donner une explication plausible.

³⁰ D'autres hypothèses fondent l'argumentaire néoclassique. Elles sont en rapport avec l'immobilité des facteurs de production, du moins entre pays et la prise en compte des coûts de transport dans le coût de production et de circulation des marchandises.

³¹ Crevoisier O. (1998), « Mondialisation et territorialisme de l'économie : les approches homogénéisante et particularisante » dans, Proulx M-U. (Dir.), *Territoires et développement économique*, L'Harmattan, pp.23-48.

³² Benko G. et Lipietz A., (dir.) (1992), *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, PUF, Paris, 424p.

Dans les années 1950, F. Perroux (1964)³³ développe la théorie des pôles de croissance et des industries motrices. A la base de la théorie des pôles de croissance, on trouve l'idée selon laquelle la vie économique résulte non pas de l'action d'agents isolés en situation de concurrence, mais de l'action spécifique d'unités économiques (entreprises) qui, par leur position et leur dimension peuvent jouer un rôle dominant. La croissance n'apparaît pas partout à la fois ; elle se manifeste en des points ou pôles de croissance, avec des intensités variables ; elle se répand par divers canaux et avec des effets terminaux variables pour l'ensemble de l'économie.

Le pôle de croissance est un lieu de concentration d'activités qui va propager la croissance par des effets d'entraînement et des effets induits. Il y a polarisation de l'espace par la firme motrice qui attire des hommes, des capitaux et des investissements, et exerce des effets de domination sur les espaces environnants plus ou moins lointains, sans qu'il y ait forcément de réciproque.

Les travaux de F. Perroux font ressortir deux principaux enseignements dans l'analyse spatiale.

Le premier insiste sur la nécessité d'accompagner un processus de développement par l'aménagement de milieux de propagation : « les courroies de transmissions ». Car les processus de développement étant par nature inégaux, le pôle de développement à lui tout seul ne suffit pas à propager une dynamique économique linéaire, uniforme et homogène à l'ensemble d'un territoire. Par conséquent, les effets d'entraînements issus des pôles de développement dépendent de l'aménagement des canaux de transmission et des milieux de propagation.

Le deuxième est basé sur la nécessité de construire une politique de pôle de développement qui repose non pas sur de simples automatismes mais sur une volonté. De ce fait, il fait intervenir indirectement dans son raisonnement des forces hors marché ouvrant la voie aux conclusions de la recherche contemporaine qui considère l'espace comme principale point d'entrée de toute analyse sur le développement économique.

Ainsi : « la notion des pôles de croissance est à la fois une théorie du développement et une théorie spatiale. Comme théorie du développement, le pôle est un mécanisme inducteur de croissance ; comme théorie spatiale, le pôle explique la concentration spatiale de la croissance » (Aydalot, 1985, p.130)³⁴.

³³ Perroux F. (1964), *L'économie du XXe siècle*, Presse Universitaire de France, 2^e éd., Paris, 692p.

³⁴ Aydalot Ph. (1985), *Economie Régionale et Urbaine*, Economica, Paris, 487p.

1.2. De l'espace au territoire

Dans les années 1990, avec la nouvelle économie géographique, P. Krugman (1991, 1995)³⁵ explique la concentration de population et des activités dans quelques régions, à partir de deux éléments clés : les coûts de transactions entre deux espaces et les économies d'échelles. S'appuyant sur le modèle de concurrence imparfaite, généré par les rendements d'échelle croissants, Krugman (1991) montre qu'en se regroupant, les producteurs créent un marché de grande taille et varié, et l'existence de coûts de transaction crée un mécanisme cumulatif de polarisation où producteurs et consommateurs se rassemblent pour une offre plus variée. Cette concentration permet aux producteurs d'augmenter la taille et la variété des biens intermédiaires. Les externalités sont pécuniaires. A ce sujet A. Rallet (2000)³⁶ note que les rendements d'échelles croissants jouent un rôle moteur dans les phénomènes de concentration et de dispersion. Dans le sens où : « ils génèrent des externalités pécuniaires au niveau des relations amont et aval des activités ainsi qu'au niveau de la demande finale. Ces externalités pécuniaires bénéficient à la région pour laquelle il existe des rendements d'échelle car, pour les autres régions achetant ces biens, le coût de transport vient s'ajouter au coût de production... Les rendements croissants poussent à la concentration de la production industrielle tandis que les coûts de transport poussent à la dispersion... Par conséquent, à coûts de transport donnés, le schéma des localisations va dépendre de la demande en biens industriels. Si celle-ci est forte, un mécanisme cumulatif de concentration industrielle se met en place dans la région. Tout dépend donc des conditions initiales, en particulier de la part du revenu régional dépensée en biens industriels. La dynamique de localisation dépend ainsi de trois facteurs : les économies d'échelle, les externalités pécuniaires et les conditions initiales (part de la population ou du revenu régional affecté aux biens industriels) » (Rallet, 2000, p.42).

P. Krugman (1998)³⁷ révèle l'importance de deux forces dans la structuration spatiale. Les forces centrifuges (forces de dispersion entre entreprises dues à la concurrence relative à la clientèle, à la main-d'œuvre ou au foncier) et les forces centripètes (forces de concentration dues à la proximité d'autres firmes parce que ces dernières attirent des clients ou permettent

³⁵ Krugman P. (1991), *Rethinking International Trade*. Second Printing, MIT Press, Cambridge, 282p.

Krugman p. (1995), *Development, Geography and Economic Theory*, MIT Press, Cambridge, 117p.

³⁶ Rallet A. (2000), « De la globalisation à la proximité géographique : pour un programme de recherches », dans Gilly J-P et A. Torre (dir.), *Dynamique de proximité*, L'Harmattan, Paris, pp.37-57.

³⁷ Krugman P. (1998), *L'économie auto-organisatrice*, Traduit de l'anglais par Fabienne Leloup, De Boeck, Bruxelles, 126p.

de couvrir une plus grande variété de services locaux). D'après l'auteur la coexistence de ces deux forces expliquent la structure « polycentrique » de la métropole moderne.

Pour certains auteurs, la théorie de Krugman laisse ouverte deux grandes questions concernant la genèse du développement des espaces et les mécanismes d'autorenforcement des espaces.

R. Martin et P. Sunley (2000)³⁸ notent que, chez Krugman, la localisation spécifique d'une micro-industrie donnée reste, en grande partie, indéterminée et tributaire de l'histoire. Mais, poursuivent les auteurs : « une fois le schéma de spécialisation en place, pour une quelconque raison, il peut se trouver verrouillé par l'accumulation de gains tirés des échanges. Il existe donc une tendance forte de dépendance de trajectoire dans les schémas de spécialisation et d'échanges entre pays : *l'histoire compte* » (p.39).

Pour résumer, nous situons l'apport de Krugman (1991, 1995, 1998) dans la réintroduction et dans la compréhension de l'organisation spatiale à deux niveaux. Il introduit la dimension spatiale dans son raisonnement à travers la question de la variété et de l'hétérogénéité comme fondement des phénomènes d'attraction. L'attraction n'est pas seulement le résultat de la combinaison : coûts de transport-économie d'échelles mais plus fondamentalement des avantages apportés par la concentration géographique d'agents hétérogènes. La divergence régionale se comprend pour lui à travers deux éléments importants : accidents historiques et anticipations auto-réalisatrices.

Dans les années 1980, suite aux développements de nouvelles technologies (nouvelles entreprises, nouveaux secteurs), Ph. Aydalot (1985)³⁹ reconsidère les bases théoriques qui jusqu'ici avaient guidé l'analyse des disparités entre les espaces.

Aydalot va envisager un processus d'évolution des hiérarchies territoriales basé sur la théorie du retournement avec un aspect cyclique dans le processus de structuration spatiale.

L'intérêt de cette approche est qu'elle révèle sa volonté d'une vision globale des processus décrits où les modèles de transformation spatiale sont liés au mode de production.

Pour l'auteur le territoire n'est pas le simple support de la diffusion du modèle de production flexible. Il est la manifestation d'une grande diversité de construction et de fonctionnement des organisations productives. Plutôt que de fonder son analyse sur une révision des théories de la localisation, Ph. Aydalot l'inscrit dans une autre problématique qui se concentre sur

³⁸ Martin R. et Sunley P. (2000), « L'économie géographique de Paul Krugman et ses conséquences pour la théorie du développement régional : une évaluation critique », dans G. Benko et A. Lipietz (dir.), *La richesse des régions. La nouvelle géographie socio-économique*, pp.33-84.

³⁹ Aydalot Ph. (1985), *Economie Régionale et Urbaine*, Economica, Paris, 487p.

l'explication des différenciations dans les dynamiques territoriales : celles des milieux innovateurs.

Dans le développement de sa théorie, Ph. Aydalot (1986)⁴⁰ invite à s'interroger sur les conditions à l'origine de la création et du dépérissement des milieux innovateurs : « quels sont les milieux qui marchent et pourquoi ? » (Peyrache-Gadeau, 2006b, p.323.)⁴¹.

Ph. Aydalot définit le milieu comme : «un ensemble territorialisé dans lequel les interactions entre agents économiques se développent par l'apprentissage qu'ils font des relations multilatérales génératrices d'externalités spécifiques à l'innovation et par la convergence des apprentissages vers des formes de plus en plus performantes de gestion en commun des ressources » (Maillat et al., 1993, p. 9)⁴²

Les recherches de Ph. Aydalot notamment celles du GREMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs) (A. Matteaccioli et M. Tabariés, 2006)⁴³ se sont focalisées sur l'aptitude différenciée des milieux à faire naître et à diffuser l'innovation. Dans ses recherches, Ph. Aydalot est convaincu que le développement économique s'appuie sur la maîtrise des techniques adaptées au milieu qui les utilise. Son hypothèse centrale est que l'innovation a en quelque sorte une empreinte territoriale, un caractère local. Pour Ph. Aydalot, cité par A. Matteaccioli et M. Tabariés (2006), « l'entreprise innovante ne préexiste pas aux milieux locaux, elle est sécrétée par eux. Les comportements innovateurs dépendent essentiellement de variables définies au niveau local ou régional. En effet, le passé des territoires, leur organisation, leur capacité à générer un projet commun, le consensus qui les structure sont à la base de l'innovation» (p.5.).

L'idée est à l'époque à contre-courant de la conception dominante en économie du développement où l'innovation technologique est considérée comme un caractère obligatoire et universel (V.Peyrache-Gadeau, 2006a.).

Aydalot perçoit dans l'analyse des territoires les germes d'une approche susceptible de renouveler radicalement la manière de concevoir les conditions dynamiques du développement régional. Pour Aydalot : « un tel développement impose la rupture avec la

⁴⁰ Aydalot Ph. (1986), *Milieux innovateurs en Europe*, GREMI, Paris, 361p.

⁴¹ Peyrache-Gadeau V. (2006b.), « Les milieux innovateurs : apports pour une socio-économie territoriale », dans R. Camagni et D. Maillat, *Milieux innovateurs. Théorie et politiques*, Economica, Paris, pp.320-344

⁴² Maillat D., Quévit et Senn (éds) (1993), *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs : un pari pour le développement régional*, GREMI/EDES, 123p.

⁴³ Matteaccioli A. et Tabariés M. (2006), « Historique du GREMI-Les apports du GREMI à l'analyse territoriale de l'innovation », dans Camagni R. et Maillat D. (dir.), *Milieux innovateurs. Théories et politiques*, Economica, pp. 3-19.

logique fonctionnelle de l'organisation de la vie économique et propose de revenir à une vision « territoriale » : c'est dans le cadre local, par la mise en valeur des ressources locales et avec la participation de la population que le développement pourra réellement répondre aux besoins des populations » (Peyrache-Gadeau, 2006b, p.322).

Pour résumer, disons qu'à travers la notion de milieux innovateurs, Ph. Aydalot a contribué à la naissance d'un champ qui confère à l'espace un rôle clé dans l'explication des phénomènes de développement : l'économie des territoires. « Donner aux milieux le rôle essentiel, c'est faire du territoire la source du développement » (De Bandt, 1995, p.146)⁴⁴.

Au centre de la notion d'économie territoriale, se trouve donc la notion de territoire.

La notion de territoire n'est pas simple. Selon H. Gumuchian et B. Pecqueur (2008)⁴⁵, l'intérêt majeur du recours au concept de territoire est de nécessiter la triple prise en compte simultanée de caractères « objectifs », « subjectifs » et « conventionnels » de l'objet. Pour les auteurs, la nature « objective » correspond à celle de la matérialité (données environnementales notamment), incluant la matérialité des pratiques dont il est tout à la fois un produit, le support et l'objet. Sa nature « subjective » (la dimension idéelle) est celle de l'expérience individuelle et collective qu'il rend possible. Sa nature « conventionnelle » se justifie par le rôle que joue l'identitaire dans sa construction. Ces différents caractères rendent compte de la complexité du concept où s'entrecroisent différentes composantes : économique, institutionnelle, administrative, productive, sociale et culturelle.

Cette complexité de la notion de territoire nécessite une analyse systémique pour son appréhension. Pour A. Léon et T. Sauvin (2009)⁴⁶ le territoire est un système complexe, un ensemble d'éléments (acteurs/auteurs) en interactions dynamiques organisé en vue d'atteindre un objectif de développement. F. Leloup (2007)⁴⁷ propose une analyse du système-territoire à quatre variables : l'espace, les ressources, les acteurs et les normes. Pour l'auteur, le territoire est « la combinaison de ces quatre variables, un construit spatial, socio-économique, régulé et collectif » (p.7).

⁴⁴ De Bandt J. (1995), « Postface », dans Rallet A. et Torre A. (dir.), *Economie industrielle et Economie Spatiale*, Economica, Paris, pp. IX-XII.

⁴⁵ Gumuchian H. et Pecqueur B. (dir.) (2008), « Mis en contexte », dans H. Gumuchian et B. Pecqueur (dir.), *La ressource territoriale*, Economica, Paris, pp.5-18.

⁴⁶ Léon A. et Sauvin T. (2009), « L'entreprise et son empreinte territoriale. Quelle politique d'attractivité ? 25^{ème} journées scientifiques ATM 2009, *Attractivité, Gouvernance et Développement*, Luxembourg, 3,4 et 5 Juin, 10p.

⁴⁷ Leloup F. (2007), « Des systèmes complexes à la construction d'un territoire : proposition d'une approche compréhensive en territoire transfrontalier, XLIII^{ème} colloque de l'ASRLDF, Grenoble-Chambéry, 11, 12,13 juillet, 26p.

Dans le contexte du développement, l'espace peut être utilisé soit pour présenter un espace dit optimal à la résolution d'un problème, soit comme une donnée préalable, soit encore pour créer un espace homogène par rapport à l'un ou l'autre critère. Dans ce cas, nous retrouvons la notion de « territoire donné » (Pecqueur, 2004)⁴⁸ qui est la proportion d'espace, le plus souvent un découpage infranational, constituée. On postule le territoire comme préexistant et on analyse ce qui s'y déroule. C'est en quelque sorte le territoire a priori, pour lequel on ne cherche pas à analyser sa genèse et les conditions de sa constitution mais qui constitue un support. Il s'agit généralement de territoire institutionnel (la région, le canton, la province,...). Dans notre approche de l'économie territoriale, le territoire est un **territoire construit**. Dans cette perspective, le territoire est considéré comme une forme d'organisation inscrite dans l'espace et construite socialement par les interactions entre acteurs locaux : économiques, sociaux, institutionnels. A ce propos, B. Pecqueur (2001)⁴⁹, note qu'il résulte d'un processus non naturel et non permanent des synergies des coopérations entre acteurs. Dans ce cas, le territoire n'est pas postulé. En ce sens, selon F. Leloup et al (2003)⁵⁰, le territoire n'est pas un simple morceau de nation, voire de région, mais une dynamique de coordination d'acteurs à un moment donné, destiné à résoudre un ou des problèmes productifs particuliers ou à réaliser un projet de développement collectif.

Le caractère dynamique du territoire nous pousse à nous interroger sur le processus qui conduit à sa révélation, car comme le notent F. Leloup et al. (2003), le territoire construit, n'existe pas toujours et partout. A ce sujet, G. Colletis (2007)⁵¹ note qu'un territoire n'existe pas comme tel mais qu'il est révélé. Pour cela G. Colletis (2007) mobilise deux notions : la notion des « facteurs de concurrence spatiale » et la notion d'économie de proximité. Selon la première notion, le territoire est révélé selon deux processus : un processus « d'activation » : des ressources latentes ou virtuelles se transformant en actifs et, le cas échéant, un processus de « spécification » : des ressources ou des actifs à caractère générique devenant spécifiques. Nous y reviendrons dans la section 2 du chapitre 3.

⁴⁸ B. Pecqueur (2004), "Le développement territorial: une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud", Document de travail, Université Joseph Fourier, 16p.

⁴⁹ Pecqueur B. (2001), « Gouvernance et régulation ; un retour sur la nature du territoire », *Géographie, Economie, Société*, vol. 3, n°2, pp.229-246

⁵⁰ Leloup F., Moyart L., B. Pecqueur (2003), Le développement local en Afrique de l'Ouest : quelle(s) réalité(s) possible(s) ? *Mondes en développement* Vol.31-2003/4-n°124.

⁵¹ Colletis G. (2007), « Développement local, proximités et rencontres productives. Le cas des dynamiques de développement de la région toulousaine », XLIIIe Colloque de l'ASRLDF, Grenoble-Chambéry, 11, 12, 13 juillet 2007, 17 p.

Pour ce qui est de la deuxième notion, G. Colletis (2007) estime que pour être combinées et révéler un territoire comme situation de coordination située dans l'espace, les trois dimensions de la proximité (la proximité spatiale ou géographique, la proximité organisationnelle et la proximité institutionnelle) doivent converger grâce à un facteur déclencheur. Celui-ci peut être un problème inédit (Colletis et Pecqueur, 1993)⁵², un projet de développement, ou encore toute situation intermédiaire. Nous y reviendrons dans la section 1 du chapitre 3.

Le facteur déclencheur évoqué par l'auteur est d'ordre ponctuel dans le temps. Il aura permis de « révéler » le territoire sur la base d'une coordination effective. Une fois l'objet de cette coordination réalisé (le problème résolu), le territoire ne disparaît pas pour autant car le patrimoine cognitif du territoire s'est renforcé. Confrontés ultérieurement à d'autres « problèmes », les acteurs pourront utiliser leur mémoire de cette situation de coordination et coopérer à nouveau.

Le territoire peut résulter aussi d'un processus de discrimination. F. Leloup et al. (2003) parlent d'une dynamique de construction d'un « dedans » par rapport à un « dehors ». Selon les auteurs, « le territoire, qui peut être provisoire et incomplet, est la conjonction de l'espace commun abstrait construit par des groupes et d'un espace physique lorsque ce dernier contribue à l'élaboration de la ressource qui fonde le « dedans » par rapport au « dehors ».

Ce processus de discrimination agit comme un filtre cognitif » (p.103).

De tout ce qui précède, le territoire auquel nous nous référons dans ce travail, n'est donc pas un espace prédéfini de type politico-administratif. Nous l'appréhendons, autour de quatre éléments constitutifs : l'espace, les acteurs, les ressources et le projet, comme une dynamique de coordination d'acteurs divers (associations, organisations, institutions diverses, collectivités locales,...) à un moment donné, structurée autour de ressources partagées (celles-ci étant le plus souvent liées ou issues d'un espace physique défini), en vue de la résolution d'un ou de problème(s) productif(s) particulier(s) ou de la réalisation d'un projet de développement collectif. L'idée centrale est que la force du territoire provient principalement de sa capacité à répondre aux besoins du système productif par une action collective et organisée et la mise en place de partenariats et de modes de coopération de toutes sortes et que cette force évolue dans le temps.

⁵² Colletis G. et Pecqueur B. (1993), « Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ? », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, numéro3, pp. 489-507.

Cette thèse base son cadre théorique sur cette acception théorique qui considère l'espace comme point de départ pour déboucher sur des problèmes d'organisation ou de dynamique des activités productrices. Notre cadre théorique trouve son ancrage dans des travaux qui mettent en évidence la manière dont une région, et plus précisément un système de production territorial, parvient à (re)créer des avantages propres en se différenciant dans un environnement mondial marqué par la concurrence.

L'un des enjeux de cette thèse est d'aborder la problématique du développement économique dans un pays en voie de développement (le Rwanda), en s'appuyant sur l'économie territoriale. Il s'agira, dans notre approche de développement territorial, d'un espace actif, support des stratégies d'acteurs entre autres économiques inscrits dans une dynamique de construction territoriale. Cette approche, contrairement aux approches traditionnelles du développement par « en haut » privilégie le rôle des petites unités et l'insertion de ces dernières dans leur environnement socioculturel. C'est en cela que cette approche, sans constituer une alternative radicale aux approches dominantes, peut être une voie intéressante d'analyse des processus de développement local dans les pays en voie de développement tels que le Rwanda.

Un autre enjeu de cette thèse est de voir dans quelle mesure l'approche de l'économie des territoires permet d'aborder de manière renouvelée la question du développement en se fondant sur une logique d'acteurs locaux dans le cas d'un pays en développement. Dans cette perspective, nous utiliserons les travaux de l'économie des territoires et des proximités pour comprendre le mode d'organisation et de fonctionnement des activités de production et de transformation du thé noir ; le but est de proposer une (ou des) stratégie(s) permettant un ancrage local et donc une pérennité du différentiel du produit et une différenciation de l'offre, sur le marché mondial du thé, dans une perspective de captation des prix élevés de la part du consommateur/utilisateur. Dans ce cas, le territoire est considéré comme une source « d'avantage différenciatif »⁵³.

Pour ce faire, nous mobilisons la notion de système agroalimentaire localisé (SYAL) au deuxième chapitre. Cette approche est associée à une vision « filière ».

⁵³ Ce terme est emprunté à Pecqueur B. (2007), « L'économie territoriale : une autre analyse de la globalisation », *L'Economie Politique* 2007/1, n° 33, pp. 41-52.

Conclusion du chapitre 1

Dans ce chapitre nous avons montré comment en économie, l'on est passé progressivement d'un espace passif à un espace actif. Un espace actif susceptible de jouer un rôle stratégique dans les modes territorialisés d'organisation des activités économiques.

Cette thèse trouve son ancrage théorique sur cette acception théorique qui considère l'espace comme point de départ pour déboucher sur des problèmes d'organisation ou de dynamique des activités productrices. Plus précisément, notre cadre théorique trouve son ancrage dans des travaux qui mettent en évidence la manière dont une région, et plus précisément un système de production territorial, parvient à (re)créer des avantages propres en se différenciant dans un environnement mondial marqué par la concurrence.

Chapitre 2 : Les formes d'organisation spatiale des activités productives

L'optique choisie pour le cadre théorique repose sur une analyse du processus productif analysé par une approche territoriale. Nous détaillons d'abord les caractères principaux d'un système productif local (S.P.L) (2.1) avant de définir les spécificités des systèmes agro-alimentaires localisés (2.2) en ce compris en comparaison avec l'approche filière de production.

En guise d'introduction, rappelons que c'est à partir des évolutions observées particulièrement dans la « troisième Italie », à la fin des années 1970, et sous l'inspiration en partie des théories sur l'économie institutionnelle des coûts de transactions (O.E. Williamson, 1975)⁵⁴ qu'une redécouverte de l'importance du local et de l'impact des modes d'organisation territoriaux s'est affirmée dans la littérature économique, après les travaux de Marshall, et qu'est née ce qu'on appelle la notion de « district industriel ».

A la base de cette dynamique locale se trouve le processus de coordination locale.

Selon E. Brousseau (1993)⁵⁵, qui cite les travaux de Williamson, le choix de la structure de gouvernance se fera en fonction de celle qui minimise les coûts de transaction. Le choix de la structure de gouvernance dépend d'un processus de « sélection qui élimine les mécanismes de coordination inefficaces. Cette recherche se fait en fonction de deux éléments : les caractéristiques des transactions, d'une part, qui représentent la nature des difficultés de coordination ; l'environnement institutionnel, d'autre part, qui désigne un ensemble de dispositifs collectifs qui constituent à la fois des contraintes et des points d'appuis pour la construction des structures de gouvernance » (E. Brousseau, 1993, p.9).

L'action individuelle dans l'espace est donc conditionnée par l'environnement institutionnel formel (le droit) et/ou informel (les normes et valeurs de chaque société) qui fixe les règles du jeu des mécanismes de coordination comme le contrat. Cette démarche incite à penser le territoire comme un construit collectif intentionnel

La littérature européenne (G. Becattini 1992, C. Courlet 2001, J-B. Zimmermann 1995, entre autres) montre que la notion des districts s'est surtout développée dans les années 70. Dans cette période, la crise de l'industrie fordiste a fait ressortir la capacité de croissance et d'innovation de petites entreprises agglomérées en réseaux de production.

⁵⁴ Williamson O.E. (1975), *Markets and Hierarchies. Analysis and antitrust implications*, Free Press, New York, 286p.

⁵⁵ Brousseau E. (1993), *L'économie des contrats : technologie de l'information et coordination inter-entreprise*, Presse Universitaire de France, Paris, 386p.

En faisant le rapprochement entre le type d'organisation industrielle des régions du Nord-Est et du Centre de l'Italie et l'analyse des districts industriels de Marshall, G. Becattini (1992)⁵⁶, définit ainsi le district industriel comme « une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personne et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné » (p.36).

En intégrant les contributions sur le district industriel, la théorie économique s'est enrichie dans la mesure où elle incorpore dans l'analyse du développement des dimensions institutionnelles, historiques et non marchandes. C'est dans cette perspective que s'inscrit le courant des Systèmes Productifs Locaux (SPL).

2.1. Les Systèmes Productifs Locaux (SPL)

I.Samson (2003)⁵⁷ considère les systèmes productifs localisés comme étant des formes génériques, dont les districts industriels sont des formes spécifiques. Pour l'auteur ceux-ci reposent sur un jeu d'acteurs réalisant la combinaison de concurrence et de coopération entre petites et moyennes entreprises (PME) regroupées dans un espace de proximité autour d'un métier ou d'une spécialité. Ces PME entretiennent des relations (non exclusivement marchandes et non exclusivement formelles) entre elles et avec le milieu socioculturel d'insertion et produisent des externalités. Ce mélange de marché, d'organisation et de relations informelles permet au SPL d'assurer une forte compétitivité.

Au-delà de cette définition très générale, quelques éléments essentiels permettent de mieux caractériser les systèmes productifs localisés. Ainsi, B. Azevedo (1996)⁵⁸ spécifie les traits principaux constituant les fondements de la notion de SPL en deux points : un SPL producteur d'externalités spécifiques et un SPL qui fait référence à des contextes socio-culturels et politiques qui entraîne l'émergence des systèmes territoriaux locaux. Le premier trait est expliqué par le fait que, du point de vue de la production, l'intégration territoriale de nombreuses entreprises, articulées techniquement entre elles et spécialisées dans la réalisation d'un même produit, permet aux producteurs de profiter des avantages de la division du travail et de la coopération dans l'échange d'informations. Pour ce qui concerne le second trait, ce

⁵⁶ Becattini G. (1992), « Le District Marshallien : Une notion socio-économique », dans Benko G. et Lipietz A. (dir.), *Les régions qui gagnent*, PUF, Paris, pp.35-55.

⁵⁷ Samson I. (dir) (2003), *L'économie contemporaine en dix leçons*, Sirey, 675p.

⁵⁸ Azevedo, B. (1996), « Développement local : industrie, famille et territoire », dans Abdelmalki, L. et C., Courlet (dir.), *les nouvelles logiques du développement*, L'harmattan, Paris, pp. 189-204.

sont des conditions géo-historiques spécifiques qui favorisent une profonde solidarité sociale et l'accumulation d'un patrimoine culturel par la collectivité.

G. Becattini, cité par C. Courlet et B. Pecqueur (1996)⁵⁹, montre que le système productif local est le siège d'une combinaison des motifs de type « société » avec les motifs de type « communauté » dans les stratégies des acteurs économiques. La société étant le domaine de l'échange marchand et du contrat raisonné entre individus, tandis que la communauté est considérée comme étant l'idéal-type de la solidarité, de la réciprocité et des valeurs partagées qui concerne le groupe. Cette dimension fusionnelle est structurée par des relations par exemple de parenté et, plus généralement, le sentiment d'appartenance à une entité commune. Pour C. Courlet et B. Pecqueur (1996), les systèmes de PME fortement ancrés dans un territoire font appel au jeu combiné de deux mécanismes de fonctionnement : le marché et la réciprocité. Le marché est le mécanisme nécessaire de régulation de la demande et de l'offre de biens. La réciprocité consiste en un échange par exemple de services gratuits. La réciprocité renvoie à la fidélité, à la gratuité et à l'identité. Le dirigeant d'entreprise, en particulier, qui s'insère dans un système de réciprocité, doit pouvoir compter sur le maintien dans le temps de son identité vis-à-vis d'un ensemble plus complexe : le métier, la famille, la communauté, le groupe social.

Les caractéristiques des SPL apportent une illustration concrète des hypothèses relatives à l'action et à la coordination des acteurs économiques, tel que le fait remarquer M. Granovetter, cité par C. Courlet et B. Pecqueur (1996, op.cit.), autour de trois propositions : « La poursuite d'objectifs économiques s'accompagne normalement de celle d'autres objectifs de nature non-économique, tels que la sociabilité, l'approbation, le statut social et le pouvoir. L'action économique (comme toute action) est socialement située et ne peut être expliquée par de simples motifs individuels ; elle est encadrée dans les réseaux de relations personnelles, plus qu'elle n'émane d'acteurs atomisés et les institutions économiques (comme toutes institutions) n'émergent pas automatiquement sous une forme déterminée par les circonstances extérieures ; elles sont socialement construites » (p.96).

⁵⁹ Courlet C. et Pecqueur B. (1996), « District industriels, systèmes productifs localisés et développement », In Abdelmalki L. et Courlet C. (dir.), *Les nouvelles logiques du développement*, L'Harmattan, Paris, pp. 91-102.

Garofoli G. (1996)⁶⁰ note que les systèmes productifs locaux cristallisent les éléments proprement sociaux et culturels qui ont concouru au développement à un moment donné de l'histoire du territoire, selon une modalité particulière.

De ce passage en revue des considérations sur le SPL, plusieurs constances se dégagent et permettent d'identifier les principales caractéristiques que sont : une concentration spatiale de PME spécialisées dans un secteur d'activité spécifique avec des relations (non exclusivement marchandes) inter-entreprises fortes, une flexibilité qui implique la capacité à s'adapter, en longue durée, aux changements économiques et technologiques (capacité à créer et à innover) et enfin une forte présence d'effets externes d'agglomérations, dont bénéficient l'ensemble des entreprises présentes en son sein et une combinaison de jeu du marché et de réciprocité.

Partant de ces caractéristiques C. Courlet (2001)⁶¹ définit la notion de système productif localisé comme « un ensemble caractérisé par la proximité d'unités productives au sens large du terme (entreprises industrielles, services, centres de recherche et de formation, interfaces, etc.) qui entretiennent entre elles des rapports plus ou moins intenses. L'intensité des liens entre les unités de production dépend avant tout de l'organisation et du fonctionnement du système de production. Les rapports entre unités sont variés et ont des caractéristiques diverse : formels, informels, matériels, immatériels, marchands et non marchands. Ces relations peuvent porter sur des flux matériels, de services, de main) d'œuvre, de technologie ou encore de connaissance » (Courlet, 2001, p.88).

L'approche SPL contribue à la compréhension de certaines formes territorialisées de l'organisation productive. Ses analyses permettent d'appréhender les activités de l'entreprise au-delà des seules relations marchandes. Elles mettent particulièrement l'accent sur le rôle de l'espace et des variables socioculturelles dans la compréhension de l'organisation et du fonctionnement des petites unités regroupées au sein du SPL.

⁶⁰ Garofoli G. (1996), « L'industrialisation diffuse et systèmes productifs locaux : un modèle difficilement transférable aux pays en voie de développement », dans Abdelmalki, L. et C. Courlet (dir.), *les nouvelles logiques du développement*, L'harmattan, Paris, pp.367-382.

⁶¹ Courlet C. (2001), « Les systèmes productifs localisés: un bilan de la littérature », *Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales*, n°58-59, pp.82-103.

Mais la formule de SPL ne se veut pas uniquement consacrée à l'industrie, ainsi X. Greffe (2002)⁶² renforce cette idée en élargissant à une autre variété de districts industriels : les districts culturels qui font l'objet d'une application dans le domaine du tourisme.

Le cas étudié appartenant au domaine agro-alimentaire, il est légitime de s'interroger sur l'application de l'approche des SPL dans le secteur agricole ou agro-alimentaire.

2.2. Les SYAL, Systèmes Agro-alimentaires Localisés

Des chercheurs du domaine agro-alimentaire ont cherché à incorporer la dimension territoriale et locale dans leur travaux et ont proposé la notion de SYAL. Avant de présenter cette notion, compte tenu de la dimension agroalimentaire, qui nous oblige à articuler les systèmes localisés aux filières, nous présentons d'abord un aperçu de ce que propose une vision traditionnelle de la filière de production (2.2.1).

2.2.1. La filière de production

La notion de filière s'est construite avec le temps et a été enrichie par les travaux des différents auteurs s'intéressant au sujet. Selon, C. Fontan (2006)⁶³, le concept de filière a été amorcé par Goldberg, R-A. et Davis en 1957 à Harvard, lors de leurs analyses, à travers une approche systémique, sur le complexe agro-alimentaire. Par la suite, Goldberg R-A., en 1968, a complété cette analyse en l'appliquant à des produits tels que le blé, le soja et l'orange. Au départ la notion de filière permettait de décrire les différentes opérations nécessaires pour passer d'une matière première à un produit fini. Elle se définissait d'une manière générale comme étant : « l'ensemble des actes de production, transformation, distribution relatifs à un produit (pomme de terre, sucre, bois, etc.) ou à un groupe de produits homogènes (céréales, fruits, légumes, viandes de boucherie, produits laitiers, etc.) et concourant à la satisfaction d'un même besoin final issu de la consommation » (A. Ledent, cité par Ph. Lebailly et al., 2002, p.4)⁶⁴.

Mais cette notion a, par la suite, connu des modifications au niveau de sa définition puisque l'on a considéré qu'elle ne pouvait pas se limiter seulement à une succession d'opérations.

⁶² Greffe X. (2002), *Le développement local*, l'Aube DATAR, 198p.

⁶³ Fontan C. (2006), « L'outil » filière agricole pour le développement rural, CED/IFReDE-GRES, Université Montesquieu Bordeaux IV, Document de Travail, 27p.

⁶⁴ Lebailly ph., Dogot th. Van Bien P. et Tien Khai, T. (2002), *La filière rizicole au Sud Viêt-nam. Un modèle méthodologique*, Les Presses agronomiques de Gembloux, 142p.

Aujourd'hui la notion de filière regroupe un ensemble d'éléments qui peuvent être groupés en trois approches complémentaires : technique, économique et socio-économique (Fontan, 2006).

L'approche technique revient sur la première définition d'une filière puisqu'elle prend en compte la succession des opérations nécessaires pour la production mais en considérant aussi les techniques et progrès scientifiques qui peuvent intervenir au niveau de l'organisation.

L'approche économique consiste à étudier les flux et la répartition des consommations intermédiaires entre les différents secteurs et de la valeur ajoutée entre les différents acteurs (producteurs, Etats, intermédiaires,...). Quant à l'approche socio-économique, elle postule que toute filière nécessite l'intervention d'un nombre plus ou moins important d'acteurs. Les relations existant entre les acteurs, en cours d'opérations, sont prises en considération. Ainsi l'approche prône une mise en exergue des stratégies, relations et logiques de comportement qui dépendront des différents modes de coordination pouvant exister (règles précises, prix fixés ou non par le marché, ...) (Fontan, op.cit.).

L'approche technique a de fortes similitudes avec l'approche filière que Ph. Lebailly et al (2002) qualifie de « filière produit ». Cette filière produit véhicule la même idée d'une représentation de l'itinéraire par lequel passe un produit, incluant toutes les formes de production, d'échange et de consommation le concernant.

L'approche économique quant à elle, présente plusieurs traits caractéristiques d'une filière demande (Lebailly et al, op.cit.), dans le sens où la détermination d'une filière demande consiste à structurer les branches d'activité d'une économie donnée en dégagant les principales relations verticales. Les travaux réalisés dans cette optique ont recours, le plus souvent, à une approche macroéconomique, basée sur le redécoupage du tableau des entrées-sorties (T.E.S.) de la comptabilité nationale.

Pour ce qui concerne cette étude, c'est sous l'optique de la filière produit que sera analysée dans un premier temps la filière théicole de Gisovu (5.4). Cette analyse de la filière-produit va nous permettre de comprendre le fonctionnement de la filière de l'amont à l'aval en mettant en évidence, la nature des produits intermédiaires et du produit final, les technologies développées, les différents acteurs impliqués et leurs interactions, pour la plupart marchandes. Cependant bien que pertinente, cette analyse de la filière ne nous permet pas de comprendre la nature des interactions entre acteurs, leur mode de coordination et l'action collective permettant aux acteurs de la filière de faire face aux enjeux du marché mondial. En outre, l'ancrage dans un espace permettant au produit d'être spécifique n'est pas pris en compte.

Notre approche de la filière se rapproche plus de l'approche socio-économique de la filière et interroge les éléments du territoire, en articulant le SYAL à la filière et au territoire, dans le sens où : « la filière a des interactions fortes avec des territoires, construits par les acteurs, au niveau local....Autrement dit, il importe pour comprendre les évolutions de la production de considérer les territoires dans lesquels elle est localisée » (Fournier et al., 2002, p.8)⁶⁵.

2.2.2. Les Systèmes agroalimentaires localisés (SYAL)

Selon D. Requier-Desjardins (2007)⁶⁶, le concept de SYAL est apparu dans le champ de l'analyse économique, depuis une dizaine d'années, comme le fruit de la rencontre de deux courants de recherche. Les SPL (2.2.1) et un courant des chercheurs du CIRAD⁶⁷ qui s'interrogeait sur la place des petites entreprises dans l'évolution de l'agriculture et des filières agroalimentaires dans les pays en voie de développement. Ce champ d'étude a été ensuite élargi aux petites entreprises agro-alimentaires en France par le Gis SYAL⁶⁸.

Le rapprochement des deux courants a abouti à l'adoption d'une définition des SYAL dès 1996. Ils sont définis par le Cirad-Sar, cité par C. Fourcade (2006)⁶⁹, comme des « organisations de production et services (unités de production agricole, entreprises agro-alimentaires, commerciales, de service, restauration) associées de par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique. Le milieu, les produits, les hommes, leurs institutions, leur savoir-faire, leurs réseaux de relations, se combinent dans un territoire pour produire une forme d'organisation agro-alimentaire à une échelle spatiale donnée » (p.3).

Les SYAL sont des formes spatiales, sociales et économiques d'organisations agroalimentaires dans la suite des SPL dont le rapprochement fait émerger quelques points communs : la concentration géographique d'un ensemble d'acteurs et de flux diversifiés se combinant dans une forme d'organisation située, la création d'économies externes liées à la densité des unités productrices situées dans un milieu et les modes de régulations qui combinent de manière plus ou moins imbriquée, le marché et la réciprocité.

⁶⁵ Fournier S., Muchnik J., Requier-Desjardins D. (2002), « Enjeux et contraintes du développement de la filière huile de palme au Bénin : une approche par les systèmes agro-alimentaires localisés », Cahiers d'Outre-Mer, n°220, Octobre- Décembre (mise en ligne le 13 février 2008). URL : <http://com.revues.org/index> 978.html

⁶⁶ Requier-Desjardins, D. (2010), *L'évolution du débat sur les SYAL : le regard d'un économiste*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine (RERU), 2019/4-octobre, pp.651-668.

⁶⁷ Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement

⁶⁸ Groupement d'Intérêt Scientifique sur les Systèmes Agro-alimentaire Localisés. Ce groupement est constitué de six institutions, INRA, CIRAD, CNEARC, Agropolis Museum, Université Versailles Saint-Quentin, Université Montpellier I.

⁶⁹ Fourcade C. (2006), « Les SYAL : au croisement des formes de proximités ? ». Dans : *La proximité, entre actions et institutions*, Cinquième Journée de la Proximité, 28-30 juin 2006, Bordeaux, 16p.

Une étude menée par F. Boucher (2004)⁷⁰, dans le cadre de sa thèse de doctorat, sur huit cas considérés comme des SYAL en Amérique latine, dans le domaine laitier et de la fromagerie, et des études en France menées par le Gis-SYAL ont permis de relever les principales caractéristiques des SYAL à travers leurs diversités.

Ils sont divers par : leur histoire (des systèmes très anciens à des systèmes plus récents), leur lien au marché (depuis ceux tournés vers l'exportation à ceux qui s'adressent uniquement aux marchés locaux), leurs activités (il existe ceux basés sur un seul produit, ou ceux qui sont basés sur une gamme de produits et d'activités), leur localisation (basés en zone rurale, en zone urbaine ou périurbaine ou parfois « à cheval » entre la ville et la campagne), leur organisation sociale et économique (depuis ceux constitués par un ou des réseaux d'entreprises plus ou moins analogues jusqu'à ceux qui sont structurés autour d'une entreprise pivot) et enfin leur ancrage territorial (selon leur histoire, leurs activités, leur localisation) (F. Boucher, 2004, p.126).

Les SYAL sont des Systèmes Productifs Locaux (SPL) du secteur agro-alimentaire. Toutefois leur lien avec l'agriculture implique des spécificités qui leur sont propres.

D. Requier-Desjardins (2010)⁷¹ fait ressortir deux principales caractéristiques propres aux SYAL. La première concerne leur référence aux produits et aux services pour lesquels il y a de fortes caractéristiques symboliques et une proximité physique avec le consommateur (les aliments sont les seuls à être non pas utilisés, mais incorporés, au sens propre, par les consommateurs), les deux étant liés, ceci pose la question de la qualification des produits et des services (nous y reviendrons au chapitre 3).

La deuxième fait référence à la dimension agroalimentaire du SYAL qui confère un lien au SYAL avec les ressources naturelles et l'usage de la biodiversité, positionnant ainsi la notion de SYAL dans la problématique du développement durable.

A ces deux spécificités des SYAL, par rapport aux SPL, F. Boucher (2007) avait ajouté celle relative à l'opérationnalité du concept. Elle concerne les caractéristiques des institutions et des acteurs impliqués dans les processus d'innovation et de construction territoriale. L'auteur cite entre autres : « les organisations paysannes, les institutions de qualification de l'origine des

⁷⁰ Boucher François (2004), « Enjeux et difficultés d'une stratégie collective d'activation des concentrations d'agro-industries rurales, le cas des fromageries rurales de Cajamarca, au Pérou », *Thèse de doctorat en Sciences Economiques*, Université de Versailles/St-Quentin-En-Yvelines, 436p.

⁷¹ Requier-Desjardins, D. (2010), *L'évolution du débat sur les SYAL : le regard d'un économiste*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine (RERU), 2010/4-octobre, pp.651-668.

produits, les salons spécialisés et les festivals associées aux produits, leur valeur symbolique dans un territoire déterminée » (Boucher, 2007, p.9)⁷².

Ces trois caractéristiques montrent une référence marquée à la dimension territoriale par les SYAL. Ce lien plus fort au territoire constitue une des principales particularités du SYAL par rapport aux SPL. Il se traduit par un lien au local par le terroir, par l'image du produit ou la réputation et le rôle des acteurs.

Dans la mesure où notre travail interroge les possibilités de qualification du thé rwandais (produit d'origine réputé) en vue de différencier son offre, la dimension territoriale du SYAL est au centre de notre analyse.

La définition des SYAL que nous avons proposée dans cette section est très marquée par la référence au territoire et donc à la proximité géographique. Si cette référence reste importante pour caractériser les SYAL, on se rend compte cependant qu'elle reste limitée pour expliquer leurs dynamiques d'évolution.

Plusieurs auteurs mettent en avant différentes formes de coordination des acteurs qui dépassent la seule proximité géographique et mettent en jeu d'autres formes de proximités dans la dynamique d'évolution des SYAL (nous étudions plus en détail les proximités au chapitre3).

F. Boucher (2007) fait remarquer que les recherches menées au cours des années 2000-2006 se sont centrées principalement sur les processus d'activation collective des ressources territoriales et ont montré que le processus d'activation des ressources est le véritable phénomène de construction d'un SYAL. Celui-ci s'appuie sur les articulations entre les acteurs qui se créent au cours d'actions collectives, les ressources territoriales et les produits. Appréhendé dans ce sens, le SYAL est conçu par J. Muchnik (2002) comme un triptyque : hommes/produits (et savoir-faire)/territoire ou comme le résultat de l'activation d'une ressource.

Ce champ d'étude, concernant en particulier les actions collectives et les autres formes de proximité (proximité organisationnelle et institutionnelle) conduit vers une définition dynamique, en termes de processus, du SYAL, intégrant la coordination des acteurs conduisant à l'efficacité collective. On est bien dans une problématique de création de

⁷² F. Boucher (2007), *L'agro-industrie rurale et les systèmes agroalimentaires localisés : de nouvelles approches pour le développement territorial*, XLIII^e Colloque de l'ASRDLF, Grenoble-Chambéry, 11-13 juillet 2007

ressources spécifiques dans le sens où le définit entres autres (G. Colletis 2007)⁷³. Nous y revenons plus en détail au chapitre 3.

Dans ce travail, comme la dynamique de production porte sur un pays en développement, il est essentiel d'étudier l'applicabilité de cette approche dans des situations qui sont relativement proches de celles du Rwanda, pour pouvoir dégager la pertinence de cette approche, face à nos interrogations, et en construire un cadre d'analyse.

2.3. Les SYAL dans les Pays en développement

Comme nous l'avons cité, l'analyse des SYAL s'est depuis le début de son développement consacrée aux pays du Sud. Ainsi, depuis le début des années 2000, de nombreuses études empiriques (notamment J. Muchnik, 2002 ; S. Fournier et D. Requier-Desjardins, 2002 ; F. Boucher, 2004 ; C. Cerdan et S. Fournier 2008) ont fait état de l'importance des expériences de transformation flexibles basées sur des concentrations de petites et moyennes unités agroalimentaires dans les pays en développement. Les analyses portant sur ces systèmes agroalimentaires localisés révèlent plusieurs diversités selon qu'on aborde les questions structurants leur mode d'organisation et leur mode de fonctionnement (innovations, actions collectives, institutions, risques d'exclusion, pérennisation des SYAL,...). En nous basant sur l'organisation et le fonctionnement des SYAL, nous mettons maintenant en évidence les principaux traits caractéristiques des SYAL dans les PED.

L'évolution des SYAL peut être très variable selon les cas : « chacun véhicule sa propre histoire, ses ressources et actifs spécifiques, ses liens au marché, ses activités, son organisation sociale, son ancrage territorial, etc... » (Boucher et al., 2003, p.6)⁷⁴. Dans ces concentrations de petites et moyennes unités de production agroalimentaires, existent plusieurs types de relations d'interdépendances plus ou moins fortes entre acteurs divers impliqués (producteurs, consommateurs, acteurs publics, acteurs privés,...).

Ces divers types de relations entre acteurs peuvent être regroupés en deux catégories : les relations horizontales et les relations verticales. Ces relations sont analysés en fonctions de différents éléments structurant les SYAL : innovations, actions collectives, institutions.

⁷³ Colletis G. (2007), « Développement local, proximités et rencontres productives. Le cas des dynamiques de développement de la région toulousaine », XLIII^e Colloque de l'ASRLDF, Grenoble-Chambéry, 11, 12, 13 juillet 2007, 17 p.

⁷⁴ F. Boucher, A. Carimentrand et D. Requier-Desjardin (2003), « Agro-industrie rurale et lutte contre la pauvreté : les systèmes agroalimentaires localisés contribuent-ils au renforcement des capacités ? », 3^{ème} Colloque sur l'Approche des Capacités, Université de Pavie, 7-9 septembre 2003, 20 p.

Les relations verticales et horizontales au sein des SYAL dans les pays en développement

La proximité sectorielle et géographique (nous détaillerons la notion de proximité telle que développée par l'économie des proximités dans le chapitre 3) est l'une des caractéristiques des SYAL. Cette forme de proximité favorise dans certains SYAL des relations verticales entre acteurs. De telles relations peuvent s'établir entre petites et moyennes unités productives spécialisées dans une phase particulière de la production d'un bien donné.

La division du travail dans les SYAL peut aussi être organisée par des unités leaders. Dans de tels cas, ce sont des contrats de sous-traitance qui régissent les relations entre unités de production.

F. Boucher (2004)⁷⁵ révèle plusieurs cas de sous-traitance dans la filière laitière à Cajamarca (Pérou) entre artisans fromagers. L'auteur observe dans ces cas, des relations verticales asymétriques suite aux mauvaises conditions de communication et de transport qui entraînent une asymétrie de l'information au regard de l'évolution du marché, défavorisant ainsi certains acteurs (producteurs de lait de quesillo et fromagers de Bambamarca) dans leur démarche de détermination du prix aux intermédiaires.

Les relations verticales se remarquent aussi dans les relations entre producteurs-intermédiaires et commerçants pour l'approvisionnement des matières premières ou la commercialisation des produits.

Ce genre de relations est régi par des contrats tacites, non formel, où la notion de confiance est très importante. Selon S. Fournier, J. Muchnik et D. Requier-Desjardin (2001)⁷⁶, cette confiance permet de garantir la réciprocité des échanges et, en réduisant les coûts liés à la couverture, de réaliser des transactions au sein du réseau à un prix inférieur à celui du marché. Cette confiance tire son origine d'une part au sein du réseau, par la bonne conduite des membres au fur et à mesure des transactions, d'autre part elle peut provenir également de l'adhésion des membres du réseau à un même système de règles et de valeurs, extérieur au réseau. L'appartenance des membres à une même communauté socioculturelle, à un même groupe identitaire, peut apporter cela.

Ces relations ne se limitent pas seulement à la médiation marchande, elles peuvent concerner également le volet technique et entraîner des formes d'innovations. Parlant du rôle des

⁷⁵ Boucher François (2004), « Enjeux et difficultés d'une stratégie collective d'activation des concentrations d'agro-industries rurales, le cas des fromageries rurales de Cajamarca, au Pérou », *Thèse de doctorat en Sciences Economiques*, Université de Versailles/St-Quentin-En-Yvelines, 436p.

⁷⁶ Fournier S., Muchnik J., D. Requier-Desjardin (2001), « Proximité et efficacité collective : une relation en question. Le cas des filières Gari et Huile de Palme au Bénin », *The Third Congress on Proximity*. « *New Growth and Territories* », Paris, 13 and 14 december 2001, 17p.

réseaux d'acteurs, dans le bassin laitier de Gloria (Brésil), à propos des évolutions des savoir-faire, C. Cerdan et S. Fournier (2008)⁷⁷, notent que les négociants « livrent fréquemment des conseils sur la fabrication, le salage ou la présentation des fromages, en fonction du marché. Ils jouent ainsi un rôle actif pour l'introduction de nouveautés dans le système local, finançant du matériel remboursable en nature, ou encore organisant des formations pratiques sur les lieux même de fabrication » (p.116). S. Fournier, J. Muchnik et D. Requier-Desjardis (2001) font aussi remarquer des relations verticales, associant des femmes artisanes des investisseurs privés dans la filière huile de palme au Nigeria, permettant d'articuler traditions et innovations. Ces relations permettent aux femmes d'acquérir des machines contre la prestation de services et ainsi de répondre aux besoins de l'offre sans altérer la qualité en associant l'utilisation par exemple d'un malaxeur-presseur (plutôt que par pilage ou foulage) ou une cuisson artisanale.

Ce genre de relations confère aux SYAL des pays en développement, une forme moderne de l'organisation territoriale plus élaborée que l'informel en permettant non plus d'opposer, mais au contraire d'articuler les traditions et les savoir-faire anciens avec l'innovation de procédé et la qualité de la production (B. Pecqueur, 2004)⁷⁸.

A côté des relations verticales, des relations horizontales sont également définies. Ces relations horizontales au sein des systèmes agroalimentaires localisés, là où elles existent prennent des formes et des degrés différents.

Les relations horizontales individuelles peuvent par exemple concerner, l'échange d'équipements de travail, l'échange de travail ou de capital (tontines par exemples), les regroupements de produits pour la vente, des approvisionnements en matières premières conjoints. Ce genre de relations s'appuie sur des liens familiaux ou socio-affinitaires, qui reposent sur une proximité géographique ou communautaire (Cerdan et Fournier, 2008).

A côté de ces relations de complémentarité entre unités de production, on peut assister aussi à des relations de concurrence entre acteurs individuels. A ce propos F. Boucher (2004) note des relations de concurrence entre unités de production « de même niveau » dans la filière laitière de Cajamarca. Ces relations se déclinent en deux sortes de concurrence. D'une part,

⁷⁷ Cerdan C. et S. Fournier (2008), « Le système agroalimentaire localisé comme produit de l'activation des ressources territoriales. Enjeux et contraintes du développement local des productions agroalimentaires artisanales », dans Gumuchian H. et B. Pecqueur, *La ressource territoriale*, pp. 104-125.

⁷⁸ B. Pecqueur (2004), "Le développement territorial: une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud", Document de travail, Université Joseph Fourier, 16p.

une concurrence passive où les unités de production (boutiques des fromagers) situées les unes à proximité des autres, n'entretiennent aucune relation de complémentarité, se livrent plutôt une concurrence « passive », aucune n'ayant de stratégie réellement offensive ni innovatrice pour capter le marché. D'autre part une concurrence beaucoup plus offensive entre boutiques de niveau supérieur, ayant une gamme variée et des produits de qualité, à la recherche permanente de nouveaux créneaux et d'innovation : l'objectif est de prendre des clients aux autres, et de gagner de plus en plus d'argent.

Une action collective peut articuler ces relations horizontales individuelles. Elle s'observe à travers la formation d'organisations collectives. On peut retenir deux sortes d'organisations collectives. La première est une forme d'association non institutionnalisée, non formelle, qui repose sur des liens socio-affinitaires ou de proximité déjà établis. Dans le cas de la filière huile de palme au Bénin par exemple, S. Fournier et al (2002) trouvent que plusieurs formes d'organisation collective assurent des facilités aux femmes, principales productrices artisanale de l'huile de palme, pour l'approvisionnement en main-d'œuvre, en crédit, ou encore pour la commercialisation de leurs produits. Pour les auteurs, ces organisations, qui fonctionnent le plus souvent selon un principe de rotation (comme les tontines pour le crédit), instaurent un environnement sécurisé, tout en permettant une certaine flexibilité : il faut en effet, une forte confiance entre les membres, confiance qui s'instaure plus facilement entre des femmes déjà unies par une certaine proximité. Ce genre d'associations non institutionnalisées joue un rôle important dans l'élévation de la qualité et de la quantité, en permettant la couverture du marché local et l'exportation (S. Fournier et al.).

La seconde forme d'action collective peut se constituer sur base d'organisations collectives institutionnalisées à travers des associations professionnelles ou sectorielles. Ces associations professionnelles ou sectorielles peuvent être efficaces, dans des situations où elles servent les intérêts collectifs du système ou fournissant des services réels à ses membres (défense des intérêts communs des ses membres, formation professionnelle, sensibilisation en vue de l'amélioration de la qualité, organisation d'actions de promotion,...).

Les organisations collectives peuvent également constituer des ressources spécifiques du système productif localisé, source de stabilisation et de reproduction (Pecqueur, 2004)⁷⁹.

⁷⁹ B. Pecqueur (2004), "Le développement territorial: une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud", Document de travail, Université Joseph Fourier, 16p.

De telles dynamiques de construction de ressources spécifiques existent dans certains SYAL des pays en développement. Tel est le cas par exemple, dans la fromagerie de Cajamarca (Brésil) (Boucher, 2004) dans la filière noix de cajou au nord-est de la Côte d'Ivoire (Ouattara, 2008)⁸⁰. Les principaux traits caractéristiques de ces expériences sont le rôle central de l'action collective structurelle et fonctionnelle au sens de F. Boucher (2004) où les associations des acteurs en place ont pour but de protéger le renom de leurs produits et de s'ouvrir de nouveaux marchés (en créant des certifications collectives) avec une faible implication de l'acteur public. La protection de la réputation d'un produit par la création des appellations d'origine exige de son côté une forte implication de l'acteur public et oblige la mise en place d'un dispositif institutionnel et réglementaire.

Le rôle de l'acteur public notamment dans le cadre d'une reconnaissance de la qualité ou de la spécification des produits est un facteur important dans le cadre des pays en développement. Nous y reviendrons dans le chapitre 4.

Notons également qu'une faible solvabilité de la demande, dans cette dynamique de création de ressources spécifiques par la différenciation des produits, constituent une limite dans la croissance des SYAL en pays en développement. Lorsque les acteurs locaux différencient leur production, c'est dans l'objectif d'augmenter le prix à travers une qualité, notamment organoleptique (pouvant être appréciée par les sens humains : toucher, goût, odorat), mais aussi d'image ou d'attribut qui justifie la création d'une quasi-rente de qualité sur le produit (Lacroix, Mollard et Pecqueur, 2000)⁸¹. Cette rente implique une augmentation du prix et pour capter cette rente, il faut qu'il y ait une demande solvable, ce qui, sur des marchés de proximité, en pays en développement, n'est pas toujours possible. A ce sujet, travaillant sur la filière rizicole irriguée en Côte d'Ivoire, cultivée sur modèle de SYAL, K. Djato (2006)⁸², notent que cette filière voit son expansion freinée par une faible solvabilité de la demande locale et une concurrence d'un riz de moins bonne qualité mais moins cher importé du Vietnam. La concurrence et la non protection des marchés dans les pays en développement constituent ainsi une limite du modèle SYAL en pays en développement.

⁸⁰ Ouattara, G.M.(2008), *Valorisation de ressources spécifiques et stratégies d'acteurs locaux. Le cas des producteurs et transformateurs de noix de cajou dans le département de Bondoukou au Nord-Est de la Côte d'Ivoire*, Thèse de Doctorat d'Economie Appliquée, Université Pierre Mendès France, 306p.

⁸¹ Lacroix A., Mollard A. et Pecqueur B. (2000), « Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°4 pp. 683-706.

⁸² Djato K., Dugue P. et Pecqueur B. (2006), « Interventions publiques pour le développement d'un système agroalimentaire localisé dans le secteur de la production rizicole irriguée en Côte d'Ivoire », *Mondes en Développement*, 2006/4, n° 136, pp.101-118.

Conclusion du chapitre 2

Les approches en termes de districts industriels et des SPL ont permis de montrer le rôle actif de l'espace, un espace susceptible de jouer un rôle stratégique dans les modes d'organisation d'activités économiques, un territoire. Ces approches ont permis de montrer qu'il existe d'autres formes de coordinations en dehors de la coordination marchande susceptibles de rendre plus performantes et plus compétitives les petites unités dans l'actuel contexte de globalisation. A la base de ces formes de coordination se trouvent les environnements socioculturels, institutionnels et économiques des petites entreprises. Les systèmes de représentation et de valeurs des acteurs économiques y jouent aussi un rôle important.

Le système agroalimentaire localisé (SYAL), qui s'inscrit dans la continuité des SPL du fait de sa relation en amont avec l'agriculture, constitue notre cadre théorique restreint.

Nous avons montré que cette forme d'organisation, du fait que nous travaillons sur un produit agroalimentaire dans un milieu rural, implique dans sa relation amont une relation avec le milieu (les ressources naturelles, les hommes et leurs actions).

Du point de vue aval, elle nous intéresse du fait de sa relation avec les consommateurs à travers la filière. Ceci pose la question de la qualification des produits basée sur des relations spécifiques avec les consommateurs.

Notons que les différentes limites à la pérennisation du SYAL dans les pays en voie de développement, soulevées dans cette section, nous interpellent. Elles concernent notamment le rôle de l'acteur public dans la pérennisation des SYAL et la solvabilité de la demande surtout pour un marché domestique.

L'analyse des dynamiques d'évolution des SYAL dans son processus de création des ressources spécifiques conduit à s'intéresser à la façon dont les acteurs peuvent se rapprocher grâce, non seulement à la proximité géographique liée aux distances physiques, mais également, à des proximités organisationnelle et institutionnelle. Ce champ d'étude qui concerne en particulier les actions collectives, nous conduit vers une définition dynamique, intégrant la coordination des acteurs conduisant à l'efficacité collective. C'est ce que nous étudions au chapitre suivant.

Chapitre 3 : Les approches de la proximité et la construction territoriale

L'analyse des dynamiques d'évolution des SYAL dans son processus de création des ressources spécifiques conduit à s'intéresser à la façon dont les acteurs peuvent se rapprocher grâce, non seulement à la proximité géographique mais également, à des proximités organisationnelle et institutionnelle pour coordonner des actions qui leur permettront de se créer des avantages compétitifs. Ceci concerne les actions collectives, en intégrant la coordination des acteurs conduisant à l'efficacité collective.

Afin d'élargir notre analyse des SYAL nous incluons les apports des chercheurs en économie des proximités (3.1) et les processus d'activation et de spécificités territoriales (3.2) et nous aboutissons à une définition de l'action collective (3.3).

3.1. L'Economie de proximités

3.1.1. Origine et développement de l'économie des proximités

Les approches en termes de districts industriels, clusters et SPL ont permis de mettre en évidence l'existence de configurations spatiales particulières à l'origine de phénomènes de croissance de type territorial au niveau local.

Cependant, ces approches font l'objet de critiques. Certains pensent qu'elles postulent le territoire et la proximité géographique comme des données.

Dès 1992, B. Pecqueur (1992)⁸³ avait eu l'intuition que la notion de territorialité dépassait largement la notion de territoire et que le territoire n'est pas une donnée mais un construit, qui est révélé par l'activation des ressources, la construction des potentiels présents.

Quelques années plus tard, les économistes des proximités (entres autres J.P. Gilly et A. Torre), tout en reconnaissant le mérite des approches des districts industriels et des SPL, notent « ...nous contestons l'un de leurs présupposés « localistes », qui consiste à postuler le territoire. Ce dernier doit être considéré comme un construit, issu des représentations et des pratiques des agents économiques et institutionnels dans un contexte en évolution, comme le résultat d'une démarche analytique et non comme son hypothèse de départ ». (J.P. Gilly et A. Torre, 2000, p.26)⁸⁴.

⁸³ Pecqueur B. (1992), « Territoire, territorialité et développement », In Actes du colloque : Industrie et territoire : *Les systèmes productifs localisés*, IREPED, LEREP, Grenoble, 21-21 octobre, pp. 71-88.

⁸⁴ Gilly J.P. et Torre A. (2000), « Introduction générale », In Gilly J-P. et Torre A. (dir.), *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan, Paris, pp.9-33.

La notion de proximité apparaît dans la littérature avec les travaux de M. Bellet, G. Colletis et Y. Lung (1993)⁸⁵ du groupe de recherche : « Dynamiques de proximité⁸⁶ ». Ce programme de recherche lancé à partir des années 1990 s'inscrit originellement au carrefour de l'économie industrielle et spatiale comme B. Pecqueur et J-B. Zimmermann (2004, p.15)⁸⁷ le précisent en disant que le débat relatif à l'économie des proximités, tout comme celui de l'économie géographique, trouve son origine dans la nécessaire convergence de travaux relevant du champ de l'économie industrielle avec ceux issus de l'économie spatiale et régionale.

Les économistes des proximités analysent les phénomènes d'organisation et montrent que ceux-ci se rapportent à l'établissement de relations entre agents. Ces derniers ne s'effectuent pas nécessairement au sein du cadre marchand.

Concernant les travaux traitant de la proximité, on en distingue deux types. Ceux qui font du territoire le point d'entrée et ceux qui ont directement pour point d'entrée les relations entre les agents.

Les premiers types de travaux (Pecqueur et Soulage, 1992 ; Zimmermann, 1998)⁸⁸ cherchent à expliquer en premier lieu les performances des territoires et associent celles-ci aux types de relations qui se déploient entre les acteurs (c'est-à-dire les firmes et leur environnement). Ces travaux mettent en évidence la composante territoriale de l'organisation industrielle, tel que le précise J.C. Perrin (1990)⁸⁹.

Les seconds ont pour objet d'analyser d'abord la coordination des agents. Ces travaux cherchent à caractériser les relations hors marché entre les agents et à expliciter en quoi elles intègrent les dimensions de la proximité. Ces travaux se situent à un niveau d'analyse micro ou méso économique. Les travaux de C. Dupuy et A. Torre (1998, 2000), M. Bellet et T. Kirat (1998), A. Rallet (1999) entre autres sur l'importance des relations hors marché et le comportement des acteurs, se rangent dans cette catégorie.

⁸⁵ Bellet, M., Colletis, G., & Lung, Y., (dir.) (1993), « Economie de proximités », numéro spécial de la *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, RERU, numéro 3.

⁸⁶ A propos de ce groupe de recherche, A. Torre et J.-P. Gilly (2000) notent que l'objectif principal de celui-ci, composé d'économistes des régions et de l'industrie, est de déterminer la nature des effets de la proximité et d'établir le rôle endogène de l'espace dans la théorie économique.

⁸⁷ Pecqueur B. et Zimmermann J-B. (sous la dir.) (2004), « Introduction. Les fondements d'une économie de proximités », dans *Economie de proximités*, pp. 13-41.

⁸⁸ Pecqueur B. et Soulage B. (1992), Rationalité et territoires, Working Paper, IREPD Grenoble, 17p.

Zimmermann J.B. (1998) (dir.) Construction territoriale et dynamiques productives, Convention d'études n° 18/1997. Rapport final, décembre, 37p.

⁸⁹ Perrin J.C. (1990), « Organisation industrielle : la composante territoriale », dans : *Revue d'économie industrielle*, numéro 51, pp. 276-303.

Dans le cadre de ce travail, nous nous sommes intéressés aux deux branches de travaux. Rappelons, en effet, notre intérêt pour l'étude des processus d'activation des ressources qui engendrent une spécificité de la production et qui supposent une mobilisation des acteurs dans des processus de coopération mettant en avant le rôle des relations hors marché et les aspects de coordination qui s'y attachent.

3.1.2. Les composantes de l'économie des proximités

Dans ce travail nous retenons trois déclinaisons analytiques de la proximité : la proximité organisationnelle, la proximité institutionnelle et la proximité géographique.

3.1.2.1. La proximité organisationnelle

La proximité organisationnelle traite de la séparation économique des agents et des liens en termes d'organisation de la production. Cette notion qui n'est pas d'essence géographique mais relationnelle se définit par la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres. L'organisation facilite les interactions en son sein, en tout cas les rend a priori plus faciles qu'avec des unités situées à l'extérieur d'elle-même.

Pour les économistes de la proximité, la proximité organisationnelle repose sur deux logiques : la logique d'appartenance et la logique de similitude.

Selon la première logique (la logique d'appartenance), c'est l'effectivité des relations qui est évoquée. Deux membres d'une organisation sont proches l'un de l'autre parce qu'ils interagissent, et que leurs interactions sont facilitées par les règles ou routines de comportement (explicites ou tacites) qu'ils suivent. A ce propos selon A. Rallet et Torre A. (2004)⁹⁰, « toutes choses égales par ailleurs, la coopération sera a priori plus facile à développer entre chercheurs et ingénieurs appartenant à une même entreprise, un même consortium technologique ou un même réseau d'innovation » (p.27).

Dans la seconde logique (la logique de similitude), sont proches en termes organisationnels les acteurs qui possèdent le même espace de référence et partagent les mêmes savoirs. Cette seconde dimension de la proximité organisationnelle (la logique de similitude) est liée, selon

⁹⁰ Rallet A. et Torre A. (2004), « Proximité et localisation », Dans : *la Revue d'Economie Rurale*, n° 280, mars-avril 2004, pp. 25-41.

J-P. Gilly et A. Torre (2000)⁹¹, à une relation de « ressemblance » des représentations et des modes de fonctionnement si bien que la dimension institutionnelle est alors importante. Certains auteurs distinguent la proximité institutionnelle de la proximité organisationnelle

En bref nous retenons que la proximité organisationnelle se réfère à l'ensemble des interdépendances existant entre acteurs au sein des organisations ainsi qu'entre organisations.

3.1.2.2. La proximité institutionnelle

G. Colletis et F. Rychen (2004)⁹² la définissent « comme l'adhésion des agents à des systèmes de valeurs visant à faire aboutir un objectif commun, cette adhésion se traduisant par l'identification d'une structure commune de coordination. Cette structure de coordination peut avoir un aspect formel ou informel, mais doit être reconnue par les interlocuteurs pour que l'échange au travers de celle-ci soit valide » (p. 220). R. Boschma (2004)⁹³ nous la décompose en deux points essentiels : un cadre institutionnel fort s'appuyant sur des lois et règlements applicables et cohérents et sur un gouvernement actif et capable de réaction d'une part et une structure culturelle forte avec une langue et des habitudes communes.

Ces deux points de cette définition font ressortir deux formes de proximité institutionnelle, l'une faisant référence à un cadre formel (réglementaire, législatif), l'autre se rapportant à un cadre informel (habitudes, croyances, savoirs tacites). Selon R. Boschma (op.cit.), lorsque des personnes et des organisations partagent un tel environnement politique et culturel, elles sont plus enclines à interagir et coordonner leur comportement. Ainsi, pour A. Rallet et Torre A. (2000) : « deux chercheurs faisant partie d'une même communauté scientifique pourront facilement coopérer car ils partagent non seulement le même langage mais aussi le même système d'interprétation des textes, des résultats... » (p.27).

La notion de réseaux, parfois interpersonnel, fait référence à cette modalité d'interrelation entre les agents économiques et est associée à la proximité institutionnelle et/ou à la proximité organisationnelle précédemment décrite

⁹¹ Gilly J.P. et Torre A. (2000), « Introduction générale », In Gilly J-P. et Torre A. (dir.), *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan, Paris, pp.9-33.

⁹² Colletis G. et Rychen F. (2004), « Entreprises et territoires : proximités et développement local », In Pecqueur B. et Zimmermann J-B. (dir), *Economie de proximité*, Hermès-Lavoisier, pp. 207-230.

⁹³ Boschma, R. (2004), « Proximité et innovation ». Dans : *la Revue d'Economie Rurale*, 280, mars-avril 2004, pp.8-24.

3.1.2.3. La proximité géographique

La proximité géographique évoque la localisation d'agents dans un espace plan déterminé.

Selon J-P. Gilly et A. Torre (2000)⁹⁴, contrairement à la proximité organisationnelle qui traite de la séparation économique et des liens en termes d'organisation de la production, la proximité géographique traite de la séparation dans l'espace et des liens en termes de distance. Cette distance peut être exprimée en fonction du temps et/ou des coûts à supporter pour la franchir.

Elle intègre également la dimension sociale des mécanismes économiques, ou ce que A. Torre (2000)⁹⁵ appelle la distance fonctionnelle. La référence aux contraintes naturelles et physiques, inscrite dans sa définition, n'épuise pas son contenu, qui comprend également des aspects de construit social tels que les infrastructures de transport, qui modifient les temps d'accès ou encore les moyens financiers permettant l'utilisation de certaines technologie de communication.

A. Rallet et A. Torre (2004)⁹⁶ intègrent dans leur définition ces deux aspects. Pour les auteurs, la proximité géographique est tout d'abord de type binaire dans le sens où elle a pour objet finalement de savoir si on est « loin de » ou « près de ». Elle est ensuite doublement relative. Primo, la distance géographique, qui fonde le partage entre proximité et éloignement, est relative aux moyens de transport (on pondère la distance kilométrique par le temps ou/et le coût de transport). Secundo, la proximité géographique procède d'un jugement porté par les individus sur la nature de la distance géographique qui les sépare. Le jugement consiste à traiter l'ensemble des paramètres qui influencent la distance pour les réduire à l'énoncé selon lequel on est près ou loin de. Cet ensemble de paramètre renvoie aux notions d'espace vécu et d'espace perçu développées en géographie sociale et comprend des données objectives (km, temps, prix) mais aussi la perception que les individus en ont. Or cette perception est variable selon l'âge, le groupe social, le sexe, la profession...

A travers ces définitions, on s'aperçoit qu'on peut trouver une certaine forme d'interaction entre la dimension géographique et organisationnelle dans le sens où, selon A. Rallet

⁹⁴ Gilly J.P. et Torre A. (2000), « Introduction générale », In Gilly J-P. et Torre A. (dir.), *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan, Paris, pp.9-33.

⁹⁵ Torre A. (2000), « Economie de proximité et activités agricoles et agroalimentaires : Eléments d'un programme de recherche », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, pp.407-426.

⁹⁶ Rallet A. et Torre A. (2004), « Proximité et localisation », Dans : *la revue d'Economie rurale*, 280, mars-avril 2004, pp.25-41.

(1999)⁹⁷ : « la proximité géographique traduit la plus ou moins forte matérialité de l'espace : elle est traitée comme une contrainte pesant sur le développement des interactions entre agents.

Dans l'analyse, elle joue le rôle d'une condition permissive : la proximité géographique favorise a priori le développement des interactions entre agents. Elle facilite les échanges de produits mais aussi les rencontres, les échanges d'information, le partage des connaissances » (p. 13).

Selon cette assertion, la proximité géographique favorise, sans l'obliger, l'établissement de liens entre les agents. Elle permettrait sans le contraindre le développement de liens de types organisationnel.

On peut aussi associer à la proximité géographique, lorsqu'elle se circonscrit à un espace précisément délimité et stable, un lien commun de représentations au sein duquel on identifie des aspects tels que la culture, les traditions, les valeurs, etc. Comprise en ce sens, la proximité géographique pourrait expliquer certaines ressemblances entre les agents en termes de représentation.

A. Rallet et A. Torre (2004, op.cit.), notent qu'il arrive que la proximité organisationnelle ne se confonde pas avec la proximité géographique ; n'étant pas d'essence géographique, l'organisation a la capacité de « traverser » les territoires, d'en franchir les frontières⁹⁸. La dimension spatiale ou géographique n'est pas indispensable pour que se réalisent des situations de coordination (R. Boschma, 2004)⁹⁹. Toujours situées dans le temps, ces situations nécessitent une proximité organisationnelle et institutionnelle, ainsi qu'un facteur déclencheur. Elles sont cependant toujours situées dans l'espace en ce que les acteurs sont par nécessité localisés quelque part mais sans qu'il n'y ait de territoire au sens de construit social.

Bien que la proximité géographique se révèle être une condition « permissive » dans l'établissement des interactions entre acteurs permettant ainsi une proximité organisationnelle, elle n'est pas toujours porteuse d'externalités positives.

⁹⁷ Rallet A. (1999), « L'économie de proximités ». Communication à l'école-chercheur INRA, Le Croisic, 8-10 décembre 1999.

⁹⁸ Les auteurs donnent l'exemple de l'organisation d'une firme multinationale.

⁹⁹ Boschma R. (2004), « Proximité et innovation », Dans : *la Revue d'Economie Rurale*, n° 280, mars-avril 2004, pp. 8-24.

A ce propos T. Kirat et A. Torre (2007)¹⁰⁰ précisent que dans certains cas, elles peuvent être à l'origine de tensions ou de conflits.

Les auteurs sur les conflits d'usage de l'espace (notamment Caron et Torre, 2006¹⁰¹ ; Jeanneaux et Kirat, 2005¹⁰²) insistent sur cette dimension géographique comme constitutive d'inégalités en créant des conflits et des rapports de force entre acteurs. C'est notamment le cas quand les acteurs sont inégaux face à l'espace (par exemple dans le cas où les acteurs sont plus ou moins proches d'une source de pollution) ou quand le déménagement ou la délocalisation (dans le cas des activités économiques) des acteurs concernés est impossible ou implique un coût d'opportunité trop élevé (Caron et Torre, op.cit.).

Notons enfin qu'il existe actuellement un grand débat sur l'insuffisance ou la nécessité à compléter les trois dimensions (géographique, organisationnelle, institutionnelle) par d'autres proximités (notamment la proximité cognitive, R. Boschma, 2004, et la proximité relationnelle, Grossetti et Filippi 2004¹⁰³) dans l'explication des dynamiques territoriales.

Dans le cadre de ce travail, sur l'étude de la production théicole à Gisovu, compte tenu de la très forte proximité physique des acteurs et de l'usage de valorisation territoriale liée au lieu, la proximité géographique nous semble importante.

La mobilisation des réseaux sociaux, les phénomènes d'apprentissage et de transmission de savoir-faire, basés sur des relations amicales et familiales, dans la conduite de la théiculture, le cadre structuré de la production théicole et l'action publique coordonnée font intervenir les notions de proximités organisationnelle et institutionnelle dans l'appréhension de la dynamique théicole à Gisovu.

Nous chercherons à rendre compte de comment ces proximités participent au processus de spécification (ou pourraient participer au processus d'activation, dans l'optique d'une labellisation) des ressources, à travers l'action individuelle et collective entre acteurs.

¹⁰⁰ Kirat T. et Torre A. (2007), « Les conflits dans l'analyse économique. Points de repère », *Géographie, Economie, Société*, vol 9, numéro 2, 215-240.

¹⁰¹ Caron A. et Torre A. (2006), « Quand la proximité devient source de tensions : conflits d'usage et de voisinage dans l'espace rural », sur [<http://www.ulb.ac.be/soco/asrldf/CaronTorre.pdf>], 16p. Consulté le 24/02/2009

¹⁰² Jeanneaux P et Kirat T. (2005), « Observer les conflits d'usage : que nous apprend le contentieux judiciaire et administratif sur le développement des régions ? », *Symposium international Territoires et enjeu du développement régional*, Lyon, 9-10 mars, 17p.

¹⁰³ Grossetti M. et Filippi M. (2004), « Proximité et relations interindividuelles », in B. Pecqueur et J-B. Zimmermann (dir.), *Economie de proximités*, Hermès, Paris, pp.45-64.

3.2. Le processus de construction territoriale : création, révélation et spécification des ressources

L'analyse développée dans ce travail explore, maintenant, les dynamiques territoriales en recourant aux travaux des théoriciens de l'économie territoriale.

Cette approche théorique permet de transiter d'une problématique d'allocation des ressources à celle de création ou de révélation de ressources. En ce sens, les performances entrepreneuriales et territoriales ne sont ni données ni figées.

Ce caractère construit leur confère un caractère dynamique. Dans cette optique on se situe au cœur de la construction du territoire.

C'est dans cette perspective que nous nous proposons, dans ce chapitre, d'analyser ce processus de construction territoriale qui permet à un territoire de se différencier durablement, par rapport à ses concurrents.

Nous entamons notre discussion en discutant la notion d'avantage comparatif (3.2.1). L'avantage différenciatif est aussi discuté. La question suivante porte sur la notion de ressource située en amont de la définition classique de l'input (3.2.2). La différenciation, la construction et la spécification de la ressource sont alors explorées. Le passage de la ressource à son exploitation, par le processus d'activation est aussi abordée (3.2.3).

3.2.1. De l'avantage comparatif à l'avantage différenciatif

Dans la « Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations », Adam Smith¹⁰⁴ donne les premiers fondements théoriques du libre-échange.

Pour l'auteur, la richesse des nations ou la croissance économique émane de la division du travail au niveau national, il est dans l'intérêt de chacun d'utiliser son industrie toute entière dans le genre de travail dans lequel il a quelque avantage sur ses voisins, et d'acheter toutes les autres dont il peut avoir besoin, avec une partie du produit de cette industrie, ou, ce qui est la même chose, avec le prix d'une partie de ce produit.

Si cette maxime est valable au niveau national, il ne saurait en être autrement en ce qui concerne les échanges internationaux. Du fait notamment de dotations initiales en ressources naturelles favorables, ou des avancées technologiques, les pays disposent d'un certain nombre de secteurs d'activité pour lesquels ils bénéficient d'un avantage absolu, c'est-à-dire pour

¹⁰⁴ Smith A. (1991), *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*. Traduction de Germain Garnier, Flammarion, Paris.

lesquels les entreprises nationales produisent à un coût de production inférieur à celui d'une entreprise étrangère.

Cependant la notion d'avantage absolu présente l'inconvénient d'exclure de l'échange international les nations qui ne disposent d'aucun avantage absolu.

En réponse à cette limite, D. Ricardo va proposer de comparer les différences de productivité entre les partenaires commerciaux. Les pays exporteront les biens pour lesquels ils disposent non pas d'un avantage absolu (A. Smith), mais d'un avantage comparatif (coûts relatifs) de sorte que chaque pays participant au commerce international tire avantage de ces échanges.

Le modèle ricardien, ne permettant pas d'appréhender les effets des échanges sur la distribution des revenus à l'intérieur d'un pays, est amendé par le modèle HOS (Heckscher-Ohlin-Samuelson). Ces auteurs distinguent les différents impacts des échanges sur les secteurs importateurs et exportateurs. Leur approche met en évidence le fait que le commerce produit des gagnants et des perdants à l'intérieur d'une nation, en dépit, d'une meilleure situation globale (par exemple Krugman et Obstfeld, 2003)¹⁰⁵.

Cependant, les avantages comparatifs ne permettent plus d'expliquer la structure totale des échanges actuels, notamment l'effervescence du commerce intrabranche entre pays développés (pays à coûts de production relativement similaires). A ce sujet E. Helpman et P.R. Krugman (1985)¹⁰⁶ notent que la théorie traditionnelle des échanges a « *an apparent failure to explain the volume of trade, the composition of trade, the volume and the role of intrafirm trade and direct foreign investment, and the welfare effects of trade liberalization* » (p.2). Pour P. Krugman (1990) la nouvelle théorie du commerce international: « *is an approach to international trade that emphasizes precisely the features of the international economy that traditional theory leaves out: increasing returns and imperfect competition* » (p.vii)¹⁰⁷.

Partant de l'assertion que le consommateur a un goût pour la variété, ces échanges peuvent être analysés comme résultant du goût des consommateurs pour la variété et la différence dans les variétés produites nationalement et à l'étranger.

¹⁰⁵ Krugman R.P. et Obstfeld M. (2003), *Economie internationale* ; traduit de l'anglais par Achille Hannequart et Fabienne Leloup, 3^{ème} édition, De Boeck, 872p.

¹⁰⁶ Helpman E. et Krugman P.R. (1985), *Market Structure and Foreign Trade. Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, The MIT Press, London, 271p.

¹⁰⁷ Krugman P. (1991), *Rethinking International Trade*. Second Printing, MIT Press Cambridge, 282p.

A cet effet, S. Coissard et B. Pecqueur (2007)¹⁰⁸, attribuent l'origine de la différenciation à Léon Walras qui avait mis en évidence la possibilité d'augmenter le prix d'un chocolat en modifiant son emballage et son nom.

Pour ces auteurs, les principales origines théoriques sont issus de deux courants aux origines différents : Hotelling-Lancaster d'un côté, Chamberlin et Dixit-Stiglitz-Krugman de l'autre. Hotelling en 1929 a été le premier à rompre avec l'hypothèse classique d'homogénéité du produit dans une analyse essentiellement spatiale. Plus tard, avec les développements de K. Lancaster (1966)¹⁰⁹ dans sa nouvelle théorie du consommateur, la différenciation est déclinée selon les différences de goût. Selon l'auteur, sur un espace continu de caractéristiques, à chaque produit correspond un vecteur de caractéristiques et une adresse et chaque consommateur possède un produit idéal déterminé en fonction de ses préférences (p.132).

Le second courant va s'appuyer sur les travaux d'E. Chamberlin en matière de concurrence monopolistique. Ainsi, à propos de la différenciation des produits, on se retrouve dans une situation de concurrence monopolistique telle que l'a définie E. Chamberlin en 1960. C'est-à-dire que : « le produit de chaque entreprise est, au moins pour une part, différencié de celui de ses concurrents. A la limite, même si les produits sont physiquement identiques, la localisation de l'entreprise étant spécifique, il subit une différenciation. Celle-ci représente un élément de monopole parce qu'il donne la possibilité à l'entreprise de pratiquer jusqu'à un certain point son propre prix et d'établir son propre marché » (A. Mollard et al. p.5)¹¹⁰.

P. Krugman (op.cit.) utilise cette approche dans ses modèles d'économie internationale et le modèle Dixit-Stiglitz-Krugman qui en découle est à la base de la nouvelle théorie du commerce international.

Comme le rappellent A. Mollard et al. (2001), dans les pays industrialisés, le modèle de consommation de masse des produits de qualité standard développé pendant l'époque fordiste et les formes prises par la demande ont évolué depuis les années 80. A la base de ces mutations, (consommation des produits de qualité standard versus consommation de produits de meilleures qualités), on trouve l'augmentation du niveau moyen du pouvoir d'achat qui entraîne une relative saturation des besoins de base (qu'on peut qualifier de biens inférieurs)

¹⁰⁸ Coissard S. et Pecqueur B. (2007), « Des avantages comparatifs aux avantages différenciatifs, une approche par le territoire », *XLIII^e Colloque de l'ASRDLF : Les dynamiques territoriales : débats et enjeux des différentes approches disciplinaires*, Grenoble et Chambéry, 11-13 juillet, 12p.

¹⁰⁹ Lancaster, K. (1966), "A new Approach to Consumer Theory", *Journal of Political Economy*, Vol. LXXIV, n° 2 pp.132-157.

¹¹⁰ Mollard A., Pecqueur B., Moalla M., (2001), « Offre des produits et services territorialisés et approches lancastérienne de la demande des biens combinés », dans *The Third Congress on Proximity « New Growth and territories »*, Paris, décembre, 13th-14th, 20p.

et provoque une segmentation des marchés, une stimulation de la dimension immatérielle de la demande et un déplacement vers des produits de meilleure qualité. L'évolution des conditions réelles de consommation a contraint progressivement la théorie néoclassique à prendre en compte des formes de différenciation, en particulier par la qualité.

L'augmentation de revenu conduit les ménages non pas à augmenter la quantité d'un bien antérieurement utilisé mais à consommer un bien nouveau qui se substitue à l'ancien.

Les avantages différenciatifs qui nous intéressent dans ce travail se rapproche de la seconde approche issue des travaux d'E. Chamberlin et de la nouvelle théorie du commerce international.

En effet, la constitution d'un monopole par la différenciation qui permet une fidélisation du client au producteur, nous permet de réfléchir sur une stratégie de sortie pour les « petits pays » (comme le Rwanda) incapables d'influencer le prix, ni de faire face à la concurrence en jouant sur la compétitivité-coût.

Dans le cas de cette étude, la différenciation du produit, le thé rwandais en l'occurrence, se base sur la qualité. Mais la qualité dont nous rendons compte dans ce travail s'oppose à la qualité standard, issue d'un procédé de fabrication, universel et standard, transférable ailleurs (donc générique). Elle concerne une qualité, spécifique, avec un fort contenu de son lieu de production.

Cette notion de qualité spécifique n'implique donc pas une simple localisation des activités économiques mais, un ancrage territorial, selon qu' « il s'agit pour les territoires non plus de se spécialiser dans un schéma comparatif mais plutôt d'échapper aux lois de la concurrence lorsqu'elles sont impossibles à suivre, en visant la production pour laquelle ils seraient (dans l'idéal) en situation de monopole » (B. Pecqueur, 2006, p.27)¹¹¹.

Le processus de transformation de l'avantage comparatif en avantage différenciatif interroge les inputs, en amont du processus. Ainsi pour G. Colletis et B. Pecqueur (1993), le principal facteur de différenciation des espaces ne peut résulter ni du prix relatif des facteurs ni des coûts de transport, mais de l'offre potentielle d'actifs ou de ressources spécifiques non susceptibles, par définition, d'être mis en concurrence directement sur un marché. Ainsi, ces deux auteurs pointent du doigt la naissance d'une nouvelle forme de concurrence spatiale à la

¹¹¹ Pecqueur B. (2006), « Le tournant territorial de l'économie globale », *Espaces et sociétés* 2006/2-3, 124-125, p.17-32.

base de laquelle se trouvent les facteurs de concurrence spatiale : les ressources voire les actifs induits spécifiques.

3.2.2. Des ressources territoriales

3.2.2.1. De l'input à la ressource

Pour les néoclassiques, la ressource concrète se décline au moyen d'une combinaison des facteurs de production : le travail, le capital et la matière première. La notion de dotation factorielle précise la part de chaque input inclus dans la production d'une unité d'output.

Dans « The Strategy of Economic development », A.O. Hirschman (1958)¹¹², propose une approche du développement économique éloignée des représentations néoclassiques en termes de dotations factorielles. Selon lui, l'enclenchement d'un processus de développement n'est pas dépendant d'une quantité donnée de dotations de facteurs disponibles, comme l'épargne ou le capital, mais porte sur la création de nouveaux facteurs de production à partir de facteurs inactifs. Ainsi pour l'auteur : « cette approche nous permet de mettre en lumière une caractéristique du développement fondamental pour l'analyse comme pour la stratégie : il importe moins, pour le promouvoir, de trouver des combinaisons optimales de ressources et de facteurs de production donnés que de faire apparaître et de mobiliser à son service des ressources et des capacités cachées, éparpillées ou mal utilisées » (Hirschman, 1958, p.17).

Hirschman va centrer son analyse sur les « facteurs non classiques » qu'il appelle facteurs latents. Il s'interroge sur l'avantage qu'il y a à considérer les ressources et les facteurs de production comme latents et éventuellement disponibles plutôt que complètement absents ou rares. La réponse à cette question est centrée sur les aspects dynamiques et stratégiques essentiels au processus du développement qu'on retrouve dans les facteurs latents. Il écrit : « Au lieu de nous préoccuper exclusivement d'économiser des ressources rares, comme le capital et les entrepreneurs, nous sommes ainsi amenés à rechercher les « pressions » et « mécanismes d'induction » permettant de susciter et de mobiliser les plus grandes quantités possibles de ces ressources » .Hirschman, 1958, p.19).

Pour Hirschman, l'identification et l'activation de ces facteurs latents apparaissent comme préalable à toute forme de développement. Pour l'auteur, les facteurs latents sont avant tout immatériels et de nature sociale.

¹¹² Hirschman A.O. (1958), *Stratégie du développement économique*, Traduit de l'anglais par Françoise Pons, Les Editions ouvrières, Paris, 246p.

A l'instar d'O. Hirschman, plusieurs auteurs ont repris cette distinction sur les inputs et ont élaboré un cadre conceptuel associé à la notion de ressource. Ainsi, H. Gumuchian et B. Pecqueur (2008)¹¹³ distinguent deux types de ressource : la ressource constatée et la ressource accomplie. La ressource constatée devient une ressource accomplie après avoir été confrontée au processus de sa mise en œuvre pour la transformer en actif marchand ou encore en ressource effective dédiée à une fonction de transformation du territoire. Les auteurs donnent l'exemple des chutes d'eau (dans le massif de Belle-donne, entre Grenoble et Chambéry en France) qui ont été utilisées, suite à l'initiative d'acteurs, pour en faire de la « houille blanche ». La chute d'eau qui existe depuis longtemps constituait une ressource initiale à l'état latent, non encore révélée par l'invention de l'hydroélectricité. C'est donc une initiative d'acteur qui fournit une intention à la ressource initiale lui donnant alors une situation de ressource accomplie ou input.

H. Gumuchian et B. Pecqueur (op.cit.) en concluent que la ressource n'est pas seulement matérielle mais peut être aussi idéale.

Ces approches sur la notion de ressources nous font comprendre que les ressources se distinguent selon plusieurs caractéristiques, nous les appréhenderons selon une double dimension : leur propriété et leurs natures. Nous définissons les propriétés des ressources en fonction de leur degré d'inscription spatiale générique ou spécifique. Pour ce qui est de la nature des ressources, nous relevons leur caractère composite et/ou leur caractère latent ou virtuel.

3.2.2.2. Ressources génériques ou spécifiques

Le vocable « spécifique » évoque la non redéployabilité des ressources dans d'autres espaces ou d'autres contextes, ou du moins leur redéployabilité dans d'autres processus productifs à des coûts élevés. De telles ressources sont non cessibles et ne sont pas non plus susceptibles d'être dupliquées. Elles sont intrinsèques au territoire. A ce propos G. Colletis et B. Pecqueur (2005)¹¹⁴ notent que les ressources spécifiques se distinguent par quatre caractéristiques particulières.

En premier lieu, ces ressources ne sont pas commensurables, ce qui signifie, pour les auteurs, qu'on ne peut les exprimer en prix (ou que même exprimées en prix, celui-ci n'en donne pas la valeur complète) et qu'elles sont donc non transférables.

¹¹³ Gumuchian H. et Pecqueur B. (sous la dir.) (2008), « Mise en contexte », In Gumuchian H. et Pecqueur B. (sous l dir.), *La ressource territoriale*, pp.5-10.

¹¹⁴ Colletis G. et B. Pecqueur (2005), « Révélation de ressources spécifiques et coordination située », *Revue Economie et Institution*, 1^{er} et 2nd semestres, pp. 51-74.

En deuxième lieu, la nature partiellement hors marché de ces ressources n'est pas incompatible mais complémentaire au marché. « Ces ressources résultent d'une histoire longue, d'une accumulation de mémoire, d'un apprentissage collectif cognitif » (G. Colletis et B. Pecqueur, 2005, p.57).

En troisième lieu, la production de telles ressources résulte de règles, de coutumes, d'une culture élaborée dans un espace de proximité géographique, organisationnelle et institutionnelle à partir d'une forme d'échange distincte de l'échange marchand : le don et la réciprocité. Ceci entraîne l'existence d'une relation durable, non réductible à l'instantanéité proche à toute opération de marché classique.

A l'inverse le terme générique ne fait référence à aucune contrainte de localisation spatiale.

On comprend donc que les ressources ou actifs génériques sont transférables et que leur valeur existante ou potentielle est indépendante de leur participation à un quelconque processus de production collectif ou territorial. Un facteur générique est indépendant du « génie du lieu » où il est produit. La valeur d'échange est fixée par le marché, le prix étant le critère d'appréciation cette valeur. L'acquisition de ces ressources ou actifs ne nécessite pas l'existence et l'activation de formes de coordination hors marché comme, par exemple, les réseaux sociaux.

3.2.2.3. Ressources composites et ressources latentes

Les ressources peuvent être qualifiées de composites lorsqu'elles sont constituées par une variété d'éléments susceptibles d'être associés de diverses manières. La spécificité de la ressource vient dès lors de la construction qui en associe plusieurs. C'est le cas par exemple de l'hypothèse du « panier de biens » (B. Pecqueur, 2004). Selon F. Leloup (2007), l'analyse du panier de biens peut se schématiser comme la création d'une ressource construite par l'agrégation de quelques ressources, pour certaines génériques, et c'est cette ressource construite, le panier de biens, qui devient un élément en soi du développement territorial (nous reviendrons sur la notion de panier de biens au chapitre 4).

Les ressources peuvent également être latentes¹¹⁵ ou virtuelles, c'est-à-dire non encore exprimées mais potentiellement activables. Il peut s'agir soit de ressources nouvelles utilisées dans des processus productifs inédits, soit de ressources anciennes autrefois mobilisées mais

¹¹⁵ Ce type de ressource correspond aux facteurs latents d'O. Hirschman (confère 3.2.2.1)

délaissées pour des raisons de coûts liés à des technologies vieillissantes (cas du charbon par exemple), de perte de savoir-faire, etc. Des processus par exemple de patrimonialisation les transforment en ressource potentiellement activable en les « reconstruisant », c'est-à-dire en les associant à d'autres ou en leur donnant une autre utilité. Dans ce cas, le terme ressource latente est proche du sens donné à « ressource sous-entendu non activée » de l'approche territoriale.

3.2.3. Processus d'activation ou révélation et de spécification des ressources

Dans cette section nous étudions le processus de transformation qui fait passer la ressource à l'état d'actif mais avant, nous distinguons deux types de ressources ou actifs spécifiques ou génériques.

3.2.3.1. Ressources et actifs spécifiques ou génériques

La principale différence entre actifs et ressources réside dans le fait que l'actif est un facteur en activité, c'est-à-dire valorisé sur le marché (assimilable à un input). La ressource à la différence de l'actif, constitue une réserve, un potentiel latent voire virtuel qui peut se transformer en actif si les conditions de production ou de création le permettent.

Si des ressources ou des actifs génériques existent indépendamment de leur participation à un quelconque processus de production et sont donc pleinement transférables, les ressources et les actifs spécifiques quant à eux peuvent être redéployés d'un processus à un autre mais impliquent un coût irrécouvrable plus ou moins élevé de transfert (Colletis et Pecqueur, 1993)¹¹⁶.

La valeur des ressources ou actifs génériques est une valeur d'échange. Le lieu d'échange en est le marché. Le prix est le critère d'appréciation de la valeur d'échange des actifs génériques laquelle est déterminée par une offre et une demande à caractère quantitatif. Par conséquent un actif générique, tout comme une ressource générique, est indépendant du « génie du lieu » où il est produit.

Le processus de transformation des facteurs peut être identifié à une stratégie de développement qui se décompose en deux étapes :

¹¹⁶ Colletis G. et B. Pecqueur (1993), « Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ? », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, numéro 3, pp.489-507.

- L'activation (O. Hirschman, 1958) ou la révélation (Colletis et Pecqueur, 1993, 2004) d'une ressource en actif ;
- la spécification d'une ressource ou , en complémentarité avec l'étape précédente, d'un actif

3.2.3.2. Activation ou révélation des ressources

L'activation ou la révélation de la ressource correspond au passage de l'état latent à l'état disponible. C'est le fait de mettre en activité, dans un processus de production, des ressources qu'elles soient génériques ou spécifiques.

Dans le cas d'une ressource générique, le marché est le lieu ou le moyen par lequel se produit l'activation de la ressource. Ce processus peut être décrit à travers la théorie économique standard dans la mesure où le processus d'activation s'opère par l'intermédiaire des variations du système de prix. Le marché et le prix sont deux éléments fondamentaux du processus de révélation de la ressource générique.

L'activation de la ressource générique est réversible car les actifs génériques peuvent régresser et redevenir un potentiel dès que le processus de production dans lequel ils entrent n'est plus rentable économiquement. L'exemple de l'arrêt de l'exploitation du charbon en est une illustration.

3.2.3.3. Le processus de spécification des actifs

Le processus de spécification correspond au passage de l'état générique à l'état spécifique. C'est un processus qui consiste à qualifier et à différencier des ressources ou des actifs que les acteurs révèlent dans leurs tentatives de résolution des problèmes productifs qui se posent à eux. Il s'agit d'une forme de coordination qui peut être hors marché dans laquelle les systèmes de règles, les représentations sociales et les traditions culturelles jouent aussi un rôle important.

Ce type d'activation peut favoriser l'émergence d'un avantage concurrentiel et constitue de ce fait une stratégie efficace de différenciation dans le contexte actuel de globalisation. Il peut être à l'origine d'un processus de construction territoriale.

La spécification est un processus qui revêt des composantes spatiales, organisationnelles et institutionnelles. K. Colletis-Wahl (2002)¹¹⁷ distingue deux types de spécification : la spécification organisationnelle et la spécification institutionnelle

La spécification organisationnelle repose sur des stratégies d'acteurs impliqués dans la coordination (l'action collective). Elle dépend de la nature des facteurs utilisés (facteurs physiques, savoirs, informations, mode de financement,...) et des caractéristiques de la production finale. La spécification organisationnelle implique des processus d'apprentissage liés à la coordination et qui s'accompagne d'une routinisation et d'irréversibilités qui permettent d'accroître des rendements. Cependant, elle est limitée par le fait que le processus peut donner naissance à un enfermement lié à la routinisation de la coordination.

La spécification institutionnelle, qui se déroule en amont de la coordination, repose sur le rôle joué par les institutions en tant que producteurs d'un système de contraintes et de représentations sociales. Son rôle peut être double : elle permet une pérennisation de la coordination et influence la qualité de celle-ci. A ce propos, K. Colletis-Wahl (2002), trouve que le déterminant institutionnel de la spécification permet de créer ou d'adapter les principes légaux et les conventions qui permettent d'utiliser des facteurs nouveaux, dont les conséquences liées à leurs usages sont peu connues. V. Angeon et D. Vollet (2005)¹¹⁸ partagent cette idée, dans la mesure où pour eux, en favorisant une meilleure compréhension entre les agents, en encourageant la transparence et la circulation d'informations, les facteurs institutionnels favorisent les rapports de coopération et contribuent ainsi à stabiliser ou à renforcer les liens entre les agents impliqués dans ce processus de spécification.

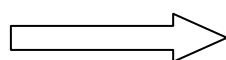
¹¹⁷ Colletis-Wahl, K. (2002), « Latence et spécification des facteurs de production. Quel rôle dans le développement régional ? », Dans *Revue canadienne des sciences régionales*, XXV : 1, pp.103-116.

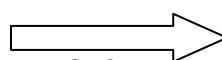
¹¹⁸ Angeon V et Vollet D. (2005), "Spécification des produits et développement territorial. Le paradoxe de la filière coutelière dans l'Aubrac », dans, *XLII colloque de l'ASRLDF*, 5,6 et 7 Dijon, 18 p.

Le tableau 3.1, montre les différents facteurs de concurrence spatiale et le processus d'activation/spécification des facteurs qui en découle.

Tableau 3.1. Les facteurs de concurrence spatiale et leurs caractéristiques principales

	Ressources génériques	Actifs génériques	Actifs spécifiques	Ressources spécifiques
État et transférabilité	Potentiel latent ou virtuel	En activité, totalement transférables	En activité, coûts irrécouvrables de transfert	Potentiel virtuel ou virtuel
Nature de la "révélation" ou du changement d'état	Exploration	Calcul de coûts	Actif dédié, engagé dans un contexte particulier (résolution de problème)	Révélation résultant de règles, de coutumes, d'une culture élaborée dans un espace de proximité géographique et institutionnelle à partir d'une forme d'échange distincte de l'échange marchand : la réciprocité.
Relation au marché et nature de la valeur	Susceptibles d'être introduites sur le marché	Marché et valeur d'échange	Quasi-marché et valeur d'usage	Susceptibles d'être engagées dans la résolution de problèmes non encore identifiés
Types illustratifs	Matières premières, travailleurs au chômage non qualifiés, épargne thésaurisée	Travailleurs non qualifiés en activité, épargne liquide	Travailleurs en activité en situation d'acquisition de qualification, épargne investie	Travailleurs qualifiés ou connaissances spécifiques non engagées ou en inactivité, paysage.


Activation


Spécification

Source : Auteur, adapté de Colletis G. (2007, p. 3)¹¹⁹

Les processus d'activation et de spécification des ressources favorisent la révélation des territoires. Ils constituent de ce fait des stratégies de différenciation susceptibles de créer des avantages concurrentiels pérennes et construits au niveau local et de permettre ainsi aux

¹¹⁹ Colletis G. (2007), « Développement local, proximités et rencontres productives. Le cas des dynamiques de développement de la région toulousaine », *XLIII^e Colloque de l'ASRDLF : Les dynamiques territoriales : débats et enjeux des différentes approches disciplinaires*, Grenoble et Chambéry, 11-13 juillet, 12p.

territoires de se construire et de se développer. Ils confèrent au territoire un caractère dynamique en montrant que celui-ci est une construction résultant des interactions entre acteurs.

Dans notre travail, nous envisageons de réfléchir sur une stratégie de différenciation de l'offre du thé basée sur la construction et l'activation des ressources que nous postulons en partie au moins de « spécifiques » en vue de constituer un avantage durable et territorial.

Après avoir défini les processus de spécification et de valorisation des ressources, il s'agit à présent de définir les principes de l'action collective et son lien avec la notion de capacité.

3.3. Actions collectives, notion de capacités (« capacités ») des acteurs et la notion de confiance

Les proximités correspondent à une capacité des acteurs qui les partagent à se coordonner. Cependant, les trois formes de proximités constituent une condition nécessaire mais non suffisante à la coordination. Elles véhiculent un potentiel de coordination. Celle-ci peut être révélée par des actions délibérées et renouvelées des acteurs. Ces actions peuvent prendre des formes et des degrés d'intensité différente, elles peuvent concerner des relations horizontales (par exemple des accords formels ou informels entre acteurs sur la coopération pour l'échange de matériel, l'approvisionnement en matières premières, des échanges d'informations ou de savoirs et savoir-faire,...) et/ou des relations verticales, de type, par exemple, accords sur la qualité d'un produit entre producteurs, intermédiaires, acheteurs et organisations publiques.

3.3.1. La notion d'action collective

Dans son analyse des groupes M. Olson (1965)¹²⁰, qui fut l'un des premiers auteurs à développer une théorie de l'action collective, constate que beaucoup de réflexions sur les agents coalisés s'inspirent de l'individualisme méthodologique. Ces réflexions procèdent à une transposition des modes de fonctionnement individuel au collectif.

L'auteur critique le fait que les groupes soient décrits par analogie aux individus. L'un des objectifs de sa théorie est d'arriver à expliquer comment les individus peuvent s'organiser pour réaliser un objectif commun. La solidarité des acteurs relèverait d'un égoïsme collectif.

¹²⁰ Olson M. (1965), *The logic of collective action, public goods and theory of groups*, Harvard University Press, 186p.

L'auteur définit l'action collective, comme l'action d'un groupe, motivé par un objectif commun pour produire un bien collectif ou un bien commun. Cependant, ces analyses de M. Olson (1965) aboutissent à une vision pessimiste de l'action collective, qui peut se heurter à la problématique de la taille du groupe et au phénomène du passager clandestin. En effet, pour l'auteur : *"When the number of participants is large, the typical participant will know that his own efforts will probably not make much difference to the outcome...the typical participant may not take the trouble to study the issues as carefully as he would have if he had been able to make the decision by himself...This is to be sure only one of a number of reasons why partnerships tend to persist only when the number of partners is fairly small, but it is one that could be decisive in a rally large partnership"* (Olson, p.54-55).

Dans ces conditions, la réalisation des actions collectives dépend de la capacité à contrôler les passagers clandestins ou « free riders ».

Le pessimisme de M. Olson, à propos de la mise en œuvre des actions collectives, est mis en cause par les travaux de E. Ostrom (1990, 2000)¹²¹. L'auteur montre à partir d'études sur la gestion de l'eau, que les actions collectives efficaces sont réalisables si les acteurs comprennent leur intérêt commun, qu'ils établissent entre eux des relations de confiance et qu'ils mettent en place un système de règles et de contrôle effectif. Cette approche a permis d'aller vers une théorie explicative de l'action collective en construisant une théorie de la gouvernance des ressources communes.

F. Boucher (2004)¹²², dans le cadre de l'étude des fromageries rurales de Cajamarca (Pérou) a distingué deux catégories d'actions collectives : l'action collective structurelle et l'action collective fonctionnelle. Pour l'auteur, l'action collective structurelle représente la création d'une organisation pouvant être une association de producteurs, une coopérative ou une autre forme d'organisation.

D'autre part l'action collective fonctionnelle repose sur la construction d'une ressource territorialisée en relation avec la qualité : marque collective, label, appellation d'origine contrôlée (AOC). Celle-ci correspond à la construction et à la gestion des ressources

¹²¹ Ostrom, E. (2000), « Collective Action and the Evolution of Social Norms », *Journal of Economic Perspectives*, Volume 14, Number3-Summer 2000, pp.137-158.

Ostrom, E. (1990), *Governing the commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press, 280p.

¹²² Boucher François (2004), « Enjeux et difficultés d'une stratégie collective d'activation des concentrations d'agro-industries rurales, le cas des fromageries rurales de Cajamarca, au Pérou », *Thèse de doctorat en Sciences Economiques*, Université de Versailles/St-Quentin-En-Yvelines, 436p.

communes et correspond à l'analyse faite par E. Ostrom (2000) (intérêt commun, relations de confiance entre acteurs, mise en place d'un système de règles et de contrôle).

Dans le cadre de notre étude, la notion d'action collective structurelle et fonctionnelle est particulièrement intéressante.

L'action collective structurelle est intéressante dans la mesure où après le désengagement de l'Etat dans l'assistance aux théiculteurs de Gisovu, ceux-ci se sont regroupés en coopérative dans laquelle ils mènent des actions communes leur permettant de relever le niveau de la qualité, de la production de leurs théiers et du prix de la feuille verte.

L'action collective fonctionnelle nous permet d'envisager la stratégie de différenciation du thé, qui nous préoccupe, dans le cadre d'une valorisation de la qualité du thé en lien avec l'origine par une construction collective.

3.3.2. La notion de confiance

La notion de confiance a trouvé un écho favorable dans les domaines de l'économie régionale et de l'économie spatiale suite au développement de recherches anglo-saxonnes telles que celles menées par L.G. Zucker, ou D.J. Mc Allister puis françaises qui ont débouché notamment sur les possibilités d'analyses des comportements altruistes et/ou coopératifs des agents économiques.

C. Dupuy et A. Torre (2004)¹²³ distinguent trois approches de la relation de confiance : la confiance interpersonnelle, la confiance communautaire et celle organisationnelle.

La confiance communautaire ou domestique qualifiée de pôle sur-socialisé, peut provenir de l'adhésion à un même système de règles et de valeurs souvent informelles. Il s'agit d'une grandeur davantage attachée à une communauté (religieuse, ethnique, d'origine,...) qu'à une personne (C. Dupuy et A. Torre, 2004). Ici, la relation de confiance s'appuie sur une réputation inscrite dans les réseaux sociaux.

La confiance interpersonnelle, qualifiée de pôle sous-socialisé, est le produit d'une interaction rationnelle. Cette forme de confiance s'inscrit dans un cadre interindividuel et s'appuie sur un apprentissage fait d'engagements mutuels, de signe que l'on donne à l'autre pour justifier sa confiance. Ainsi pour C. Dupuy et A. Torre : « la confiance interpersonnelle n'est pas une donnée qui préexiste à la relation sociale, une information stockée ni une ressource dans laquelle les acteurs peuvent puiser » (2004, p.70). La relation qui s'établit entre les acteurs est

¹²³ Dupuy C. et Torre A. (2004), « Confiance et proximité », dans Pecqueur et Zimmermann (dir.), *Economie de proximités*, Lavoisier, Paris, pp. 65-85.

essentiellement fondée sur la répétition des interactions et sur l'établissement de réputation (Modèle de Kreps, 1990)¹²⁴. Cette réputation correspond à la mémoire des acteurs et repose, selon Dupuy et Torre (2004), sur une logique circulaire, qui oblige la partie à qui l'on fait confiance à l'honorer dans la seule mesure où, si elle en abuse, elle se prive des opportunités futures d'engager des transactions profitables. Pour les auteurs, l'engagement à coopérer, et donc à faire confiance et anticiper qu'elle soit honorée, doit s'évaluer en fonction des coopérations antérieures et donc de la réputation déjà acquise. Ici, la réputation est un élément constitutif de la confiance, un des attributs mobilisables pour engager ou non une relation de confiance. Cette confiance s'inscrit dans un cadre interindividuel et s'appuie sur un apprentissage fait d'engagements mutuels, de signe que l'on donne à l'autre pour justifier sa confiance. Cette forme de confiance dépasse le lien entre la confiance et la localisation (interactions locales) facilitées par une proximité géographique pour tenter d'éclairer la relation entre confiance et proximité organisationnelle.

La confiance organisationnelle intègre, selon C. Dupuy et A. Torre (2004), à parts égales les aspects sursocialisés et sous-socialisés de la relation de confiance. Elle constitue une extension de la relation de confiance interpersonnelle au principe de l'action collective, en ajoutant à la dimension « engagement face à l'autre », le dépassement de la simple relation de face-à-face ainsi que la prise en compte des règles qui s'appliquent dans l'organisation.

Dans le cadre de cette thèse, une part importante de la confiance concerne la qualité. La confiance étant un attribut de croyance de la qualité et la réputation, qui en résulte, un élément constitutif, c'est cet attribut qui, en aval de la filière, va décider les acheteurs à consentir un premium pour le thé de Gisovu.

Dans le cas de cette thèse, les acteurs en amont (production et transformation à Gisovu-Rwanda) et en aval (acheteurs situés à Mombassa-Kenya) étant éloignés, le rôle de la proximité géographique dans la construction des confiances interpersonnelle et organisationnelle est moins prégnant. L'absence de cette proximité géographique est suppléée par une proximité organisationnelle et institutionnelle qui permet des interactions

¹²⁴ Le modèle de Kreps est simple. Un individu quelconque A1 doit décider d'accorder sa confiance à B. A1 ne rencontrera plus B. B doit décider ou non de trahir ou de coopérer avec A1. B va rencontrer par la suite A2, A3, A4. Les individus Ai doivent donc choisir ou non de coopérer avec B. Si B a honoré ses engagements, alors sa réputation est intacte, s'il trahi A au tour précédent alors sa réputation est souillée définitivement. Ce modèle abouti à une stratégie évidente pour B. Si le jeu est répété indéfiniment, B aura intérêt à honorer ses engagements. Sa stratégie est source de richesse car elle lui ouvre la possibilité d'interactions futures (C. Dupuy et A. Torre, 2004, p.72).

entre vendeurs et acheteurs, à travers leurs représentants (courtiers), dans un cadre réglementaire bien défini. Cependant, c'est l'interaction entre les acteurs locaux et entre ces acteurs et les acteurs institutionnels qui créent une qualité territoriale pérenne (savoir faire associé à une structure naturelle et à un type d'organisation spécifique) : la proximité géographique permet dès lors d'asseoir la confiance locale et d'ancrer cette confiance locale à une confiance de type « organisationnel » et de type « institutionnel ».

3.3.3 Actions collectives et « capacités » des acteurs

L'approche par les capacités observe le développement comme un processus d'évolution des capacités humaines (A. Sen, 1999)¹²⁵. Ce qui importe pour Sen c'est ce que les gens sont capables d'être ou de faire en fonction des biens auxquels ils ont accès. La question fondamentale de l'approche par les capacités se trouve dans l'évaluation des modes de fonctionnement des personnes (leurs êtres et leurs faits) et des capacités ou capacités (« capabilities ») à savoir leurs occasions de réaliser effectivement ces fonctionnements. Pour A. Sen, 1992¹²⁶, *“Living may be seen as consisting of a set of interrelated “functionings” consisting of beings and doings. A person’s achievement in this respect can be seen as the vector of his or her functionings”*(p.39). Dans cette optique, une personne est considérée comme pauvre lorsque ses capacités ne lui permettent pas de satisfaire un ensemble minimal et acceptable de fonctionnement.

Pour A. Sen (1999) les capacités d'une personne dépendent de ses capacités ou aptitudes, de ses dotations en capital humain, physique et financier, et des opportunités et contraintes propres à la société où elle évolue. L'amélioration de la dimension économique des fonctionnements de base d'une famille est notamment liée à l'ensemble des biens qu'elle est en mesure de contrôler. Ces dotations comprennent les dotations familiales (terres, force de travail, qualifications et expériences,...), ses possibilités de production (technologie disponible, savoir, savoir-faire, habilité à s'approprier le savoir disponible et à l'utiliser efficacement) et les termes de l'échange (possibilités de vendre et d'acheter des biens en fonction des prix relatifs des différents produits).

¹²⁵ Sen A. (1999), *Development as freedom*, traduit de l'anglais par Michel Bessières, Editions Odile Jacob, 356 p.

¹²⁶ Sen A. (1992), *Inequality reexamined*, Oxford University Press, 207p.

Cette approche qui considère les possibilités met donc la participation efficace et significative des personnes au centre du développement. A ce propos, F. Boucher et al. (2003)¹²⁷, notent que la notion de capacités renvoie à la possibilité qu'ont les personnes de concevoir et de réaliser leurs propres projets et de s'épanouir au sein de la société dans laquelle elles évoluent. Dans cette optique les capacités jouent un triple rôle : elles ont un impact direct sur le bien-être et la liberté des personnes, elles jouent un rôle social indirect à travers leur influence sur le changement social et un rôle économique indirect à travers leur influence sur la production.

Le lien entre l'approche de Sen et notre étude est que l'approche de Sen vise au développement des acteurs en partant des capacités individuelles et collectives, des liens avec les notions de ressources latentes précédemment décrites son possibles, que ce soit en termes d'accessibilité (formation et information dans le cadre de la coopérative, augmentation du savoir-faire, accès au crédit, renforcement des relations entre acteurs,...) ou par rapport à leur projet (production et mise en marché d'un thé de qualité, création de signes de qualité, participation à la constitution d'un panier de biens : produit-service). En effet, l'activation des ressources spécifiques, à travers des stratégies collectives, en améliorant les performances du système productif peut jouer un rôle de « catalyseur » des capacités des acteurs.

Conclusion du chapitre 3

L'objectif principal de ce chapitre était de montrer comment la notion d'économie de proximités en conjonction avec celle de spécification et d'activation des ressources contribuent à la construction d'un territoire, c'est-à-dire d'un construit social original.

L'approche de la proximité et l'économie des territoires viennent d'une réflexion collective engagée par des économistes s'intéressant à l'espace et préoccupés par les questions d'entreprises et d'organisation. Leur démarche repose sur l'idée que l'espace n'est pas neutre et est un facteur d'analyse.

L'analyse des dimensions de la proximité montre qu'elle peut être traitée comme une contrainte ou une condition permissive pesant sur le développement des interactions entre acteurs.

¹²⁷ Boucher F, Carimtrand A et Requier-Desjardin D (2003), « Agro-industrie rurale et lutte contre la pauvreté : les systèmes agroalimentaires localisés contribuent-ils au renforcement des capacités ? », 3^{ème} Colloque sur l'Approche des Capacités, Université de Pavie, 7-9 septembre 2003, 20 p.

L'activation et la spécification des ressources et des actifs favorisent l'émergence des actions collectives et des dynamiques territoriales qui permettent au territoire de se différencier durablement.

L'intérêt fondamental de cette approche réside dans le fait qu'elle considère le territoire comme un potentiel qui doit être activé par des stratégies d'acteurs. Les agents économiques ne se coordonnent pas parce qu'il existe dans un lieu géographique donné seulement des externalités objectives, mais face à un problème productif inédit, ils développent des actions collectives ou des institutions qui finalement génèrent des externalités susceptibles d'apporter des solutions.

Le développement des interactions entre acteurs qui inclut explicitement la dimension spatiale conduit à aborder les questions de coordination et d'action collective.

La notion d'action collective structurelle (création d'un groupe : mise en place des associations, coopératives, syndicats) et d'action collective fonctionnelle (construction d'une ressource territorialisée) nous intéressent dans ce travail. Ces deux notions, à la base desquelles on trouve la notion de confiance, renseignent sur la construction territoriale à travers les facteurs de communauté et de projet

La notion de développement territorial offre un cadre d'analyse pertinent à notre étude. Dans la deuxième partie de ce travail, nous allons tenter de montrer la capacité de cette approche à expliquer les dynamiques économiques émergeant autour de la théiculture à Gisovu. Notre réflexion qui explore la stratégie de différenciation, en réponse à la concurrence mondiale, repose entre autres sur l'existence des ressources que nous postulons « spécifiques ».

Mais avant d'aborder cette deuxième partie, et étant donné que notre objet « la théiculture » constitue un processus agro-alimentaire, il apparaît essentiel de détailler certaines politiques de qualités développées dans la littérature économique et gestionnaire en relation avec ce type de secteur. C'est cet aspect que traite le chapitre 4.

Chapitre 4: Qualité des produits agroalimentaires en lien avec l'origine de production

Dans la dynamique de la spécification des ressources, nous avons vu au chapitre précédent que la ressource est transformée en actif par le système de production. Cette ressource ou actif peut être un produit agroalimentaire, comme le cas du thé pour ce qui concerne ce travail.

Le processus de spécification confère à ce produit un caractère spécifique qui lui permet de se différencier des autres produits concurrents. La spécification que nous avons évoquée est une spécification territoriale à la base de laquelle des stratégies et synergies d'acteurs au sein du processus de production différencient les territoires et par conséquent la base productive.

En réalité toute différenciation n'est pas nécessairement une spécification territoriale.

L'objet de ce chapitre est d'apporter des éléments de réflexion sur cette distinction dans le contexte précis des produits agro-alimentaires. L'objectif n'est pas d'être exhaustif mais de pouvoir mettre en parallèle voire de croiser différentes littératures par rapport au cas d'étude.

Dans un premier temps nous commençons d'abord par analyser la différenciation des produits (4.1), puis nous analysons comment l'économie appréhende la notion de qualité (4.2.), puis nous portons une réflexion sur les attributs de qualité (4.3.). Ensuite nous analysons la pertinence des indications géographiques comme stratégie de différenciation (4.4.) et enfin nous portons une réflexion sur l'état et les enjeux de cette stratégie dans le contexte des pays en développement (4.5).

4.1. Différenciation des produits

Les produits agricoles de base ne peuvent pas être tous considérés comme des « *commodities* » (produits homogènes négociés sur les marchés physiques ou les marchés à terme) car ils n'ont pas les mêmes caractéristiques. Ils se différencient par leurs caractéristiques physiques intrinsèques et leurs caractéristiques extrinsèques. Les échanges de ces produits portent donc sur un ensemble de caractéristiques physiques, la qualité, le conditionnement, le lieu de vente et les conditions de livraison, l'homogénéité des lots, voire même dans certains pays les procédés de production. Tous ces éléments ne sont pas souvent mesurables mais sont pris en considérations par les acheteurs et certains consommateurs. En général, c'est l'aptitude du produit à satisfaire les attentes du consommateur qui est recherchée. Les biens se différencient donc pour répondre à ces attentes des consommateurs.

Pour contourner les inconvénients de la concurrence qui induit la compétitivité en répondant aux attentes des consommateurs, les producteurs et entreprises adoptent plusieurs stratégies.

Celles relatives à la différenciation des produits consistent à se démarquer des autres en offrant des produits légèrement différents soit par leurs attributs, soit par la qualité et en soulignant cette différence.

La concurrence ne passe donc plus seulement par le prix mais prend en compte les préférences des consommateurs et la capacité des producteurs à s'y soumettre. C'est une concurrence dite hors-prix qui est surtout mise en œuvre à travers la différenciation des produits. Deux types de différenciation sont souvent mis en avant dans la littérature économique : la différenciation horizontale et la différenciation verticale.

4.1.1. La différenciation horizontale (ou objective)

La différenciation horizontale traduit davantage la notion de variété, et correspond à une segmentation du marché en fonction des préférences individuelles et des préférences des consommateurs. A prix égal, les choix des différents consommateurs se porteraient sur des produits différents. Par exemple le choix entre deux produits de même prix peut dépendre des préférences des consommateurs en fonction de la distance aux lieux d'approvisionnement, des coûts de transaction, etc. En effet, les consommateurs n'ont pas les mêmes opinions sur ce que serait le bien ou le service idéal. Certains peuvent préférer un design moderne, d'autres, un design plus traditionnel. Des consommateurs peuvent préférer un produit local au produit importé ou vice versa.

Selon D. Encoua (1998)¹²⁸ certains consommateurs peuvent préférer une fonctionnalité qui n'est proposée que dans le bien A et d'autres une fonctionnalité proposée seulement dans le bien B. La différenciation horizontale va donc consister pour les entreprises ou les producteurs à jouer sur les caractéristiques ou le positionnement du produit (ses fonctionnalités, son design, ses options, etc.). Cette stratégie de différenciation permet de relâcher la concurrence par les prix en rendant les biens différenciés moins substituables. Lorsque la substitution entre deux produits est plus difficile une entreprise peut alors facilement augmenter ses prix sans craindre une diminution de la demande.

¹²⁸ Encoua D. (1998), « Dynamiques de marché et structures industrielles », *Annales d'Economie et de Statistiques*, n° 49/50, pp.27-56.

4.1.2. La différenciation verticale (subjective)

La différenciation verticale correspond à une concurrence par la qualité. Les producteurs offrent une gamme complète d'un produit adaptée à la diversité des revenus. La différenciation verticale des produits consiste à proposer des biens différenciés en termes de qualité. Souvent, il y a unanimité des consommateurs sur le classement de ces biens (un produit de haute qualité est toujours préféré à un produit de moindre qualité). Ce type de différenciation, selon E. Gozlan (2005)¹²⁹, traduit une notion de graduation en termes de qualité, correspondant à une segmentation de marché selon la disposition à payer des acheteurs pour la qualité (à prix égal, tous les consommateurs choisiraient sans ambiguïté la qualité la plus élevée). Les consommateurs dont la disposition à payer pour le produit est la plus élevée choisiront le bien dont la qualité est la plus élevée (mais dont le prix est le plus élevé) tandis que ceux pour lesquels la disposition à payer pour le produit est la plus basse choisiront le bien de basse qualité, mais moins cher. Cette stratégie permet de segmenter la clientèle en plusieurs catégories.

Les deux types de différenciation horizontale et verticale s'observent et s'analysent dans le cas des marchés de concurrence comme en situation d'oligopole. Dans le premier cas la différenciation offre un moyen de pénétrer certains créneaux commerciaux rentables, de segmenter le marché et d'obtenir des parts de marché. Dans le second cas, elle permet d'améliorer voire d'augmenter sa part de marché (J. Gabszewicz, 2006, p.107)¹³⁰.

Pour réussir durablement sur les marchés, l'entreprise cherche à différencier son produit de ceux de la concurrence. Les principaux facteurs de différenciation de produits sont : les marques commerciales privées ou collectives, le conditionnement du produit, le positionnement du produit sur un segment de marché, les modalités de mise sur le marché à savoir son lancement séquentiel ou simultané et surtout les labels et autres signes officiels de qualité comme les indications géographiques.

Dans tous les cas, la différenciation des produits trouve sa justification dans une situation d'asymétrie d'information entraînant un dysfonctionnement du marché dans un processus concurrentiel. Dans la section suivante (4.2), nous analysons les apports de l'économie de l'information dans l'appréhension de la notion de qualité.

¹²⁹ Gozlan E. (2005), « Libéralisation des échanges, différenciation et normes de qualité : Une revue des arguments économiques ». *WORKSHOP « COMMERCE INTERNATIONAL ET NORMES SOCIALES »*, Bordeaux IV, 30 septembre, 16p.

¹³⁰ Gabszewicz J. (2006), *La différenciation des produits*, la Découverte, Paris, 128p.

4.2. La qualité comme objet de recherche en économie : apports de l'économie de l'information

Dans la théorie économique standard, la qualité est considérée comme donnée, sa mesure ne relevant qu'exclusivement de la confrontation offre/demande. Selon F. Nicolas et E. Valceschini (1995)¹³¹, la notion d'« économie de la qualité » se diffuse dans l'agroalimentaire.

S'agissant des travaux en économie, l'économie de l'information (asymétrie de l'information) s'est intéressée à cette notion (G. Akerlof, Ph. Nelson, M. Darby et E. Karni).

Le modèle des économistes de l'information et de la consommation, Ph Nelson (1970), M. Darby et E. Karni (1973) s'inspire des travaux de Lancaster en considérant le bien comme un ensemble de caractéristiques (B. Daviron)¹³². Il montre en effet, l'existence de différentes caractéristiques en fonction de l'asymétrie de l'information. Ce modèle met un accent sur les mécanismes de reconnaissance de ces caractéristiques donc de la qualité des biens.

Le point de départ se rapporte aux travaux sur l'asymétrie d'information existante entre l'acheteur et le vendeur. En effet, si on prend en compte le fait que l'acheteur est moins bien informé que le vendeur sur la qualité du bien, l'échange est alors asymétrique, et des perturbations dans le mécanisme de concurrence apparaissent. G. Akerlof (1970)¹³³, en prenant pour exemple le marché des voitures d'occasion, et partant de l'hypothèse que les acheteurs n'ont pas de repère pour juger la qualité des biens, trouve qu'il existe un risque de sélection adverse, c'est-à-dire un risque de manipulation de l'information par un agent informé au détriment d'un agent non-informé. Les acheteurs vont alors suspecter les vendeurs de leur fournir des biens de mauvaise qualité, ce qui peut bloquer les échanges, y compris concernant les produits de bonne qualité. Dans ce cas, selon G. Akerlof (1970), la résolution du problème passe par des institutions de régulation des marchés qui peuvent augmenter le bien être général. Pour l'auteur, *'the difficulty of distinguishing good quality from bad is inherent in the business world ; this may indeed explain many economic institutions and may in fact be one of the more important aspects of uncertainty'* (Akerlof, 1970, p. 500).

¹³¹ Valceschini E. et Nicolas F. (1995), « La dynamique de la qualité agroalimentaire », in Nicolas F., Valceschini E. (Ed.) Agro-alimentaire, une économie de la qualité, Paris, INRA/Economica, pp. 15-36.

¹³² Daviron B. (2003), « Qualités du café et territoires : une perspective historique », in M. Christophe (éd.), *Cafés: terroirs et qualités*, Cirad, Montpellier, pp. 21-36.

¹³³ Akerlof G. (1970), « The Market for "Lemons": Quality uncertainty and the Market mechanism », In: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. LXXXIV, n3, pp. 488 -500.

Cette asymétrie d'information porte essentiellement sur les biens d'expérience et sur les biens de confiance. En effet, les économistes distinguent trois types d'attributs de qualité (Ph. Nelson, 1970 ; Darby et Karni, 1974) en fonction des capacités cognitives (modalités d'acquisition d'information : quand et comment) de l'acheteur (Daviron, op.cit.) :

- les attributs dits « de recherche » sont les attributs dont la valeur peut être mesurée/évaluée avant l'achat par le consommateur/utilisateur (par exemple la couleur du produit) (Ph. Nelson (1970)¹³⁴. Pour Nelson : *“For any good, the consumer has a choice between **searching** or **experimenting** to obtain information about the good's quality. The cost of experimenting sets an upper limit to the cost of search that a person is willing to undergo”* (p. 317).
- Les attributs dits « d'expérience » sont les attributs que l'on ne mesure qu'au cours de la transformation ou de la consommation ou après (le goût du produit par exemple) (Ph. Nelson (1970),
- les attributs dits « de croyance » (« credence goods ») ou « de confiance », sont des attributs que le consommateur/utilisateur ne peut appréhender par lui-même, par la recherche ou l'expérience, et pour lesquels il doit recourir à la croyance dans leur existence, par exemple à travers la confiance qu'il porte au vendeur ou au label qui garanti le produit (teneur en protéine par exemple) (M. Darby et E. Karni (1973)¹³⁵. les auteurs notent : *« In a recent article, Nelson has distinguished between the « search » and « experience » qualities of goods, where search qualities are those that can be ascertained in the search process prior to purchase and experience qualities are those that can be discovered only after purchase as the product is used. We (Darby and Karni) find that it is important to distinguish a third class of properties which we term « credence » qualities. Credence qualities are those which although, worthwhile, cannot be evaluated in normal use. Instead the assessment of their value requires additional costly information.»* (p. 68). Darby et Karni concluent alors à l'existence de trois classes d'attributs de qualités: les attributs d'expérience, les attributs de recherche et les attributs de croyance. *« We distinguish then three types of qualities associated with a particular purchase: search qualities which are known before, experience*

¹³⁴ Nelson Ph. (1970), « Information and Consumer Behaviour », *Journal of Political Economy*, Vol. 78, n° 2, pp. 311-329.

¹³⁵ Darby M. R. et Karni E. (1973), « Free Competition and The Optimal Amount of Fraud », *Journal of Law and Economics*, Vol. XVI (1), pp. 67-88.

qualities which are known costlessly only after purchase, and credence qualities which are expensive to judge even after purchase” (p.69).

Le souhait de tout acheteur est de n’être confronté qu’à des attributs de recherche. Personne n’aime découvrir à l’usage que le bien acheté ne possédait pas les attributs souhaités.

Les acheteurs et les vendeurs vont donc s’efforcer de convertir le maximum d’attributs d’expérience en attributs de recherche.

Le plus souvent la méthode consistera à prélever un échantillon pour pouvoir opérer des opérations de transformation qui permettront de mesurer à moindre coût des indicateurs hautement corrélés avec les attributs recherchés.

Les attributs de confiance nécessitent un tout autre traitement. Leur évaluation ne repose à aucun moment sur une mesure réalisée par le consommateur. Ne pouvant pas mesurer directement la valeur de l’attribut, le consommateur doit faire confiance à un « autre » pour le faire. Cet « autre » peut être le producteur lui-même à qui le consommateur fait confiance quand il lui garantit que son produit possède un certain nombre d’attributs. La réputation du nom/du lieu du producteur est ici en jeu. Cet « autre » peut aussi être une institution publique de certification dont les services apposent un tampon pour garantir la qualité du produit. Cet « autre » peut enfin être une organisation privée, distincte du producteur, qui contrôle les attributs du bien et certifie qu’il est conforme aux attentes du consommateur.

On peut distinguer les attributs de croyance portant sur le produit lui-même et les attributs de croyance portant sur les processus de production et d’échange.

Certains signes de qualité spécifiques telles les Appellation d’Origine Contrôlées (A.O.C.) dont les produits sont commercialisés sur des niches de marché constituent des exemples des produits véhiculant des attributs de confiance. Peuvent aussi se ranger dans cette catégorie les produits issus de l’agriculture biologique et les produits issus du commerce équitable (entre autres A. Carimentrand, 2008)¹³⁶. Dans les sections suivantes (4.3. et 4.4.) nous revenons sur les signes de qualité véhiculant les attributs de « croyance » ou de « confiance » en tant que stratégie de différenciation.

4.3 La différenciation des produits par les attributs de « croyance » ou de « confiance »

Cette thèse interroge la stratégie de différenciation de l’offre du thé rwandais basée sur les attributs de croyance ou de confiance.

¹³⁶ Carimentrand A. (2008), *Les enjeux de la certification biologique et équitable du quinoa (Chenopodium Quinoa Willd.) du consommateur au producteur*, Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Versailles-Saint Quentin en Yvelines, 487p.

Dans les sections suivantes nous revenons sur les principales stratégies de différenciation selon les attributs de « croyance » ou de « confiance » (stratégie portant sur le produit lui-même ou sur le mode de production) : produits de qualités référés à leur lieu de production (4.3.1.), certification bio et certification équitable (4.3.2.), avant de discuter les raisons qui nous ont amené à préférer la stratégie de différenciation basée sur les produits de qualité territoriale faisant référence à leur origine géographique (la stratégie des Indications Géographiques, I.G.).

4.3.1. La qualité territoriale des produits utilisant leur origine de production comme facteur de différenciation

La référence d'un produit de qualité à son lieu de production interpelle sur plusieurs éléments qui ont concouru à sa production. A ce propos, B. Pecqueur (2006)¹³⁷, note que le produit obtenu est le résultat d'une combinaison complexe de divers éléments qui relèvent de l'existence d'« éco-système sociétaux », ces systèmes empruntent à la sphère de l'homme les facteurs « technico-économico-anthropiques » et à la sphère de la nature les facteurs « éco-climato-pédologiques ». Selon, A. Mollard (2001)¹³⁸ ces différentes caractéristiques aboutissent à l'idée que ce ne sont pas seulement les produits et les services qui se vendent, mais, à travers eux les contributions des acteurs et l'intégration des aménités environnementales (climats, paysages,...), c'est le territoire lui-même qui est le produit vendu.

L'avantage qui peut se dégager de ce passage de la somme des produits locaux à la production territoriale constitue une rente que B. Pecqueur (2001)¹³⁹ qualifie de « qualité territoriale ».

L'origine territoriale d'un produit a donc une caractéristique importante qui est sa spécificité : l'origine territoriale est en effet inimitable, exceptée dans le cas d'une fraude. C'est cette caractéristique qui peut être valorisée du fait de son caractère identitaire et spécifique et qui apporte au produit un facteur de compétitivité. Cette valorisation peut se concrétiser grâce à un processus de qualification des produits introduisant des signes de qualité de sorte que les consommateurs puissent identifier et apprécier cette qualité territoriale.

¹³⁷ Pecqueur B. (2006), « Le tournant territorial de l'économie globale », *Espace et sociétés* 2006/2-3, 124-125, p.17-32.

¹³⁸ Mollard A. (2001), « Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente », dans : *Economie rurale*, numéro 263, mai-juin, p.16-34.

¹³⁹ Pecqueur B. (2001), « Qualité et développement territoriale : l'hypothèse de panier de biens et de services territorialisés », dans : *Economie rurale*, numéro 261, janvier-février, pp. 37-49.

Ce processus de qualification, selon B. Pecqueur (op.cit.), lorsqu'il entraîne la possibilité de capter un prix au consommateur plus élevé grâce à des processus institutionnels fait que la rente de qualité territoriale devient une rente organisationnelle.

La dimension organisationnelle de la qualité territoriale soulève la question de comportements opportunistes. Par comportement opportuniste, il est entendu l'usage de conditions de production différentes des conditions « spécifiques » du lieu de production, afin de réduire les coûts, tout en profitant de la réputation des produits de la région et donc de leurs prix supérieurs. L'appellation d'origine fait appel à la confiance du consommateur et il est du devoir des producteurs de protéger cette confiance : la labellisation officielle, traduite institutionnellement, certifie cette confiance.

Le consommateur ne peut pas s'assurer par lui-même de l'origine territoriale du bien. Il devra donner sa confiance au vendeur ou à un signe d'origine apposé sur le bien. A propos de la confiance, F. Boucher (2004)¹⁴⁰ note que celle-ci est un attribut de croyance de la qualité. Selon l'auteur c'est la confiance qui, en aval de la filière, va décider le consommateur à acheter ou non le produit ou à l'acheter ou non à un prix plus élevé.

A part la différenciation par la qualité territoriale des produits en référence à leur lieu de production (Indication Géographique, Appellation d'origine contrôlée, Appellation d'origine protégée,...), il existe d'autres sortes de différenciation basée sur la qualité du produit et portant sur le produit lui-même ou sur le mode de production (par exemple les produits bio ou les produits issus du commerce équitable).

Ces deux types de différenciation étant couramment utilisées dans plusieurs pays en développement, nous revenons sur ces stratégies, dans la section suivante (4.3.2.), avant d'analyser en quoi la stratégie de différenciation, basée sur la qualité territoriale du produit, faisant référence au lieu de production (I.G.) et ses atouts pour notre cas.

4.3.2. La certification biologique et équitable

L'agriculture biologique et le commerce équitable sont fréquemment présentés comme des alternatives intéressantes pour le développement de l'agriculture paysanne dans les pays « du Sud ».

Dans les zones rurales marginalisées, l'agriculture biologique permet la valorisation de systèmes de production traditionnels et dégage des perspectives de revenu intéressantes, tout

¹⁴⁰ Boucher François (2004), « Enjeux et difficultés d'une stratégie collective d'activation des concentrations d'agro-industries rurales, le cas des fromageries rurales de Cajamarca, au Pérou », *Thèse de doctorat en Sciences Economiques*, Université de Versailles/St-Quentin-En-Yvelines, 436p.

en préservant l'environnement ainsi que la santé des producteurs et des consommateurs (J. Kotschi, 2000 ; S. Setboonsarng, 2006)¹⁴¹.

Quant au commerce équitable, il permet une juste rémunération du travail des producteurs, tenant compte des coûts globaux de la production, c'est-à-dire non seulement des coûts économiques mais aussi des coûts sociaux et environnementaux de la production (T. Lecomte, 2003)¹⁴².

Dans le souci de saisir certains enjeux qui président à la production et à la consommation des produits bio et équitables, nous proposons dans la section (4.3.2.1.) d'explicitier les motivations des consommateurs des produits biologiques et équitables puis les conditions de production et d'échanges des produits biologiques et issus du commerce équitable (4.3.2.2.).

4.3.2.1. La consommation des produits biologiques et issus du commerce équitables

Au cours des années 1980, de plus en plus de consommateurs ont adhéré à l'offre des agriculteurs biologiques, à partir d'une critique assez radicale des excès de l'agriculture intensive, du fait de leurs externalités: pollution environnementale, notamment la pollution des nappes phréatiques, dégradation de la qualité des produits, gaspillages financiers liés à la politique agricole commune (PAC), dégradation des paysages ruraux... Cette « adhésion » a permis de relancer le mouvement de l'agriculture biologique (B. Sylvander, 2000)¹⁴³.

Les analyses menées par Sylvander (1998)¹⁴⁴ définissent trois types dynamiques de consommateurs de produits biologiques : les « nostalgiques », les « militants » et les « nouveaux ».

Les « nostalgiques », sont tournés vers les circuits commerciaux anciens (marchés forains, ventes directs) et se réfèrent à des valeurs liées au passé, mais qui reviennent actuellement au goût du jour : mythe de la nature, réticences devant la science, confiance dans son propre jugement, importance du circuit direct,...

Les militants, eux ont adhéré à l'agriculture biologique depuis les années 1970 dans le cadre d'une position politique globale d'opposition au système de production industriel développé

¹⁴¹Kotschi J. (2000), « Poverty Alleviation in the South: Can Organic Farming Help? » 13th International IFOAM Scientific Conference, Bâle (Suisse), 28-31 août 2000. Document en ligne. Consulté le 15/01/2010.

¹⁴² Lecomte T. (2003), *Le pari du commerce équitable. Mondialisation et développement durable*. Editions d'organisation, Paris, 123p.

¹⁴³ Sylvander B. (2000), « Les tendances de la consommation de produits biologiques en France et en Europe : conséquences sur les perspectives d'évolution du secteur », in Allard G., David C., Henning J. (eds). *L'agriculture biologique face à son développement : les enjeux futurs*. Paris, INRA-Editions

¹⁴⁴ Sylvander B. (1998), « Le marché des produits biologiques et la demande », *Revue d'Economie Industrielle*, n°80, pp. 47-66.

par le capitalisme. Leurs motivations se traduisent par des idées qui se traduisent en termes de qualité de l'environnement et des aliments.

Enfin, préoccupés par des valeurs de « santé et bien-être », les « nouveaux » constituent la majeure partie de la clientèle bio. Leur motivation principale est la santé à titre préventif (forme) ou curatif (maladie) (Sylvander, 1998).

Cette typologie permet d'illustrer la pluralité des motivations des consommateurs de produits biologiques, que l'on retrouve aussi à travers l'analyse des paniers des consommateurs de François et al. (2002)¹⁴⁵.

D'après cette typologie, le comportement des consommateurs « militants » correspond à une forme de consommation éthique qui s'inscrit dans une position d'opposition au productivisme agricole et à ses effets négatifs, notamment la pollution de l'environnement.

Le comportement des consommateurs « nouveaux » est principalement basé sur des préoccupations individualistes concernant la santé et le bien-être et n'intègre pas de dimension collective, bien que l'on constate aussi la présence d'un critère éthique, mais faible, de respect de l'environnement.

Quant au commerce équitable, il s'appuie sur des principes d'équité et revendique la création de nouveaux liens entre les consommateurs et les producteurs, notamment les consommateurs des pays du Nord et les producteurs défavorisés des pays du Sud. Selon J. Ballet et A. Carimentrand (2006)¹⁴⁶, en l'absence de réglementation officielle, la définition qui fait référence au niveau international est issue d'un consensus entre quatre organisations internationales représentatives du mouvement social du commerce équitable : FLO (Fairtrade Labelling Organizations), IFAT (International Federation for Alternative Trade), NEWS (Network of European World Shops) et EFTA (European Fair Trade Association). Ces organisations entendent le commerce équitable comme « un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect dans le but de parvenir à une plus grande équité dans le commerce international. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions d'échanges et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs salariés, en particulier ceux du Sud » (J. Ballet et A. Carimentrand, 2006, p.2-3).

¹⁴⁵ François M., Persillet V., Sylvander B. (2002), « Analyse des paniers des consommateurs en produits biologiques en Ile de France et en Pays de Loire », Le Mans, INRA-UREQUA, 10p.

¹⁴⁶ Ballet J. et Carimentrand A. (2006), « Commerce équitable et durabilité institutionnelle », Actes du 2^{ème} colloque international sur le commerce équitable et le développement durable, 19-21 juin 2006, Montréal, Québec, Canada.

A travers cette définition on comprend que l'achat d'un produit issu du commerce équitable ne semble pas être perçu comme un simple acte de consommation mais comme un acte de redistribution, qui peut être interprété comme un don aux petits producteurs du Sud. Cet achat se distingue des achats d'autres produits, où la qualité est importante (les produits biologiques, les AOC, I.G., ...) par sa dimension relationnelle entre le producteur et l'acheteur.

Pour J. Glassman (2001)¹⁴⁷, cette relation crée un « saut d'échelle » qui permet au consommateur de se mettre à la place du producteur et de prendre conscience des enjeux de la production et de ces difficultés.

Le commerce équitable, par son mode de fonctionnement et les principes qui le guident, permet la construction d'un espace au sens géographique où le producteur est matérialisé physiquement, où ses conditions de vie sont connues par le consommateur.

L'impact ou la répercussion de ses actes pour le consommateur lui donne une dimension concrète du développement.

Pour N. Ozcaglar-Toulouse (2006)¹⁴⁸, « les produits équitables portent en eux la symbolique de l'éthique, de l'équité, voire de la compassion pour les pays du Sud. Ils véhiculent donc bien une valeur de lien importante surtout leurs cycles de vie, face à des consommateurs postmodernes justement en quête de sens et de lien » (p.103).

Pour ces produits issus du commerce équitable, des conditions de production sont exigées par les institutions de certification (Par exemple les labels FLO : Max Havelaar, Fair Trade,...)¹⁴⁹. Les principales conditions de production peuvent être réunies en trois types de critères. Il s'agit des critères commerciaux (par exemple, le prix doit couvrir les coûts de production et offre une marge d'investissement pour les améliorations sociales et environnementales), les critères relatifs aux organisations de cultivateurs et aux plantations (par exemple, les organisations de producteurs indépendants doivent être démocratiques et transparents,...) et les critères de production (un certain nombre de mesures de protection de l'environnement doivent être prises et respectées) (S. Poos, 2009)¹⁵⁰.

¹⁴⁷ Glassman J. (2001), "From Seattle (and Ubon) to Bangkok: The scales of resistance to corporate globalization", *Environment and Planning D: Society and Space*, 19, 513-533.

¹⁴⁸ Ozcaglar-Toulouse N., Béji-Bécheur A. (2006), « Compréhension des comportements d'achats des produits issus du commerce équitable : une approche par la méthode des récits de vie », communication au 2nd colloque international sur le commerce équitable, 19-21 juin 2006, Montréal, Québec, Canada.

¹⁴⁹ Pour plus détails sur les institutions privées de certification du commerce équitable, on pourra consulter Poss S. (2009), *le commerce équitable en 2009*, Trade for development center, Document de travail, 123p.

¹⁵⁰ Poss S. (2009), *le commerce équitable en 2009*, Trade for development center, Document de travail, 123p.

On est dans la proximité organisationnelle mais pas géographique au sens où il y a un « espace » perçu par les consommateurs car la même méthode peut valoir pour, par exemple, du café du Nigéria ou de Bolivie. On n'est pas dans une dynamique de qualité territoriale, mais une qualité de processus de production, d'organisation processuelle.

4.3.2.2. Conditions de production et d'échange des produits biologiques et issus du commerce équitable

L'agriculture biologique est un mode de production qui se veut respectueux de l'environnement.

Pour pouvoir mériter de la dénomination : « agriculture biologique » (AB), l'exploitation productrice doit respecter scrupuleusement un cahier de charge et subir des contrôles rigoureux d'un organisme indépendant agréé. Les principales conditions d'obtention du label bio sont notamment, l'utilisation d'intrants, l'utilisation des techniques culturales adaptées et la prévention contre les maladies et la lutte biologiques contre les ravageurs (S. Poos, op.cit., p.14).

Pour pouvoir vendre sous le label « AB », les producteurs doivent se faire certifier par des organismes certificateurs agréés. Cette certification constitue le moyen de garantir que les produits agricoles et agro-alimentaires sont obtenus selon le mode de production biologique, c'est-à-dire conformément aux dispositions des cahiers des charges.

Le processus de production d'un produit bio ou un produit issu du commerce équitable suit donc un procédé de production universel basé sur le respect d'un cahier de charge bien défini auquel les producteurs adhèrent et sont soumis à des contrôles réguliers.

Les attributs « issu de l'agriculture biologique » et « issu du commerce équitable » appartiennent donc à la catégorie d'attributs marquée par le plus fort degré d'asymétrie d'information. La distance géographique et culturelle entre les producteurs et les consommateurs des produits biologiques et équitables est souvent importante. La plupart des biens sont produits dans les pays en voie de développement et consommés principalement en Europe et aux Etats-Unis. Le recours au jugement d'un tiers-expert apparaît alors comme le seul moyen d'acquisition d'information sur la qualité biologique et équitable des produits.

Ces processus mettent donc en place un répertoire commun de valeurs (environnementales ou sociales) auquel souscrivent les consommateurs et les producteurs. Ce répertoire crée une

proximité organisationnelle, institutionnelle puisque labellisé mais sans référence à un territoire spécifique.

Après avoir expliqué les principales caractéristiques de principales stratégies de différenciation basées sur la qualité des produits faisant référence aux attributs de croyance et de confiance, nous analysons dans la section suivante (4.4.) en quoi la stratégie de différenciation par la qualité territoriale faisant référence à son lieu de production est pertinente pour notre étude, en comparaison aux deux types de différenciation couramment utilisées (Produits biologiques et produits issus du commerce équitable).

4.4 Comparaison entre une stratégie de différenciation et une stratégie de spécification

Dans les sections précédentes, nous sommes revenus sur les deux principales stratégies de différenciations, les produits biologiques et les produits issus du commerce équitable, dans le domaine agroalimentaire, en mettant en évidence les éléments ayant traits aux consommateurs, aux qualités du produit et à la production.

Le passage en revue de ces aspects nous permet de comparer, en termes de spécification, la stratégie de différenciation par la qualification des produits de qualité en lien avec l'origine de production et la stratégie de différenciation basée sur les produits biologiques ou issus du commerce équitable.

La labellisation par référence au lieu de production (par exemple, AOC, AOP, IGP, IG,...), tout comme la labellisation bio ou équitable, met en avant des attributs de qualité qui se réfèrent au mode de production (attributs de croyance). Mais à la différence des produits bio ou issus du commerce équitable, les produits de qualités référés à leur origine de production sont d'abord reconnus et appréciés des consommateurs pour les qualités intrinsèques au produit (goût, arôme, couleur,...) avant d'être labellisé pour leur origine géographique, suite à une répétition de relation entre producteurs et acheteurs. C'est-à-dire que pour ces produits le consommateur ou l'utilisateur passent de l'appréciation des attributs de recherche et d'expérience aux attributs de croyance.

Mais les principaux traits de différences entre ces trois types de produits de qualités se déclinent au niveau des critères de spécification et des proximités.

Rappelons que la notion de spécification, que nous avons expliquée au troisième chapitre, correspond au passage de l'état générique à l'état d'actif spécifique.

Dans ce travail nous retenons en outre deux critères de spécification qui font de la qualité une qualité territoriale : l'ancrage territorial et la transférabilité des facteurs et du mode de production.

L'ancrage territorial, caractérisé par l'importance de l'aspect historique, des conditions naturelles, des facteurs de production et des savoir-faire traditionnels ou locaux dédiés au mode de production, est intrinsèque dans les produits de qualités référés à leur origine de production. A ce sujet, C. Cerdan et S. Fournier (2008) notent que la profondeur historique, qui intègre l'accumulation et la transmission des savoirs, mais également leurs évolutions est plus marquée dans les processus de production basés sur les produits de qualités référés à leur lieu de production (p. 107).

Ainsi les conditions naturelles spécifiques au terroir lorsqu'elles sont reconnues influencent la qualité du produit et donc la réputation sur laquelle se construit l'attribut de confiance.

Pour les produits bio et issus du commerce équitable, ce qui importe c'est le processus de production, l'élément qualité intrinsèque, sur lequel des conditions naturelles génériques jouent mais sans qu'il n'y ait de particularité territoriale.

Une autre distinction entre ces trois types de différenciation se remarque au niveau du mode de production qui interroge les savoir-faire et les facteurs de production en jeu. Pour les produits bios et issus du commerce équitable, il se décline selon un procédé reconnu mais qui s'avère standard et universel (le producteur désirant certifier son produit doit respecter un cahier de charge précis, universel et standard, et subir des contrôles réguliers). Par conséquent, la main-d'œuvre formée et engagée dans ce processus de production et les savoir-faire utilisés n'ont pas besoin d'être spécifiques à un lieu de production particulier ; ils sont d'ailleurs facilement transférables d'un lieu à l'autre.

Aujourd'hui, si les acteurs impliqués dans la théiculture à Gisovu le décident ils peuvent s'engager dans la production d'un thé bio ou équitable. Pour cela, ils doivent engager la théiculture dans un mode de production respectant un cahier de charges standard et universel établi par les institutions internationales agréées. La certification bio et/ou équitable qui en résulterait permettrait bien de différencier le thé de Gisovu mais en lui assignant une qualité générique, non spécifique, et tout en sachant que ce qui se fait à Gisovu peut se faire sur d'autres sites théicoles au Rwanda ou dans d'autres pays.

Un autre élément de démarcation entre les trois stratégies se situe au niveau de la notion des proximités. Rappelons que cette notion traite des questions d'interactions et de coordination et renvoie à la séparation géographique et économique. Dans la proximité organisationnelle c'est l'effectivité des relations qui est évoquée. Alors que dans la proximité institutionnelle c'est l'adhésion à un même espace de référence dont il est question. Quant à la proximité géographique, elle renvoie à la localisation des interactions entre les agents au sein d'un espace précis. Elle est à la fois support et construit d'interactions sociales (Angeon et Pecqueur, 2004)¹⁵¹.

Dans le cas des produits bio et équitables, le processus de production à la base de la certification bio et équitable met en place un répertoire de valeurs (environnementales et sociales) auquel souscrivent les producteurs et consommateurs. Ce répertoire crée une proximité organisationnelle et institutionnelle. Mais compte tenu du caractère standard et universel du mode de production, la proximité institutionnelle faisant référence à un cadre formel (cahier de charges, règles) est plus marquée (le produit en question faisant objet de labellisation) que dans le cadre d'une proximité institutionnelle faisant référence à un cadre informel (savoirs tacites, croyances, habitudes). Quant à la proximité géographique, elle est présente dans ces deux types de stratégie, dans le sens où on convient de son « rôle dans la diffusion de règles et de modèles d'actions communs » (Boschma, 2004, p.8)¹⁵². Mais pour ce qui est du lien entre producteur et consommateur, la proximité géographique est moins marquée dans le cas des produits bio ; les consommateurs sont plus préoccupés par la santé à titre préventif (forme) ou curatif (maladie) (Sylvander, 1998)¹⁵³, que par le lieu d'origine du produit.

Le commerce équitable, par son mode de fonctionnement et les principes qui le guident, permet la construction d'un espace au sens géographique où le producteur est matérialisé physiquement, où ses conditions de vie sont connues par le consommateur. Dans certains cas de produits on peut partir d'une certification équitable et en arriver à un lien au lieu de production, sans que cette démarche ne soit l'objectif initial (exemple du café de Colombie on peut déboucher à un lien avec certaines démarches

¹⁵¹ Angeon V. et Pecqueur B. (2004), « Proximité et capture de la réglementation : le cas de la banane martiniquaise », *Revue d'Economie Rurale*, 280, mars-avril, pp.59-76.

¹⁵² Boschma, R. (2004), « Proximité et innovation ». Dans : *la Revue d'Economie Rurale*, 280, mars-avril 2004, pp.8-24.

¹⁵³ Sylvander B. (1998), « Le marché des produits biologiques et la demande », *Revue d'Economie Industrielle*, n°80, pp. 47-66.

Dans le cas de la stratégie de différenciation basée sur la labellisation du lieu de production, les trois formes de proximités sont à la base du processus avec des degrés d'implication différents selon que le produit est traditionnel ou non.

Ces critères, proximités, ancrage territorial et transférabilité du mode de production marque la spécification. Comme le note B. Pecqueur (2005) : « Une différenciation durable, c'est-à-dire non susceptible d'être remise en cause par la mobilité des facteurs, ne peut naître véritablement que des seules ressources spécifiques, lesquelles ne sauraient exister indépendamment des conditions dans lesquelles elles sont engendrées » (p.5).

Dans cette thèse, nous faisons l'hypothèse que la qualité intrinsèque du thé de Gisovu qui fait sa réputation (en référence à l'évolution des prix du thé de Gisovu sur le marché mondial) est le résultat d'un processus de production qualifiant de « territoriale » la qualité du thé de Gisovu (présence d'un système d'interactions et d'un système d'apprentissage entre acteurs qui permet les échanges, la confrontation de nouvelles idées, l'existence d'un processus local d'innovation, capable d'intégrer de nouveaux éléments permettant de réagir aux exigences en matière de qualité de l'aval, l'ensemble inscrit dans un terroir).

Cette qualité que nous postulons de ressource spécifique est à activer dans une optique de différenciation de l'offre qui pourrait pérenniser la filière théicole à Gisovu dans le sens où : « dans les systèmes agroalimentaires localisés, l'activation des ressources peut être la mise en valeur d'une qualité spécifique liée à l'origine par une construction collective » (C. Cerdan et S. Fournier, 2004, p.121).

Pourquoi donc faire à Gisovu ce qui se fait ailleurs (thé bio ou issu du commerce équitable) alors que le thé de Gisovu présente des avantages « territoriaux », matérialisés par le consentement à payer plus cher du consommateur (ou en tout cas de l'intermédiaire), qui lui permettrait de se différencier durablement et ainsi pérenniser son secteur théicole ?

Nous estimons que la dynamique dans laquelle évolue le secteur théicole de Gisovu le prédispose plus à une valorisation de la qualité faisant appel à la stratégie de différenciation territoriale basée sur la labellisation du lieu de production. Ce postulat constitue l'hypothèse de cette étude.

4.5. Stratégie de différenciation de la qualité des produits en lien avec l'origine dans l'agroalimentaire

Notre étude concerne l'offre différenciée, par une qualité territoriale, d'un produit agroalimentaire, dans un pays en développement. Le fait que ce produit soit un produit agroalimentaire renseigne sur des spécificités reliant la qualité au territoire, renforçant ainsi le caractère territoriale de la qualité du produit. Dans la section suivante (4.5.1.) nous revenons d'abord sur ces spécificités, avant d'analyser les deux types d'offre différenciée de biens : l'offre d'un produit unique (4.5.2.) et l'offre composite des biens (le « panier de biens ») (4.5.3.). Nous clôturons notre chapitre par l'étude de cette stratégie de différenciation par la labellisation de l'origine de production, dans le contexte des pays en développement (4.5.4.).

4.5.1. Offre d'un produit agroalimentaire de qualité territoriale

Par le biais de l'origine des produits agro-alimentaires, le lien avec la qualité renvoie au territoire. Cela pour plusieurs raisons relatives au produit lui-même, à sa production et à sa consommation. Citons le rôle identitaire particulier des biens aliments (ce sont les seuls à être non pas utilisés, mais incorporés, au sens propre par le consommateur), la spécificité de la matière première vivante (périssable, hétérogène et par nature saisonnière), le lien avec les caractéristiques du milieu et la gestion des ressources naturelles qui interpellent tant le producteur que le consommateur, les savoir-faire et compétences mobilisés tant au stade de la production qu'à ceux de la transformation et de la consommation des produits (J. Muchnik, 2002, p.5)¹⁵⁴.

A ces raisons, E. Valceschini (2000)¹⁵⁵ ajoute le fait que dans le secteur agro-alimentaire, plus que tout autre, la qualité des produits est le fruit d'un dialogue complexe entre les producteurs et les consommateurs, l'origine étant à la fois un facteur de reconnaissance et vecteur de confiance auprès des consommateurs d'un côté, support de notoriété et de réputation pour les producteurs.

L'origine territoriale d'un produit agro-alimentaire, du fait de son caractère identitaire apporte au produit un facteur de compétitivité qui pour être valorisé requiert des processus de qualification. Ces processus de qualification des produits peuvent être faits par l'introduction

¹⁵⁴ Muchnik J. (2002), *Les systèmes agroalimentaires localisés: intérêt, approche, interrogations*, colloque SYAL, Montpellier, 16-18 octobre. 12p.

¹⁵⁵ Valceschini E. (2000), « La dénomination d'origine comme signal de qualité crédible », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine (RERU)*, n°3 pp. 489-500.

de signe de qualité de sorte que les consommateurs puissent identifier et apprécier cette qualité territoriale.

Parmi les certifications de qualité officielles les plus belles réussites se trouvent en Europe plus particulièrement en France dans le secteur vinicole, dans la production avicole sous label ou encore dans la production fromagère.

L'origine du produit est considérée comme un critère et un support de différenciation des produits au même titre qu'une marque d'une entreprise (A. Maze et E. Valsceschini, 2000)¹⁵⁶. Au travers de l'origine, c'est la valorisation de la variété des produits, l'image de marque d'un terroir ou d'une région, des savoir-faire artisanaux qui sont recherchée. La politique de la qualité adoptée en France, puis en Europe, a ainsi cherché à codifier cette différenciation au travers de la création d'une gamme de dénominations d'origine. Dans la sous section suivante nous donnons un aperçu de l'évolution de ces signes de qualité en Europe.

4.5.1.1. Les signes d'identification de la qualité et de l'origine en Europe

Les signes d'identification de la qualité et de l'origine sont issus d'une évolution historique liée aux contextes socio-économiques des pays et des époques. Pour comprendre la logique qui sous-tend leur apparition et leur évolution, reprenons brièvement leur contexte historique.

En France, les appellations d'origine contrôlées (AOC) se sont construites, d'abord sur les vins et spiritueux, sur une notion de « délimitation administrative », puis sur une « délimitation judiciaire », fondée sur la notion d'usages locaux, loyaux et constants, afin de lutter contre les crises viticoles et les fraudes sur le vin au début du XXème siècle. Le lien de la typicité des produits AOC au terroir, englobant les facteurs naturels et humains a fondé la notion d'origine, qui est différente de la simple indication de provenance (B. Sylvander et al., 2007¹⁵⁷).

Les labels agricoles et le label rouge (L.R.), créés en 1965, en France, sont issus des crises de standardisation de la volaille dans le contexte de l'industrialisation de ces filières. La nécessité de développer un référentiel technique et des choix technologiques et

¹⁵⁶ Maze A. et Valceschini E. (2000), « La politique de la qualité agroalimentaire dans le contexte international », *Revue d'Economie rurale*, Vol. 258, n°1, pp.30-41.

¹⁵⁷ Sylvander B., Lagrange L. et Monticelli Ch. (2007), « Les signes officiels de qualité et d'origine européens. Quelle insertion dans une économie globalisée », *Revue d'Economie rurale*, (en ligne), n°299, mis en ligne le 01 juin 2009. URL : <http://economierurale.revues.org/index> 184.html

organisationnels, qui garantissent une qualité finale au produit, a fait naître la notion de « qualité supérieure », en référence au standard (E. Raynaud et L. Sauvé, 2000¹⁵⁸).

L'Agriculture biologique (AB) fait référence à un mode de production respectueux de l'environnement, excluant l'usage des produits chimiques de synthèse, les OGM, etc.

Contrairement à l'Appellation d'Origine Contrôlée, qui fait référence à des critères d'identification particuliers liés à l'origine géographique du produit, les autres dénominations tels que, le label rouge, l'agriculture biologique, la certification de conformité des produits (C.C.P.), renvoient à la conformité et à des standards facilement reproductibles ailleurs. Elle est en cela proche des politiques de label de commerce équitable ou de respect environnemental définies précédemment (4.3.2).

Dans le cas du modèle AOC, la référence spatiale est partie intégrante du produit.

Au niveau européen, les initiatives en matière de politique de qualité des produits agroalimentaires ont débuté en 1991. C'est en juillet 1992 que, sous l'impulsion de la France, a été instaurée une protection des dénominations géographiques des produits européens, en adoptant deux règlements qui créent d'une part l'Appellation d'Origine Protégée (AOP), l'Indication Géographique Protégée (IGP) et d'autre part l'Attestation de Spécificité (A.S). Ce règlement de 1992 a été revu en 2006 (A. Maze et E. Valceschini, 2000¹⁵⁹).

L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOP), inspirée du modèle français des AOC, désigne la dénomination d'un produit dont la production, la transformation et l'élaboration doivent avoir lieu dans une aire géographique déterminée avec un savoir-faire reconnu et constaté. C'est une garantie d'origine et de typicité. C'est l'assurance qu'un produit a été fabriqué selon un savoir-faire transmis de génération en génération et transcrit dans un cahier de charges précis¹⁶⁰. Que ce soit dans le cas européen ou français les deux définitions insistent sur une différenciation des produits basée plus sur des critères spatiaux et techniques.

Les deux dimensions, origine de production (facteurs naturels et humains) et technique de production sont liées. A ce propos, M-T. Letablier (2000)¹⁶¹ note que les produits tirent leurs

¹⁵⁸ Raynaud E. et Sauvé L. (2000), « Signes collectifs de qualité et structures de gouvernance », *Revue d'Economie rurale*, vol.258, n°1, pp.101-112.

¹⁵⁹ Maze A. et Valceschini E. (2000), « La politique de la qualité agro-alimentaire dans le contexte international », *Revue d'Economie rurale*, Vol.258, n°1, pp30-41.

¹⁶⁰ http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_fr.htm

¹⁶¹ Letablier M-T. (2000), « La logique du lieu dans la Spécification des produits référés à l'origine », *RERU* 2000, III, pp. 475-488.

spécificités du lien à l'origine, l'origine étant à la fois enracinement dans l'histoire et ancrage dans un espace. L'approche historique de l'origine repose sur le lien au passé et sur la continuité des pratiques, tandis que l'approche géographique valorise le lien à un terroir.

On retrouve donc les deux dimensions imbriquées dans les deux approches de l'origine.

Dans le même ordre d'idée, A. Maze et E. Valceschini (2000)¹⁶² précisent que la promesse de la dénomination d'origine est celle de « typicité » au sens où elle concerne un produit de conception unique, singulier et original, fruit de l'expérience ancestrale (pratique ancienne et ininterrompue), dont l'élaboration est fondée sur des savoir-faire professionnels et des usages locaux (pratique à la quelle se conforme une collectivité).

La non reproductibilité hors du terroir d'origine, ainsi que la variabilité dans l'espace et dans le temps (interannuelle) de la qualité sont parties intégrantes du référentiel qui synthétise les promesses du signal. Au delà de la technique, à la fois le temps et l'espace spécifie le produit.

La singularité qu'elle signale et la variabilité qui lui est associée, font la différence entre la plupart des dénominations d'origine et les autres signaux de qualités, en ce compris les marques commerciales.

L'Indication Géographique Protégée (IGP) concerne le nom d'un produit qui peut bénéficier d'une grande réputation et dont au moins un des stades de fabrication a eu lieu dans une aire géographique délimitée. L'indication géographique protégée a des racines moins profondes et un lien plus distendu avec le terroir puisque ce lien n'est obligatoire qu'à un stade de la filière, production, transformation ou élaboration¹⁶³.

L'Attestation de Spécificité (A.S.) qui se traduit par l'attribution d'une mention « Spécialité Traditionnelle Garantie » (STG), ne fait pas référence à une origine mais a pour objet de mettre en valeur une composition traditionnelle du produit ou un mode de production traditionnel¹⁶⁴.

Selon B. Sylvander et al. (2007), la France et l'Italie sont les pays qui en Europe en ont le plus, suivis de près par le Portugal et l'Espagne.

En Belgique seules quatre dénominations d'origine sont enregistrées au niveau européen: le jambon d'Ardennes, le beurre d'Ardennes, le fromage de Herve et le pâté gaumais.

¹⁶² Maze A. et Valceschini E. (2000), « La politique de la qualité agro-alimentaire dans le contexte international », *Revue d'Economie rurale*, Vol.258, n°1, pp30-41.

¹⁶³ http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_fr.htm

¹⁶⁴ http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_fr.htm

Le beurre d'Ardenne et le fromage de Herve sont en même temps reconnus au niveau européen en tant que AOP et IGP (ils sont tous les deux été enregistrés en 1996), tandis que le jambon d'Ardenne et le pâté gaumais, enregistrés respectivement en 1996 et en 2001, sont reconnus en tant qu'IGP. Même si en Flandre, il existe d'autres dénominations d'origine (Hageland, Haspengauw, Heuvelland), seuls ces quatre dénominations d'origine en provenance de la Wallonie ont été enregistrées pour la Belgique au niveau de l'Union Européenne (F. Ancion et al., 2004¹⁶⁵). F. Ancion et al (2004) notent un potentiel important de dénominations d'origine en région wallonne. Selon les auteurs, en 1995, l'étude Euroterroir avait dénombré plus de soixante dénominations qui pourraient prétendre à un enregistrement européen pour une dénomination d'origine wallonne. Mais le développement de ceux-ci se heurtent à pas mal d'obstacles. Obstacles relatifs à l'efficacité des administrations en charge des dossiers d'enregistrement. Pour F. Ancion et al. (2004) : « la durée nécessaire à l'enregistrement d'une dénomination d'origine ou à la modification des cahiers des charges est longue et par conséquent décourageante. Un traitement efficace et rapide des dossiers relatifs aux dénominations d'origine est indispensable pour le développement et le bon fonctionnement de celles-ci » (p.111). Les obstacles rencontrés concernent également la logique d'exclusion qui prévaut dans la constitution d'une dénomination d'origine surtout pour les acteurs qui ne rentrent pas dans les conditions géographiques. L'échec de l'enregistrement de la fraise de Wépion comme IGP est en partie dû à cette problématique (F. Ancion et al., 2004).

Il peut également s'avérer difficile de vouloir mettre en place une dénomination d'origine pour un produit dont une société dispose déjà d'un monopole du nom grâce à une marque déposée. Car, celle-ci, redoutant la confrontation avec une nouvelle concurrence, peut tenter de s'opposer à l'enregistrement de la dénomination d'origine. Le fromage de Chimay est donné comme exemple pour ce cas (F. Ancion et al., 2004).

Signalons néanmoins que malgré cette capacité à proposer une offre différenciée des produits de qualité faisant référence à leur lieu de production, la stratégie de différenciation, basée sur la labellisation de l'origine de production, proposant un bien unique, est questionnée sur sa pérennité suite à un « retour de la concurrence » après la phase « d'effet-rente » (A. Mollard, B. Pecqueur et M. Moalla, 2001). A ce propos, s'inspirant du cas de l'huile d'olive et des vins

¹⁶⁵ Ancion Frédéric, Harmignie Olivier et Henry de Frahan (2004), « Filières de qualité différenciée en Wallonie : Etats des lieux et analyse », Ministère de la Région Wallonne, Conseil Supérieur wallon de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de l'alimentation, Louvain-la-Neuve, 148p.

des Baronnie en France, A. Mollard, B. Pecqueur et M. Moalla (2001) notent : « lorsqu'un signal de qualité nouveau se crée pour un produit, même dans le cas d'une appellation d'origine, on constate souvent, après une première phase « d'effet-rente », un « retour de la concurrence », ne serait-ce que par imitation et substitution du produit d'origine différente mais ayant un signaux de qualité semblables » (p.6).

Face à cette limite d'une stratégie de différenciation de l'offre d'un produit (référé à l'origine) unique, B. Pecqueur propose (2001) par exemple une stratégie de différenciation par une offre composite (modèle du panier des biens).

4.5.2. La différenciation par l'offre combinée : le modèle du panier de biens

Les stratégies de différenciation présentées dans les sections précédentes étaient fondées sur un seul bien différencié par la qualité. Celles qui concernent le modèle du panier de biens mettent en exergue une offre composite de biens et services, c'est-à-dire la construction d'un « système » interrelié composé de plusieurs éléments, biens ou services.

Le modèle du panier de biens s'appuie sur les travaux de K. Lancaster (1991)¹⁶⁶ qui soutiennent que les biens peuvent contenir plusieurs caractéristiques. Pour l'auteur: *"In general, a good will posses more than one characteristic, and many characteristics will be shared by more than one good. Goods in combination may possess characteristics different from those pertaining to the goods separately"*. (p.13). Les travaux de K. Lancaster permettent de comprendre qu'un bien puisse être demandé pour deux raisons différentes par deux consommateurs différents sans pour autant que l'on puisse dissocier ces demandes.

Ils permettent aussi de comprendre que plusieurs biens combinés ont des caractéristiques différentes de la somme des caractéristiques de chacun des biens. « Dans ce cas, plusieurs combinaisons sont possibles et dépendent des conditions d'élaboration de « paquet » de biens offerts » (B. Pecqueur, 2000, p. 3)¹⁶⁷.

Le modèle du panier de biens part de l'idée d'une articulation des modes de valorisation de divers produits autour d'une même construction cognitive à l'échelle du territoire. Il se vérifie quand, à l'occasion de l'acquisition d'un produit de qualité territoriale, le consommateur découvre la spécificité des autres produits issus de la production locale et détermine son utilité sur l'ensemble des produits offerts (le panier).

¹⁶⁶ Lancaster K.J. (1991), "Modern Consumer Theory". Edward Elgar Publishing Limited, 242p.

¹⁶⁷ Pecqueur B. (2000), « Qualité et développement territorial (II) l'hypothèse de panier de biens », *Symposium sur le développement régional*, INRA-DADP, Montpellier 11, 12 et 13 janvier 2000, 10p.

Cette offre de produits liés génère un surplus du consommateur plus élevé que la somme des surplus de chaque produit (A. Mollard et al., 1999)¹⁶⁸.

Dans A. Lacroix et al. (1998)¹⁶⁹, les auteurs rendent compte d'un cas empirique, sur l'huile d'olive de Nyons, illustrant l'hypothèse du panier de biens. Ils constatent un phénomène de l'intensification de l'offre qu'ils qualifient de « symbiotique ». L'offre d'un produit leader attire des consommateurs qui apprécient aussi la qualité des autres produits, ce qui renforce l'image de qualité globale du territoire. Le panier est ainsi constitué de produits et/ou de services en provenance de différents producteurs et de lieux au sein d'un même territoire et leur consommation n'est pas nécessairement simultanée. En plus de valoriser la qualité intrinsèque d'un produit en lien avec son lieu de production, comme c'est le cas pour l'AOC, le modèle du panier de biens associe producteurs et consommateurs dans un rapport de dépendance au lieu et au contexte cognitif et culturel de ce lieu.

Dans ce modèle, plusieurs combinaisons de biens constituant le panier sont possibles. Il peut s'agir des produits spécifiques ou d'un panier de biens associant produits génériques et produits spécifiques tout comme il peut s'agir d'une combinaison de produits et services, par exemple le tourisme.

Mais comme tout modèle, il est très difficile de le rencontrer sous sa forme pur. A ce propos B. Pecqueur (2000) note : « L'outil qui peut permettre d'analyser les situations où se dégage une rente de qualité territoriale et où se construisent des stratégies de valorisation des ressources sur une base d'ancrage territorial, pourrait être l'effet panier plutôt que le modèle lui même. Un tel effet devrait rendre compte des situations où le processus que nous décrivons ici, se produit avec des intensités variables, des réversibilités dans le temps, des espaces et des groupes d'acteurs qui évoluent » (p.9.).

L'hypothèse du panier de bien permet de comprendre en quoi la complémentarité des produits et des services contribuent à la pérennité de la rente de qualité territoriale ainsi qu'au développement territorial puisque la spécificité peut s'appuyer soit sur un élément soit sur le fait de mettre ensemble plusieurs biens et services : il s'agit alors de construire la spécificité.

¹⁶⁸ Mollard A., Pecqueur B., Lacroix Ay. (1999), "A meeting between Quality and Territorialism, the rent theory reviewed in the context of territorial development", *International journal of Sustainable development*, 19p.

¹⁶⁹ Lacroix A., Mollard A., Pecqueur B. (1998), « Politiques de développement et rente de qualité territoriale des produits alimentaires », *Colloque Gestion des territoires ruraux sensibles*, Cemagref-Engref, 27-28 avril, Clermont-Ferrand, 15p.

Cette thèse examine la stratégie de l'IG comme stratégie de différenciation d'un produit de qualité « territoriale », dans un pays en développement. Nous analysons dans la section suivante (4.6) l'état et les enjeux de cette stratégie dans les pays en développement.

4.6. La stratégie de différenciation par l'IG dans les pays en de développement

Les pays en développement dispose d'un potentiel dans le domaine des produits IG.

La production agricole ou agroalimentaire représente une part importante de l'économie des pays du sud, en outre la volatilité des prix et la recherche d'alternatives à l'exportation de matières brutes « génériques » constituent divers éléments justifiant la recherche d'une politique de différenciation, voire de spécification territoriale.

Parmi les productions agricoles ou agro-alimentaires, certaines sont clairement associées à une origine géographique, ce qui leur donne une capacité de dégager une rente de différentiel. Pour les produits destinés à l'exportation, citons par exemple : le café d'Antigua, la tequila (Mexique), le thé de Ceylan (Sri Lanka), le thé de Darjeeling (Inde), le riz de Basmati (Inde),...

Concernant les produits vivriers, citons notamment, les études de S. Fournier (2002) sur le Gali de Savalou et l'huile de palme (au Bénin), celles de E. Cheyns (1998, 2003, 2004) sur le Soumbala (au Burkina Faso), celle de F. Boucher (2004) sur les fromageries rurales de Cajamarca (Pérou), les travaux sur les produits agro-alimentaires en Afrique de l'Ouest du CIRAD (le poisson de braisé, « kétiakh » de Joa au Sénégal, le beurre de Karité au Burkina,...).

Toutes ces études convergent sur le potentiel et les possibilités d'application de ces processus, compte tenu du caractère traditionnel du produit, de la dimension locale des savoir-faire et de réputation, des interrelations entre acteurs (entre producteurs et consommateurs entre autres) et de la coordination hors-marché qui entourent les processus de qualifications concernés par ces productions.

Malgré un potentiel affirmé, les productions traditionnelles du Sud font face à plusieurs enjeux. Certains de ces enjeux sont également présents dans les pays du Nord mais ils sont d'autant plus importants à souligner dans le cas des économies plus fragiles du Sud.

Analysons-les à travers les deux principaux rôles d'une stratégie IG, à savoir : la protection contre l'usurpation et la différenciation.

4.6.1. Les productions IG pour la protection des producteurs et des consommateurs.

Les produits d'origine bénéficiant d'une réputation et d'une rente de qualité ne peuvent être protégés des copies que par une certification de l'Etat, garantissant aux consommateurs la provenance et la qualité. Selon, S. Fournier et al. (2009), de nombreuses productions locales au Sud connaissent de forts phénomènes d'usurpation. Ces usurpations se font au détriment des consommateurs locaux ou internationaux, qui ne peuvent s'assurer de la qualité recherchée, et des producteurs de ces productions qui ne réussissent plus à écouler des produits de qualité lorsque des copies circulent (« les mauvais produits chassent les bons »).

Peu de pays en développement cherchent cependant à protéger les produits victimes d'usurpation sur les marchés locaux. Cela se remarque notamment par la faiblesse du nombre de pays ayant mis en place une législation spécifiques en la matière.

En Afrique par exemple, en 2009, seuls 19 pays avaient mis en place une législation spécifique relative à la protection des IG et seuls l'Algérie et le Maroc figurent parmi les 111 pays dotés d'une législation qui protègent les indications géographiques par enregistrement (D. Giovannuci et al. 2009)¹⁷⁰.

On peut alors s'interroger sur cette situation qui trouve plusieurs explications.

La première explication est technique. En effet, la plupart des productions possédant un lien avec l'origine de production sont vendues en vrac, la mise en place des procédures de contrôle et de traçabilités apparaît problématique ; à ceci s'ajoute le fait que la plupart des institutions publiques au Sud sont inexpérimentées dans le domaine. Certains pays comme l'Indonésie ou le Kenya ont été obligé de faire appel à l'expertise des institutions tierces comme le CIRAD (Centre de Coopération International en Recherche Agronomique pour le Développement en France) pour l'Indonésie¹⁷¹ et la Suisse pour le Kenya¹⁷².

A côté des enjeux techniques, le CTA, AFD et le CIRAD (2009)¹⁷³ notent des questions liées aux aspects institutionnels. En effet, ces organisations constatent un manque de politiques publiques volontaristes en faveur de la promotion des IG, même dans certains pays dotés déjà

¹⁷⁰ Giovannuci D., Josling T., Kerr W., O'Connor B. et Yeung M.-T. (2009), *Guide des Indications Géographiques; Faire le lien entre les produits et leurs origines*, Centre du Commerce International, Genève, 245p.

¹⁷¹ Fournier S. (2008), "Les Indications géographiques: une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des systèmes agroalimentaires localisés", *Cahiers Agricultures*, vol. 17, n° 6, novembre-décembre, pp. 547-551.

¹⁷² Kenya Industrial Property Institute and Swiss Federal Institute of Intellectual Property, Swiss-Kenyan Project on Geographical Indication. Project Document Final Version of 12 March 2009, 43p.

¹⁷³ CTA, CIRAD, AFD (2009), « Les enjeux liés aux indications géographiques (I.G.) pour les pays ACP. Rapport final », Atelier CTA, AFD, CIRAD, Montpellier 24-27 mars 2009, 17p.

d'une législation spécifiques au IG, y compris au travers d'appuis financiers pour la mise en place du dispositif IG. On note aussi une absence des institutions fonctionnelles en mesure d'appuyer les acteurs des filières dans l'opérationnalisation de la mise en œuvre des IG et un manque d'appui de la part des collectivités territoriales.

Une autre explication aux balbutiements des IG au Sud est liée aux produits destinés à la consommation locale et est en rapport avec la pertinence des marchés domestiques permettant une mise en place d'une IG. En effet, une IG comporte un risque de hausse du prix (coûts de certification, de contrôle, de traçabilité,...). En plus, un produit territorialisé captant des niveaux de prix plus élevés, l'assurance de trouver un débouché pour les produits de consommation courante, pour lesquels la propension des consommateurs des pays en développement à payer plus cher est faible, devient problématique. A ce sujet, par exemple, le CTA, CIRAD et AFD (op.cit.) font remarquer qu'en Thaïlande, 19 I.G. ont été créées, mais ne fonctionnent pas car elles ne trouvent pas de demande.

Un autre élément lié au marché est que dans la plupart des cas, les consommateurs visés connaissent rarement le produit et ses spécificités. Cela exige donc un investissement lourd dans l'information, la promotion du produit afin de fournir aux consommateurs les éléments pour connaître et reconnaître le produit. Souvent une connaissance non institutionnalisée existe mais n'est pas formalisée.

La faiblesse du développement des processus des certifications de l'origine (IG) au Sud est aussi due au fait que pour des produits locaux, une certaine proximité géographique ou institutionnelle entre consommateurs et producteurs permettent aux premier de s'assurer déjà de l'origine, à travers les réseaux sociaux, ou plus simplement à travers un approvisionnement sur place, comme c'est le cas notamment par exemple pour le *gari* béninois ou l'huile de palme ivoirienne (Fournier S, 2002 ; Cheyns et al., 2004¹⁷⁴).

4.6.2. Les productions IG pour affirmer la différenciation des produits

La fonction de protection juridique du nom ne semble être la motivation principale pour la mise en place d'I.G. dans les pays en développement que pour quelques produits réputés internationalement (Téquila, Thé de Darjeeling, Thé de Ceylan, Riz de Basmati, etc.) (S.

¹⁷⁴ Cheyns E., Bricas N. et Aïké A. (2004), « Attentes de qualité et structuration des filières alimentaires. La segmentation du marché urbain des huiles de palme rouges en Côte d'Ivoire », *Cahiers Agricultures*, vol. 13, n°1, pp.135-141.

Fournier et al., 2009)¹⁷⁵. Les auteurs notent que davantage que la protection juridique du nom, l'attente est la distinction, la différenciation des produits via l'IG. « Nombreuses sont ainsi les IG visant à affirmer voire à créer, une différenciation pour des produits d'exportation ayant un besoin de sortir d'un système de cotation internationale, et d'éviter de fortes variations de prix liées aux spéculations sur le marché des *commodities* » (p.3-4).

La sur-côte qu'entraîne une I.G. suite à la réputation du produit et à une demande particulière attirée exige à la base une démarche collective, engageant entre autres, au niveau local, une majorité de producteurs de la zone au sein d'une structure organisationnelle menant une réflexion collective sur la qualité. Or, dans beaucoup de pays en développement les organisations professionnelles existent mais, sur un plan local, sont encore faibles et rarement structurées territorialement. A cette problématique, S. Fournier (2008)¹⁷⁶, ajoute le fait que ces organisations sont réticentes à s'engager dans des processus pouvant entraîner des exclusions (pour des raisons de non respect du cahier des charges ou de non appartenance au terroir).

Pour l'auteur, dans certains pays du Sud (Inde, Indonésie, Ethiopie) ce sont davantage les pouvoirs publics que les producteurs qui sont à l'origine d'initiatives I.G. En effet, la protection sous IG est peu connue par ces derniers. Ce phénomène est également visible au Nord où l'autorité publique est dans un certain nombre de cas à l'origine d'un processus territorial qui, dans un deuxième temps, sera approprié et deviendra pérenne localement.

Quand le processus de qualification IG est dicté par l'Etat, il peut manquer la construction sociale dans laquelle les acteurs locaux ont un rôle central, ce qui peut limiter l'appropriation locale voire l'empêcher.

Face à ces contraintes et enjeux dont font face les pays en développement dans leur dynamique de mise place des processus de qualification des productions IG, on se rend compte que ces processus sont encore dans une phase pionnière. Les différents enjeux et contraintes auxquels ces processus font face interrogent plus les mécanismes de mise en place de cette stratégie que de la pertinence de l'approche.

¹⁷⁵ Fournier S., Verdeaux F., Avril M. et Durand C. (2009), « Le développement des indications géographiques au Sud : attentes des acteurs locaux et fonctions jouées. Etudes de cas en Indonésie et en Ethiopie », Colloque international : « Localiser les produits », Paris les 9,10 et 11 juin 2009, 13p.

¹⁷⁶ Fournier S. (2008), « Les Indications géographiques: une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des systèmes agroalimentaires localisés », *Cahiers Agricultures*, vol. 17, n° 6, novembre-décembre, pp. 547-551.

Conclusion du chapitre 4

La présente recherche explore la question de la qualification et plus particulièrement de la qualification territoriale dans le cas des produits alimentaires ou agroalimentaire.

Les questions de confiance et de réputation sont importantes. Pour cela nous mobilisons l'approche économique théorique de l'asymétrie d'information sur la qualité des biens. L'attribut de qualité « croyance » ou « confiance » nous permet de distinguer trois principales sortes de signes de qualité pouvant être labellisé selon cet attribut : les Indications géographiques (I.G.), les produits biologiques et les produits issus du commerce équitable.

Le principal trait de différence entre les trois stratégies de différenciation porte sur le caractère territorial de la stratégie IG. Cette territorialité est vérifiée par deux composantes de la notion de spécification : la notion d'ancrage territorial et de transférabilité des facteurs et du mode de production ; ici la proximité géographique est labellisée.

Travaillant sur un produit agroalimentaire dans un pays en développement il est essentiel de relever que des contraintes telles que la mise en place des dispositifs juridiques et institutionnels spécifiques aux IG, la rareté d'expertise techniques, les difficultés de solvabilité de la demande,...sont inhérents plus aux mécanismes d'application qu'à la pertinence de cette approche.

Ces contraintes font que la stratégie de différenciation IG demeure à la phase pionnière dans les pays en développement.

La mise en place de la stratégie IG pour le thé de Gisovu est analysée sous la lumière de ces enjeux et contraintes auxquels font face les processus de qualification sous IG dans les pays en développement.

Conclusion sur le cadre théorique : positionnement et apports théoriques

Cette thèse base son cadre théorique sur l'acception théorique qui considère l'espace comme point de départ pour déboucher sur des problèmes d'organisation ou de dynamique des activités productrices. Plus précisément ce cadre théorique trouve son ancrage dans des travaux qui mettent en évidence la manière dont une région particulière, et plus précisément un système de production territorial, est apte à développer ses propres dynamiques originales, à (re)créer des avantages propres et à se différencier par rapport à un environnement mondial. Au centre de ces approches se situe la notion de territoire, d'où le champ de l'économie territoriale.

L'un des enjeux de cette thèse par rapport à l'économie territoriale est de voir dans quelle mesure cette approche permet d'aborder de manière renouvelée la question du développement socio-économique local en se fondant sur une logique d'acteurs locaux et ce dans le cas d'un pays en développement. Pour ce faire, nous mobilisons la notion de SYstème Agroalimentaire Localisé (SYAL) comme cadre d'analyse centrale. Cet outil d'analyse nous permet d'intégrer des déterminants « filière » et d'autres issus du territoire.

L'intérêt que porte cette étude pour la notion de SYAL se décline à travers deux de ses spécificités. Son lien marqué au territoire et son lien au processus de qualification.

En effet, la notion de SYAL, du fait que nous travaillons sur un produit agroalimentaire dans un milieu rural, nous intéresse dans sa relation amont avec le secteur agricole qui implique une relation avec le milieu (les ressources naturelles, les hommes et leurs actions).

Du point de vue aval, elle nous intéresse également du fait de sa relation avec les consommateurs, à travers la filière, ce qui pose la question de la qualification des produits basée justement sur des relations spécifiques des consommateurs avec les produits.

Nous explorons la question de la qualification du thé rwandais, dans ce travail, comme une stratégie alternative de différenciation pouvant amener le secteur théicole rwandais à faire face à la concurrence mondiale.

Dans le cas des pays en développement, différentes limites au développement des SYAL nous interpellent, elles sont en rapport avec la solvabilité de la demande surtout pour les marchés domestiques, l'adaptation des procédés de production aux techniques modernes pour faire face à la demande du marché et le rôle de l'acteur public dans la pérennisation des SYAL.

Nous mobilisons aussi l'économie des proximités qui, plutôt que de postuler le territoire comme donné dans les analyses sur les organisations productives locales, le considère comme un construit issu des représentations et des pratiques des agents économiques (Gilly et Torre 2000).

Les auteurs des dynamiques de proximités s'appuient notamment sur les notions de proximité géographique, organisationnelle et institutionnelle pour expliquer l'émergence d'un territoire et son développement.

La dynamique territoriale qui en est déduite s'appuie sur l'activation et la spécification des facteurs à travers l'action collective pour expliquer l'émergence des dynamiques territoriales qui permettent au territoire de se différencier durablement.

La question de la qualification des produits sous Indication Géographique (I.G.) prend donc tout son sens en répondant à un double objectif pour notre travail, c'est-à-dire la pérennisation du SYAL et ce à travers la stratégie de différenciation territoriale sous I.G.

L'indication géographique étant un des principaux signes de qualité pouvant être labellisé selon l'attribut de « croyance » ou de « confiance » est ici justifié, notamment par rapport aux autres signes de qualités véhiculant cet attribut, notamment les produits biologiques et les produits issus du commerce équitable. Ceci entraîne son ancrage au territoire et son intransférabilité du mode de production. Ces deux caractéristiques interpellent le caractère durable de cette stratégie de différenciation.

Travaillant sur un produit agroalimentaire dans un pays en développement il est essentiel de savoir que, dans le cadre de la stratégie de différenciation I.G., des contraintes et enjeux (mise en place des dispositifs juridiques et institutionnels spécifiques aux IG, expertise techniques, solvabilité de la demande,...) inhérents plus aux mécanismes d'application qu'à la pertinence de cette approche, dans ces pays, font que cette stratégie demeure encore marginale.

La prise de conscience de l'importance de cette stratégie, de ses enjeux, dans le contexte des productions traditionnelles du Sud et de leurs liens avec le niveau méso, macro et mondial et l'implication de tous les acteurs (producteurs, Etats, collectivités territoriales, consommateurs,...) pourrait faire de cette stratégie un levier pour des stratégies territoriales étendues contribuant au développement territorial.

La mise en place de la stratégie IG pour le thé de Gisovu est analysée sous la lumière de ces enjeux et contraintes auxquels font face les processus de qualification sous IG dans les pays en développement.

Même si les auteurs à la base de la notion de SYAL (J. Muchnik, S. Fournier, C. Fourcade,...) ne sont pas les mêmes que ceux de la notion d'économie de proximité et ceux des facteurs de concurrence spatiale, nous estimons que la combinaison des apports de ces trois approches sur la notion de territoire offre des éléments d'analyse permettant de caractériser le SYAL à Gisovu, de comprendre son évolution et d'analyser les possibilités de son renforcement. Et c'est à ce niveau que se situe notre apport théorique.

Partie II : La théiculture à Gisovu sous l'approche du SYAL : émergence, développement et renforcement

Introduction de la deuxième partie

Cette partie est consacrée à l'analyse de la question relative à l'évolution de la théiculture de Gisovu ; cette analyse s'effectue en posant l'hypothèse d'une dynamique de système agro-alimentaire localisé.

Pour aborder cette analyse, l'approche de SYAL qui a été présentée dans deuxième chapitre de la première partie est mobilisée. L'élément central à prendre en considération pour comprendre le fonctionnement de la théiculture à Gisovu en rapport avec l'approche SYAL sera la connaissance de son territoire au sens donné par B. Pecqueur (1998) comme espace construit historiquement et socialement, où l'efficacité des activités économiques est fortement conditionnée par les liens de proximités et d'appartenance à cet espace.

Dans un premier niveau de réflexion, nous nous attacherons à identifier, à comprendre et à expliquer les processus de construction territoriale autour de la théiculture à Gisovu.

Il sera donc question, dans le chapitre 5, de comprendre les grandes étapes de la structuration de l'espace théicole à Gisovu par une approche historique, puis à travers une analyse de la filière-produit, nous nous attacherons à la délimitation du territoire théicole par l'identification et la localisation des acteurs et leurs interactions, la connaissance des produits, des savoir-faire et des modes de transmission et d'apprentissage autour de la théiculture.

Dans le chapitre 6, nous approfondirons les connaissances sur les différents types d'acteurs qui ont été identifiés, pour comprendre les facteurs (ressources et actifs génériques/spécifiques) mobilisés dans la production du thé et les stratégies mises en place pour un thé de qualité qui répond aux exigences de la demande en aval. Il sera aussi question d'analyser la participation des consommateurs, acheteurs/utilisateurs du thé de Gisovu dans la construction de la qualité du thé et de la réputation qui en découle.

La possibilité d'activer la ressource « réputation » dans l'optique d'une labellisation sous indication géographique, une labellisation qui se veut territoriale car la qualité du thé, à la base de cette réputation, est le résultat d'une construction territoriale, est l'objet du chapitre 7. Ce chapitre interroge l'applicabilité de cette stratégie dans le cas de la filière théicole de Gisovu, tenant compte du contexte internationale, national et local et porte une réflexion sur les retombées de cette stratégie au niveau local et l'impact de cette stratégie au niveau des stratégies territoriales étendues.

La conclusion de cette partie vérifiera si l'évolution de la théiculture de Gisovu répond aux dynamiques d'un SYAL, qui serait le produit d'interactions entre acteurs divers autour de la production d'un thé de qualité répondant aux exigences du marché mondial.

Chapitre 5 : La théiculture au Rwanda et à Gisovu

Dans ce chapitre, nous essayerons de déterminer les moments-clé de l'histoire et des facteurs qui ont déterminé la trajectoire l'espace théicole de Gisovu (5.3.). Ensuite, à partir de l'analyse de la filière-produit (5.4), nous nous intéresserons à la délimitation de son territoire par l'identification, la localisation des acteurs (5.5.), leurs interactions (5.6.), la connaissance des produits et des savoir-faire à travers toutes les étapes de la filière (5.7.).

L'objet de ce chapitre est de donner, en premier lieu, une vue globale de la théiculture à Gisovu et de vérifier les premiers caractéristiques d'un SYAL sur une base productive.

Mais avant d'analyse le processus qui conduit à la construction d'un espace théicole à Gisovu, nous donnons d'abord un aperçu sur la politique agricole au Rwanda en général (5.1.) puis sur la politique du secteur théicole (5.2) afin de positionner la situation de Gisovu dans son contexte institutionnel.

5.1. Aperçu sur la politique agricole du Rwanda

En 2000 et dans le contexte des politiques de la Banque Mondiale, le Rwanda met en place un document stratégique de réduction de la pauvreté, à long terme, (sur 20 ans), baptisé, « vision 2020 ». Cette stratégie a pour principaux objectifs de : « de transformer fondamentalement le Rwanda en un pays à revenus moyens pour l'année 2020. Les aspirations de cette stratégie s'articulent autour de six piliers et trois domaines transversaux.

L'agriculture, qui fait partie de ces six piliers, est considérée comme devant subir une orientation de sa politique en vue de : « promouvoir l'intensification afin d'augmenter la productivité et de réaliser des taux de croissance de 4,5% à 5% par an. Ceci peut uniquement être effectué par la production de cultures de grande valeur et une gestion moderne de l'élevage. La vision vise à remplacer l'agriculture de subsistance par un secteur agricole totalement monétiser et commercial d'ici 2020. » (p.17). Que l'agriculture soit considérée comme un des piliers de cette stratégie n'a rien de surprenant, c'est un secteur-clé pour l'économie rwandaise. Pour la Banque Mondiale (2011): *“The sector occupies 79,5 percent of the labor force, contributes one-third of GDP and generates more than 45.0 percent of the country's export revenues. Agriculture is also important for national food self-sufficiency, accounting for well over 90.0 percent of all food consumed in the country”* (p.1)¹⁷⁷.

¹⁷⁷ World Bank (2011), *Rwanda Economic Upadate. Seeds for Higher Growth*, The World Bank, Spring Edition, 37p.

Dans le cadre des attentes de la stratégie 2020, c'est-à-dire, passer d'une agriculture de subsistance à une agriculture productive, à haute valeur, orientée vers le marché, la politique agricole va être conçue et opérationnalisée dans un document appelé « Plan Stratégique pour la Transformation Agricole » (PSTA), en 2004 (Minagri, 2004)¹⁷⁸. Afin de mener à bien sa mission, le PSTA s'est fixé quatre programmes prioritaires (intensification et développement de système de production durables, appui à la professionnalisation des producteurs, promotion des filières, de l'hortofructiculture et développement de l'agrobusiness et développement institutionnel).

De ce qui précède, il apparaît une volonté affichée de la part du pouvoir public de contribuer à l'amélioration de la vie en milieu rural en passant par une augmentation de la production nationale à savoir une augmentation de la production par l'intensification de l'agriculture qui contribue à dégager un surplus agricole, lequel est commercialisé ; permettant ainsi de monétiser le milieu rural. Plusieurs interrogations se posent par rapport à cette démarche, elles sont en rapport avec l'applicabilité de cette politique et ses conséquences sur le milieu rural.

Une politique agricole appuyée sur une politique et une loi foncière et tournée vers la croissance économique

Dans un pays où la majorité des pauvres évolue dans un milieu rural, avec seulement 0,50 ha de superficie en moyenne à consacrer à l'agriculture, la politique agricole en appelle à une organisation foncière adéquate. C'est dans ce cadre qu'a été adoptée, en 2005, une politique et une loi foncière qui traduisent la volonté de transformation de l'agriculture rwandaise. A ce sujet, la politique foncière estime que : « l'unité fermière familiale rwandaise n'est plus viable...la réorganisation de l'espace disponible et les innovations technologiques sont nécessaires afin d'assurer la sécurité alimentaire pour une population en croissance continue et rapide » (RdR, 2004, p.16)¹⁷⁹. Quant à la loi foncière, qui sert de levier à la politique de transformation de l'agriculture, elle vise à formaliser les droits fonciers par l'attribution de titres officiels.

La loi foncière se décline selon trois volets interdépendants : la politique de consolidation des terres, la politique de spécialisation régionale des cultures et la politique relative à la fragmentation des terres.

¹⁷⁸ République du Rwanda, Minagri (2004), *Plan stratégique pour la transformation de l'agriculture au Rwanda. Document principal*, Kigali, octobre 2004, 71p.

¹⁷⁹ République du Rwanda, Ministère des Terres (2004), *Politique nationale de la terre*, Kigali. 56p.

Dans le cadre de la politique de consolidation et de fragmentation des terres, il est mentionné dans l'article 20 de la loi foncière : « Dans le cadre de l'intérêt public et pour assurer une exploitation économique rentable des terres rurales, le Ministre ayant l'agriculture dans ses attributions en collaboration avec les autorités et la population concernée, peut ordonner des opérations de remembrement des propriétés foncières pour leur exploitation. Sans préjudice des dispositions de l'alinéa premier du présent article, il interdit de morceler les terres destinées à l'agriculture et à l'élevage d'une superficie inférieure ou égale à un hectare.

De même, les terres d'une superficie inférieure ou égale à cinq hectares ne peuvent être morcelées par le propriétaire que sur autorisation de la Commission foncière de l'endroit » (RdR, 2005, article 20, p.42-43)¹⁸⁰.

A travers cet article et en accord avec la politique agricole, l'objectif de la consolidation des terres est la création des rendements d'échelles à travers l'exploitation et la gestion des grandes fermes.

A ce sujet, A. Ansoms (2008)¹⁸¹ pose la question de savoir si, dans le contexte rwandais, la fragmentation des terres pose réellement problème.

En réponse à cette interrogation, l'auteur s'appuie sur deux arguments en faveur ou non de cette politique.

Citant B. Blarel et al., A. Ansoms (op.cit.) note que les auteurs avaient constaté que, dans le contexte pré-1994 au Rwanda, la fragmentation peut être remise compte en concluant que des programmes favorisant la concentration pourraient avoir un effet négatif sur le bien-être du fermier. J. Pottier (2006)¹⁸² va plus loin en considérant cette stratégie comme source potentielle de futurs conflits fonciers.

D'autre part les avantages de la consolidation de la terre peuvent être rencontrés, notamment dans la facilitation de la gestion qualitative de la terre (par l'irrigation et l'utilisation de l'outillage), dans la réduction de frais liés à l'exploitation (par exemple le temps de travail, le transport et la supervision,...) et dans le choix de cultures, rendus possible par les améliorations agraires (WU Z. et al. Cité par A. Ansoms, 2008).

¹⁸⁰ République du Rwanda (RdR) (2005), « Loi organique n° 08/2005/ du 14/07/2005 portant régime foncier au Rwanda », *Journal officiel*, le 15 septembre 2005, 54p.

¹⁸¹ Ansoms A. (2008), "Striving for Growth, by passing the poor? A critical Review of Rwanda's rural Sector policies", *Journal of Modern African Studies*. Vol.46, n°1., pp.1-32.

¹⁸² Pottier J. (2006), Land Reform for Peace? Rwanda's 2005 Land Law in Context", *Journal of Agrarian Change*, Vol 6, N°4, pp.509-537.

Dans le cadre de la spécialisation régionale des cultures, la loi foncière met en garde les propriétaires des terres, consacrées à l'agriculture, contre une mauvaise gestion de celles-ci et confère aux autorités le droit d'imposer des sanctions contre ceux qui ne respectent pas l'obligation de conserver effectivement la terre et de l'exploiter d'une façon productive.

En accord avec cette loi organique (RdR, 2005)¹⁸³ la politique agricole nationale autorise les autorités locales, au nom des paysans locaux, à déterminer le(s) culture(s) qui répondent le mieux aux caractéristiques agro-bio-climatiques (PSTA, 2004, p.36). A ce sujet, dans le PSTA (2004), un exercice pilote avec quelques districts a abouti à l'identification de trois produits agricoles par district (p.36). Si cette stratégie peut en effet aboutir à des rendements d'échelle en termes de production, comme ce fût le cas en 2008, elle soulève néanmoins deux interrogations. La première concerne le problème de risques qu'entraîne ce genre de stratégie (maladies des plantes et mauvaises conditions climatiques par exemple).

D'habitude, les paysans, à petite échelle, préfèrent ne pas « mettre tous leurs œufs dans le même panier », en optant pour la diversification des cultures. Une autre question liée à celle-ci concerne les conditions du marché (le jeu de l'offre et de la demande et le pouvoir de négociation des petits paysans). Par exemple, en cas d'abondance de l'offre, possèdent-ils des moyens leur permettant de réguler l'offre (moyens ou technologie de stockage par exemple) ou sont-ils capables de défendre leurs intérêts sur les différents marchés ?

Pour répondre à cette question, remontons en 2008. A l'époque, trois années après la mise en place de la politique agricole, l'agriculture a connu un taux de croissance de 18%. Mais l'augmentation de cette production ne s'est pas faite sans heurts.

Par exemple, dans le district de Nyagatare (au nord du Rwanda), selon A.-B. Twizeyimana (2010)¹⁸⁴ les paysans ont planté du maïs sur près de 11 000 hectares consolidés, et ont produit 40 000 tonnes, en 2008, grâce à l'utilisation des fertilisants et des semences sélectionnées. Mais une partie des récoltes est restée stockée suite à une demande saturée. Selon l'auteur, citant une source au sein de l'office rwandaise du développement agricole (REDA), les agriculteurs du nord comme ceux de l'est, régions consacrées à la culture du maïs ont été obligés de vendre leur moisson à un prix dérisoire pour s'approvisionner en d'autres denrées alimentaires. Face à cette situation, en juin 2009, le ministère de l'agriculture a été obligé d'annoncer une mesure sporadique en décidant d'acheter une partie de la production, pour

¹⁸³ République du Rwanda (RdR) (2005), « Loi organique n° 08/2005/ du 14/07/2005 portant régime foncier au Rwanda », *Journal officiel*, le 15 septembre 2005, 54p.

¹⁸⁴ Twizeyimana A.-B. (2010), « Les agriculteurs produisent plus mais mangent plus mal », Syfia, InfoSud, Montpellier 5p.

désengorger le marché et permettre ainsi aux prix d'augmenter et en constituant en même temps un stock pour se prévenir des périodes de famine ou de carence de semences.

Depuis la mise en place de la politique agricole en 2004, la productivité a augmenté permettant une suffisance en produits agricoles. Selon la Banque Mondiale (2011), *“Since the formulation of the NAP, the cultivated area increased by only 2.0 percent from 2004 to 2010, while food crop output registered an average growth of 7.0 percent per year. This reflects good productivity growth through intensification (rather than environmentally unsustainable extensification), which is desirable to continue. (...) Rwanda’s food balance sheet has been improving as the country became self sufficient in 2009”* (p.4-5)¹⁸⁵. Malgré cette suffisance en produits agricoles, le problème de la sécurité alimentaire subsiste. Une des raisons à cette situation est expliquée par le problème d'écoulement des productions auquel s'additionnent les problèmes liés aux infrastructures, aux routes de dessertes dans le milieu rural et aux capacités d'organisation des paysans. A ce sujet la Banque Mondiale (op.cit.) note : *“Considering the stark regional differences in food availability and food security connected to seasonality, it appears that a better market-based food crop distribution system could contribute significantly to country-wide food security”*(p.5).

En guise de conclusion, nous pouvons dire que la politique agricole actuelle, dans sa quête de croissance de la production et de réduction de la pauvreté, a privilégié un objectif d'intensification. Concilier la croissance et la réduction de la pauvreté, à travers l'agriculture, est envisagé à travers des mécanismes permettant aux producteurs de monétiser leur surplus et de s'insérer dans les marchés internationaux.

La mise en application de certaines politiques, comme la consolidation des terres et la spécialisation régionales des cultures sont très récentes. Cependant il nous semble qu'à première vue, une certaine flexibilité à l'égard des exploitants à petites échelles, s'impose car il permettrait à ces derniers de se prévenir des risques liés à la famine et aux manques de revenus. Les objectifs inclus dans la politique agricole intensive, essentiellement centralisée et tournée vers les marchés extérieurs, rencontrent difficilement les objectifs associés à la survie des petits paysans notamment de par l'amenuisement d'une agriculture de subsistance et de par l'organisation d'une agriculture mécanisée et générique.

¹⁸⁵ World Bank (2011), “Rwanda Economic Update. Seeds for Higher Growth”. The World Bank, Spring Edition, 37p.

Travaillant sur un produit agricole bien précis, le thé, dans la section suivante (5.2.), nous donnons un aperçu historique sur l'introduction du thé au Rwanda.

5.2. Aperçu historique sur l'introduction de la théiculture au Rwanda

L'histoire de la théiculture au Rwanda est récente. En effet, le théier est apparu sous forme de culture industrielle à la fin de l'époque coloniale en 1960 sous l'impulsion du Fonds Européen de Développement (F.E.D.). L'objectif principal de l'introduction de cette culture était de créer une source de revenus destinés aux populations des hautes altitudes, où d'autres cultures de rente poussaient difficilement, notamment le café, et de générer des devises pour le pays.

L'évolution de la théiculture rwandaise peut être déclinée en 4 phases.

La première phase débute avec les recherches par l'Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda en 1930¹⁸⁶. Ces recherches avaient pu montrer que le Rwanda disposait des potentialités pour cette culture. En effet, toutes les exigences agro-pédologiques sont remplies dans plusieurs régions du pays. Les premiers essais de théiculture sont faits à la station de Kirwa située dans le marais de Mulindi, dans l'ex-préfecture de Byumba (au nord du Rwanda). Les premières récoltes voient le jour en 1953 et une petite usine est installée à Mulindi (Chapuis et Sirven, 2003)¹⁸⁷.

En 1960, l'Association Européenne des Sociétés d'Etudes de Développement (AESED) se voit confier par le F.E.D. la mission d'élaborer un plan de développement pour le Rwanda-Urundi, sous tutelle belge à cette époque. Ces deux pays (Rwanda et Urundi) essentiellement agricoles basaient leurs économies sur l'exportation du café. Cette mission se rend compte que la théiculture peut assurer la diversification et constituer une source de revenus et de devises pour les agricultures des zones des hautes altitudes non caféicoles et notamment pour le Rwanda (OCIR-Thé, 2003).

L'introduction de la théiculture à grande échelle (600 ha à Mulindi et Cyangungu), durant **la deuxième phase**, fut facilitée par des crédits du F.E.D. qui ont permis une mise en place des blocs industriels de thé et d'usines de transformation.

En 1964, au lendemain de l'indépendance, l'Office des cultures industrielles du Rwanda (OCIR) voit le jour, avec comme mission la gestion des filières théicoles et caféicoles.

¹⁸⁶ A cette époque le Rwanda est une colonie sous tutelle belge avec le Burundi et la République Démocratique du Congo.

¹⁸⁷ Chapuis O. et Sirven P. (2003), « Une culture de montagne tropicale : la théiculture rwandaise », Colloque international en hommage au professeur C. Mignon, *Crises et Mutations des agricultures de montagne*, Presses universitaires Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, pp. 135-150.

En 1978, l'Office est séparé en deux entités indépendantes « café et thé », donnant naissance à l'OCIR-Thé chargé de la promotion du thé, de sa gestion et de son expansion.

En 1975, des importateurs américains de thé, avec la participation du gouvernement rwandais mirent sur pied la première usine de thé sémi-privée du Rwanda : la SORWATHE (Chapuis et Sirven, 2003). Cette usine se situe à Gicumbi (confère carte 5.1)

Le F.E.D. qui appuyait le secteur théicole depuis 1960 va également permettre une extension de la théiculture aux exploitations paysannes sous forme de thé villageois (MINECOFIN, 2000). L'introduction de la théiculture dans les exploitations paysannes, coïncide avec **la troisième phase**. Le premier stade de l'opération a d'abord visé le recensement des paysans intéressés par la culture du thé. Il a été ensuite question du choix et de la délimitation de la parcelle sur conseil de vulgarisateurs agricoles.

Etant donné que le thé doit être transformé le même jour que la cueillette, les champs villageois ont été installés dans un rayon ne dépassant pas 25 km par rapport à l'unité de transformation. L'Etat, à travers l'OCIR-Thé, se chargeait des coûts d'installation ainsi que des semences et fertilisants. Le paysan théiculteur ne cédait qu'une partie de son exploitation et s'engageait à suivre tous les conseils techniques fournis par des agents de l'usine.

Ainsi, l'approche d'installation adoptée à cette époque était que chaque site d'exploitation comprenait un bloc industriel (B.I.), des parcelles théicoles familiales réparties en milieu villageois (M.V.) environnant une usine de traitement des feuilles vertes en thé noir appartenant à l'Etat mais sous statut d'entreprise autonome.

C'est donc grâce à un fort appui du pouvoir public que la théiculture villageoise s'est installée. Cette introduction de la théiculture dans les milieux villageois ne se fait pas sans heurts, ni de la même façon dans toutes les régions du pays. Au départ la population avait des difficultés à accepter une culture qui avait conduit à la déloger de leurs terres pour permettre l'installation des blocs industriels (plantations appartenant à l'usine de transformation) et des usines de transformation.

Dans certaines régions comme à Gisovu (sud-ouest du Rwanda), la théiculture était une obligation. Le ménage devait consacrer une partie de sa parcelle à la théiculture. Certaines familles ont préféré s'exiler dans d'autres régions (surtout vers l'est du pays) craignant la famine, ne comprenant pas comment on pouvait consacrer une grande partie de sa terre à une culture non vivrière.

Dans les régions du nord (Gisenyi, Ruhengeri, Byumba) très fertiles, les produits vivriers cultivés à moindres coûts et très appréciés sur le marché local ou régional (pomme de terre, maïs, haricot volubile), ont fortement concurrencé la culture du thé. La population de cette

Au fil des années, la population s'est petit à petit appropriée cette culture suite aux revenus que cette plante leur procure. Aujourd'hui le théiculture au Rwanda est pratiquée sur onze sites théicoles répartis le long de la crête Congo-Nil, du nord au sud du Rwanda, comme le montre la carte 4.1.

Legend

- Usine_the
- Limite de province
- Limite de district
- Parc national
- Ile
- Lac

Uganda

Nyagatare

Murindi

Gorwathé

Province du Nord

Gicumbi

Catsho

Province de l'Est

Kayanza

Tanzanie

Province de l'Ouest

Rubavu

Rubaya

Rutshiro

Ngororero

Muhanga

Ruhango

Karongi

Gisovu

Nyamashoke

Gisakura

Shagamba

Rusizi

Nyamagabe

Kitabi

Province du Sud

Nyanza

Huye

Gisagara

Burundi

Bugesera

Kicukiro

Nyamagamba

Rwamagana

Ngoma

Kiraha

0 25 50 100 Kilometers

La production de la feuille verte sur ces différents sites est faite par trois types de producteurs : les Blocs Industriels (B.I.), grandes plantations appartenant à l'usine de transformation, les Thés Villageois (T.V.), appartenant aux théiculteurs-paysans et les Coopthés/Assoptés, coopératives ou associations des théiculteurs possédant leurs propres plantations. Ces différentes catégories de producteurs ne se retrouvent pas partout au complet, seul le site de Gisakura regroupe ces trois catégories de producteurs, comme le montre le tableau suivant.

Tableau 5.1. Usines et catégories de producteurs

Sites Usines	Date d'installation	Capacité installée (en tonnes/an) ¹⁸⁸	Superficies occupées (en hectares)			
			Usines (B.I.)	Cooptés	Thé Villageois (T.V.)	part de la superficie Occupée
Mulindi	1962	3 200		867	1431	18%
Sorwathé	1978	3 200	261			2%
Assopthé	1966				880	7%
Rubaya	1979	900	647		342	8%
Nyabihu	1950	900	627		31	5%
Pfunda	1972	900	127		786	7%
Gisovu	1983	1 200	340		732	8%
Shagasha	1969	1 400		515	1 063	12%
Gisakura	1975	1 400	357	608	330	10%
Kitabi	1977	1 200	350		650	8%
Mata	1981	1 200	595		361	7%
Nshili-Kivu	1983		965			8%
Total		15 500	4 266	1 990	6606	100%

Source: Ocir-thé (2006), A New Tea Sector Strategy For Rwanda Year 2005-2010, Kigali, December, p.3.

De ce tableau, nous constatons que l'introduction de la théiculture au Rwanda s'est faite progressivement, jusqu'aux derniers sites créés en 1983, à Gisovu et Nshili-Kivu.

Ce tableau nous renseigne également sur l'importance de la théiculture villageoise dans la théiculture rwandaise. Elle occupe en effet 67 % des superficies théicoles du Rwanda.

En relation avec l'extension des superficies plantées et au fur et à mesure de leur entrée en production, depuis les années 1970, les usines ont accru la quantité produite de thé noir.

De 1 600 tonnes en 1971, la production est passée à 5 000 tonnes en 1981, à 12 854 tonnes en 1990, 14 881 tonnes en 2000 et 18 775 tonnes en 2010¹⁸⁹, soit un accroissement de 1073% (dix fois plus) entre l'année 1971 et 2010.

¹⁸⁸ La capacité installée fait référence à la capacité de transformation de la feuille verte en thé noir

¹⁸⁹ Chiffres recueillis au niveau du département de statistique de l'Ocir-thé.

La quatrième étape coïncide avec la privatisation du secteur théicole. Tout comme les autres pays en développement, le Rwanda n'a pas échappé à la vague des politiques de libéralisation et de privation initiées par les institutions de Bretton Woods suite à l'inefficacité des formes d'organisation mises en place par les Etats. La libéralisation au niveau agricole a surtout consisté à privatiser les opérateurs publics, les grands offices étatiques et à déréguler le marché agricole.

Au Rwanda, le programme de privatisation des établissements publics débute en 1996 et touche le secteur théicole au début de 2001. Il concerne huit unités théicoles (usines, plantations, bâtiments sociaux, boisements etc.) appartenant à l'Office de Cultures Industrielles qui s'occupe du thé, l'OCIR-Thé.

Dans la phase pilote, les usines de Mulindi et Pfunda ont été choisies, parce qu'elles représentent la variété des acteurs possédant leurs propres champs dans la théiculture au Rwanda (Etat, paysans théiculteurs, coopératives), et ont été mises sur le marché, vers la fin du mois d'avril de 2003.

En dépit de plusieurs visites d'investisseurs privés et des tentatives qui n'ont pas abouti sur l'usine de Gisovu et de Kitabi en 2008, on constate que seule l'usine de Mata a été privatisée en 2006.

La théiculture au Rwanda est une culture récente, introduite de l'extérieur avec comme double objectif de constituer une source de diversification en matière de recettes d'exportation et de revenus pour les agriculteurs des zones des hautes altitudes non caféicoles.

Par rapport au premier objectif, on peut dire que l'objectif a été atteint car, selon la Banque Mondiale (2011) « *In 2009 tea became Rwanda's main export by value, generating US\$48.2 million (and US\$55.7 million in 2010). Total tea production increased on average 14.0 percent per annum during 2006-2010. At the same time, tea exports by volume nearly doubled, thanks to Rwanda tea's high quality* » (p.8)¹⁹⁰. Mais, pour ce qui concerne le second objectif, même si les théiculteurs-paysans se sont appropriés cette culture, ces derniers jugent la rémunération perçue encore insuffisante (nous revenons sur cet aspect au chapitre 6). Cette situation s'inscrit indubitablement dans la logique actuelle de la politique agricole, qui privilégie plus l'intensification et la conquête des marchés extérieurs.

Avec la politique de privatisation initiée en 2001 dans le secteur théicole, la filière théicole rwandaise se trouve, aujourd'hui, en transition, même si elle peine à attirer les investisseurs,

¹⁹⁰ World Bank (2011), "Rwanda Economic Update. Seeds for Higher Growth". The World Bank, Spring Edition, 37p.

comme le précise la Banque Mondiale (2011)¹⁹¹: « *Like the horticulture sector, tea sector faces difficulties in attracting investors that could bring in new technologies and provide access to established distribution chains* » (p.8).

Cette thèse se rapportant au thé, nous analysons dans la section suivante la politique agricole consacrée au secteur théicole.

5.3. La politique agricole consacrée au secteur théicole

Le thé constitue la seconde culture traditionnelle d'exportation, en termes de recettes en devise, après le café. La production du thé est faite sur 12.800 ha dont 70% de la superficie appartient aux théiculteurs-paysans¹⁹². Vu son importance, il n'est pas étonnant que la politique agricole, à travers le PSTA, considère le secteur théicole comme une filière prioritaire avec entre autres, la filière café, riz, maïs, haricot, ... Les critères de choix de ces filières tel que le précise le PSTA (2004) tiennent de : « l'importance du potentiel de production et d'intensification, la génération des revenus tant sur le marché national, régional qu'international, ainsi que les possibilités de transformation, conservation et stockage » (p.51). Ces critères de sélection des filières prioritaires confirment la volonté de la politique agricole de miser sur les cultures à haut rendements et leur commercialisation.

Plus spécifiquement, en ce qui concerne le thé, l'objectif visé par le PSTA (2004) est d'atteindre une production de 39 000 tonnes de thé noir en 2010. Pour cela, il est envisagé de mener les actions suivantes :

- « Intensification en vue de multiplier par 3 le rendement de feuilles vertes d'ici 2010 (Fertilisation, nouveaux clones plus productifs, meilleur encadrement des producteurs et de leurs associations etc.)
- Améliorer la qualité de la feuille verte de 67% à 80%.
- Mise en place d'une usine à thé à Mushubi et Nshili.
- Poursuivre le programme de privatisation des 8 usines de l'OCIR-Thé.
- Renforcer le partenariat en matière de recherche avec l'ISAR (mise en place d'un laboratoire de culture in vitro, recherche de nouveaux clones etc.)

¹⁹¹ World Bank (2011), "Rwanda Economic Update. Seeds for Higher Growth". The World Bank, Spring Edition, 37p.

¹⁹² Ocir-Thé (2006), A New Tea sector Strategy for Rwanda Year 2005-2010, Kigali, December, 2006, p.12.

- Mettre en œuvre des actions spécifiques de vulgarisation sur le thé (partenariat avec les associations de producteurs, partenariat avec les Banques populaires pour les facilités de crédits-intrants etc.
- Diversifier les produits mis sur le marché (thé noir, thé vert etc.)
- Assurer la promotion du Thé rwandais au rwandais et à l'étranger » (PSTA, 2004, p.51).

Cette liste exhaustive des actions à mener pour augmenter la production renforce encore une fois le caractère « top-down » d'une stratégie où le pouvoir public détient le rôle central. Aucune action régionale ou spécifique n'est en effet spécifiée ni à l'encontre des associations ou coopératives des théiculteurs ni à celui des théiculteurs-paysans, alors qu'ils produisent 80% de la matière première en tant que feuille vertes. Le programme de privatisation prévoit d'accorder aux théiculteurs-paysans 10% des actions malgré les protestations de la Fédération Rwandaise des Théiculteurs (FERWATHE) réclamant au moins 30% des actions (J.D. Nyamwasa, 2009)¹⁹³.

En accord avec la politique agricole, l'Ocir-thé, en décembre 2005, met en place une stratégie de développement du secteur théicole. Cette stratégie qui couvre une période de cinq ans est appelée : « *A New Tea Sector Strategy for Rwanda. Year 2005-2010* ».

Avec cette stratégie l'objectif principal est : “*to generate US\$ 91 MM in export earnings from 35,000 tons of made tea by 2010, wich is more than quadruple the current earnings*” (Ocir-thé, 2005, p.8). Pour atteindre cet objectif deux actions supplémentaires sont ajoutées à celles précédemment évoquées.

La première est explicite quant à la mesure de la productivité envisagée, qui est celle de passer d'une moyenne de 1 430 kg de thé noir/hectares à 2 400 kg/hectares. L'autre qui est une nouveauté, concerne l'ajout de la valeur ajoutée dans le thé proposé au marché, en offrant des thés mélangés avec une qualité raffinée et emballés. Concernant cette dernière action, l'objectif est d'avoir, 23% de toute la production vendue, en 2010 (Ocir-thé, 2006, p.9).

En résumé cette stratégie met l'accent sur l'augmentation de la productivité, l'amélioration de la qualité, la diversification de l'offre (thé noir, thé vert, thé orthodoxe) et l'ajout de la valeur ajoutée dans l'offre proposée au marché (mélange, emballage et promotion au niveau national et mondial).

¹⁹³ Nyamwasa J.D. (2009), « La relance du mouvement coopératif rwandais », In Develtere P., Pollet I. et Wanyama F. (eds), *L'Afrique solidaire et entrepreneuriale. La renaissance du mouvement coopératif africain*, Organisation International du Travail (OIT), Genève, pp.286-309.

Dix huit mois plus tard, en août 2008, un nouveau document de stratégie de transformation de l'industrie du thé au Rwanda voit le jour. Intitulé: « *A Revised Tea Strategy for Rwanda. Transforming Rwanda's Tea Industry* », cette stratégie apporte une nouveauté considérable par rapport à celle de 2006. Elle prévoit de: “*creating a Rwandan tea brand to signal quality and engaging in targeted marketing*” (Minagri, 2008, p.4)¹⁹⁴.

La succession de ces deux documents stratégiques en l'espace de dix huit mois, renseignent sur plusieurs éléments. Premièrement, cette succession des stratégies en si peu de temps souligne l'intérêt du secteur et pose la question organes planificateurs au niveau du pouvoir public. La nouvelle stratégie (celle de 2008) qui débute à mi-parcours de celle de 2006 n'est pas explicite par rapport aux raisons qui ont poussé à remplacer l'ancienne. Pour le Minagri (2008): « *this document provides a revision of 2003 tea strategy based on new primary research into international tea markets, a progress report on implementing the original strategy, and an analysis of current key constraints to tea industry growth*”. (p.3).

Un deuxième renseignement concerne le rôle et la place des théiculteurs-paysans dans ces deux stratégies. Illustrons-le à partir du prix au producteur et des moyens alloués aux producteurs locaux pour atteindre les objectifs.

Des deux stratégies aucune ne fait allusion au prix auquel le théiculteur-paysan vend son thé vert. Les deux stratégies parlent plutôt de l'augmentation des recettes au niveau national, provenant de l'exportation du thé noir, grâce à l'amélioration de la qualité. On sait que la qualité du thé noir dépend de la qualité du thé vert, produit à majorité par les paysans. Il est alors étonnant que cet élément ne figure pas dans les deux stratégies, surtout que les producteurs jugent le prix, auquel il cède leur production, très bas. A ce sujet, le président de la COOTHEGIM nous a précisé, en 2010, que sa coopérative revendiquait un prix minimum de 120Frw (0,24 USD) au lieu de 96 Frw (0,19 USD) perçu actuellement alors¹⁹⁵.

Cette situation renforce notre analyse sur les deux sections précédentes (5.1. et 5.2) qui conclue une démarche consacrée plus à l'augmentation quantitative et productive des productions qu'à la situation des agriculteurs et par là la réduction de la pauvreté.

¹⁹⁴ Gouvernement of Rwanda, Minagri (2008), *A Revised Tea Strategy for Rwanda. Transforming Rwanda's Tea Industry*. Minagri, Kigali, August, 2008, 45p.

¹⁹⁵ Informations recueillies lors de nos enquêtes de mai 2010.

La stratégie 2008 répartit le budget en trois domaines qualifiés de piliers de la stratégie : la production, le support aux institutions, l'usinage et le marketing. Dans chacun des trois piliers, des actions sont identifiées avec un budget alloué à chacune d'elles.

Un coup d'œil à ce budget nous fait constater que pour un budget total de 49,13 millions de USD, le montant qui est sensé aller directement ou indirectement vers les producteurs-paysans représente 12% (c'est-à-dire, 5,97 millions de USD) ventilé en : « *Fertiliser distribution 1,50 millions USD, Input support to growers 0,18 millions USD, Reinforce cooperatives 0,36 millions USD, Improve road infrastructure in plantations and factories 3,93 millions USD* » (p.38). Ce budget porte sur la modernisation de la productivité et en second ordre l'amélioration des conditions de l'activité, dont les infrastructures ou le renforcement des coopératives. Rappelons que le théiculteur-paysans occupaient en 2006, 70% de la superficie totale théicole (Ocir-thé, 2006, p.3).

En fin un dernier renseignement concerne la prise en compte des conditions locales de production. La stratégie 2008 parle bien de mettre en place « *a Rwandan tea brand to signal quality* », après avoir mélangé et emballé des thés de qualité issus des différents sites de production (Minagri, 2007, p31)¹⁹⁶.

Le secteur théicole rwandais compte dix sites de production. Chaque site de production propose un thé différent en termes de qualité compte tenu des conditions naturelles et humaines à la base de la production. Cette situation est corroborée par la différence des prix au niveau du marché mondial. La politique proposée ne se base pas sur un différentiel de sites mais une marque nationale.

Pourquoi alors ne pas promouvoir aussi, dans le cadre de cette démarche, des thés de certains sites qui jouissent déjà d'une bonne réputation sur le marché mondial grâce à leur bonne qualité (par exemple le thé de Gisovu, Kitabi,...) ?

Mettre en place un signe de qualité national, mélangeant des thés de qualités différentes n'exclut pas de promouvoir une origine de production d'un thé de qualité. Surtout que cette dernière démarche peut s'avérer être bénéfique aux producteurs locaux en cas de redistribution équitable de la valeur ajoutée générer par cette stratégie. Nous discuterons de cette question au chapitre 6.

¹⁹⁶ Minagri (2008), *A Revised Tea Strategy for Rwanda 2009-2012-Transforming Rwanda's Tea Industry*, Kigali, 46p.

En conclusion, nous disons que à l'instar de la politique agricole, les différentes stratégies de transformation du secteur théicole, qui se sont succédées insistent plus sur l'augmentation de la production à travers l'augmentation des recettes au niveau national. Le producteur-paysan, acteurs-clé du secteur, est peu prise en compte.

5.4. La théiculture à Gisovu

Le site théicole de Gisovu constitue notre cas d'étude. Il sied donc avant d'entrer dans le vif du sujet de présenter ce site.

5.4.1. Présentation du site théicole de Gisovu

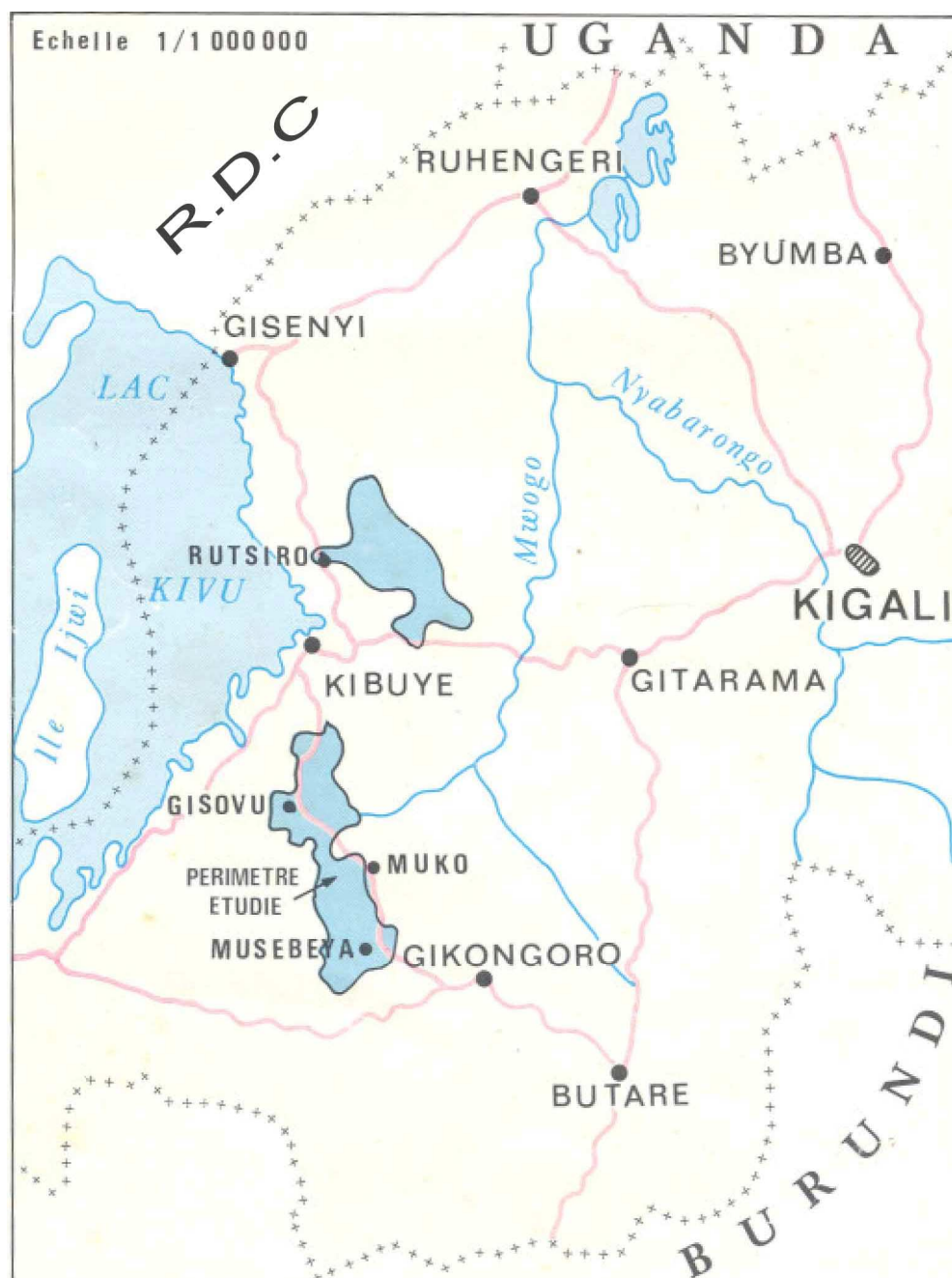
Le site théicole de Gisovu fait partie des douze sites théicoles que compte le secteur théicole au Rwanda. Gisovu se situe, dans le district de Karongi, à l'Ouest du Rwanda.

Le site théicole de Gisovu se trouve dans une région très enclavée, à une heure de route du chef lieu de la province et à quatre heures de route de la capitale (Kigali). Le réseau routier y est très peu développé.

Le site de Gisovu couvre une superficie de 265km² pour une population 46 244 habitants¹⁹⁷. La densité moyenne de sa population (175 habitants/km²) est largement inférieure à la moyenne nationale (350 habitants au km²). Cela s'explique notamment par l'état du sol qui est moins fertile en produits vivriers entraînant l'exode de la population vers les zones de production plus fertiles.

¹⁹⁷ Selon NISR (2005) *Demographic and Health Survey*, Republic of Rwanda

Carte 5.2: Zone d'étude



Source : Ocir-thé (2005), département de Marketing

A. Caractéristiques physiques¹⁹⁸ en relation avec les conditions naturelles de production du thé

Du point de vue, relief, le site théicole de Gisovu se subdivise en deux sous zones : la sous zone de Gisovu située dans l'ex-commune¹⁹⁹ de Gisovu (ex-préfecture de Kibuye) et celle de Muko située dans l'ex-préfecture de Gikongoro.

La sous zone de Gisovu peut être divisée en deux terroirs :

- Un terroir de moyenne altitude, compris entre 1 800 et 2 100 mètres. Ce terroir, lorsque les pentes ne sont pas trop fortes, est très peuplé.
- Un terroir situé à plus de 2 100 mètres d'altitude et constitué des terres à fougère très acides présentant un P.H variant entre 4,4 et 5,6. Ce terroir qui n'est presque pas habité occupe plus de 70% des plantations de thé.

Cette sous zone de Gisovu couvre une superficie de 12.448 ha.

Dans la sous zone de Muko, on distingue deux types terroirs représentant une superficie de 6 066ha :

- Un terroir de collines, de moyennes altitudes, situées à l'Est du site. Ce terroir est densément cultivé et densément peuplé. La vallée de Rwondo, en occupe la partie la plus basse. Elle représente 190 ha, sa mise en culture joue un rôle primordial dans la production vivrière de la population qui y trouve les sols les plus fertiles portant sur deux cultures par an (maïs, haricots en première saison, maïs ou sorgho en seconde saison et patate douce durant toute l'année).
- Un terroir de hautes terres des zones postforestières : son altitude est comprise entre 2 000 et 2 300 mètres d'altitude représentant la partie orientale du parc national de la forêt de Nyungwe. Malgré le déboisement de cette forêt depuis 50 à 60 ans par les paysans de la zone surpeuplée les autorités y interdisent tout habitant permanent ; il est donc inhabité.

Le site de Gisovu présente un climat tempéré caractérisé par quatre saisons :

- Une grande saison sèche (juin-septembre)
- Une grande saison de pluies (février-mai)
- Une petite saison de pluies (octobre à novembre) et
- une petite saison sèche (décembre à janvier)

¹⁹⁸ La majorité des informations de cette sous section ont été tirées de : GoR, MINITERE (2007), Profil environnemental du District de Karogi, RCP-Reseau Conseil Partenarial International, Kigali, 68p.

¹⁹⁹ Suite à la politique de décentralisation initiée au Rwanda en 2000, une nouvelle appellation des entités administratives a été adoptée. Le pays est subdivisé en provinces, districts, secteurs et cellules. Les anciennes communes sont presque l'équivalent des secteurs.

La température moyenne annuelle est de 15 degrés Celsius mais avec des écarts importants entre températures minimums (6 degrés Celsius observable au mois de juin) et températures maximales (23,5 degrés observable au mois de novembre) variant entre 17 et 12 degrés.

La précipitation moyenne annuelle est de 1700 mm de hauteur de pluie et l'humidité relative moyenne est de 80%.

Notons à cet effet, que les principales caractéristiques physiques du site de Gisovu répondent bien aux principales exigences édapho-climatiques de la théiculture. Ces dernières se résument en : une altitude comprise entre 1600 m et 2500 m, un ensoleillement de cinq heures minimum par jour, des températures comprises entre 18 et 20°C, (en dessous de 12°C ou au dessus de 30°C, la croissance du théier est compromise), une humidité de l'air entre 70 et 90 %, des pluies abondantes et régulières toute l'année avec une moyenne d'environ 1500 mm, l'idéal se situant entre 2500 et 3000 mm/an. A ces conditions climatiques on y associe également un sol au P.H. acide (4,5 à 5,5) bien drainés (O. Chapuis et P. Sirven, 2003, p.136)²⁰⁰.

B. L'économie locale

L'économie locale est principalement basée sur le secteur agricole qui occupe plus de 90% des habitants de Gisovu (RdR, 2007, p.8)²⁰¹. Les principales cultures pratiquées sont essentiellement vivrières (maïs, haricot, pomme de terre, patate douce, petit pois et sorgho). Le thé est la seule culture d'exportation.

L'élevage concerne essentiellement le petit bétail (caprin et ovin) qui est moins exigeant en pâturage et plus résistant aux maladies.

Il existe également d'autres activités économiques comme le commerce, l'artisanat, les services et le transport.

A part l'usine de transformation du thé noir, sous le contrôle de l'Ocir-thé (office étatique chargée du développement de la théiculture au Rwanda), le secteur industriel y est quasiment inexistant.

Parmi toutes les cultures pratiquées à Gisovu, la théiculture est de loin la plus importante vu l'engouement suscité par les habitants autour de cette culture. En effet, la théiculture occupait en 2006, 22% de la surface cultivée, contre 78% destinés à d'autres cultures et de la jachère de courte période.

²⁰⁰ Chapuis O. et Sirven P. (2003), « Une culture de moyenne montagne tropicale : la théiculture rwandaise », Dans *Crises et mutations des agriculteurs de montagnes*, Presses Universitaires Blaise Pascal, pp. 135-150.

²⁰¹ RdR (2007), *Profil environnemental du district de Karongi*, Kigali, 68p.

La théiculture fait vivre 3076 ménages et l'usine de transformation de la feuille verte (principale matière première) en thé noir employait, en 2009, 830 personnes, toutes habitant sur le site théicole.

En prenant une moyenne de six personnes par ménages²⁰², le nombre des personnes bénéficiant directement des revenus de la théiculture serait de 23 436, soit 51% de la population habitant Gisovu. Notons également qu'il y a d'autres métiers artisanaux, en amont de la théiculture, spécialisés dans la fabrication du petit matériel (serpettes et paniers de cueillette notamment).

Avant l'introduction de la théiculture à Gisovu, les terres étaient occupées par les cultures vivrières avec la prédominance du petit pois et des pommes de terre.

Trois grandes phases marquées de rebondissements ont scandé l'évolution de la théiculture à Gisovu. Nous reprenons dans les pages qui suivent le fil de l'évolution et des changements dans la théiculture.

5.4.2. Introduction de la théiculture dans le milieu paysan

L'introduction de la théiculture à Gisovu débute avec les essais dans la localité de Muhanda, à une centaine de mètres des installations de l'actuelle usine de transformation de Gisovu. Après que ces essais aient été concluants, débute en 1974 une campagne de sensibilisation, initiée par l'Office des Cultures Industrielles ; cette campagne entend souligner les mérites de la théiculture, auprès des populations, suivi des premières plantations, les blocs industriels, appartenant à l'Etat, dans la moitié de l'année 1976 (BAD, 1989)²⁰³.

Une année après les premières plantations, l'Etat, par l'intermédiaire de l'OCIR, a débuté une campagne de redistribution de terres. Chaque habitant de Gisovu recevait un hectare pour lequel 50 ares étaient consacrés à la théiculture et 50 autres ares consacrés aux cultures vivrières.

Cette répartition de lots de terres entre culture de rente et cultures vivrières (pommes de terre, petits pois, éleusine,...) était obligatoire. Celui qui ne s'y soumettait pas se voyait confisquer ses terres, redistribuées aux autres.

²⁰² La moyenne des personnes habitants un ménage est estimée à six (6) pour le Rwanda (EDPRS-Rwanda, 2007)

²⁰³ African Development Bank (1989) *Rwanda. Gisovu Tea Project*, 53p.

Malgré cette campagne de sensibilisation il n'a pas été facile de faire accepter cette culture. Trois principales raisons ont été à la base du scepticisme de la population :

- Au départ, la population avait des difficultés à accepter une culture qui avait conduit à la déloger de ses terres pour permettre l'installation des blocs industriels appartenant à l'usine de transformation, sous contrôle étatique.
- La méfiance à l'égard de cette culture a été renforcée par le fait que le théier met du temps à produire sa première récolte, généralement entre deux et cinq ans, exige beaucoup de travail (préparation de terrain, installation des théiers, culture, entretiens et cueillette) et une superficie assez grande (minimum 1ha) pour donner une récolte assez rémunératrice²⁰⁴.
- La population avait des doutes relatifs aux débouchés de leur production (feuille verte) compte tenu du fait que le seul acheteur de leur produit, l'usine de transformation de la feuille verte, devait être installée quelques années après les premières plantations.

Craignant la famine, une partie de la population s'est exilée vers l'est du Rwanda, dans l'ancienne province de Kibungu. Le choix pour Kibungu a été guidé par la disponibilité des terres arables et la possibilité de pratiquer les mêmes cultures que celles traditionnellement cultivées à Gisovu.

Lors de l'installation des premières plantations, en 1976, les populations habitant les alentours des blocs s'y ont fait embaucher profitant de la rémunération qui était de 60 Frw/jour. Mais surtout elles ont, par la même occasion, acquis les techniques et le savoir-faire requis dans la pratique de la culture du thé.

La construction de l'usine de transformation qui avait débuté en 1979 s'est achevée en 1983. Cette construction et l'introduction des premières plantations furent facilitées par l'appui du Fond Africain de Développement sous forme de crédits remboursables à long terme²⁰⁵.

La première production finie, le thé noir, qui voit le jour la même année, est le fruit de la matière première provenant de la feuille verte du thé villageois et du thé des blocs industriels. A cette époque pour un kilo de thé vert vendu à l'usine de transformation, le paysan percevait 17Frw. Mais tout le long de l'année, le théiculteur pouvait se consacrer partiellement à sa parcelle de thé et se faire embaucher pour travailler dans les blocs industriels. Ses deux sources de revenus supplémentaires ont été les principales motivations qui ont permis aux

²⁰⁴ En sachant que la moyenne de la terre arable, au Rwanda, se situe à environ 0,50 ha (Minagri, 2002)

²⁰⁵ République Rwandaise, Ministère du Plan (1981), Développement de la crête Zaïre-Nil: développement de la zone centrale, Kigali, 149p.

habitants d'adopter petit à petit cette culture. En 2007, les théiculteurs-paysans enregistrés étaient au nombre de 3076 et exploitaient une superficie d'environ 732 ha soit 70% de la superficie totale consacrée à la théiculture.

5.4.3. La place et le rôle de l'Etat dans le développement de la théiculture à Gisovu

En 1964, au lendemain de l'indépendance, le nouvel Etat met en place l'OCIR, Office des Cultures Industrielles du Rwanda. Celui-ci avait pour missions la gestion des filières théicoles et caféicoles. En 1978, l'office est séparée en deux entités indépendantes « café et thé », donnant naissance à l'OCIR-thé chargé de la promotion du thé, d'en assurer la gestion et d'en coordonner l'expansion. Cet office a joué un rôle central dans le développement de la filière théicole à Gisovu.

L'approche d'installation adoptée à Gisovu était que le site théicole comprenait un bloc industriel (B.I.), c'est-à-dire des champs de thé appartenant à l'Etat, des parcelles théicoles familiales réparties en milieu villageois (M.V.) environnant l'usine de traitement des feuilles vertes en thé sec, usine appartenant à l'Etat mais sous statut d'entreprise autonome.

Etant donné que le thé doit être transformé le jour de la cueillette, les champs villageois ont été installés dans un rayon ne dépassant pas 15km par rapport à l'unité de transformation. L'Etat, à travers l'OCIR-Thé, se chargeait de tous les coûts, depuis la culture de la feuille verte à la vente du thé noir, en passant par la transformation et le transport.

L'OCIR-Thé intervenait dans la fourniture des plants de théiers et des engrais à crédit aux théiculteurs de Gisovu, il s'occupait également de l'encadrement technique, de la vulgarisation (autour des thèmes spécifiques de la cueillette et de l'entretien), organisait la collecte de la feuille verte et garantissait l'achat de toute la production, par son usine à Gisovu, à un prix donné. A part les activités de production, l'OCIR-Thé investissait aussi en matière d'infrastructure permettant à son usine de transformation, à Gisovu, d'accéder facilement à la matière première (la feuille verte). Cela concernait notamment la création et l'entretien des pistes, des ponts et ponceaux en milieu villageois.

En retour, le paysan théiculteur s'engageait à consacrer une partie de sa terre à la théiculture à suivre tous les conseils techniques fournis par les agents de l'usine.

Comme nous venons de le voir, l'installation et le développement de la filière théicole à Gisovu se sont fait grâce à un fort appui du pouvoir public. La population de Gisovu au début

réticente a adopté cette culture un peu plus tard suite aux retombées financières que présentait la théiculture.

En 1996 est lancé un programme de privatisation²⁰⁶ concernant 72 entreprises étatiques dont les usines théicoles appartenant à l'Etat.

Le programme de privatisation, dans le secteur théicole concernait huit unités théicoles (usines, plantation « blocs industriels », bâtiments sociaux, boisements etc.) de l'OCIR-Thé dont celle de Gisovu.

La nouvelle politique de privatisation va obliger l'OCIR-Thé à se retirer de son rôle de soutien, auprès des théiculteurs-paysans, pour se consacrer uniquement à : « la politique théicole, la recherche et la vulgarisation sur la théiculture, la fixation des normes de qualité du thé et l'émission des certificats d'origine et en fin la participation dans les négociations internationales relatives au secteur²⁰⁷ » (p.6).

Face à cette situation et avec le souci d'y faire face, les théiculteurs de Gisovu vont s'organiser et se regrouper en une association des théiculteurs de Gisovu-Muko (ATHEGIMU) en 1999²⁰⁸. Cette association qui deviendra, en septembre 2001, une coopérative²⁰⁹ (coopérative des théiculteurs de Gisovu-Muko, COTHEGIM) s'est donnée pour objectif principal, l'amélioration du bien-être de ses membres par une assistance leur permettant d'augmenter les revenus tirés de la vente des feuilles vertes. Cette assistance qui va de l'amont de la théiculture (disponibilité des plants et intrants agricoles) à l'aval (collecte, transport et vente de la récolte) permet aux théiculteurs d'améliorer la qualité et d'augmenter la quantité de leur récolte et par conséquent d'augmenter les recettes tirées de leur théiculture. L'adhésion à la coopérative est volontaire : le théiculteur adhérent s'engage par écrit à respecter les statuts et règlements internes de la coopérative et à payer une cotisation mensuelle de 420Frw/mois (soit environ 0,84 cent USD aujourd'hui).

Au début, la coopérative comptait environ deux mille théiculteurs adhérents, leurs contributions ont permis à la coopérative de faire face financièrement au désengagement de l'office étatique, dans l'assistance (disponibilité des intrants agricoles et formations) aux paysans théiculteurs.

²⁰⁶ Le programme de privatisation au Rwanda a été lancé par la loi du 11/03/1996. Un arrêté présidentiel du 03/05/1996 a créé la Commission nationale de privatisation chargée de mettre en œuvre le programme établi (D. Machulka, *Marchés tropicaux et méditerranéens, Spécial Rwanda*, numéro 2923, 56^e année, novembre 2001).

²⁰⁷ Minecofin, *Bulletin du Secrétariat de privatisation*, numéro 16, mars-juin 2003, Kigali, 16p.

²⁰⁸ A la base de ce regroupement on retrouve six théiculteurs, parmi les plus instruits (techniciens agronomes, techniciens vétérinaires et instructeurs), qui vont d'abord organiser des rencontres informelles, au début de l'année 1999 entre un groupe restreint de théiculteurs, avant de convoquer tous les théiculteurs dans une première réunion qui s'est tenue en avril 1999.

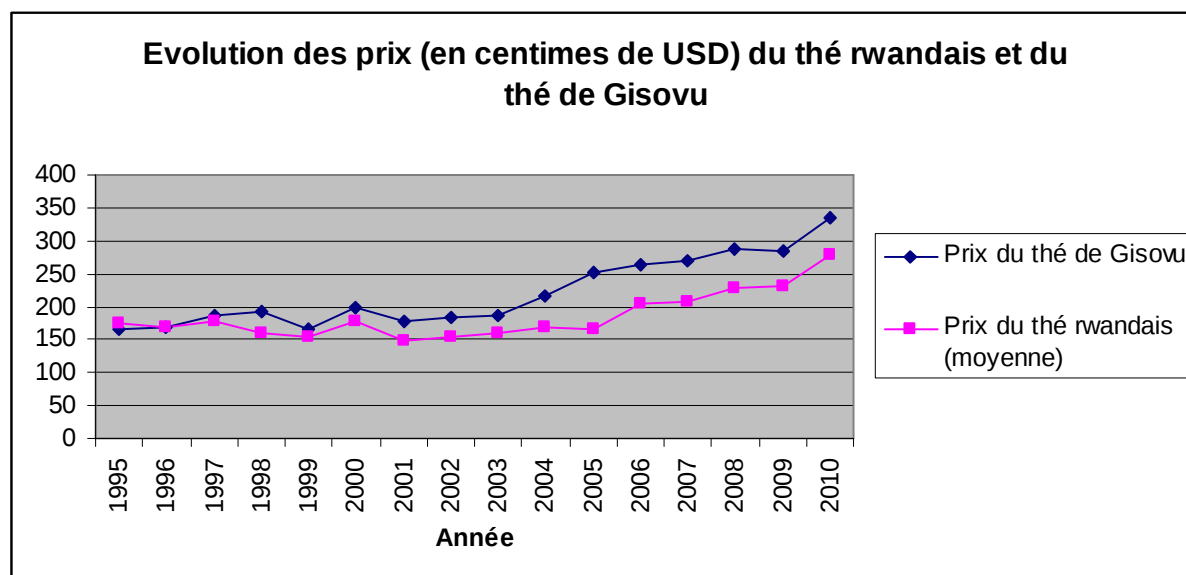
²⁰⁹ Elle sera agréée par l'arrêté ministériel numéro 021/15.00/2002/coop, du 4 mars 2002

La coopérative a progressivement pris en charge tout ce qui est en rapport avec l'aspect technique (encadrement, vulgarisation, disponibilité des engrais), transport et commercialisation de la récolte auprès de l'usine de transformation. Au fur et à mesure des années, la coopérative a pris une place importante dans la coordination de l'activité théicole et dans la vie quotidienne des théiculteurs. En effet, en plus de servir d'intermédiaire entre ses membres (théiculteurs-paysans) et les autres acteurs impliqués directement ou indirectement dans la théiculture (les institutions financières par exemple), elle a développé des services financiers de micro-crédit permettant à ses membres de subvenir aux besoins sociaux (scolarisation des enfants, soins de santé,...) urgents.

Pour rester auprès des théiculteurs et les assister, la coopérative se dote d'une structure à trois niveaux : la division, la zone et le secteur. Ce dernier, composé de vingt secteurs, est la plus petite structure de production ; elle regroupe en moyenne 154 théiculteurs et possède un moniteur et trois vulgarisateurs théicoles (nous reviendrons sur cette structure dans la partie concernant le territoire et les acteurs).

Peu après la prise en main de l'activité théicole par la coopérative en 2001, on assiste, en 2002, à une remontée des prix du thé de Gisovu sur le marché mondial (enchères de Mombassa). Le graphique 4.2 l'illustre.

Graphique 5.1. Prix du thé rwandais (moyenne) sur les enchères de Mombassa



Source : Auteur, à partir des données du département des statistiques de l'Ocir-thé (2011)

Comme le note le graphique 4.2, les prix proposés sur le marché international aux enchères de Mombassa (Kenya), pour le thé de Gisovu, ne vont cesser de croître, à partir de 2002. Cette situation s'explique par une régularité de la qualité du thé présenté sur le marché.

En effet, la coopérative, qui à sa création s'occupait principalement des activités conduisant à la concentration de l'offre (approvisionnement en intrants agricoles, assistance et conseils techniques, collecte et transport) va prendre conscience, à travers les signaux en termes de prix que lui envoie la demande (marchés des enchères de Mombassa), de l'importance de produire un thé de qualité. Cette prise de conscience est renforcée par les opportunités, en termes de production d'un thé de qualité, que présente le site théicole de Gisovu (conditions naturelles et agro-pédologiques et l'emplacement des champs sur les flancs des collines).

A partir de 2003, la coopérative va initier des stratégies et des actions destinées à améliorer la qualité de la feuille verte. Ces actions et stratégies vont de la sensibilisation à la production d'une feuille de qualité à la mise en place d'un système de rémunération collective de la meilleure récolte en passant par la mise en place d'un cahier de charges (calendrier théicole, cueillette et collecte de la feuille verte), des mécanismes de contrôle et des ateliers de formation.

Cette inscription de la théiculture à Gisovu dans une dynamique de production d'un thé de qualité, renforcée par une évolution positive des prix sur le marché mondial (graphique 4.2) va transformer l'image qu'ont les théiculteurs de leur propre produit.

Les propos de Mbanziriza Amram, moniteur agricole dans la zone théicole de Twumba, à ce sujet sont évocateurs : « Lors de nos visites d'études dans différents sites théicoles du Rwanda et du Kenya, je suis agréablement surpris lorsque les gens m'interpellent pour savoir comment nous faisons pour avoir un thé de si bonne qualité. Ceci nous encourage dans notre volonté de faire mieux ; on espère que la rémunération suivra »²¹⁰.

A ces débuts, en 1999, la coopérative comptait environ 2000 théiculteurs, en 2011 le site théicole de Gisovu compte 3078 théiculteurs répartis en six zones théicoles et faisant tous partie de la coopérative.

Depuis février 2011, l'usine de transformation du thé noir de Gisovu a été cédée à la compagnie Borelli Tea Holdings Limited (dont le siège est en Angleterre). Cette compagnie a acheté à l'Etat 60% de ses actions. Le reste des actions est reparti entre l'Etat (30% des actions) et les théiculteurs-paysans (10%), à travers leur coopérative, la COOTHEGIM.

²¹⁰ Propos recueillis lors de nos enquêtes, le 16 août 2008, à Gisovu.

Le développement de la culture du thé à Gisovu est le résultat d'un travail de plusieurs acteurs impliqués dans la théiculture. Nous revenons sur les acteurs et leurs interrelations à travers l'analyse de la filière théicole de Gisovu sous l'approche du SYAL au sixième chapitre (6.2).

5.5. La filière théicole à Gisovu

Dans cette section, nous étudions la filière théicole de Gisovu à travers des actions, menées successivement, parallèlement ou complémentirement, qui peuvent se découper en grands ensembles ou systèmes comme : la production, la transformation, la commercialisation et la consommation. Chacun de ces ensembles englobe une série d'actions plus ou moins importantes qui permettent de passer d'un ensemble à l'autre dans une suite logique d'intervention, de l'amont à l'aval. Il s'agit donc, dans un premier temps, d'une étude de la filière sous l'optique de la filière-produit. Cette analyse de la filière-produit a pour objectif de nous faire comprendre le fonctionnement de la filière, de l'amont à l'aval, en mettant en évidence, la nature des produits intermédiaires et du produit final, les technologies développées, les différents acteurs impliqués et leurs interactions.

La production du thé noir comporte deux principales opérations : la production de la feuille verte, principale matière première, et la transformation de celle-ci en thé noir.

Dans cette section nous abordons distinctement ces deux étapes du fait de leurs différenciations au niveau des acteurs impliqués, du produit et des savoir-faire mobilisés.

5.5.1. Production de la feuille verte

Le thé noir produit à Gisovu est issu de deux structures : le thé provenant du milieu villageois (M.V), appartenant aux paysans-théiculteurs et le thé provenant des blocs industriels (B.I.), appartenant à l'usine de transformation sous contrôle étatique. Cette usine est située sur le site.

La surface totale consacrée à la théiculture représente 22% de la surface cultivée. Cette surface théicole qui parcourt 1 072 ha se répartit en 732ha consacrés à la théiculture paysanne (soit 67,5% de toute la surface théicole) et 340 ha appartenant à l'usine (B.I.)

Selon les estimations de la COOTHEGIM (Coopérative Théicole de Gisovu-Muko), le site théicole de Gisovu comptait en 2011, 3 078 théiculteurs-paysans répartis dans six zones comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 5.2. Localisation des théiculteurs-paysans et superficies occupées

Zones	Nombre des théiculteurs	Superficie cultivée (en ha)	Moyenne de la superficie occupée par ménage (ha/ménage)
Nyarutagara	621	94,2	0,15
Rwankuba	469	104,4	0,22
Gikaranka	408	100	0,24
Twumba	520	213,8	0,41
Bisharara	545	116,8	0,21
Manji	513	103,4	0,21
Total	3076	732,6	0,24

Source : Rapport des activités de la COOTHEGIM, 2008, p.12.

Ce tableau nous fait remarquer que la superficie moyenne occupée par le théiculteur-paysan est très basse. Elle est en effet de 0,24 ha par ménage, alors que les calculs de l'Ocir-thé estiment un minimum de 0,50 ha pour prétendre à une bonne rémunération de la théiculture. Il montre également une répartition quelque peu homogène des surfaces moyennes occupées par les théiculteurs. Cela est dû principalement au fait qu'au moment de l'introduction de la théiculture dans le milieu paysan, tous les théiculteurs ont reçu une part égale de la terre, 0,50ha, à consacrer à la théiculture. Si la moyenne aujourd'hui est en dessous (0,24), c'est notamment dû au mode d'acquisition de la terre qui se fait principalement par héritage (on y reviendra au chapitre 5).

A propos de la surface allouée à la théiculture, le site de Gisovu présente une part inférieure par rapport à celui de la moyenne nationale : 1 072 ha pour Gisovu contre 1 254 ha de moyenne nationale²¹¹.

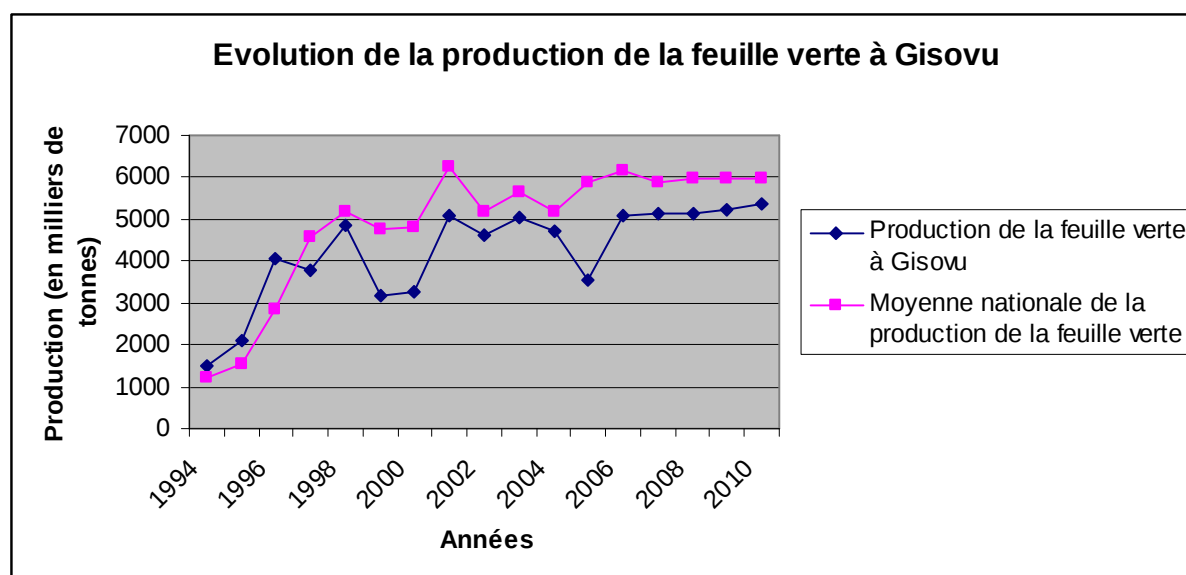
Cependant l'analyse des données de la COOTHEGIM²¹² montre des différences de rendements entre zones théicoles. Dans certaines zones, comme dans celle de Twumba, les rendements peuvent dépasser ceux enregistrés dans les plantations des blocs industriels (appartenant à l'usine). La différence de rendements d'une zone à l'autre s'explique principalement par l'emplacement des théiers (les théiers en marais présentant des rendements supérieurs à ceux plantés sur les flancs des collines), de l'utilisation régulière des engrais et de l'application des conseils techniques nécessaires à l'amélioration de la qualité et des rendements.

²¹¹ Minecofin, Secrétariat de la privatisation (2005), *La privatisation des usines et plantations à thé au Rwanda*, Kigali, 30p.

²¹² COOTHEGIM (2007), Rapport des activités de la Coothegim, Gisovu, 34p.

La production de la feuille verte est un travail exigeant qui comprend plusieurs étapes : de la préparation du terrain à la récolte en passant par la mise en place des théiers, le sarclage, le tipping, la taille et la protection des sols contre l'érosion. Le respect de ces étapes et du calendrier cultural permet d'avoir une bonne récolte en termes de qualité et de quantité. Mais l'opération la plus délicate, la plus exigeante et le plus déterminante dans l'obtention d'un thé de qualité concerne la cueillette de la feuille verte. Celle-ci doit être fine et rigoureuse, elle concerne le bourgeon et les deux premières pousses (petites feuilles tendres) en partant du haut du théier (cette cueillette est appelée Pekoe+2). La cueillette d'une troisième feuille ou une trop forte manipulation de la feuille altère sa qualité. C'est donc une opération, délicate à effectuer et exigeante en termes de temps de travail, qui ne peut se faire que manuellement. Le graphique 5.3 nous donne l'évolution de la production de la feuille verte sur le site de Gisovu.

Graphique 5.2. Evolution de la production de la feuille verte à Gisovu²¹³



Source : Auteur, à partir des données du département des statistiques de l'Ocir-thé (2011)

A travers ce tableau on se rend compte que la production de la feuille verte est très fluctuante à Gisovu et au Rwanda en général. Cela est dû principalement au fait que la production dépend fortement des conditions climatiques. On note généralement une bonne récolte lors d'une bonne saison pluvieuse.

On se rend compte également que la production de la feuille verte à Gisovu est largement en dessous de la moyenne nationale, sauf pour la période 1994-1996 durant laquelle certains des sites théicoles (Mulindi, Rubaya et Nyabihu) étaient en plein réhabilitation suite aux dégâts

²¹³ Nous n'avons pas pu obtenir les données nous permettant de comparer la production dans les blocs appartenant à l'usine et la production dans les champs appartenant aux théiculteurs-paysans.

causés par la guerre d'avril 1994. Cette situation s'explique principalement par l'emplacement des plantations et la superficie allouée à la théiculture. En effet, il s'est avéré que les théiers plantés dans les marais présentent des rendements élevés par rapport aux théiers cultivés sur les collines ; dans le cas de Gisovu, plus de 75% de la théiculture est pratiquée sur les flancs et sur les sommets des collines²¹⁴.

A ces principaux facteurs expliquant le niveau de production, notons également la disponibilité des intrants, l'irrégularité dans le programme de cueillette et le retard dans le remplacement des théiers morts.

La cueillette de la feuille verte à Gisovu se fait deux fois par mois (les deux cueillettes s'espacent de 12 à 14 jours). Pour des raisons d'organisation (contrôle de la qualité, disponibilité de la main-d'œuvre et du matériel de pesage) et de transport, chaque zone dispose de son jour de cueillette. Après la cueillette, la récolte est collectée sur les hangars où elle est pesée puis transportée à l'usine de transformation.

Si le pesage de la récolte, fait par les moniteurs agricoles²¹⁵, concerne le théiculteur à titre privé, la qualité de la récolte est notée selon le secteur de production et un bonus est attribué aux meilleures qualités (nous y reviendrons en détail au chapitre 5).

Le transport de la récolte jusqu'à l'usine de transformation est assuré par la coopérative.

5.5.2. Production du thé noir

La production du thé noir consiste en une opération de la transformation de la feuille verte en thé noir par un procédé industriel de fermentation.

A Gisovu, la production du thé noir se fait uniquement par l'usine de transformation sous contrôle étatique (par le biais de l'Ocir-thé). Cette usine qui s'entoure des plantations de théiers dans un rayon d'environ 15 km a été construite en 1979. Dotée d'une capacité installée de 1 200 tonnes et de deux lignes de production, l'usine de Gisovu a commencé à produire en 1983.

L'usine de Gisovu, qui possède ses propres plantations de théiers (blocs industriels), achètent sa matière première, feuille verte, aux théiculteurs-paysans à raison de 96 Frw/kg, depuis juin 2010.

²¹⁴ Rapport d'activité de la COOTHEGIM 2007, p.10.

²¹⁵ Théiculteurs choisis, pour leur expérience, leur sérieux et leurs savoir-faire, par la coopérative pour encadrer les autres théiculteurs. Chaque secteur dispose d'au moins un moniteur. Ils sont volontaires et non rémunérés par la coopérative

Le procédé de transformation, à Gisovu se fait selon la méthode CTC (« crush, tear, curl »). Cette méthode, qui consiste à broyer, à déchiqueter et à boucler ou rouler les feuilles de thé, est la plus utilisée dans le processus de transformation du thé noir.

Elle représentait, en 2000, 80% de la production mondiale et est utilisée pour les thés répondant aux qualités « fannings, dust et broken ». Ce sont des qualités de thés les plus exportés car permettant une utilisation en sachet²¹⁶.

La méthode CTC est mécanisée. Les machines utilisées écrasent rapidement les feuilles de thé flétries pour en retirer la sève; ensuite, elles les déchirent ou les brisent pour finalement les rouler en petites boules qui ressemblent à des cristaux de café instantané. Les feuilles sont ensuite séchées ou déshydratées à des températures contrôlées.

L'encadré 5.1 nous donne les étapes de production du thé noir selon le procédé CTC.

Encadré 5.1 : Etapes de production du thé noir, selon le procédé C.T.C²¹⁷.

- La réception : les feuilles sont analysées pour déterminer la qualité de la cueillette et pesées pour connaître la quantité.
- Le flétrissage : cette opération consiste à abaisser la teneur d'eau des feuilles vertes. Les feuilles sont étalées sur des bacs où elles perdent 30% d'humidité après environ 12 à 18h.
- Le roulage : le roulage consiste à tordre la feuille pour favoriser par suite l'oxydation. Les feuilles sont écrasées pour en extraire le jus, puis préparées à la fermentation et transformées en particules correspondant au type de thé souhaité
- La fermentation : la fermentation du thé est un phénomène d'oxydation se réalisant en présence des enzymes produites lors du roulage. Les feuilles écrasées sont mises en fermentation pendant au moins 1h 30minutes
- Le séchage : c'est une opération qui consiste à arrêter l'évolution des réactions enzymatiques en cours pendant la fermentation et à ramener l'humidité du thé au taux de 3%, taux nécessaire pour la conservation. Et enfin :
- Le triage qui consiste à extraire les fibres à l'aide des extracteurs et à séparer les thés en grades et en catégories distinctes.

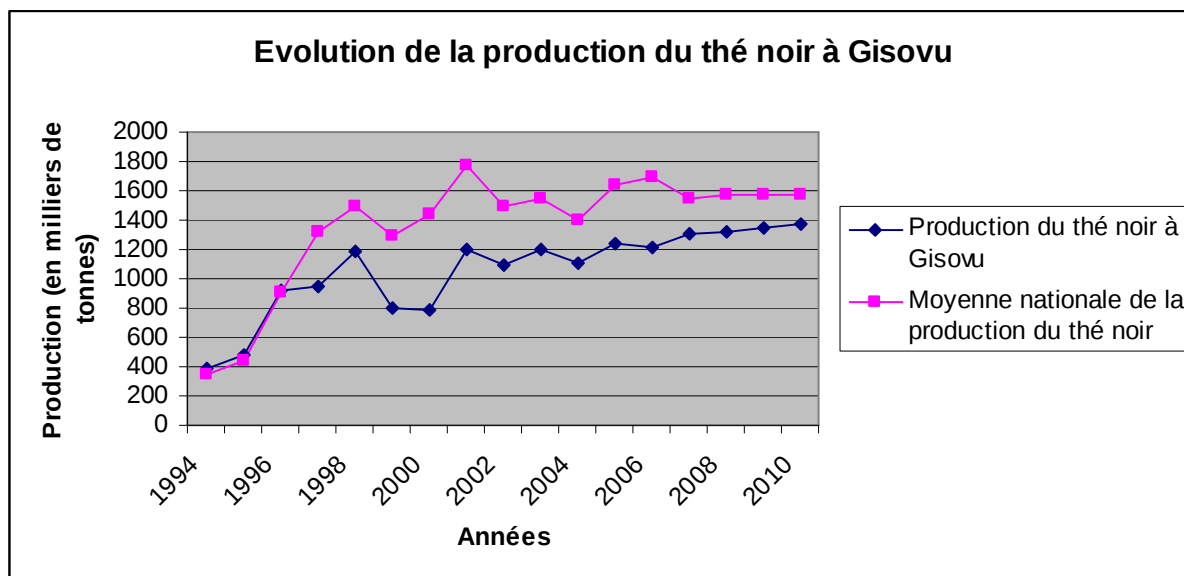
²¹⁶ CNUCED (2002), *World Commodity Survey 2000-2001*, Geneva, 154p.

²¹⁷ CNUCED, Info Comm <http://www.unctad.org/infocomm/francais/the/marche.htm>, consulté 03 décembre 2009

Contrairement au procédé traditionnel, manuel, la méthode CTC, entièrement mécanisée, permet de traiter rapidement une grande quantité de feuilles qui, en temps ordinaires, seraient inutilisées.

Le graphique 5.4 nous donne l'évolution de la production du thé noir à Gisovu par rapport à la moyenne nationale.

Graphique 5.3 : Evolution de la production du thé noir à Gisovu par rapport a la moyenne nationale



Source : Auteur, à partir des données du département des statistiques de l'Ocir-thé, 2011

La production du thé noir dépend bien évidemment de la production de la feuille verte qui constitue sa principale matière première. Si cette dernière est fluctuante et inférieure à la moyenne nationale, pour le cas de Gisovu (graphique 5.3.), il est tout à fait normal que la production du thé noir à Gisovu présente une situation similaire. D'autre part nous notons une convergence des évolutions, et donc un accroissement pour Gisovu, depuis 2006.

La principale raison à cette situation, en dehors du fait que la superficie allouée à la théiculture à Gisovu est inférieure à la moyenne nationale et que celle-ci se pratique en altitude (sur les flancs et les sommets des collines), est due au coefficient de transformation (C.T.) de la feuille verte en thé noir, comme le montre le tableau 5.2.

Tableau 5.3. Coefficients de transformation de la feuille verte en thé noir des sites théicoles au Rwanda (année 2003)

Sites théicoles	Coefficient de transformation (C.T.)
Mulindi	4,25
Shagasha	4,20
Gisakura	3,30
Mata-Nshili	4,27
3Kitabi	3,10
Rubaya	4,22
Nyabihu	4,25
Pfunda	4,20
Gisovu	4,27
Sorwathé	4,20
Moyenne nationale	4,02

Source ; Minecofin, Bulletin du secrétariat de privatisation, n° 18, janvier-mars 2004, p.15.

Le tableau ci-dessus montre qu'il faut, à Gisovu, au moins 4,27 kg de feuille verte pour pouvoir produire 1 kg de thé noir, alors que la moyenne nationale se situe à 4,02 kg de feuille verte pour 1kg de thé noir. Les raisons à cette situation sont purement techniques et sont imputables à la performance des équipements de l'usine surtout pour les dernières usines étatiques installées en 1983 (celle de Gisovu et Mata-Nshili)²¹⁸.

5.5.3. Les activités de transport et de commercialisation

5.5.3.1. Transport et commercialisation de la feuille verte

La vente de la feuille verte se fait le jour même de la cueillette. Chaque zone dispose de son propre jour de cueillette et donc de vente. Les feuilles récoltées sont collectées dans des hangars, pesées et tassées dans des camionnettes pour être acheminées vers l'usine. Le pesage de la récolte se fait individuellement et les quantités récoltées sont enregistrées dans des fiches individuelles par les moniteurs travaillant pour le compte de la coopérative. Ceux-ci se chargent également du contrôle de la qualité de la feuille verte. Une feuille présentant plus de deux feuilles en plus du bourgeon est automatiquement refusée.

²¹⁸ Ces informations nous ont été fournies par la personne chargée de la maintenance et de l'entretien à l'usine de transformation de Gisovu, le 25 août 2008.

La feuille verte étant très fragile, son chargement constitue une opération délicate, on doit, en effet, éviter toute manipulation conduisant à la détérioration de sa qualité.

Le transport de la feuille verte vers l'usine de transformation est assuré par la coopérative. Il se fait soit par des camionnettes appartenant à la coopérative ou soit par des camionnettes louées aux privés par la coopérative.

Le chargement et le transport de la feuille verte se font par secteur.

Arrivées à l'usine, les feuilles sont analysées pour déterminer la qualité de la cueillette et pesées pour connaître la quantité. A ce stade, l'appréciation de la qualité et de la quantité se fait par secteur et non par théiculteur pris individuellement.

Un secteur bien noté pour la qualité de son thé bénéficie d'un bonus, via la coopérative, lors du paiement.

Le paiement intervient chaque mois et se passe à la coopérative. En effet, celle-ci reçoit le paiement de toute la récolte vendue à l'usine et se charge de redistribuer les sommes aux bénéficiaires qui sont en même temps tous membres de la coopérative. En d'autres mots c'est comme si les théiculteurs-paysans vendait leur récolte à la coopérative et que cette dernière se chargeait de la vendre à son tour à l'usine de transformation.

5.5.3.2.Commercialisation du thé noir

Après transformation de la feuille verte en thé noir, celui-ci est acheminé à Kigali dans les dépôts de l'OCIR-THE. Du fait de sa bonne qualité, la quasi-totalité du thé de Gisovu est vendue à l'extérieur du pays. Signalons en effet, qu'il existe trois sortes de marché pour le secteur théicole : le marché local, le marché des enchères de Mombassa (exportation) et les ventes directs (exportation).

A. Le marché domestique

Le marché local du thé n'est pas développé. Selon les données de l'OCIR-THE (2008), il n'a jamais dépassé 4,7% des ventes totales de tout le secteur, depuis 1984.

La consommation du thé n'est pas dans les habitudes de la population rwandaise, sauf dans le milieu urbain. Hormis ce désintéressement de la population rwandaise vis-à-vis du thé, les produits complémentaires (sucre et lait) qu'exigent sa consommation ne sont pas de nature à favoriser une demande élevée du thé. En effet, le prix élevé du sucre implique que le thé ne soit pas accessible à une grande partie de la population, d'où une faible consommation.

Le niveau de consommation par tête d'habitant est dérisoire, il était de 0,05kg/ an, en 2006, alors que pour les pays comme le Royaume-Uni, l'Egypte, l'Irlande qui ont une tradition du thé, il était respectivement de 2,53 ; 2,17 et 3,59 kg/hab (FAO, 2006, p.11)²¹⁹.

Hormis les habitudes de consommation de la population et la cherté des produits complémentaires, la faiblesse de la demande interne est aussi expliquée par le fait que le secteur théicole a été pensé et développé dans l'optique d'un secteur d'exportation. A cet effet, il est très rare de trouver des campagnes publicitaires incitant la population locale à la consommation du thé.

Compte tenu de ces facteurs, l'OCIR-THE, préfère vendre sur le marché local un thé de moindre qualité, moins cher et donc facilement accessible. Le thé de qualité supérieure, dont celui de Gisovu, plus cher, est réservé à l'exportation.

Cet élément constitue un des freins à un SYAL, comme nous l'expliquons au chapitre 6 étant donné que la dynamique de territorialisation se renforce du fait d'une demande territorialisée locale ou extérieure reconnaissant le territoire comme valeur ajoutée justifiant la niche du produit et son ancrage local.

B. Les enchères de Mombassa (Kenya)

Le thé de Gisovu comme les autres thés rwandais sont vendus sur les enchères de Mombassa (Kenya). Ces dernières constituent, aujourd'hui, un des trois principaux centres de renommée internationale dans la commercialisation du thé²²⁰. La quasi-totalité des pays producteurs africains (le Kenya, l'Ouganda, le Burundi, la Tanzanie, la République Démocratique du Congo, le Rwanda, le Zimbabwe, le Madagascar,...) y écoule leurs thés.

Fonctionnement des enchères de Mombassa

Les ventes aux enchères se font par l'intermédiaire des courtiers (brokers) ; tous les pays producteurs (vendeurs) qui œuvrent sur le marché de Mombassa ont leurs représentants ou courtiers.

Les enchères pour les thés de qualité ont lieu tous les mardis et ceux de qualité inférieure tous les lundis de la semaine.

²¹⁹ FAO, Comité des produits (2006), Situation actuelle du marché du thé et perspective à moyen terme. Groupe Intergouvernemental sur le thé, 17^{ème} session, Nairobi (Kenya), 29 novembre au 1^{er} décembre 2006, 11p.

²²⁰ Trois principaux marchés des enchères se dégagent de plusieurs marchés des enchères que compte le secteur théicole mondial. Il s'agit du marché des enchères de Calcutta (Inde), Colombo (Sri Lanka) et Mombassa (Kenya). Concernant ce dernier marché, son prix du grade de thé PF1 sert pour la CNUCED de prix de référence mondial du thé.

L'OCIR-Thé envoie des échantillons des ses différentes usines (sites théicoles) et les différentes catégories (ou grades) à ses courtiers.

Après avoir testé les échantillons, les courtiers les envoient à leurs principaux acheteurs²²¹.

Le jour de la vente, les représentants de « East Africa Tea Association, EATT »²²² annoncent pour chaque lot de thé le prix de départ des enchères. Ce prix de départ est déterminé selon la qualité du thé.

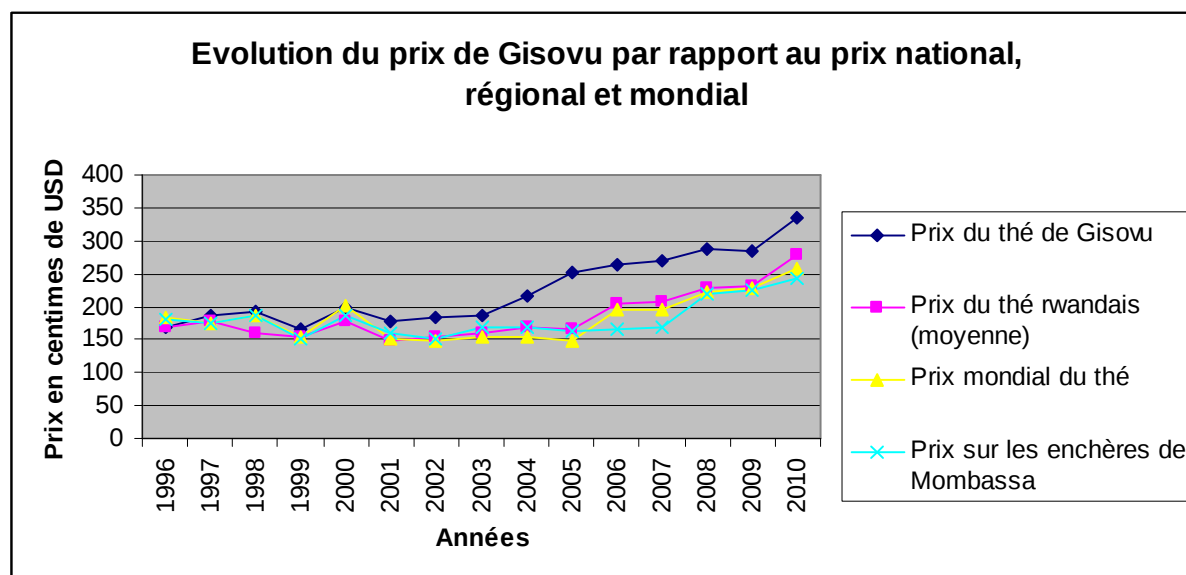
Contrairement aux marchés des enchères « classiques » où on a un seul offreur et plusieurs demandeurs, le marché des enchères du thé regroupent plusieurs offreurs et demandeurs pour un même produit. Ce qui fait que la demande et l'offre y sont également très déterminantes dans la fixation du prix.

Pour un thé de bonne qualité, le prix de départ des enchères sera élevé en tenant compte de la présence, sur le marché, des autres thés de bonne qualité.

Trois facteurs déterminent donc le prix du thé sur les enchères : la qualité du thé, lors de la fixation du prix de départ pour les enchères (les thés réputés de bonne qualité bénéficient d'un prix initial de lancement des enchères plus élevés que les autres thés), l'offre et la demande.

Le graphique suivant nous renseigne sur l'évolution des prix du thé de Gisovu par rapport aux prix national, régional et mondial.

Graphique 5.4. : Evolution du prix du thé de Gisovu par rapport aux prix national, régional (Afrique centrale, orientale et australe) et mondial.



²²¹ A noter que les principaux acheteurs, qui sont des grandes compagnies oeuvrant dans le secteur (Tata Tetley, James Finlay, Van Rees B.V.,...), possèdent leurs propres maisons de représentation sur place.

²²² C'est une organisation qui regroupe tous les acteurs oeuvrant dans le secteur : acheteurs, vendeurs, représentants du port de Mombassa,

Source : Auteur, à partir des données de la FAO (Faostat) et de l'EAST AFRICA TEA TRADE (EATT)

Force est de constater que comparativement aux prix mondiaux, régionaux et nationaux, le thé de Gisovu capte des prix largement supérieurs. Ses prix se détachent complètement des autres prix et connaissent une progression continue positive à partir de l'année 2001. Par rapport à l'année 2000, par exemple, le prix proposé pour le thé de Gisovu, en 2010, a connu un accroissement de 69%. Cette situation est due principalement à la consistance de la qualité du thé présenté sur le marché. En effet, on commence à noter sur le marché des enchères une régularité dans la qualité de Gisovu à partir de l'année 2001²²³. Cette régularité de la bonne qualité du thé présenté sur les enchères va permettre au thé de Gisovu d'acquérir une certaine confiance et réputation auprès des courtiers et acheteurs et à capter un consentement à payer plus cher.

Parmi les clients du thé de Gisovu, on retrouve des compagnies de renommée internationale dont Lipton (groupe Unilever), James Finley, Van Rees, Global Tea and Commodities, comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 5.4. Acheteurs du thé de Gisovu aux enchères de Mombassa (année 2008)

Compagnies	Prix/kg (en USD cent) appliqué pour chaque type de qualité		Part en % de la quantité achetée
	Qualité supérieure	Qualité inférieure	
Lipton LTD (néerlando-britannique)	225	151	20,32
James Finlay (britannique)	233	186	12,34
Van Rees B.V. (néerlandaise)	249	209	8,16
Global Tea (britannique)	211	145	7,92
Stansad LTD (kenyan)	227	151	6,06
Juja Coffee (kenyan)	241	200	6,04
Chai Trading (kenyan)	224	170	5,50
Lab International (kenyan)	239		5,44
Mombassa Coffee (kenyan)	259	182	4,34
Devchand Keshavji (kenyan)	237		3, 72
Cofftea agencies (kenyan)	256	149	3,52

²²³ Ces informations ont été recueillies, durant nos enquêtes à Mombassa, en octobre 2008, auprès du courtier du thé rwandais : COMBROK LIMITED

Al-Emir LTD (Emirats Arabes unis)	232		2,37
M J Clarke LTD (britannique)	291	154	2, 21
Abbas Traders (Pakistan)	290	104	1,91
Gokal Trading LTD (Taiwan)	242	221	1,55
Imperial Teas (kenyan)	276	211	1,45
Shakab I & E Co (Thailand)	236	138	1,15
Ranfer Teas (Sri Lanka)	207	171	1,08
Quantités invendues			0,04
Autres			4,88
Total			100

Source: Van Rees B.V. Kenya, Auction Buyers-Summary 2008, p.1.

De ce tableau, on constate que quatre des dix huit compagnies, se partagent à eux seuls environ 50% des achats du thé de Gisovu. Ces compagnies, qui sont toutes situées dans les pays développés, achètent le thé de Gisovu en vrac, le mélange à d'autres thés de qualités inférieures, l'empaquettent en y apposant le non de leur marque (exemple Lipton), font sa promotion et le vendent aux consommateurs. Cette façon de procéder coupe tout lien possible entre les acteurs de production de Gisovu et le consommateur final, annihilant ainsi toutes possibilités de fidélisation entre le producteur et le consommateur.

En outre, le mélange et l'emballage représentent des activités à haute valeur ajoutée. Selon la FAO (1999)²²⁴, environ 15% du prix du thé, au détail, vont dans les plantations et à l'usine de transformation, 0,3% chez les courtiers, tandis que plus de 80% du prix vont chez les exportateurs. Entre 30% et 50% du prix du thé au détail, poursuit le rapport, sont alloués aux mélanges, emballages et promotion.

Chaque fin d'année, l'usine de transformation de Gisovu verse à la coopérative des théiculteurs-paysans, la COOTHEGIM, dix pourcent (10%) du bénéfice réalisé au cours de l'année. Ce montant est distribué aux théiculteurs qui ont réalisé les meilleures récoltes en termes de qualité, au cours de l'année²²⁵.

A l'issue de chaque vente, les courtiers informent l'OCIR-Thé sur les prix obtenus par le thé rwandais et sur la tendance du marché en général.

²²⁴ FAO (1999), Intergovernmental Group on Tea, *Dealing with Price risk*, September 1999, 47p.

²²⁵ Dans les pages qui suivent nous allons revenir sur l'importance et le rôle du bonus et de la coopérative dans le processus de spécification du thé.

Les prix enregistrés aux enchères constituent un meilleur guide de prix pouvant servir de référence lors des négociations avec les clients privés pour les ventes directes.

C. Le marché des ventes directes aux privés

Les ventes directes sont des contrats négociés directement entre le producteur et l'acheteur. Ce genre de ventes est conclu lorsque les enchères sont clôturées et se réfèrent aux prix réalisés lors des enchères mais avec une légère plus value.

A propos de ce marché, Th. Nkunuzimana (2005)²²⁶ note qu'il a été initié en vue de pallier le bas niveau des prix des enchères.

Contrairement aux marchés des enchères, où entre le vendeur et l'acheteur s'interpose un intermédiaire (le courtier), le marché des ventes directes permet un lien direct entre les acheteurs et les vendeurs. Ce contact direct est conditionné par les différentes étapes permettant l'achat ou la vente du produit (dégustation des divers échantillons représentant les thés fabriqués par usine, fixation des prix, confirmation des offres, paiement).

Le thé acheté en vrac est mélangé à d'autres thés par les acheteurs pour pouvoir répondre à la diversité des goûts des consommateurs. Ce mélange des thés fait que le lien acheteur-vendeur n'aille pas au-delà du rapport prix-qualité et ne s'établisse pas sur un long terme. La principale préoccupation de l'acheteur étant d'acheter des thés de qualités là où ils sont meilleurs marchés.

Le thé de Gisovu est principalement vendu aux enchères, seuls entre 5 et 7% de son thé ont pu être vendu via les contrats directs, durant la période 2003-2008.

5.5.4 Valorisation de la filière jusqu'au bout de la chaîne de valeur (« Global Value Chain »)

Jusqu'en 2007, la quasi-totalité de thé de Gisovu était vendu en vrac, sur le marché mondial via les enchères de Mombassa. Les acheteurs qui sont pour la plupart des multinationales achètent un produit déjà transformé et tout ce qu'elles ont à faire c'est de le mélanger aux thés de mauvaise qualité, de l'emballer et de faire sa promotion.

Depuis septembre 2007, le Rwanda, via l'Ocir-thé, a entrepris un programme de valorisation de la filière thé par l'ajout de la valeur ajoutée, mélange et emballage, à son thé noir. Deux types de thé sont proposés sur le marché local et international.

²²⁶ Nkunuzimana Tharcisse (2005), *Une filière agro-industrielle en mutation. Cas de la filière théicole au Burundi*. Thèse de doctorat en sciences agronomiques et ingénierie biologique. Option : Economie rurale. UCL, Louvain-la-Neuve, 303p.

Le premier est un mélange de thés en provenance des différents sites sous contrôle de l'Ocir-thé. Il est étiqueté : « Rwandan Tea ».

Le second est un thé de qualité, en provenance du site théicole de Gisovu. Il est identifié sous le nom de: « Rwanda Tea Premium Gisovu ». Selon le chargé du département de Marketing à l'Ocir-thé²²⁷, la décision de ne pas mélanger le thé de Gisovu avec d'autres thés et de l'identifier selon son origine de production a été motivée par le fait que le thé de Gisovu commence à acquérir une notoriété auprès des consommateurs locaux.

En effet, contrairement aux autres produits de qualités qui gagnent d'abord leur notoriété au niveau local, régional (au sens infranational) ou national avant de conquérir les marchés étrangers, le thé de Gisovu a emprunté le chemin inverse. C'est-à-dire qu'il a d'abord acquis sa réputation au niveau du marché mondial (enchères de Mombassa) avant de conquérir le marché national. Plusieurs facteurs ont contribué à cette situation.

Tout d'abord, le thé a toujours été considéré comme un produit d'exportation. Seulement le thé de moindre qualité, vendu en vrac, pouvait être vendu sur le marché national. Cette façon de procéder a donc coupé tout lien entre les producteurs et les consommateurs locaux.

Ensuite, la notoriété du thé de Gisovu sur le marché mondial, suite à la capture des meilleurs prix, a permis une prise de conscience, de la part des autorités publiques, du potentiel en termes de valorisation que représente le thé de Gisovu. Cela s'est traduit par le conditionnement du thé de qualité de Gisovu dans de petits paquets de 50 g, de l'apposition sur ce paquet d'un logo indiquant la provenance du thé : « Gisovu Premium » et de sa promotion.

²²⁷ Cette personne a été interviewée, en août 2008, dans le cadre de nos enquêtes pour ce travail.

Image 5.1. Thé empaqueté de Gisovu sous indication du lieu de production



Source : photo prise par l’auteur en 2009

Le thé de Gisovu, en plus d’être le seul thé vendu par l’Ocir-thé (office étatique), sous indication d’origine est également le thé qui capte les meilleurs prix sur le marché local.

En effet, en 2010, le thé Sorwathé de 100g coûte localement 750 (1,5USD) Frw, le thé de l’Ocir-thé « Rwanda Tea » de 100 g coûte 725Frw (1,45USD) Frw, tandis que le thé de Gisovu « Premium Gisovu » de 50 g vaut 750 Frw (1,5USD). C’est-à-dire qu’à quantité égale, le thé de Gisovu vaut deux fois les autres thés.

La promotion qui a suivi le conditionnement du thé, depuis octobre 2007, à travers les médias (radio et télévision), les expositions internationales sur le commerce (2007, 2008, 2009, 2010 et 2011) et les panneaux publicitaires, surtout dans la ville de Kigali, vantant les mérites de la qualité du thé rwandais, a permis à la population locale (surtout celle des villes) de connaître le thé rwandais surtout celui de Gisovu car dans les spots publicitaires, ou lors des expositions internationales, le thé de Gisovu est présenté comme un des meilleurs thé du monde.

Cette notoriété du thé de Gisovu sur le marché local se renforce d’année en année. L’exemple le plus récent vient d’une compétition sur la qualité du thé, dénommée « *Tea Cup of Excellence* », qui a été organisée à Mombassa (Kenya), au mois de juillet 2011, et qui a vu le thé de Gisovu émerger premier des 35 compagnies²²⁸ de thé de la région (Kenya, Burundi, Tanzanie, Ouganda,...) qui avaient participé à la compétition. D’après le journal « *The new Times* » : « *At least 35 tea companies from various countries participated in the competition. Gisovu Tea was the best overall followed by Kenta Tea and Kitabi Tea, which emerged 3rd.* »

²²⁸ Au chapitre 6, nous expliquerons la différence entre compagnie de Gisovu et zone de Gisovu.

Only the top three were recognised at the event....In the competition, emphasis was put on the quality of tea in terms of taste and cleanness of the product” (The New Times, 23 July, 2011)²²⁹.

La notoriété du thé de Gisovu sur le marché local s’observe également à travers ses ventes sur ce marché. Si on s’en tient aux données des ventes sur les années 2008, 2009 et 2010, on constate, à travers le tableau suivant, que les ventes du thé conditionnés ont significativement augmenté, que ce soit à l’intérieur ou à l’extérieur du Rwanda.

Tableau 5.5 Ventes du thé rwandais empaqueté (en USD)

Type de thé	2008		2009		2010	
« Rwanda Tea »	Marché local	Marché extérieur	Marché local	Marché extérieur	Marché local	Marché extérieur
	462 871	223 543	501 134	534 212	520 876	550 980
« Gisovu Premium »	Marché Local	Marché extérieur	Marché local	Marché extérieur	Marché local	Marché extérieur
	649 356	549 786	912 649	765 345	913 411	767 120
Total des ventes	1 112 227	773 329	1 413 783	765 345	1 434 287	1 318 100

Source : Ocir-thé (2011), Département de Marketing

Force est de constater que le thé de Gisovu représente respectivement 64 et 58% des ventes totales locales et extérieures, durant l’année 2010. Il est noté également que les ventes des thés empaquetés ont connu une évolution positive depuis 2008, de l’ordre de 29% en ce qui concerne le marché local et de 70% pour le marché extérieur, entre 2008 et 2010.

Notons que ce marché de thé empaqueté, qui représente 2,5% des ventes totales du thé rwandais, en 2010²³⁰, concerne une petite frange de la population aisée habitant le milieu urbain. Les principaux clients de l’Ocir-thé pour les thés empaquetés étant surtout les grandes

²²⁹ The New Times est journal est une périodique rwandaise.

²³⁰ La Banque Mondiale (2011) note que la vente du thé rwandais a générée en 2010, 55,7 millions de dollars américains.

surfaces pour le marché local (Nakumatt, Simba,...) tandis que pour le marché extérieur, Clark and Co reste le principal acheteur.

Le fait que la compagnie Clark and Co achète du thé de Gisovu et l'écoule sur les marchés étrangers (Angleterre et Canada) est une indication sur la possibilité de faire un lien entre producteurs du thé de Gisovu et consommateurs finaux à travers un signe de qualité lié à l'origine de production.

5.5.5. Le thé de Gisovu : une référence pour l'usine ou pour la région de Gisovu ?

Le thé de Gisovu, que ce soit sur le marché local ou international est vendu sous appellation de son lieu de production, Gisovu. Le thé est vendu par l'usine de transformation après transformation de la feuille verte des théiculteurs-paysans.

Plusieurs raisons nous amènent à considérer que les références, « Gisovu Tea » aux enchères de Mombassa et « Gisovu Premium » sur le marché domestique », qu'on retrouve sur les paquets du thé noir produit à Gisovu, ne font pas références à une marque individuelle de l'usine mais font référence à la région de Gisovu.

L'usine de transformation qui empaquète et étiquette n'utilise pas la mention : « usine de Gisovu » parce que les représentants de l'usine sont conscients du fait que la mention du lieu de production sur le paquet signale au consommateur une qualité qui a des attributs qui sont dus au lieu de production. Durant nos enquêtes, que ce soit au niveau des théiculteurs, des représentant de l'usine, des agents de l'Ocir-thé, des acheteurs et des vendeurs du thé de Gisovu, la qualité du thé de Gisovu était chaque fois attribuée aux conditions naturelles de la région. Il est donc intéressant pour les producteurs et pour les acheteurs que ce soit la région qui est mise en avant au lieu de l'usine.

Outre les conditions naturelles de la région, le produit fini, le thé noir, est le produit des efforts de plusieurs acteurs dont les théiculteurs-paysans, à travers leur coopérative, qui fournissent 80% de la matière première. Sans la contribution des théiculteurs-paysans dans l'amélioration de la qualité de la feuille verte, le thé noir produit par l'usine n'aurait pas une aussi bonne réputation (confère chapitre 6).

Le thé noir produit par l'usine de Gisovu est un produit identitaire pour les habitants de la région. Ils se reconnaissent dans ce thé et sont fiers de contribuer à sa réputation. Pour une région enclavée, la réputation du thé de Gisovu au niveau national et international confère à la

région une certaine visibilité. Un signal de qualité qui met en avant la région implique davantage les théiculteurs-paysans et les responsables de l'usine en sont conscients (cf 6.2.1.2.).

A travers l'analyse de la filière-production que nous venons de faire dans cette section, plusieurs acteurs impliqués directement ou indirectement dans le développement de la filière se dégagent. Dans la section (5.6) nous identifions ces acteurs et analysons la nature de leurs interactions.

5.6. Les acteurs de la filière théicole à Gisovu et leurs interactions

Tout le long de la filière théicole à Gisovu une série d'acteurs jouent un rôle important dans le développement de la théiculture. Il est important de les identifier, de connaître leur localisation, leur degré d'implication, leurs caractéristiques pour pouvoir ensuite comprendre leurs relations, leurs stratégies et par conséquent connaître l'éventuelle dynamique en œuvre, les réseaux, la construction d'une potentielle action collective et capacité commune en vue de développer le système.

5.6.1. Identification et localisation des acteurs principaux

Depuis les premières plantations des théiers en 1976, plusieurs acteurs ont été impliqués dans la théiculture à Gisovu. Au fur et à mesure que le secteur se développait, certains groupes d'acteurs apparaissaient, d'autres disparaissaient, d'autres existent toujours.

Aujourd'hui, les principaux groupes d'acteurs impliqués sont les théiculteurs-paysans, la coopérative des théiculteurs (COOTHEGIM), l'usine de transformation de l'Ocir-thé, les courtiers du thé à Mombassa, l'institution publique de recherche (ISAR), les institutions financières (la Banque populaire du Rwanda et la Banque rwandaise de développement) et les transports en l'occurrence privés.

L'avènement de la politique de privatisation des établissements publics, au niveau national, en 1996, est un fait marquant au niveau de l'implication des acteurs dans le développement de la filière théicole à Gisovu. Dans les pages qui suivent nous identifions ces acteurs selon leur présence dans le secteur théicole, avant ou après l'avènement de la privatisation.

5.6.1.1. Acteurs spécifiques avant la privatisation

Les Théiculteurs-Paysans

Les théiculteurs-paysans s'occupent principalement de la production des feuilles vertes, principale matière première dans la production du thé noir, qu'ils vendent à l'usine de transformation, installée sur le site, via leur coopérative : la COOTHEGIM.

Pour un site regroupant 3578 ménages, la coopérative comptait en 2008, 3076 théiculteurs²³¹, c'est-à-dire 86% des ménages possèdent un champ de thé. Et sur une superficie totale de 1072 ha consacrée à la théiculture, 732 ha sont occupés par le thé des théiculteurs-paysans (soit 68% de la surface consacrée à la théiculture).

En moyenne un ménage-théiculteur consacre à la théiculture 24 ares. Les champs, dans cet espace théicole, se trouvent à une faible distance fonctionnelle les uns par rapport aux autres. Une piste de pénétration pour les cueilleurs, un petit canal d'irrigation ou une haie d'herbe constituent, pour la plupart des cas, l'objet de séparation d'une exploitation théicole à une autre. Quant aux habitations des théiculteurs, elles sont concentrées dans la partie la plus fertile du site : un terroir de collines, de moyenne altitude, situé à l'est du site. Ce terroir est densément cultivé et densément peuplé. La densité moyenne y est en effet de 281 hab./km²²³².

L'Usine de transformation de Gisovu

L'usine de transformation de la feuille verte en thé noir de Gisovu est une propriété de l'Etat, sous contrôle de l'OCIR-THE.

Construite en 1979 avec une capacité installée de 1200 tonnes de thé noir, l'usine commence à produire en 1983.

L'usine possède ses propres champs (blocs industriels) sur 340 ha (32% de la surface théicole de Gisovu) où travaillent environ 400 personnes sous des contrats à durée déterminée. En 2009, l'usine comptait également 423 personnes s'occupant du fonctionnement de l'usine (personnel technique et administratif). Signalons que tout ce personnel habite sur le site théicole de Gisovu.

A travers l'Ocir-thé, l'usine de transformation de Gisovu se chargeait d'assister les théiculteurs-paysans dans leur théiculture, jusqu'en 1999. Cette assistance était répartie le long de la filière, jusqu'à la vente de la feuille verte (récolte). Les principales activités dans lesquelles intervenait l'usine étaient : la recherche et la vulgarisation, la disponibilisation des

²³¹ Rapport de la COOTHEGIM 2007

²³² MINALOC, District de Karongi, Plan de développement du district de Karongi 2008-2013, Karongi, 234p.

plants de théiers, l'encadrement technique, la construction des hangars de collecte de la récolte, le transport de la récolte, l'aménagement et réhabilitation des pistes de dessertes.

Il est important de noter que depuis février 2011, dans le cadre du programme de privatisation, l'usine de transformation du thé noir de Gisovu a été cédée à la compagnie Borelli Tea Holdings Limited (dont le siège est en Angleterre). Cette compagnie a acheté à l'Etat 60% de ses actions. Le reste des actions est réparti entre l'Etat (30% des actions) et les théiculteurs-Paysans (10%), à travers leur coopérative, la COOTHEGIM.

La compagnie Borelli n'ayant pas encore débuté ses activités, nous donnerons dans le chapitre 5 des pistes de réflexion relatives à cette transition, notamment dans la perspective des relations entre les théiculteurs-paysans et la compagnie et au regard de la stratégie de différenciation I.G. que nous proposons dans cette thèse.

Les courtiers

Le thé noir de Gisovu, tout comme le thé des neuf autres usines de l'Ocir-thé est vendu aux enchères de Mombassa (Kenya). Pour ce faire, l'Ocir-thé travaille avec des courtiers qu'il engage. Acteur-clé lors de la vente du thé noir, le courtier veille au suivi de la qualité du thé qu'il vend par des dégustations systématiques, donne aux producteurs (les 9 usines de transformations installées dans les sites théicoles) des informations sur la tendance du marché, paie les charges du producteur encourues à l'étranger, rapatrie les recettes de vente dans les délais requis et veille surtout aux intérêts du producteur à l'étranger. Les principaux courtiers du thé rwandais sont Venus Tea Brokers Limited et Combok Limited. A l'issue de chaque vente, ils informent l'Ocir-thé sur les prix obtenus par le thé rwandais et sur la tendance du marché en général. L'Ocir-thé se charge à son tour de transmettre l'information à ses neuf usines.

Les prix enregistrés aux enchères constituent un guide de prix pouvant servir de référence lors des négociations avec les clients privés, au moment des ventes directes. Ils permettent également, en comparaison aux prix des autres thés de la région (kenyans, burundais, tanzaniens, ougandais,...) d'avoir une idée sur l'appréciation de la qualité du thé rwandais par les acheteurs.

5.6.1.2 Acteurs importants après la privatisation

Avec le retrait de l'Ocir-thé dans l'assistance aux théiculteurs-paysans, suite à la privatisation, on voit apparaître un certain nombre d'acteurs tout le long de la filière.

Outre la coopérative des théiculteurs de Gisovu-Muko, les principaux acteurs rencontrés le long de la filière sont la Banque populaire de Gisovu, l'Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda (ISAR), la Banque de Développement du Rwanda (BRD), l'administration locale, la Fédération Rwandaise des Coopératives Théicoles (FERWACOTHE), les fournisseurs du petit matériel agricole artisanal et les transporteurs privés.

Dans les pages qui suivent, nous donnons une description sommaire de ces acteurs avant d'analyser les mécanismes à la base de leur apparition dans la section suivante.

La Coopérative des Théiculteurs de Gisovu-Muko (COOTHEGIM)

A la suite de la politique de privatisation de tous les établissements publics, dont les unités théicoles, initiée au Rwanda au début de l'année 1996 et en vue de faire face au désengagement de l'Ocir-thé dans les activités théicoles de Gisovu, un groupe de six théiculteurs a vite compris l'importance de se réunir dans un groupement et a été à la base de la création de l'Assation des Théiculteurs de Gisovu-Muko (ATHEGIMU) en juillet 1999.

Dans un séminaire atelier du 11 au 13 juillet 1999 qui a été organisé à l'intention des premiers représentants élus et de l'assemblée générale, ont été dégagé cinq principaux objectifs :

- « augmenter la production des feuilles vertes et améliorer leur qualité en fournissant une assistance technique aux théiculteurs-paysans,
- prendre en charge le transport des feuilles vertes jusqu'au lieu de vente (à l'usine de transformation), améliorer et entretenir les voies de desserte (accès dans les champs et aux hangars de collecte),
- rendre disponibles et faciliter l'accès aux intrants agricoles et aux petits matériels,
- améliorer le bien-être des théiculteurs,
- représenter les théiculteurs et renforcer la coopération avec d'autres coopératives théicoles en dehors du site de Gisovu » (p.3)²³³.

Pour répondre à ces objectifs, l'association s'est dotée d'une structure lui permettant de bien encadrer les théiculteurs dans leurs activités quotidiennes. A la base, le secteur constitue la plus petite unité, au niveau suivant, il y a la zone et après la division. Au sommet l'association est dirigée par un conseil d'administration composée de trois personnes : le président de la coopérative et ses deux vice-présidents.

²³³ ATHEGIMU (2000), présentation et mission de l'ATHEGIMU, Gisovu, juillet 2000, 12p.

Le Rwanda n'étant pas doté d'une législation en matière d'association, mais plutôt en coopérative, l'association a changé de nom pour être une Coopérative des Théiculteurs de Gisovu-Muko (COOTHEGIM) en septembre 2001²³⁴.

Signalons également que, depuis avril 2004, la coopérative compte en son sein une coopérative d'épargne et de crédit (COOPECTHEGIM) dans laquelle les membres sont exclusivement les théiculteurs. Avec cette coopérative les théiculteurs peuvent bénéficier d'un prêt sans intérêt (appelé crédit d'urgence remboursable en 3 mois et ne dépassant pas 100 000 Frw, environ 200 UDS) ou d'un prêt à intérêt réduit (3%).

Acteurs-clé dans l'organisation et la conduite de l'action collective, la COOTHEGIM entretient plusieurs relations avec les autres acteurs. Celles-ci seront approfondies au cinquième chapitre.

La Banque populaire de Gisovu

Mise en place par l'Etat rwandais en collaboration avec l'Etat suisse, les banques populaires sont des coopératives d'épargne et de crédit qui ont pour cible le monde rural.

Initiées depuis 1975, les banques populaires s'implantent dans quasi toutes les communes du Rwanda dont l'ex-commune de Gisovu. A ce sujet J. Nzisabira (1995)²³⁵ note que pour entrer en contact avec sa population cible et permettre sa participation, un réseau de banques populaires locales, agissant chacune sur un espace géographique très réduit (2 km de rayon à peu près) est tissé. Pour l'auteur « chacune des banques populaires locales se caractérisent par une aire de desserte strictement limitée à un tout petit territoire car la gestion, essentiellement bénévole, s'appuie sur un très fort sentiment d'identité locale ou, en d'autres termes, sur les liens de proximité entre membres. Cette restriction spatiale est singulièrement judicieuse dans l'attribution des crédits car plus élevée est la proximité, mieux connue est la probité des requérants » (Nzisabira, 1995, p. 102).

Cette référence à la proximité et au type de droit qu'on y tire se remarque également en matière de sociétaire. En effet, la banque distingue deux sortes de sociétaires : les sociétaires ordinaires et les sociétaires affiliés. Les premiers doivent impérativement être résidents de ce territoire (territoire administrative en l'occurrence la commune) de desserte, avoir plus de 18 ans pour les personnes physiques et souscrire à une ou plusieurs parts sociales rémunérées à

²³⁴ Elle fut agréée par l'arrêté ministériel n° 021/15.00/2002/COOP du 4 mars 2002 (Annexe II) en novembre 2001.

²³⁵ J. Nzisabira (1995), "Réussite et insuccès des banques populaires au Rwanda: esquisse explicative de ce paradoxe", dans CIDEP, *Les facteurs de performances de l'Entreprise*, Ed. AUPELF-UREF, Paris, pp. 97-102.

5% et/ou déposer un montant illimité d'épargne rémunéré à 3%. En revanche est sociétaire affilié toute personne résident en dehors du territoire qui accepte de souscrire à une et une seule part sociale rémunéré également à 5%. Avec ce statut de sociétaire affilié, on ne peut jouir que du seul service de dépôt et d'épargne (avec un intérêt de 3% comme les autres) et de retrait sans accès au crédit²³⁶.

La Banque populaire de Gisovu, installée depuis 1990, est restée fidèle à la logique qui est à la base de l'instauration des banques populaires dans les milieux ruraux.

Installée dans les locaux de l'administration locale, à 800 mètres de la coopérative des théiculteurs et à 2 km de l'usine de transformation, elle comptait, au mois de juillet 2008, 23500 sociétaires ordinaires dont 3020 théiculteurs (c'est-à-dire, 98% des théiculteurs). Ceux-ci bénéficient des crédits de la banque via leur coopérative (on y reviendra dans la section 4.6.2).

L'Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda (ISAR)

L'institut des Sciences Agronomiques du Rwanda (ISAR) s'occupait surtout du café et des autres cultures vivrières. Depuis 2005, on assiste à un regain d'intérêt de la part de l'ISAR pour la théiculture suite aux bons résultats (en termes de recettes d'exportation) enregistrés par le thé noir au niveau mondial, par rapport au café, depuis 2000.

A Gisovu, l'ISAR possède une station de recherche dans la localité de Gakuta, à environ 500 mètres de la coopérative, 800 mètres de la banque populaire et 2km de l'usine. Depuis 2005, il oriente ses recherches en collaboration avec les agronomes de l'usine de transformation et de la coopérative, dans la mise en place de nouveaux clones à haut rendement.

La Banque Rwandaise de Développement (BRD)

Basée à Kigali (la capitale), la Banque rwandaise de développement, est une société anonyme créée par la loi du 5 août 1967 qui a pour mission de devenir un instrument d'investissement dans l'accomplissement des objectifs de développement focalisant sur les secteurs prioritaires de l'économie. Dans sa phase 2000-2005, baptisée « Phase de redéploiement des activités et innovation », la banque entendait concourir à la recapitalisation et la monétisation du monde

²³⁶ Enquête de terrain, informations recueillies auprès de la personne chargée de l'audit à la banque populaire de Gisovu, juillet 2008.

rural, à l'accroissement des exportations face aux défis de l'économie rwandaise²³⁷. C'est dans ce cadre qu'elle a été amenée à entretenir des relations basées sur l'accès aux intrants dans la théiculture avec la coopérative des théiculteurs de Gisovu.

La fédération rwandaise des coopératives théicoles (FERWACOTHE)

La fédération rwandaise des coopératives théicoles a été créée par les théiculteurs au niveau national en décembre 2000. Elle a son siège à Kigali.

La création fut motivée par la volonté d'assister les théiculteurs dans leur quête d'autonomie suite au programme de privatisation des usines à thé. Les objectifs que s'est fixée cette fédération peuvent être résumés en deux points :

- « promouvoir la culture du thé en appuyant la création des coopératives théicoles et en regroupant et consolidant les liens entre les coopératives théicoles déjà existantes,
- représenter les coopératives théicoles au niveau nationale et internationale et renforcer leurs capacités » (p. 12)²³⁸.

La fédération regroupe aujourd'hui treize associations et coopératives théicoles dont la coopérative de Gisovu. Au-delà d'assurer une représentation de ses membres au niveau national, elle appuie les coopératives dans divers domaines dont les domaines administratifs, juridiques et techniques. Elle participe à la formation, en organisant des ateliers informatifs sur son siège à Kigali, au moins une fois l'année. L'augmentation du prix de la feuille verte et l'octroi des actions, équivalent au minimum à 10%, à chaque association ou coopérative, dont la coopérative de Gisovu, dans les usines de transformation sous contrôle étatique, lors de la privatisation, sont quelques exemples de ses réalisations dans la défense des intérêts des théiculteurs.

L'administration locale

A la suite de la politique de décentralisation initiée au Rwanda en 2006, une nouvelle structure administrative a été adoptée. Depuis septembre 2006, le territoire administrative se découpe en cellule, secteur (correspond presque à l'ancienne commune), district (correspond à l'ancienne préfecture) et province.

L'administration locale, dont le rôle global au niveau du secteur est la coordination des interventions de développement des différents acteurs intervenant sur son territoire, est surtout

²³⁷ Banque Rwandaise de Développement, *Rapport annuel 2005: Etats financiers et rapport d'activité du premier trimestre 2006*. Kigali, p. 23.

²³⁸ MINECON (2005), Secrétariat de la privatisation, *La privatisation des usines et plantations à thé au Rwanda*, Kigali, 30p.

présente, pour ce qui est de la théiculture à Gisovu, dans les campagnes de sensibilisation de la population à la production d'un thé de qualité.

Ainsi par exemple lors de nos enquêtes, en août 2008, nous avons pu assister à une séance de sensibilisation, dans la cellule de Gakuta, sur la qualité du thé, organisée par les autorités locales du secteur de Twumba et les responsables de la COOTHEGIM, après les travaux communautaires (Umuganda) organisés au niveau national, tous les derniers samedi du mois.

D'après le secrétaire exécutif du secteur de Twumba, les concertations avec la population organisées après les travaux communautaires constituent des occasions de s'entretenir avec la population sur des sujets importants au niveau national et local, dont le développement de la filière théicole à Gisovu.

Les autorités locales du secteur de Twumba sont également invitées et participent aussi comme conseillères dans la plupart des réunions, organisées par l'usine de Gisovu, se déroulant chaque lundi de la semaine, regroupant les représentants des usines et de la coopérative.

Les fournisseurs de petits matériels agricoles

Les fournisseurs de petits matériels agricoles sont des artisans habitant sur le site, œuvrant dans la vannerie ou la ferronnerie. Ils s'occupent de plusieurs articles dont notamment ceux destinés à être utilisés dans certains travaux théicoles. Il s'agit principalement des paniers de collecte de la feuille verte, des serpettes, des machettes et couteaux destinés à la taille.

Le programme de privatisation dans le secteur agricole a entraîné des changements au niveau de l'implication, dans les activités théicoles, de certains acteurs.

L'Ocir-thé a été obligé de se retirer des activités théicole et de redéfinir ces objectifs. Ceux-ci se résument principalement en l'élaboration des politiques et stratégies relatives au secteur et à la collaboration avec d'autres organes impliqués dans le secteur (institutions de recherches, coopératives, propriétaires des usines,...).

D'autres par contre comme les théiculteurs-paysans vont s'impliquer davantage.

A travers leur coopérative, les théiculteurs-paysans vont initier des actions leur permettant de faire face au désengagement de l'Etat dans l'assistance qu'il leur apportait en continuant à approvisionner l'usine en matière première (feuille verte) et à faire face aux exigences de la demande en termes de qualité du produit. Dans la section (5.6.2) nous analysons les

interactions qu’entretiennent les acteurs dans leur volonté d’améliorer la qualité du thé et d’augmenter les quantités produites.

5.6.2 Interactions entre acteurs et modes de coordination

Les théiculteurs de Gisovu, dans leur rôle de fournisseurs de matière première (feuille verte), interagissent avec leur environnement.

Les relations qu’ils entretiennent avec d’autres acteurs peuvent être horizontales (par exemple entre théiculteurs eux-mêmes ou entre théiculteurs et leur coopérative) et/ou verticales (par exemple entre théiculteurs via la coopérative et l’usine de transformation).

5.6.2.1 Les relations horizontales dans la théiculture à Gisovu

A. Entre théiculteurs

La théiculture est une activité exigeante. En plus de l’exigence dans la conduite de la théiculture, le coût qu’entraînent la création et l’entretien d’une plantation de thé nécessite la mobilisation de moyens (financiers, temps, main-d’œuvre) relativement importants pour des paysans en milieu rural.

Selon les informations recueillies auprès des responsables de la COOTHEGIM, le coût de la création d’une parcelle de 0,50 hectare de théiers s’élève à 72 500 Frw (environ 145 USD)²³⁹. Pour mettre en place une parcelle de théiers et conduire la théiculture, la plupart des théiculteurs s’appuient sur les réseaux sociaux, pour réunir les investissements nécessaires. Ces investissements peuvent être financiers, telles que les cotisations des membres d’une famille pour permettre à l’un d’eux de posséder un champ de théiers, ou en nature. Selon notre enquête, 75% des théiculteurs interrogés ont eu accès gratuitement à la terre, plus souvent grâce au don par un membre de la famille ou par héritage.

La théiculture à Gisovu est une activité qui se fait de façon manuelle. Compte tenu de la pénibilité de certaines tâches et du caractère saisonnier de certaines activités de production (sarclage, taille et récolte par exemple), les chefs d’exploitations sont souvent obligés de faire appel à une main-d’œuvre salariée mais aussi non salariée.

L’utilisation d’une main-d’œuvre non salariée est plus marquée dans les activités de récoltes et mobilisent plus une main d’œuvre familiale comme en témoigne le tableau 5.5.

²³⁹ Information recueillie auprès d’un des trois agronomes de la COOTHEGIM lors de nos enquêtes du 15 août 2008

Tableau 5.6. Répartition de la main d'œuvre (salariée et non salariée) selon les activités théicoles

	Main-d'œuvre salariée	%	Main-d'œuvre familiale (non salariée)	%	Autres main-d'œuvre (non salariée)	%
Sarclage	Bénéficie 5	8	Bénéficie 15	25	Bénéficie 10	17
	Ne bénéficie pas 55	92	Ne bénéficie pas 45	75	Ne bénéficie pas 50	83
	Total 60	100	60	100	60	100
Taille	Bénéficie 3	5	Bénéficie 10	17	Bénéficie 3	5
	Ne bénéficie pas 57	95	Ne bénéficie pas 50	83	Ne bénéficie pas 57	95
	Total 60	100	60	100	60	100
Récolte	Bénéficie 20	33	Bénéficie 60	100	Bénéficie 34	57
	Ne bénéficie pas 40	67	Ne bénéficie pas 0	0	Ne bénéficie pas 26	43
	Total 60	100	60	100	60	100

Source : Nos enquêtes, auprès des théiculteurs-paysans, menées d'août à septembre 2008, portant sur l'utilisation de la main-d'œuvre par les ménages

Une faible proportion d'exploitants fait appel à une main-d'œuvre salariée, cela s'explique principalement par le fait que très peu de théiculteurs sont capables de payer les services d'une main d'œuvre salariée. La rémunération du travail, évaluée en homme/huit heures de travail par jour est à 300 Frw (soit 50 cent de dollar américain).

Cependant lorsque la récolte a été très bonne, suite aux bonnes conditions climatiques, les théiculteurs-paysans sont obligés de faire appel à une main-d'œuvre salariée pour pouvoir récolter toutes les bonnes feuilles (le bourgeon et les deux première feuilles en partant du haut du théier) sans fausse manipulation pour ne pas détériorer la qualité de la récolte.

La main d'œuvre salariée étant coûteuse, certains théiculteurs ont mis en place des formes d'entraides basées sur des relations familiales²⁴⁰ et amicales.

Les actions d'entraide dans le domaine des activités agricoles sont organisées de façons informelles et se base sur un mode de fonctionnement rotatif. Le principe est l'échange de journées de travail. Pendant la journée et après le travail, celui qui reçoit les autres doit fournir le repas et les boissons à tout le groupe.

²⁴⁰ Famille au sens élargie: oncles, tantes, cousins, neveux, nièces,...

Ces relations d'entraides se remarquent surtout entre théiculteurs appartenant au même secteur dans les activités autre que la récolte. Car la récolte se fait par secteur et sur une journée. Au moment donc de la récolte, chaque théiculteur est occupé dans son champ ; les théiculteurs d'un secteur font appel aux théiculteurs du secteur voisin. Ce genre d'entraide se remarque surtout au moment de la récolte, cela étant surtout dû à la pénibilité de l'opération²⁴¹ et à la fragilité du produit qui exige d'être transformé endéans les 24 heures.

Dans l'optique d'améliorer la qualité du thé de Gisovu, la COOTHEGIM a mis en place un système de rémunération qui rémunère le théiculteur selon la qualité de la récolte présentée par le secteur.

Cette forme de rémunération, qui met en avant les performances collectives, induit d'autres formes de relations (de solidarité et de coopération) entre théiculteurs d'un même secteur.

Ces relations, comme nous le montre le tableau (5.7), dépassent le seul cadre de production et s'étendent sur d'autres domaines.

Tableau 5.7.: Typologie des relations horizontales entre théiculteurs d'un même secteur

Types de relations		Fréquence ²⁴²	
Utilisation de matériel commun	Oui	31	52%
	Non	29	48%
Total		60	
Partage des connaissances et diffusion d'information (conseils techniques, évolution du marché mondial)	Oui	17	28%
	Non	43	72%
Total		60	
Rencontres informelles portant sur la filière (avenir de la filière: question de la faiblesse du prix au producteur,	Oui	52	87%
	Non	8	13%

²⁴¹ Selon les informations recueillies lors de nos enquêtes, sur une journée de 8 heures, on observe en moyenne une récolte de 30 Kg de feuilles vertes par cueilleur.

²⁴² L'enquête de terrain, qui a concerné 60 théiculteurs tirés au sort dans chacune des six zones théicoles que compte le site (dix répondants par zones étaient donc tirés au sort), s'est déroulée du 1^{er} juillet 2008 au 30 septembre 2008.

privatisation de l'usine,...)		60	
-------------------------------	--	----	--

Source : Nos enquêtes d'août à septembre 2008

A travers ce tableau, on constate que les théiculteurs échangent peu entre eux en ce qui concerne les aspects techniques de la production. Cette situation est due principalement au fait que les innovations dans la théiculture sont rares et relèvent de la compétence de la coopérative et de l'usine de transformation. Mais, par contre, la moitié a déjà partagé du petit matériel agricole (serpette, sécateur, panier de collecte,...) avec son voisin. On constate également que les théiculteurs sont animés par des discussions sur l'avenir de la filière. Ces discussions de nature informelle se passent généralement sur les lieux de collecte et de pesage de la feuille verte (hangars de collecte) ou dans des endroits de loisirs (bistrots, cérémonies de mariage,...).

Les exploitations théicoles à Gisovu se trouvent à une faible distance fonctionnelle les unes par rapport aux autres (faibles dispersion des exploitations, les zones de production arables n'étant pas extensibles), et les théiculteurs partagent le même domaine de référence (règles de fonctionnement et de rémunération, appropriation des savoirs,...). Ceci est de nature à favoriser l'émergence de liens entre théiculteurs et entre théiculteurs et leur groupement.

Dans la section suivante nous rendons compte de la dynamique de relations qui s'établit entre les culteurs et leur groupement.

B. Relations entre les théiculteurs et la coopérative COOTHEGIM

La coopérative des théiculteurs de Gisovu-Muko (COOTHEGIM) est née de l'idée de faire face au désengagement de l'Etat dans l'assistance technique aux théiculteurs, suite à la politique de libéralisation et de privatisation adoptée par l'Etat en 1996.

Elément organisationnel incontournable, cette structuration collective fédère les agriculteurs autour de trois principales sphères : production et collecte de la récolte, transport et rémunération.

En amont de la filière, le groupement se charge de l'approvisionnement, auprès des théiculteurs, en intrants agricoles, en plants et assiste techniquement les théiculteurs dans leurs activités théicoles quotidiennes. Il organise la collecte, concentre l'offre de la feuille

verte, organise le transport et vend la récolte à l'usine de transformation avec lequel il est en relation verticale.

Cependant suite aux exigences de la demande en thé de qualité et suite au fait que les conditions naturelles et agro-pédologiques sont favorables à la production d'un thé de qualité, la coopérative est passée du statut d'acteur actif organisant l'offre à un acteur réactif aux exigences de la demande en termes de qualité. Autrement dit, la coopérative est devenue le relais des contraintes exprimées par l'aval vers les adhérents.

La prise de conscience de cette situation (produit de qualité et facteurs naturels favorables) a poussé les théiculteurs et leur coopérative à densifier leurs liens dans une optique de « co-construction des avantages compétitifs »²⁴³, de maintien ou d'amélioration d'avantages compétitifs basés sur la qualité du thé. Cette collaboration se décline sur plusieurs aspects : mise en place d'un cahier de charge (calendrier cultural : sarclage, taillage, cueillette), procédure à suivre lors de la cueillette²⁴⁴, de la collecte et du transport de la feuille verte²⁴⁵, contrôle et rémunération basée sur la qualité de la récolte.

Au-delà de ces fonctions économiques et sociales, la coopérative représente aussi les théiculteurs devant les pouvoirs publics locaux, les institutions financières et l'usine de transformation. Elle défend les intérêts des producteurs auprès de ces structures qui la reconnaissent et la soutiennent dans certains cas. Une réalisation de la coopérative dans la défense des intérêts des théiculteurs-paysans auprès de l'usine est l'obtention du bonus, sur la qualité de la récolte, de 10Frw/Kg, lors d'une rencontre entre les deux parties en mai 2001.

L'adhésion à la coopérative est volontaire mais l'adhérent doit s'acquitter d'une cotisation et de frais de fonctionnement de la coopérative de 2000 Frw/an (4 USD) de part social. Les producteurs ont en effet une double qualité, celle de fournisseur de la feuille verte et celle d'associé à la coopérative. Le surcroît d'activité dégagé par l'activité de la coopérative est redistribué aux théiculteurs par le biais de rémunération. En effet, à chaque fin d'exercice comptable, l'usine de transformation de Gisovu verse une somme équivalente à 10% de son bénéfice à la coopérative. Cette dernière se charge à son tour de redistribuer cette somme aux théiculteurs qui ont réalisé une meilleure récolte (cet aspect est développé au chapitre 6).

²⁴³ Terme emprunté à M. Filipi (2004, p.48)

²⁴⁴ La cueillette ne concerne uniquement que le jeune pousse (bourgeon) et les deux premières feuilles en partant du haut. Une troisième feuille altère la qualité de la récolte.

²⁴⁵ La feuille verte étant un produit très fragile, on doit faire attention à ne pas trop la manipuler lors de la collecte et à ne pas la froisser pendant le transport.

L'intensité des interactions entre théiculteurs et groupement est aussi témoignée par la fréquence des rencontres. Au moins deux fois par mois a lieu une réunion entre théiculteurs et agronomes de la coopérative. Ces rencontres sont régulières et se déroulent, par secteur, le jour de la récolte, aux hangars de collecte.

L'existence d'un seul groupement et les difficultés à entreprendre la théiculture en dehors d'un groupement²⁴⁶, pose la question relative à la fidélité du théiculteur au groupement. Sans être révélateur de la densité des interactions, l'indice de satisfaction des théiculteurs peut être évocateur de leur stabilité. On note en effet qu'une grande majorité des théiculteurs interrogés, lors de nos enquêtes d'août 2008, estiment être satisfait de leur coopérative.

La volonté de faire face aux exigences de la demande, en termes de qualité, ne densifie pas seulement les relations entre théiculteurs et coopérative, elle engendre également des relations verticales avec d'autres acteurs.

5.6.2.2. Les relations verticales entre la COOTHEGIM et les autres acteurs

La coopérative des théiculteurs de Gisovu, dans son rôle de concentration d'une offre de qualité, entretient des relations, qui ne sont pas exclusivement marchandes avec d'autres acteurs (locaux ou extérieurs) de la filière.

Le principal acteur avec lequel elle entretient des relations verticales est l'usine de transformation (de la feuille verte en thé noir) de Gisovu, qui est l'unique acheteur de la feuille verte.

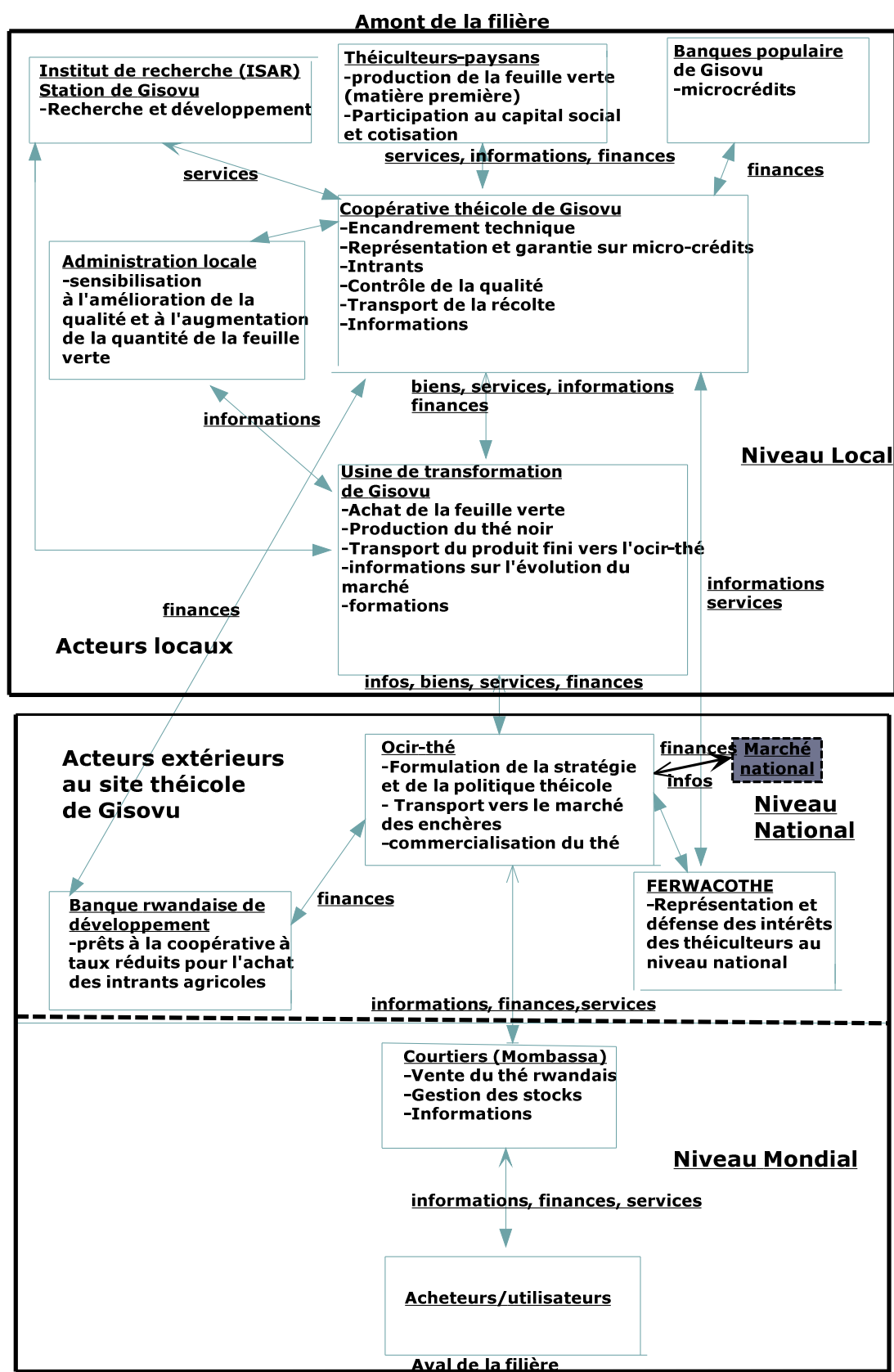
A côté de la vente de la récolte de ses membres (les théiculteurs-paysans) à l'usine, les relations avec l'usine portent sur divers domaines, qui concourent à l'augmentation de la quantité et à l'amélioration de la qualité de la récolte. Ces interrelations, qui seront analysées plus en profondeur au chapitre 5, s'observent tout le long de la filière. Elles concernent notamment, la recherche, l'accès aux intrants agricoles, la formation, l'information, le transport de la récolte.

Les interactions entre ces deux principaux acteurs entraînent également l'émergence d'autres acteurs que ce soit autour des domaines d'intervention qui viennent d'être évoqués (recherche avec l'Isar, accès aux intrants avec la BRD) ou d'autres domaines (accès aux microcrédits avec la Banque populaire de Gisovu,...).

²⁴⁶ En effet, les coûts inhérents à la théiculture (disponibilité des intrants agricoles, encadrement technique, transport de la récolte) poussent les théiculteurs à se regrouper.

De ce qui précède, nous pouvons formaliser schématiquement les interactions entre acteurs, impliqués directement ou indirectement dans la théïculture et localisés sur le site ou non de la manière suivante :

Schema5.1 : Acteurs et interactions



Source : Auteur

Force est de constater le rôle primordial de la coopérative dans la quête de la production d'un thé de qualité. En densifiant ses relations avec ses membres et en faisant émerger d'autres acteurs, la coopérative se positionne en tant qu'acteur central et principal coordinateur de l'activité théicole. L'organisation qu'elle met en place permet de fédérer les théiculteurs autour d'un objectif commun : la production d'une feuille verte de qualité et contribue de ce fait à la production d'un thé noir de qualité.

D'autre part l'usine en tant que transformateur et fournisseur constitue un autre acteur clef du processus productif.

5.7. Les produits et le mode d'acquisition et de transmission des savoir-faire

Au niveau de la filière théicole de Gisovu, nous distinguons la production de deux produits à deux niveaux différents. Il s'agit de la feuille verte et du thé noir. Le premier constitue la principale matière première utilisée dans la production du thé noir et vient des champs, tandis que l'autre est produit, après fermentation de la feuille verte, à l'usine. Chacun de ces deux produits dispose de ses propres modes de production, et par conséquent, dispose de ses propres modes d'acquisition et de transmission des savoir-faire.

5.7.1. La feuille verte

A. La feuille verte : le produit

La feuille verte est un produit fragile et exigeant. La théiculture à Gisovu se pratique principalement sur les flancs des collines qui répondent à toutes les exigences pour la production d'une feuille verte de qualité.

Les plants de théiers à Gisovu qui sont tous issus de clones commencent à produire au bout de 3 ans. Lorsque la plantation commence à produire, l'arbuste subit une succession de tailles, suivant un cycle de plusieurs années, afin de former ce que l'on appelle : « table de cueillette », c'est-à-dire des haies d'environ un mètre de haut qui permettront une récolte plus facile des feuilles supérieures notamment qui sont les plus riches en catéchines et caféines.

Théoriquement une feuille verte (première catégorie) de qualité comprend au moins 70% de « Gold Leave Percentage » (G.L.P.), c'est-à-dire, qu'elle est composée de la jeune pousse (bourgeon) et des deux premières feuilles du théier.

La qualité de la feuille verte, très déterminante dans la qualité du thé noir, dépend non seulement de la qualité de la cueillette mais aussi de la façon dont sont conduites toutes les opérations relatives à la théiculture (la préparation du terrain, la mise en place des théiers, le

sarclage, le tipping, la taille, la protection des sols contre l'érosion et la cueillette) et des conditions de collecte et de transport. Ces travaux sont non seulement exigeants en termes de main-d'œuvre et de capitaux mais exigent également un certain savoir-faire.

La théiculture et ses techniques de production ont été introduites à Gisovu, au milieu de l'année 1976, par l'Etat via l'Ocir-thé. Le savoir-faire requis dans la production de la feuille est relatif à une succession des opérations allant de la préparation du terrain à la récolte, en passant par la mise en place des théiers, le sarclage, le tipping et la taille.

L'accès aux plants de théiers est rendu possible grâce à une collaboration entre la coopérative et l'usine de transformation. Cette dernière, disposant de sa propre pépinière, met gratuitement à disposition de la coopérative ses plants que celle-ci se charge à distribuer aux nouveaux théiculteurs ou à ceux qui désirent remplacer leurs vieux théiers.

La disponibilité des plants dans les champs est accompagnée de conseils de mise en place prodigués par les agronomes de la coopérative et des moniteurs agricoles formés par les premiers. Les théiculteurs, dans leurs tâches théicoles, sont assistés par les moniteurs agricoles qui sont répartis par secteurs de production. Chaque secteur dispose d'au moins un moniteur. Celui-ci est choisi, une fois par an, lors de l'assemblée générale de la coopérative, parmi les théiculteurs qui font preuve de sérieux dans la conduite de leur théiculture. Il est donc lui-même théiculteur et fait partie du secteur de production.

Cette proximité géographique doublée d'une proximité relationnelle (familiale, amicale) entre moniteur et théiculteurs du même secteur facilite le canal de transmission des techniques de production. Les échanges peuvent se faire dans les champs, aux hangars de collecte, le jour de la récolte ou dans des lieux de loisirs (petits bistros,...).

Notons cependant que les techniques de production évoluent peu dans le domaine de la théiculture. Deux innovations ont pu être notées, depuis plus de 30 ans d'exploitation théicole à Gisovu : on est passé d'une cueillette avec trois feuilles à une cueillette avec deux feuilles et de l'utilisation de l'engrais NPK 25 5 5 à NPK 25 10 10.

L'introduction de ce nouvel intrant agricole est consécutive à une étude menée, en 1997, par les chercheurs de l'OCIR-THE et les agronomes de l'usine dans l'optique d'une augmentation des rendements par l'application des intrants correspondant à l'état du sol²⁴⁷. Notons qu'auparavant les intrants distribués par l'OCIR-THE étaient les mêmes dans tous les sites théicoles du Rwanda.

²⁴⁷ Informations recueillies auprès du chef de la station de l'Isar à Gisovu durant nos enquêtes de septembre 2008.

Ces deux innovations ont été portées à la connaissance des théiculteurs par l'OCIR-THE (après des recherches au niveau du département de recherche de l'office) via les agronomes de la coopérative.

La vulgarisation de nouvelles techniques a été à chaque fois précédée par des ateliers de formation, regroupant les chercheurs de l'OCIR-THE, les agronomes de l'usine, les agronomes de la coopérative et les moniteurs agricoles (monagri). D'autres ateliers de formations et des voyages d'études ont pu être aussi organisés. Depuis, la création de la coopérative, COTHEGIM, on dénombre six ateliers de formations (surtout sur le thème de la cueillette) et trois voyages d'étude dont un à l'extérieur du Rwanda (au Kenya)²⁴⁸.

Notons cependant qu'à côté de ce mode d'acquisition et de transmission des connaissances, plus ou moins formalisé (rôle clé de la coopérative et de l'office étatique), l'enquête auprès des théiculteurs nous a révélé qu'à l'origine le savoir-faire technique de production de la feuille verte relève principalement d'une transmission qui se fait dans le cadre familial. En effet, 48 théiculteurs interrogés²⁴⁹ nous ont confirmé avoir acquis leur savoir-faire, avant tout, au sein de leur famille (parents, oncles, cousins) en participant dès leur plus jeune âge à certaines tâches théicoles (sarclage, taille et cueillette notamment). L'apprentissage qui est complété par une assistance des agronomes et des MONAGRI de la coopérative s'est donc fait « sur le tas ».

Seules 12 personnes nous ont affirmé avoir appris la théiculture par les agronomes de l'usine de transformation. Ce groupe de personnes comprend principalement les personnes qui ont acquis leurs plantations aux premières heures de l'introduction de la théiculture à Gisovu vers les années 1980.

Le savoir-faire dans la théiculture (techniques culturales et cueillette), introduit de l'extérieur dans tous les sites théicoles au Rwanda y compris à Gisovu, apparaît a priori et a fortiori transférable sinon imitable, donc générique. Cependant, dans le cas de Gisovu, comme nous allons le voir au cinquième chapitre, il est renforcé par une organisation forte dont à la base on retrouve le rôle clé de la coopérative et une bonne collaboration entre les trois principaux acteurs : théiculteurs-paysans, coopérative et usine de transformation.

²⁴⁸ Le premier atelier sous le thème de la cueillette a été organisé du 12-13 septembre 1999 à l'usine de transformation de Gisovu. Les autres ateliers qui se sont déroulés au même lieu ont eu lieu respectivement : octobre 2001, mars 2002, Juin 2004, juillet 2005, mars 2007. Le voyage d'étude au Kenya s'est déroulé le 15 avril 2002 (source : COTHEGIM, Rapport annuel des activités, 2008, Gisovu, 56p.)

²⁴⁹ Informations recueillies sur un échantillon de 60 répondants, lors de nos enquêtes de août-septembre 2008.

5.7.2. Le thé noir : le produit et le mode de transformation des savoir-faire

Après la récolte, les feuilles vertes sont transportées à l'usine où elles sont transformées en thé noir. La production du thé noir sur tous les sites théicoles, au Rwanda, se fait selon le procédé standard et universel appelé Crushing, Tearing, Curling. Cette méthode, qui consiste à broyer, à déchiqueter et à boucler ou rouler les feuilles de thé, est la plus utilisée dans le processus de transformation du thé noir, que ce soit au niveau national ou mondial. Elle représentait, en 2000, 80% de la production mondiale et est utilisée pour les thés répondant aux qualités « fannings, dust et broken ». Ce sont des qualités de thés les plus exportés car permettant une utilisation en sachet²⁵⁰.

Le thé noir produit à Gisovu, issu de ce procédé, se subdivise en deux grandes catégories : le thé de première ligne (qualité supérieure : BP1, PF1, PF, PD et D1) et le thé de seconde ligne (BP, F1, F, D). La filière théicole de Gisovu, produit depuis 2002, en moyenne 95% de thé de première ligne pour 5%²⁵¹ de thé de seconde ligne²⁵². La distinction entre thé de première ligne (qualité supérieure) et de seconde ligne (qualité inférieure) tient compte de la présence des fibres et de la granulométrie.

Au niveau de la filière théicole de Gisovu, on distingue 5 grades, répartis de la façon suivante.

Le mode de production que nous venons de décrire suit un procédé de production qui se base sur une édicition de règles standards et universelles de production du thé noir.

Les savoirs-faire techniques associés sont formels et peuvent s'acquérir soit à l'usine de Gisovu ou dans d'autres usines sur d'autres sites théicoles.

A chaque étape de production correspond un savoir-faire technique qui est souvent lié à un niveau de formation donné²⁵³, mais il n'est pas rare de constater qu'un ou plusieurs techniciens travaillent sur une ou plusieurs étapes de production, grâce à des séances de formation organisées au sein de l'usine.

Les employés qui sont recrutés sur le marché habitent tous sur le site, 80% de ceux-ci sont originaires de Gisovu et la plupart d'entre-eux possèdent leurs propres plantations. Les 20%

²⁵⁰ CNUCED (2002), *World Commodity Survey 2000-2001*, Geneva, 154p.

²⁵¹ MINAGRI (2007), rapport annuel du département de production, Kigali, 176p.

²⁵² Pour la même période, le pourcentage de thé de première ligne observé à Gisovu se trouve être supérieur par rapport aux pourcentages de thé de première ligne produit dans les autres sites théicoles du Rwanda. La moyenne pour tous les sites est de 90,5%.

²⁵³ Par exemple, le flétrissage de la feuille verte ne nécessite pas un niveau de formation élevé contrairement à la fermentation qui requiert un minimum de niveau secondaire

restants viennent d'ailleurs et occupent surtout les postes de responsabilités les plus élevés de la hiérarchie de l'usine (direction, administration, finance,...).

Conclusion du chapitre 5

Dans ce chapitre, nous avons adopté, dans un premier temps, une approche historique qui a permis de dégager trois grandes périodes qui ont marqué l'évolution de la théiculture au Rwanda et spécialement à Gisovu.

La première période qui s'étend de 1947 à 1976 a été celle de l'introduction de la théiculture dans le milieu paysan. Au cours de cette période, l'Etat a tenté d'imposer la théiculture, rencontrant un certain scepticisme de la part de la population suite à la mise en œuvre de stratégies de développement définies « par le haut » (distribution des terres et plants de théiers et obligation de consacrer une partie de la parcelle distribuée à la théiculture).

La deuxième période, qui démarre juste après et qui s'étend jusqu'en 1998, est marquée par une forte emprise de l'Etat (via son office : l'OCIR-THE) sur les activités théicoles et un intérêt porté sur la théiculture, par les paysans, suite aux opportunités en termes de revenus que représente cette culture.

La troisième période démarre avec le retrait de l'Etat dans l'assistance aux théiculteurs en 1998, suite à la politique de privatisation initiée au début de l'année 1996. Face à cette situation, on assiste à une réappropriation de la théiculture par les théiculteurs-paysans témoignée par un regroupement de ceux-ci dans une structure collective animée d'un double objectif : économique (concentration de l'offre) et social (bien-être de ses membres). Mais face aux exigences de la demande, en termes de thé de qualité, et à la prise de conscience des opportunités de bénéficier des conditions naturelles favorables, on a assisté à une réorganisation des théiculteurs dans une optique de satisfaction de cette demande.

A partir de l'année 2001, le thé de Gisovu s'est positionné sur le marché comme un des meilleurs thé noir, si non le meilleur thé, vendu sur le marché mondial (les enchères de thé de Mombassa).

Dans un second temps, nous nous sommes intéressés au fonctionnement de la filière théicole de Gisovu sous l'approche de la filière-produit.

Cette analyse nous a révélé une concentration de 3078 théiculteurs sur une superficie de 732,5 ha repartis sur 6 zones de production et regroupés en une structure collective, la coopérative des théiculteurs de Gisovu-Muko (COOTHEGIM).

La filière, qui est principalement tournée vers l'extérieur, est structurée autour d'une entreprise pivot, l'usine de transformation de Gisovu, qui se charge de la transformation de la feuille verte en thé noir.

Le mode de coordination, à la base duquel on retrouve la coopérative, va au-delà de la seule information véhiculée par le système de prix. Les théiculteurs mobilisent des relations non marchandes pour une plus grande efficacité productive. Le réseau social (familial, amical) permet de mobiliser soit du capital (financier ou physique) soit de l'énergie humaine.

Face aux exigences de la demande, en termes de qualités et pour y faire face, de nouveaux acteurs apparaissent et des relations non exclusivement marchandes entre acteurs se densifient.

Bien que pertinents les facteurs explicatifs tirés de cette analyse plus « déterministe » de la filière-produit, nous renseigne sur les dynamiques et l'existence potentielle d'un SYAL à Gisovu.

Bien que faisant apparaître en filigrane des considérations territoriales (famille, amitié, associations rotatives de travail, partage du matériel commun, partage des savoir-faire) à la base de certaines interactions entre acteurs, l'analyse de la filière entraîne le besoin de comprendre l'évolution du secteur théicole à Gisovu dans une dynamique de SYAL et dès lors de considérer le territoire qui lui sert de support.

Une analyse basée sur l'importance des actions collectives et la coordination des acteurs, en lien avec les formes de proximités, autour d'un objectif commun, nous permettra de comprendre le processus de « syalisation », c'est-à-dire, un processus d'activation du SYAL prévalant dans la théiculture à Gisovu.

Ce processus, qui confère au SYAL un caractère dynamique (émergence, développement, renforcement, récession), sera étudié au chapitre suivant à partir d'une analyse interrogeant les éléments (facteurs génériques et spécifiques, stratégies individuelles et actions collectives, coordinations d'acteurs,...) analysés théoriquement dans la partie I. A partir de ces analyses nous pourrons qualifier de spécifique ou non le thé produit à Gisovu et qualifier de SYAL le processus théicole de Gisovu.

Chapitre 6 : La filière théicole de Gisovu sous l'approche du SYAL

Pour une culture telle que la théiculture, très exigeante en termes pédoclimatique, la réunion des facteurs naturels favorables à la production d'un thé de qualité est très importante. Mais elle ne constitue pas pour autant une condition suffisante. Quels sont les autres facteurs mobilisés, qui participent à la production d'une telle qualité ? Autrement dit, à côté des facteurs naturels, quels sont les autres facteurs à la base de la spécification de la qualité du thé de Gisovu, c'est-à-dire non seulement une qualité de type naturel, mais de type territorial à long terme ?

La question associée est de vérifier si le système de production en place, repose sur des avantages territoriaux et est exploité en tant que tel, en d'autres mots si l'avantage territorial est intégré à un système de production agroalimentaire local et quelles en sont les caractéristiques.

Les analyses faites dans le chapitre précédent montrent que dans le site théicole de Gisovu, les théiculteurs ont développé une certaine organisation, suite au désengagement de l'Etat, en mettant en place des stratégies (construction d'un système coopératif) et en s'appuyant sur certaines relations (familiales, amicales), pour mobiliser l'offre et s'assurer du revenu issu de la théiculture.

D'autre part, l'Etat à travers l'Ocir-thé et l'usine de Gisovu a mis en place certaines actions de spécification.

L'évolution des prix du thé de Gisovu sur le marché mondial montre, depuis 2002, un différentiel positif que ce soit au niveau national, régional (niveau supranational) et mondial (confère graphique 5.4.). Aujourd'hui le thé de Gisovu est un des meilleurs vendus sur les enchères de Mombassa (Kenya). Les raisons de ce différentiel sont à attribuer, selon nos enquêtes à Mombassa, à la qualité du thé de Gisovu. Les principaux attributs de cette qualité sont avant tout physiques : goût, arôme, couleur (nous revenons sur ces aspects dans la section 6.3.2).

Ce chapitre est consacré aux éléments mis en œuvre sur le terrain. Dans ce chapitre, nous analysons d'une part les ressources et leur activation et d'autre part les stratégies des acteurs de la filière. Pour ce faire, nous présentons d'abord les ressources et actifs présents dans la théiculture (6.1.) avant d'analyser l'éventuel processus de spécification notamment par les actions collectives entreprises dans une démarche de production d'un thé de qualité (6.2.).

L'analyse en termes de SYAL implique de prendre en compte tous les acteurs de la filière, ce qui inclut les consommateurs. Partant de l'assertion, qui estime que c'est le consommateur et non le producteur qui spécifie, nous serons amené à analyser le lien entre producteurs et acheteurs à travers le comportement des ces derniers vis-à-vis de la qualité du thé de Gisovu (6.3.). Cette analyse nous permettra de juger du consentement à payer du consommateur pour l'origine « Gisovu » du thé de Gisovu. Enfin nous analysons l'impact de la filière théicole à Gisovu sur le théiculteurs-paysans (6.4) et spécialement le rôle de l'acteur public dont l'Etat (6.5).

Pour mener à bien ce chapitre, nous mobilisons les notions relatives aux facteurs de concurrence spatiales, à l'économie des territoires et des proximités et à l'action collective de système productif local et de qualification territoriale.

6.1. Les facteurs dans la théiculture à Gisovu

Dans cette section, nous basons notre analyse sur la distinction entre, d'une part, **ressources et actifs** puis, d'autre part, entre ressources/actifs **génériques** et ressources/actifs **spécifiques**.

Dans les paragraphes suivants nous définissons les ressources caractéristiques de la théiculture à Gisovu et leur activation. Pour ce faire nous abordons d'abord les facteurs naturels (6.1.1.), les savoir faire (6.1.2.) qui permettent de définir Gisovu en termes de territoire (6.1.3). Nous reviendrons dans les sections suivantes sur les stratégies en œuvre dont l'action collective structurelle (6.2.).

6.1.1. Les facteurs naturels

La théiculture à Gisovu en tant qu'activité agro-alimentaire (production de la feuille verte et transformation industrielle en thé noir) implique un lien direct à des ressources naturelles présentes sur le terroir de production.

Le site théicole de Gisovu répond presque à toutes les exigences pédoclimatiques d'une culture de thé optimale²⁵⁴.

En effet, la théiculture à Gisovu se pratique principalement, en altitude sur les flancs des collines présentant une moyenne de 1700 m. De 2000 à 2005, la moyenne des pluies enregistrée a été de 2 553mm/an pour un ensoleillement de 7 heures par jour et une humidité

²⁵⁴ Flémal J. (1986), « La culture du théier au Burundi ». AGCD. Publication du service agricole, n°8, 150p.

de 82%. Le sol de quatre de ses six zones de cultures présente un PH compris entre 4,5 et 4,9²⁵⁵.

Mais il est important de souligner à ce niveau le caractère variable des conditions climatiques et son impact sur le volume et la qualité de la production²⁵⁶.

Certes, le caractère intransférable des facteurs naturels assure une certaine pérennité à l'avantage local mais il n'en définit pas cependant pas la spécificité (tout milieu naturel répondant à ces caractéristiques est apte pour la culture)

L'introduction de la théiculture à Gisovu a certes été fonction des facteurs naturels préexistants mais a été exogène. Cependant aujourd'hui ces facteurs naturels, parce que associés à un savoir faire de qualité et en liaison entre autres avec des organisations de formation, participent à la production d'un actif spécifique.

Un élément supplémentaire marque la spécification du thé de Gisovu.

En effet, afin d'optimiser la production théicole, des intrants agrochimiques ont été appliqués au Rwanda. Mais, suite à une recherche menée territorialement, on a assisté au passage de l'intrant agrochimique NPK 20 10 10, appliqué partout au Rwanda dans la filière théicole indépendamment de l'état des sols, à l'intrant NPK 25 5 5 (cf. section 6.2.). Ceci correspond aux besoins en azote, phosphore et potassium, dans la théiculture à Gisovu, résultat d'une coopération entre la coopérative, l'usine et le centre de recherche. Ceci permet d'activer permet d'activer spécifiquement le sol. Comme le précise B. Pecqueur (2005)²⁵⁷, « la ressource ou l'actif est dit *spécifique* s'il résulte explicitement de stratégies d'acteurs et s'il est dédié à un usage particulier » (p. 258).

6.1.2. La main d'œuvre, disponible, formée à la théiculture et les savoir-faire

La théiculture et ses techniques de production ont été introduites de l'extérieur, au milieu de l'année 1976 (section 5.7.).

Au début, les théiculteurs ont appris les techniques de production en travaillant dans les plantations de théiers appartenant à l'usine de transformation (Blocs industriels) puis ont

²⁵⁵ Ocir-thé (2007), Rapport des activités de l'exercice 2006 de l'usine de transformation de Gisovu, Gisovu, 78p.

²⁵⁶ Par exemple, le Rwanda a subi les conséquences de phénomène El Nino, qui a causé une longue période de sécheresse, avec une moyenne des pluies à Gisovu de 1 239 mm, influençant de manière significative la production du thé noir et sa qualité

²⁵⁷ Pecqueur B. (2005), « Les territoires créateurs de nouvelles ressources productives : le cas de l'agglomération grenobloise », *Géographie, Economie, Société* 2005/3, Vol. 73, pp. 255-268.

appliqué, ces techniques dans leur propres parcelles sous les conseils et la supervision des agronomes de l'office étatique (OCIR-THE) attachés à l'usine de transformation de Gisovu.

Six formations sur la cueillette et les techniques culturales ont pu être organisés par la coopérative avec la collaboration de l'usine de transformation de Gisovu.

Le premier atelier de formation qui portait sur la technique de cueillette a eu lieu en octobre 1999²⁵⁸. Initié par la COOTHEGIM en collaboration avec l'usine de transformation, qui a apporté un soutien logistique (salle de travail, matériels didactiques), cette formation qui a regroupé les agronomes (de l'usine et de la coopérative), les moniteurs agricoles de la coopérative et dix théiculteurs choisis dans chaque zone de production²⁵⁹, a vu cent et neuf personnes formées²⁶⁰.

Cette formation a marqué un tournant dans l'arbitrage entre la volonté de miser sur l'augmentation de la quantité produite ou l'amélioration de la qualité dans l'augmentation des recettes de la filière. En effet, plus on cueille plus de feuilles en partant du haut du théier plus la quantité produite augmente mais au détriment de la qualité.

Notons que les dix théiculteurs formés dans chaque zone, aidés des moniteurs agricoles, ont eu pour mission de vulgariser les techniques de cueillette auprès de leurs collègues du même secteur de production. Et comme l'exploitation de la théiculture est exclusivement familiale, le reste de la famille (élargie) apprend sur le tas lors de la cueillette par le membre de la famille formé (5.7.).

Les cinq autres formations portaient sur le calendrier cultural, la technique de taillage et de tipping. Au total trois cent vingt théiculteurs appartenant aux différents secteurs ont été formés pour ensuite former leurs collègues des secteurs.

En plus de ces théiculteurs propriétaires des champs, d'autres personnes ont reçu des formations par le canal des réseaux locaux de transmission du savoir : échanges des savoirs dans le cadre familial et amical.

En outre, d'autres formations sont régulièrement organisées au niveau de la transformation industrielle du thé noir, à l'usine de Gisovu. Selon le directeur de l'usine, depuis l'année 2000, cent vingt employés de l'usine ont pu être formés à la maîtrise de la qualité (évaluation de la qualité de la feuille verte à la réception, évaluation de la qualité du thé noir par le goûter,

²⁵⁸ Cet atelier de formation avait pour thème : « insoromo nziza » (une bonne cueillette).

²⁵⁹ Ces théiculteurs sont choisis par les moniteurs agricoles selon leur sérieux dans la tenue de leurs champs.

²⁶⁰ C'est-à-dire, 60 théiculteurs (10 théiculteurs x 6 zones) + 44 moniteurs agricoles (2 monagri x 22 secteurs) + 5 agronomes (3 agronomes de la coopérative et 2 agronomes de l'usine).

la vue et le toucher : « Tea maker »). Ces formations sont dispensées par des employés de l'usine dotés d'expériences, chacun dans son domaine sur la chaîne de production. Durant ces formations sont invités aussi les représentants des théiculteurs. L'objectif de cette participation à ces formations normalement destinés aux employés de l'usine est de leur faire comprendre que la qualité du thé noir, produit par l'usine, dépend avant tout de la qualité de leur feuille verte.

Comme nous venons de le faire remarquer, les théiculteurs-paysans de Gisovu s'appuient sur une organisation socio-économique forte (liens familiaux et socio-affinitaires entre théiculteurs, relations de coopération entre la COOTHEGIM et l'usine de transformation) leur permettant de se réapproprier, de maintenir et d'améliorer les techniques productives par des formations formelles (organisées par la coopérative et/ou l'usine de transformation) ou informelles (dans le cadre familiales ou amicales).

Certes une partie de ces formations est transférable et correspond davantage à une ressource générique que spécifique. Cependant cette forme d'organisation, sur lequel reposent l'adoption et l'amélioration du savoir-faire dans la théiculture et sa mise œuvre dans un processus productif, en renforçant le réseau et l'intérêt d'une qualité remarquable construit le caractère « spécifique » de la production théicole locale.

6.1.3. Gisovu en tant que territoire

La supériorité du thé de Gisovu par rapport aux moyennes mondiales, régionales et nationales tient de sa qualité.

Certes des éléments climatiques et pédologiques expliquent cette qualité mais elle s'appuie aussi sur une organisation territorialisée.

Interrogé sur les facteurs qui sont à la base de la bonne qualité du thé de Gisovu, le responsable de la section « Tea maker » à l'usine de Gisovu insiste sur la cueillette et le dévouement des théiculteurs-paysans à entretenir leurs théiers, en plus des facteurs naturels.

Comparant la théiculture à Gisovu à celle de Mulindi et Kitabi (où il a travaillé de 1999-2001 puis de 2003 à 2004), le chef des « Tea maker » affirme que à Mulindi et à Kitabi, les théiculteurs se soucient plus de la quantité que de la qualité ; il n'y a point de convergence entre acteurs (théiculteurs et usine de transformation) sur l'importance de la qualité. Pour lui, le dévouement des théiculteurs-paysans de Gisovu à leur théiculture vient du fait que le thé représente beaucoup pour eux, en termes de revenus, suite au fait que le sous sol de Gisovu

est peu fertile²⁶¹. La théiculture représente donc pour les théiculteurs de Gisovu une importante source de revenus leur permettant d'acquérir d'autres produits sur des marchés en dehors de Gisovu.

Comme nous l'avons mis en évidence dans les parties précédentes, la notion de territoire n'est pas simple. L'intérêt de son usage est de permettre la prise en compte d'éléments « objectifs, subjectifs et conventionnels » de l'espace (Gumuchian et Pecqueur, 2008).

Gisovu se définit par des caractéristiques objectives, notamment naturelles mais aussi les pratiques de culture ancrées localement. Ce lieu inclut également une dimension « idéale », une réputation qui se traduit par une « image de marque » répandue, y compris internationalement

6.2. Spécification de la théiculture de Gisovu dans une dynamique de production d'un thé de qualité

Cette section est consacrée à la façon dont l'action collective permet de structurer et de pérenniser la dynamique de production d'un thé de qualité et analyse la mise en œuvre d'une stratégie de spécification.

La spécification de l'offre de Gisovu est de ce fait analysée à travers l'activation des ressources présentes dans la théiculture par l'action collective.

Cette activation dont fait l'objet notre analyse est étudiée à travers deux formes d'action collective. La première, qualifiée d'action collective structurelle est étudiée à travers la création d'un groupe pouvant être une association, une coopérative ou une autre forme d'organisation. Les théiculteurs au sein de leur coopérative se sont en effet regroupés en coopérative dans laquelle ils mènent des actions communes.

La seconde, une action collective fonctionnelle, repose sur la construction d'une ressource territorialisée en relation avec la qualité. Elle interroge la stratégie de différenciation du thé, dans le cadre de la valorisation de la qualité du thé en lien avec le territoire.

6.2.1. La capacité organisationnelle des théiculteurs ou l'action collective structurelle

Au début de sa création en juillet 1999, la COOTHEGIM est organisée en Association des Théiculteurs de Gisovu-Muko (ATHEGIM). Du fait que le Rwanda n'est pas doté d'une

²⁶¹ Informations recueillies auprès de Monsieur NAHAYO Philippe chef des « Tea maker », lors de nos enquêtes du 15 août 2007.

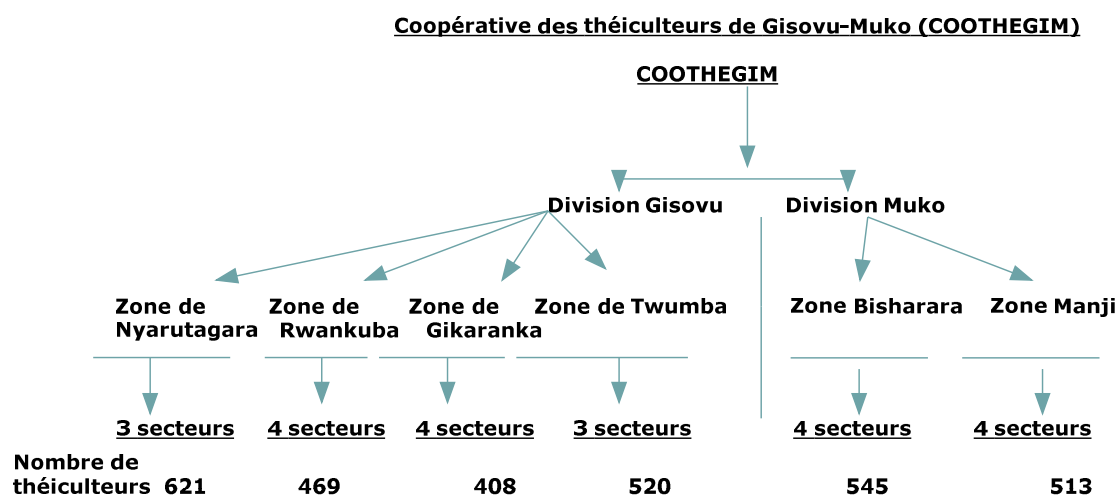
législation en matière d'association, mais plutôt de en matière de coopérative, l'association a changé de nom, en septembre 2001, pour être une coopérative.

La COOTHEGIM est la seule structure collective formelle existante dans la filière théicole de Gisovu. Avec un total de 3078 théiculteurs adhérents à la coopérative en 2010, la filière théicole de Gisovu regroupe tous les théiculteurs de la région.

Elle est dotée d'un statut juridique et est agréée en 2002 par arrêtee ministériel.

La structure ramifiée (figure 6.1) permet à la coopérative de concentrer l'offre de la feuille verte.

Figure 6.1. Structure de l'organisation et de gestion de la théiculture paysanne à Gisovu



Source : Association des théiculteurs de Gisovu-Muko. Présentation et mission de l'ATHEGIMU, juillet 2000, p.4.

A ces débuts, la coopérative ambitionnait une exigence sociale, liée à l'intérêt préservé de ses adhérents, se traduisant par le maintien de l'activité et du revenus de ces derniers, en concentrant l'offre de la matière première (feuille verte).

Face aux exigences d'une demande aval en termes de qualité, et du fait de l'existence des conditions naturelles hors pair²⁶², on assiste, depuis 2000, à une réorganisation des théiculteurs, au sein de leur coopérative, dans une optique de satisfaction d'une demande-aval en produit de qualité.

²⁶² Les théiculteurs-paysans sont informés, via leur coopérative, de l'évolution des prix de leur thé sur le marché mondial (enchères de Mombassa-Kenya). Ils attribuent les bonnes performances, en termes de prix, de leur thé aux bonnes conditions naturelles, notamment

Cette réorganisation se traduit par des accords sur les conditions de production et de transport de la feuille verte, sur une rémunération collective et sur des relations non exclusivement marchandes pour répondre à ces conditions de production.

Au sein de la COOTHEGIM, les membres de la coopérative ont une double qualité : celle de fournisseur de la feuille verte à la coopérative et celle d'associé. Ainsi le pouvoir décisionnel lié à la propriété du capital ainsi qu'au choix concernant l'affectation des bénéfices est détenus par les membres de la coopérative.

Par exemple, en 2000, l'usine de transformation de Gisovu en conformité avec ce qui a été décidé lors de l'assemblée générale de novembre, a distribué 10% de la plus value en guise de « bonus à la qualité » aux secteurs qui ont réalisé les meilleures qualités et cette somme a été distribuée aux théiculteurs selon les quantités récoltées.

La structure ramifiée permet à la coopérative de se rapprocher le plus de ses membres et ainsi permet aux théiculteurs d'apporter une assistance depuis l'amont à l'aval de la filière (accès aux engrais, aux plants, aux petits matériels, aux conseils techniques, à la collecte, au transport et vente de la feuille verte à l'usine). Elle permet également un contrôle rigoureux sur la qualité de la feuille verte.

L'organisation et le fonctionnement de la coopérative s'appuient sur des liens de proximité géographique entre théiculteurs. Cette proximité géographique se justifie par l'inscription territoriale des activités théicoles et la faible distance entre les membres. Le périmètre d'action de la coopérative est ici bien délimité, il s'agit de l'ancienne commune de Gisovu (ex-préfecture de Kibuye) et d'une partie de l'ancienne commune de Muko (ex-préfecture de Gikongoro). Les théiculteurs appartenant au même secteur de production sont de la même cellule administrative²⁶³.

L'organisation et le fonctionnement de la théiculture paysanne à Gisovu s'appuie également sur une proximité organisationnelle qui repose sur le fait qu'il existe des interactions de natures diverses entre les acteurs impliqués. Certains théiculteurs membres de la coopérative entretiennent entre eux des relations d'entraide et de coopération. Ils sont soumis et adhèrent aux mêmes règles constituées par des textes officiels (statuts et règlements d'ordre intérieur) définis par eux-mêmes et qui régissent leur organisation.

²⁶³ Dans le cadre de la politique de décentralisation initié au Rwanda, depuis 2000, il a été introduit un nouveau découpage administrative, en 2006, composé au niveau supérieur des provinces, puis des districts, suivis des secteurs et des cellules. La cellule est la plus petite entité administrative au niveau local.

Les types de relations développés dans la théiculture à Gisovu ne se résument pas seulement aux liens entre théiculteurs et leur coopérative. Cette dernière entretient également des relations avec les instituts, en ce compris les formateurs, les institutions financières, en ce compris le micro-crédit, les transports privés et l'usine de transformation.

6.2.2. La spécification du thé de Gisovu et le processus de construction territoriale de la qualité du thé ou l'actions collective fonctionnelle

La spécification du thé de Gisovu passe par un contrôle et le respect de règles sévères en matière de cueillette mais aussi sur d'autres pratiques.

A. Cueillette pour un thé de qualité

L'augmentation des recettes issues de la vente de la feuille verte nécessite, entre autres, de faire un arbitrage entre l'augmentation de la quantité et l'amélioration de la qualité de la feuille verte. La cueillette de la feuille verte lors de la récolte (le nombre de feuille à cueillir, en plus du bourgeon, en partant du haut du théier) est, nous l'avons dit, un élément déterminant de cet arbitrage.

La prise de conscience par les théiculteurs de l'importance d'inscrire leurs actions dans une dynamique de production d'un thé de qualité est marquée par l'adoption de la méthode de cueillette fine, lors de l'assemblée générale de novembre 2000.

Cette cueillette fine (deux feuilles en plus du bourgeon, au lieu de trois) est le fruit d'une entente entre les théiculteurs, représentés par leur coopérative et l'usine de transformation de Gisovu, lors d'une réunion entre ces deux acteurs en mai 2000²⁶⁴.

Deux principales raisons sont à la base de cette entente. D'une part, en aval, un marché segmenté en thés de qualités supérieures et thés de qualités inférieures existe et amène les consommateurs à payer un prix élevé pour des grades supérieurs (nous y reviendrons au point 6.3.). D'autre part, en amont, des conditions naturelles et un emplacement des champs (sur les collines) favorables à la production d'un thé de qualité sont recherchés systématiquement.

Pour bien amorcer cette transition, deux nouveautés basées sur « le bonus qualité » dans le système de rémunération ont été introduites.

La première concerne la coopérative et l'usine de transformation. Cette dernière s'engage à verser, à chaque fin d'exercice comptable, dix pourcent (10%) de son bénéfice à la

²⁶⁴ Ces informations ont été recueillies lors de nos enquêtes de juillet-septembre 2006, auprès du président de la COOTHEGIM et du directeur de l'usine de Gisovu.

coopérative. Concernant la seconde nouveauté, la coopérative met en place en 2000 un bonus sur la qualité de la feuille verte de 20Frw/Kg (0,04 USD) de la feuille récoltée, au profit du théiculteur.

Mais cette rémunération à fortiori individuelle est finalement collective du fait que l'évaluation de la qualité se fait par secteur de production.

Arrivée à l'usine de transformation, la récolte de chaque secteur est qualitativement analysée. Pour cela un échantillon de 100gr de la récolte de chaque secteur est prélevé et mesuré. La personne chargée du contrôle de la qualité de la feuille verte trie chaque feuille selon le nombre de feuille présente en plus du bourgeon.

La cueillette 1 (cueillette impériale), 2 et 3 sont les seules cueillettes acceptables, à Gisovu, à savoir bourgeon (cueillette 1) plus une feuille (cueillette 2 ou p+1), deux feuilles (cueillette 3 ou p+2). Etant donné que la cueillette P+2 est acceptée, il est très rare que le théiculteur fasse une cueillette impériale ou P+1, car ces deux types de cueillette réduisent considérablement la quantité de la récolte, même si ils contribuent à l'excellence de la qualité du thé transformé.

Lors du triage, chaque feuille est mise dans une des cases du tableau représentant le type de cueillette effectué. Une récolte est jugée acceptable lorsque l'échantillon présente plus de 65% du type de récolte P ou P+1 ou P+2. Si la sanction (refus de la récolte) est collective, un secteur peut voir toute sa production refusée parce que l'échantillon prélevée n'atteint pas ces 65% de feuilles requise, la rémunération est individuelle car le bonus sur la qualité est attribué aux récoltes présentant au moins 90% du type de récolte accepté.

Selon la responsable de la qualité de la feuille verte, 12 récoltes présentant des échantillons de moins de 65% de feuilles requises ont été refusées pour l'année 2009, soit une moyenne pour cette année là, se situant entre 75 et 80%.

Dans le cas de Gisovu miser sur la qualité a été une stratégie délibérée, qui s'est traduite par la mise en place d'un système de règles (bonus à la qualité, règles de cueillette, analyse de la qualité) et de contrôle (contrôle interindividuel, contrôle au moment du pesage) entraînant dans certains cas des phénomènes d'exclusion (refus d'une partie d'une récolte) ou de sanction.

B. Autres étapes pour un thé de qualité

La cueillette de la feuille verte est certes très déterminante dans le processus de production d'un thé noir de qualité, mais la cueillette qui se fait au moment de la récolte dépend de toute

une série d'autres tâches, dès l'amont de la filière (recherche et développement, intrants agricoles, plants) au transport de la récolte en passant par la culture et l'entretien, contribuant à rendre meilleur la qualité de la feuille.

La plupart des tâches ne sont pas mécanisées et compte tenu de la fragilité du produit, elles sont exigeantes en main d'œuvre abondante et qualifiée et en moyens financiers.

Face à la volonté de produire un thé de qualité et face aux contraintes (matérielles, organisationnelles, coordinations) que représente cet objectif, nous analysons maintenant les différentes stratégies mobilisées.

La COOTHEGIM joue ainsi un rôle en amont de la filière, pour la disponibilisation engrais chimiques et la recherche et le développement. L'utilisation des engrais chimiques est un élément important dans l'augmentation de la productivité des parcelles théicoles. L'épandage d'engrais chimique permet en effet deux récoltes par mois au lieu d'une. Une utilisation régulière (en période d'application) et conforme à l'état des sols permet d'obtenir une récolte de qualité, faite de jeunes pousses tendres (bourgeon terminal) non ouvertes et des feuilles tendres.

Avant l'avènement de la COOTHEGIM, l'approvisionnement en engrais chimique était assuré par l'usine de transformation de Gisovu, via l'OCIR-THE. Depuis 1985, le système d'approvisionnement en intrants de l'OCIR-THE était basé sur un système de crédit dans lequel chaque théiculteur devait rembourser 3 Frw/Kg de feuilles vertes après vente de sa récolte à l'usine. A l'époque, subventionné, le prix d'un kilogramme d'engrais revenait à 40 Frw.

Mais selon les responsables de la COOTHEGIM ce système s'est révélé inefficace²⁶⁵. Par exemple entre la période 1994 à 1999, il impliquait de faire six applications d'engrais chimiques, mais par manque d'engrais en quantité suffisante, l'application ne s'est faite que deux fois, en 1997 et 1999.

Avec la création de la COOTHEGIM, l'accès régulier aux engrais constitue un des objectifs du groupement. Pour y arriver, la COOTHEGIM, avec le consentement des théiculteurs, avait introduit d'abord un système de remboursement du crédit-intrant, basé sur un prélèvement du montant dû à la source : le théiculteur, à la fin du mois, reçoit un montant par la coopérative, pour sa récolte, déduit de son emprunt au crédit. Le prélèvement du montant dû équivalait, en 2006, à 22 Frw/kg de feuille verte livrée à l'usine.

²⁶⁵ Informations tirées du Rapport d'activité de la COOTHEGIM pour l'année 2000, p.8.

Ce système de remboursement de crédit était couplé à une organisation d'approvisionnement faisant intervenir deux acteurs : l'office étatique chargé du développement de la théiculture (l'OCIR-THE) et la Banque Rwandaise de Développement (BRD). Ces deux acteurs se situaient en dehors du site théicole de Gisovu (à Kigali, à 150 km de Gisovu).

L'interaction entre la COOTHEGIM, l'Ocir-thé et la BRD a permis à la coopérative de disposer d'un stock suffisant qui permet aux théiculteurs une application régulière d'engrais (deux fois par an) dans leur champ. Aucune rupture de stock n'a été constatée depuis l'année 2004²⁶⁶.

Cette coopération a non seulement permis à la coopérative de réduire le coût de l'emprunt (de 15% à 7%) destiné à l'achat des intrants, mais aussi les coûts de transactions inhérents à l'importation des intrants et au transport de ceux-ci jusqu'à Gisovu.

Elle a permis également aux théiculteurs de payer les intrants moins chers qu'ils ne l'auraient fait sur un marché ordinaire. Dans le cadre de cette coopération les trois acteurs construisent ensemble une organisation basée sur des règles de coordination et un objectif commun.

Sur le plan de la recherche aussi des relations territoriales sont relevées à Gisovu.

Ainsi en mars 2002, à la demande de la COOTHEGIM, une étude sur la teneur du sol en azote, phosphore et potassium, sur le site théicole de Gisovu a été menée. Cette étude, qui avait pour but de déterminer la formule des intrants agrochimiques adaptée à la théiculture de Gisovu, a regroupé les agronomes de la COOTHEGIM, les agronomes de l'usine de transformation de Gisovu et les chercheurs du département de recherche de l'OCIR-THE.

Après des analyses dans le laboratoire du département de recherche de l'Ocir-thé (situé à Kigali), les chercheurs ont conseillé une formule recommandant plus d'azote et moins de phosphore et de potassium. Cette formule est utilisée jusqu'aujourd'hui sur le site de Gisovu.

Cette coopération correspond à une coordination non marchande dans lequel la COOTHEGIM, commanditaire de l'étude n'a eu à supporter aucun frais. Ses agronomes se sont contentés de la collecte des échantillons et du transport des échantillons à l'usine de transformation qui s'est chargée de les acheminer dans les locaux abritant le laboratoire de l'Ocir-thé à Kigali.

La coopération dans le domaine de la recherche, s'est poursuivie, en 2005, avec l'apparition d'un nouvel acteur, l'Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda (ISAR).

²⁶⁶ Informations recueillies auprès du vice-président de la COOTHEGIM, lors de nos enquêtes de d'août 2008

Au départ l'ISAR ne s'est pas intéressé à la théiculture. Selon le responsable de l'ISAR à Gisovu, cette situation s'explique par le fait que le théier est une plante très résistante aux maladies et par conséquent ne présente pas beaucoup d'intérêt pour la recherche.

Lors d'une visite d'étude au Kenya, sur le site théicole de Kericho, les représentants de la COOTHEGIM, qui faisaient partie du voyage, ont vite compris l'intérêt, du point de vue productif et qualitatif, d'avoir un théier à Gisovu qui correspond à l'état du sol.

De retour à Gisovu, suite à une succession de rencontres regroupant les représentants de la COOTHEGIM, les représentants de l'usine de transformation et ceux de l'ISAR, une coopération visant à développer un théier répondant spécifiquement aux conditions pédologiques actuelles de Gisovu est amorcée en juin 2005²⁶⁷. Cette coopération s'inscrit dans un long terme. Les premiers résultats étaient attendus pour la fin de l'année 2010. Selon le responsable de l'ISAR à Gisovu, cette coopération a été motivée par les bons résultats qu'enregistre le thé de Gisovu sur le marché mondial²⁶⁸.

Les recherches sont conduites par les chercheurs de l'ISAR à Gisovu et les agronomes de l'usine de transformation de Gisovu. La COOTHEGIM quant à elle a rendu disponible une parcelle de deux hectares pour le développement des plants et les essais.

La présence de l'Institut des sciences agronomiques du Rwanda à Gisovu a permis à la COOTHEGIM de bénéficier d'une quasi-rente relationnelle dans un espace de proximité géographique et ainsi développer une coopération, basée sur une coordination non marchande, qui pourrait aboutir à la production d'une feuille verte spécifique à Gisovu.

Un autre aspect relatif aux actions spécifiques, construisant le territoire concerne l'accès aux crédits.

L'accès aux crédits dans un milieu rural comme celui de Gisovu est rendu difficile par l'exigence des institutions financières de disposer des hypothèques comme garanties.

Dans l'optique de faire face à cette situation, la COOTHEGIM a mis en place deux systèmes permettant de faciliter l'obtention des crédits à leurs adhérents.

Dans le premier système la coopérative se porte garant auprès de l'institution financière : la Banque populaire de Gisovu. Elle met à disposition des théiculteurs membres de la

²⁶⁷ Selon le chef de station de l'ISAR à Gisovu, dans le cadre de cette coopération six réunions se sont tenues durant l'année 2004. Les deux premières réunions, au mois de mars et avril dans les locaux de l'ISAR, le reste des réunions à l'usine de transformation. L'état d'avancement de la recherche est aussi abordé lors des réunions hebdomadaires (tous les lundis de la semaine) regroupant la plupart des acteurs impliqués directement dans la filière et habitants à Gisovu (les représentants de l'usine, de la coopérative, de l'ISAR,...).

²⁶⁸ Ces informations ont été recueillies, dans le cadre de l'enquête, en juillet 2007.

COOTHEGIM deux sortes de crédit : une avance sur production (crédit à court terme) et un crédit ordinaire sur présentation d'un projet (crédit à long terme).

Seuls les théiculteurs à Gisovu bénéficient du crédit sur production, mais le coût de l'emprunt est élevé. Tous les théiculteurs interrogés, lors de nos enquêtes de juillet 2006, estiment trop élevé le taux d'intérêt pratiqué (14% au moment de l'enquête) et seulement 20% d'entre eux ont déjà bénéficié d'un crédit de la Banque populaire de Gisovu.

Dans le second système, la COOTHEGIM a mis en place, depuis juillet 2007, sa propre institution de micro-finance, la COOPECTHEGIM : la Coopérative d'Epargne et de Crédit (COOPEC) des Théiculteurs de Gisovu-Muko.

Tout théiculteur membre de la COOTHEGIM est de ce fait membre de la COOPEC et peut par conséquent bénéficier du crédit.

La COOPEC octroie deux sortes de crédits à ses membres, un crédit ordinaire ne dépassant pas 500 000 Frw (environ 1 000 USD) remboursable sur une année, à taux d'intérêt de 3% et un crédit appelé « crédit d'urgence » ne dépassant pas 100 000 Frw (environ 200 USD) remboursable sur trois mois, à taux d'intérêt nul. 70% des théiculteurs interrogés affirment avoir contracté une des deux sortes de crédit, et depuis la création de la COOPEC en juillet 2007, un montant de 32 500 000 Frw (soit environ 65 000 USD) a été consacré à ces deux sortes de crédits²⁶⁹. Ces crédits mis à la disposition des théiculteurs par la coopérative permettent à ceux-ci de payer les frais relatifs à la production, entretiens des plantations pour une meilleure récolte en termes de qualité et de quantité, paiement de la main la main-d'œuvre lors de la récolte, et à certains besoins fondamentaux : la scolarisation des enfants et les frais de santé notamment.

Enfin rappelons le rôle joué par l'information et la formation. Nous l'avons déjà expliqué au pont 6.1.2.

Comme nous l'avons expliqué, ces ateliers ont vu se former environ trois cent vingt théiculteurs.

Conscient de l'importance de ces formations dans le maintien ou l'amélioration de la qualité du thé, l'usine de transformation s'est impliquée davantage en prêtant gratuitement ses agronomes comme formateurs et en mettant à disposition tout ce qui est en rapport avec le

²⁶⁹ Informations recueillies, lors de nos enquêtes, auprès du comptable de la COOTHEGIM, le 26 août 2008.

matériel didactique et la logistique. Les séances de formation sont animées conjointement par les agronomes de la coopérative et ceux de l'usine de transformation.

Signalons en outre que des visites d'études, pour les théiculteurs de Gisovu, ont pu être organisées que ce soit à l'intérieur du Rwanda (vers d'autres sites théicoles du Rwanda) ou à l'extérieur du pays, notamment au Kenya. Ces visites, entièrement financées par l'usine de transformation, regroupent les délégués des zones de production et un groupe du personnel de l'usine de transformation. De l'avis de Nzaramba, théiculteur-paysan, participant à ces visites, celle effectuée au Kenya en 2003 leur a permis non seulement de bénéficier de certaines techniques dans le domaine de l'entretien des plantations notamment mais aussi de se rendre compte de la réputation du thé de Gisovu au-delà des frontières. A ce propos il note : « Les gens voulaient savoir ce que nous faisons pour avoir un thé de si bonne qualité, c'était pour moi une très grande fierté de réaliser combien notre thé éveille de la curiosité dans un pays qui constitue une référence dans le domaine théicole. Cette expérience a éveillé en moi un sentiment de fierté et m'a encouragé dans mes efforts pour améliorer la qualité de notre thé »²⁷⁰.

En matière d'information, il est important de noter également, l'accès facile et rapide des théiculteurs-paysans aux informations relatives à l'évolution des prix du thé sur les enchères de Mombassa. En effet, depuis 2004, la région de Gisovu est accessible via la téléphonie mobile et via internet. Cette amélioration des infrastructures de communication permet à l'usine de transformation de Gisovu d'avoir accès dès le lendemain, des enchères, aux données (prix et quantités vendus selon les grades) relatives à l'évolution des enchères de Mombassa via les courtiers du thé rwandais. Avant l'année 2010, ces données étaient transmises à la coopérative, qui ne disposait pas encore d'internet, lors des séances de réunions hebdomadaires (tous les lundis) réunissant les représentants de l'usine et ceux de la COOTHEGIM.

Depuis juin 2010, la COOTHEGIM s'est dotée d'une connexion internet qui lui permet de suivre l'évolution des prix du thé de Gisovu et des autres thés vendus aux enchères de Mombassa via le site internet de l' « East Africa tea Trader Association, EATTA »²⁷¹.

De tous les théiculteurs interrogés seuls 25% ont pu répondre exactement sur la question relative aux derniers prix enregistrés sur le thé de Gisovu. Mais tous admettent que leur thé est

²⁷⁰ Propos recueillis au cours de nos enquêtes du 21 août 2007.

²⁷¹ L'adresse du site en question est : www.eatta.com

le premier à capter les prix les plus élevés par rapport aux autres thés du Rwanda et de la région (Kenya, Tanzanie, Ouganda, Burundi, ...) ²⁷².

Cette fierté autour du thé, qui fait que les incitations marchandes ne sont pas le seul facteur expliquant le maintien de cette production de qualité, est en passe de faire acquérir au thé de Gisovu le caractère de produit identitaire auprès des habitants de Gisovu.

6.3. Qualité, différenciation et comportement du consommateur ou de l'acheteur

Dans cette section, nous développons l'aspect « aval » du SYAL.

Comme expliqué au chapitre 4, la question de confiance et de réputation est cruciale pour mettre en œuvre et pérenniser une qualification territoriale. L'attribut de qualité « croyance » ou « confiance » permet de distinguer divers types de label (nous en reparlerons aussi au chapitre 6).

L'analyse des consommateurs ou des acheteurs renvoie à la façon dont ces derniers reconnaissent la qualité du produit et de l'ensemble de la filière qui lui est associé (6.3.1.) et la façon dont elle est valorisée ou non au-delà des enchères de Mombassa (6.3.2.).

6.3.1. Construction de la qualité par les consommateurs/acheteurs

Avant chaque vente (deux fois la semaine : lundi et mardi), sur les enchères de Mombassa (Kenya), les courtiers du thé rwandais (basés à Mombassa) envoient des échantillons des lots du thé noir de Gisovu, aux représentants des clients du thé rwandais (basés également à Mombassa), quatre jours avant la mise aux enchères des dits lots.

Cet envoi des échantillons aux acheteurs pour que ceux-ci observent l'état des granules du thé, testent son goût, sentent son arôme et observent la couleur de la liqueur avant son achat, est une illustration simple de la conversion d'un maximum d'attributs d'expérience en attributs de recherche. Mais il est important de noter que le thé de Gisovu n'est pas seulement acheté par les acheteurs ayant reçu préalablement les échantillons.

La question se pose de savoir pourquoi ces acheteurs consentent à payer un premium pour un produit dont ils ne sont pas à mesure d'appréhender les attributs.

La vente du thé noir, sur les enchères de Mombassa (Kenya), se fait selon la provenance des lots des thés.

²⁷² Les données relatives aux enchères de Mombassa font références aux prix et quantités vendues de toutes les usines (nom de l'usine et n° du lot) vendeuses aux enchères.

Un thé provenant d'un site connu pour sa bonne qualité bénéficie d'un prix initial, au lancement des enchères, élevé par rapport aux autres sites. Le thé noir de Gisovu, depuis l'année 2003, bénéficie de cet avantage.

Selon nos enquêtes²⁷³ pour bénéficier d'une telle reconnaissance, il faut présenter régulièrement pendant plusieurs années un thé de très bonne qualité. Celle-ci se décline selon certaines critères tels que la finesse des granuleux, le goût (amer, doux), la saveur et l'arôme.

En règle générale, les courtiers envoient les échantillons aux acheteurs potentiels, avant chaque vente. Cet envoi préalable des échantillons oblige les acheteurs impliqués dans le secteur théicole de Gisovu de continuer à la réputation du produit dans la mesure où, s'ils en abusent, ils se privent des opportunités futures d'engager des transactions profitables.

Mais malgré l'existence des attributs de recherche et d'expérience présentant des critères discernables que les utilisateurs ou acheteurs peuvent identifier lorsqu'ils achètent le produit, certains acheteurs nous ont affirmé avoir au moins une fois consentis à payer le prix sans avoir au préalable testé l'échantillon.

Ainsi, huit compagnies sur dix huit²⁷⁴, qui avaient acheté le thé de Mombassa et à qui nous avons posé la question nous ont affirmé avoir acheté plusieurs fois le thé de Gisovu sans avoir au préalable testé les échantillons. Le courtier du thé rwandais sur les enchères, Combok LTD, nous ont également confirmé ces informations, précisant que depuis l'année 2003, il leur arrive souvent de vendre le thé de Gisovu à des acheteurs qui n'ont préalablement pas demandé d'échantillons.

Les compagnies ayant acheté le thé de Gisovu sans avoir préalablement testé l'échantillon expliquent principalement cette façon d'agir par une régularité de la bonne qualité du thé de Gisovu sur le marché depuis cinq ans. Ceci explique l'évolution positive des prix du thé de Gisovu sur les enchères de Mombassa.

Selon un des responsables de COMBROK LTD, le principal courtier du thé rwandais, le thé de Gisovu a commencé à s'imposer et à se faire connaître comme l'un des meilleurs thés des enchères de Mombassa vers l'année 2004. Cette reconnaissance a été précédée par une évolution positive des prix du thé, depuis l'année 2002.

²⁷³ Informations recueillies auprès du courtier du thé du Rwanda, Combok LTD, lors de nos enquêtes du 17 octobre 2008.

²⁷⁴ Les compagnies qui ont fait l'objet de l'entretien, le jour des enchères (mardi le 14 octobre 2008), sont Van Rees B.V. (Pays-Bas), Global Tea (Grande-Bretagne), Stansad LTD (Kenya), Juja Coffee (Kenya), Chai Trading (Kenya), M.J. Clarke LTD (Kenya), Imperial Teas (Kenya), Ranja teas (Sri Lanka)

Selon lui, le thé noir de Gisovu tire sa réputation de son goût, une saveur douce (contrairement aux thés kenyan réputés forts), de ses granuleux très fines, de son arôme et de son éclat de couleur (contrairement aux couleurs noires foncées des thés kenyans)²⁷⁵.

Dans ce cas, la connaissance de l'origine géographique du produit amène à prévoir la valeur d'un certain nombre d'attributs, que ceux-soient de recherche, d'expérience ou de confiance, et sans nécessairement de le mesurer. L'origine géographique devient une garantie de qualité. L'acheteur ne peut guère s'assurer par lui-même de l'origine territoriale du bien. Il donnera donc sa confiance au vendeur ou à un signe d'origine institutionnel (nos y reviendrons au chapitre 7).

Ces informations nous permettent de dire qu'il s'est établi une relation de confiance sur la bonne qualité du thé de Gisovu, fondée sur le caractère répété des transactions entre producteurs et acheteurs. Cette confiance, qui s'apparente à la « confiance interpersonnelle sous-socialisé » de C. Dupuy et A. Torre (2004)²⁷⁶, s'est construite au fil du temps et s'est renforcée grâce à l'amélioration de la qualité du thé présentée sur le marché.

6.3.2. Au-delà des enchères de Mombassa

Le thé noir de Gisovu est proposé sur les enchères à l'état d'un produit fini mais est vendu aux multinationales en vrac. Tout ce que font ces multinationales, c'est de le mélanger aux thés de qualités inférieures, de l'emballer, de faire sa promotion, avant de le vendre aux consommateurs. Cette façon de procéder des multinationales présente deux implications importantes. D'une part, elle fait que la réputation dont bénéficie le thé de Gisovu s'arrête au port de Mombassa et ce faisant coupe tout lien de fidélisation entre producteurs et consommateurs. D'autre part, elle leur permet aux multinationales de faire des marges de profit considérables, en profitant des thés de qualités. La FAO (1999)²⁷⁷ parle en moyenne de 70 USD/kg, alors que le prix d'un kilogramme aux enchères de Mombassa a rarement dépassé 4USD.

²⁷⁵ Données recueillies auprès d'un des responsables de COMBROK LTD, en date du 15 octobre 2008 à Mombassa.

²⁷⁶ Pour les auteurs, cette forme de confiance s'inscrit dans un cadre interindividuel et s'appuie sur un apprentissage fait d'engagements mutuels, de signe que l'on donne à l'autre pour justifier sa confiance. Cette forme de confiance dépasse le lien entre la confiance et la localisation (interactions locales) facilité par une proximité géographique pour tenter d'éclairer la relation entre confiance et la proximité qui dépasse le cadre des seules interactions locales.

²⁷⁷ FAO (1999), *Dealing with Price Risk*, Committee on Commodity Problems, Intergovernmental Group on Tea, Thirteenth Session, Ottawa, Canada, 27-29 September 1999, 47p.

Ces implications interpellent sur le caractère sous évalué de la ressource-réputation du thé de Gisovu.

6.4. La théiculture de Gisovu, les théiculteurs-paysans et l'Etat

Dans cette section, nous analyserons l'impact de la production d'un thé à la qualité territoriale reconnue par les théiculteurs-paysans (6.4.1.) : ces éléments portent sur l'impact de ce type de culture sur leur développement et son à étudier dans la perspective de la dynamique coopérative précédemment décrite.

En (6.4.2.) nous détaillons le rôle et les liens existant entre le système productif étudié et l'Etat ou les acteurs publics en général.

6.4.1. Les théiculteurs-paysans

Afin d'étudier l'impact de ce type de production territorialisé sur les théiculteurs-paysans nous examinons d'abord la fixation du prix de la feuille verte au producteur en la comparant aux pratiques dans des pays voisins (6.4.1.1.), puis nous analysons l'impact de la privatisation partielle sur ces revenus (6.4.1.2.).

Rappelons que la structure coopérative a amené un débat quant au choix entre qualité et quantité et que le choix d'une qualité supérieure a entraîné des règles précises, un contrôle et un ensemble de dynamiques de formation ayant des conséquences directes sur le revenu paysan (cf. 6.2.).

6.4.1.1. Prix de la feuille verte au producteur

Dans la théiculture, il existe plusieurs systèmes de fixation du prix au producteur comme l'explique Th. Nkunjimana (2005). Il détaille ainsi qu'au Kenya par exemple, le système en vigueur octroie un double paiement qui donne au producteur de la feuille verte 0,095 USD/kg au début de la livraison de la feuille verte et un deuxième paiement basé sur le prix actuel du thé noir aux enchères de Mombassa. En Ouganda, le théiculteur-paysan perçoit un prix unique de 0,104 USD/kg.

Au Rwanda, le prix est fixé par l'Ocir-thé en concertation avec le ministère de l'agriculture et des ressources animales. Le prix de la feuille verte ne tient pas compte des coûts de production du théiculteur-paysans et de l'environnement économique dans laquelle il évolue (la dévaluation et l'inflation ne sont pas prises en compte). La fixation de ce prix se fait en prenant en compte le prix mondial (les enchères de Mombassa), les coûts de production de l'usinage et les coûts de transaction inhérents à la commercialisation du thé noir. Il est

identique pour tous les sites rwandais, ce qui, nous le détaillerons ultérieurement, constitue une non reconnaissance de la différenciation territoriale du produit de Gisovu.

Le tableau 6.1. nous permet de dégager le prix net (pour un mois) d'un théiculteur-paysan, exploitant un champ d'un hectare.

Tableau 6.1. Estimation du compte d'exploitation pour un champ de théier d'un hectare à Gisovu, en 2010 (pour un mois)

	Prix unitaire/ kg	Prix total (pour un mois)	Observations
<u>Chiffre d'affaire</u>			
-Prix (en Frw)	96	$96 \times (65 \text{ kg} \times 2) = \mathbf{12\ 480}$	Le prix actuel est de 96Frw/kg. Pour un champ de 1 ha, la récolte est de 65 kg en moyenne par mois. La cueillette a lieu deux fois par mois
<u>Dépenses (en Frw)</u>		2 697	
-Engrais chimiques	22	$22 \times 50 = \mathbf{1\ 100}$	Pour un champ de 1 ha, il faut 600kg d'engrais par an, donc 50kg/mois
-Transport	4	$4 \times (65 \times 2) = \mathbf{520}$	Un prélèvement de 4Frw/kg est demandé par la coopérative pour le transport de la feuille verte des hangars de collecte à l'usine
-Encadrement	5	$5 \times (65 \times 2) = \mathbf{650}$	Chaque théiculteur paye 5Frw/kg, à la coopérative pour son encadrement
-Cotisation pour la coopérative (la COOTHEGIM)		$2000/12 = \mathbf{167}$	Une cotisation de 2000Frw/an est demandée pour chaque membre de la coopérative
-payement au cueilleur	22	$22 \times (65 \times 2) = \mathbf{260}$	En cas de main d'œuvre salariée, lors de la cueillette, le propriétaire paye 22Frw/kg au cueilleur
Marge bénéficiaire	75 Frw (0, 15 USD)	9783 Frw (19,50 USD)	

Source : Nos enquêtes.

Cette marge bénéficiaire ne tient pas compte de l'investissement dans l'acquisition du terrain et l'investissement dans les petits matériels (serpette, panier de récolte, trident, houe,...).

Nous l'avons noté au chapitre 5, l'acquisition de la parcelle théicole pour 75% des personnes interrogées s'est faite gratuitement au sein de la famille et plus de la moitié des théiculteurs partagent le petit matériel.

Les revenus issus de la vente de la feuille interviennent principalement dans la satisfaction des besoins fondamentaux des membres du ménage-théiculteur, pour l'achat des produits vivriers alimentaires, pour l'achat du matériel scolaire, pour le paiement des soins médicaux (dont le paiement de la mutuelle de santé à 3 000 Frw : 6USD/an), pour l'achat des vêtements, pour la rénovation ou construction et pour le prêt ou remboursement des emprunts.

Les théiculteurs-paysans à travers la COOTHEGIM ne cessent de réclamer une augmentation du prix de la feuille jusqu'à 140 Frw/kg (0,28 USD). Selon le vice-président de la COOTHEGIM, les prix de la feuille verte devraient augmenter en fonction de l'augmentation des prix du thé noir sur les enchères de Mombassa : « on nous dit que le thé de Gisovu est le meilleur thé aux enchères, son prix ne cesse d'augmenter, mais en ce qui nous concerne rien ne change »²⁷⁸.

Le prix de la feuille verte est le même pour tous les sites théicoles : les théiculteurs de Gisovu estiment que le prix devrait différer compte tenu des conditions de productions locales qui ne sont pas les mêmes et compte tenu des performances de chaque site théicole sur le marché.

Les contraintes et les contrôles entraînent un choix de la qualité qui devraient être reflétés dans le prix payé. Selon l'un des agronomes de la COOTHEGIM : « A quoi bon concentrer ses efforts à produire un thé de qualité, qui capte les meilleurs prix de tous les sites théicoles au Rwanda et bénéficier de la même rémunération que les autres »²⁷⁹.

La question qui se pose est de savoir pourquoi les théiculteurs-paysans continuent à se consacrer à cette culture pour un prix qu'ils considèrent comme moins rémunérateur.

Plusieurs raisons sont avancées. La première est de considérer le théier comme un arbuste qui assure des revenus de façon régulière dans l'année pour le ménage. Le théiculteur-paysan reçoit sa paye chaque fin du mois et de façon régulière.

Le théier est aussi considéré par le théiculteur comme une sorte de banque. En effet, la fiche dans laquelle sont consignées ses différentes livraisons de feuilles vertes lui sert de garantie quand il s'agit de s'approvisionner à crédit auprès des petits commerçants ou encore quand il

²⁷⁸ Notre enquête de juin 2010.

²⁷⁹ Propos recueillis auprès de Ngenzahayo Faustin agronome de la COOTHEGIM, le 15/08/2007.

faut contracter un petit crédit en période de soudure auprès des petits fonctionnaires du village.

Il faut également considérer que le théier est à l'abri des voleurs, étant donné le manque d'usages alternatifs des feuilles vertes à part la vente à l'usine de transformation. En plus, même si on n'intervient pas dans la parcelle de théiers, en termes d'entretien, il y aura toujours quelques bourgeons et feuilles à cueillir qui assurent un revenu.

La deuxième raison est de considérer la théiculture comme un investissement de long terme qui jouerait un lien intergénérationnel dans la famille.

6.4.1.2. La privatisation de l'usine de Gisovu : effets attendus sur les théiculteurs-paysans

Depuis février 2011, dans le cadre du programme de privatisation des unités théicoles initié au Rwanda depuis 2003, l'usine de transformation du thé noir de Gisovu a été cédée à la compagnie Borelli Tea Holdings Limited (dont le siège est en Angleterre). Cette compagnie a acheté à l'Etat 60% de ses actions. Le reste des actions est réparti entre l'Etat (30% des actions) et les théiculteurs-paysans (10%), à travers leur coopérative, la COOTHEGIM.

La compagnie Borelli ayant débuté ses activités au mois de janvier 2012, nous donnons des pistes de réflexions relatives à cette nouvelle donnée en termes de rapports entre théiculteurs-paysans et la compagnie acquéreur de l'usine au regard des enjeux et défis dont fait face le secteur théicole à Gisovu.

La vente de l'usine de Gisovu intervient au moment où les acteurs s'étaient impliqués délibérément dans une démarche de production d'un thé de qualité. Cette démarche a suscité des partenariats et des coopérations entre acteurs divers (confère 6.2).

La compagnie Borelli est au courant de la notoriété du thé de Gisovu sur le marché et que cette notoriété vient de la qualité.

Dans son discours lors de l'acquisition de l'usine (le 24 février 2011), le représentant de la compagnie, Monsieur Dilsher Sen, a précisé que la compagnie entend améliorer la qualité du thé de Gisovu²⁸⁰.

L'amélioration de la qualité du thé noir, passe par une amélioration de la feuille verte. Cette démarche suppose que la compagnie et les théiculteurs-paysans conviennent de nouveaux critères de qualité, la définition d'une bonne feuille et le pourcentage à partir duquel l'usinier

²⁸⁰ Informations tirées du journal Igihe du 24/02/2011.

refuse la matière première. Pour ce qui concerne la cueillette, il serait difficile d'envisager une cueillette plus fine que celle pratiquée jusqu'alors car une cueillette de moins de deux feuilles en plus du bourgeon entraînerait une diminution sensible de la quantité de la feuille verte et donc thé noir et par conséquent une diminution des recettes.

Avec l'ouverture de la filière à la compagnie Borelli, l'exécution de certaines activités comme l'accès aux plants de théier, aux engrais chimiques par les théiculteurs-paysans, le financement de la recherche et la formation soulèvent des questions. Rappelons qu'avant la privatisation de l'usine de Gisovu ces activités étaient exécutées grâce à un partenariat/coopération entre la COOTHEGIM, l'usine de Gisovu et les institutions publiques (ISAR pour la recherche, BRD pour les engrais chimiques) et les institutions financières privées (Banque populaire pour les crédits). Notons qu'avec la privatisation des unités théicoles, l'Ocir-thé a entre autres pour missions de : « collaborer avec les coopératives théicoles, les producteurs du thé et les propriétaires des usines et les appuyer au moyen de formation et de conseils ; collaborer avec d'autres organes concernés en matière de recherche et de vulgarisation sur les activités théicoles »²⁸¹. L'Ocir-thé pourrait donc jouer un rôle d'intermédiaire pour perpétuer ces liens avec des processus de formation, d'information, de recherche ou de financement.

6.4.2. Rôle et place de l'Etat dans la théiculture de Gisovu.

L'Etat par l'Ocir-thé et l'imposition de la culture du thé historiquement mais aussi par sa politique récente de privatisation ou sa reconnaissance de label joue un rôle particulier dans la production théicole de Gisovu.

Cette interdépendance est également présente dans les SYAL étudiés dans les autres contextes (cf. chapitre 4) mais elle joue ici un rôle tout-à-fait particulier.

Nous étudions d'abord les rôles joués par les acteurs publics dans la situation actuelle (6.4.2.1) puis nous mettons en évidence les stratégies de l'Etat en lien avec la privatisation (6.4.2.2). Le rôle joué par l'Etat en matière de reconnaissance d'une différence territoriale sera explicité dans le chapitre 7 où nous traitons entre autres de labellisation.

6.4.2.1. Les acteurs publics

Trois principaux types d'acteurs se positionnent depuis la privatisation en amont de la filière : les théiculteurs-paysans, leur coopérative (la COOTHEGIM) et la compagnie qui produit le thé

²⁸¹ Minagri-Ocir-thé (2008) *A Revised Tea Strategy for Rwanda. Transforming Rwanda's Tea Industry*, Kigali, 46p.

noir (la compagnie Borelli). En aval, se positionne la Fédération Rwandaise des Coopératives Théicoles (la FERWACOTHE) comme organe syndical et la compagnie Borelli (à travers son service de commercialisation).

Cependant, au-delà des politiques publiques et notamment des politiques agricoles, commerciales ou de labellisation décrétées par le pouvoir central, L'Etat intervient encore a priori via deux processus ; d'une part l'Ocir-thé et d'autre part le processus de décentralisation donc des autorités locales.

Avec l'avènement de la privatisation, l'office étatique chargé du développement du secteur théicole (Ocir-thé), s'est vu confié de nouvelles missions. Sa mission générale est : « d'assurer la promotion de la culture de thé, de contribuer aux efforts visant à en augmenter la valeur ajoutée et la productivité, d'en améliorer les techniques de stockage, d'usinage et d'écoulement sur les marchés »²⁸². Cela se traduit par l'établissement des certificats d'origine ou des normes de qualité et le contrôle de leur mise en œuvre, la collaboration avec d'autres organismes notamment de recherche ou de promotion et la participation à des négociations internationales²⁸³.

La relation avec les théiculteurs-paysans n'est pas spécifiée. Illustrons-le à travers deux exemples : le prix au producteur et la participation des producteurs au capital de la société d'usinage de Gisovu.

Depuis l'acquisition de l'usine de transformation du thé noir de Gisovu par la compagnie Borelli, en février 2011, le prix de la feuille verte n'a pas varié. Signalons que les théiculteurs-paysans réclament une augmentation du prix de 45% du prix actuel (c'est-à-dire de 96Frw/kg à 140 Frw/kg). En cas de conflit, l'organe représentant les théiculteurs-paysans pourra-t-il saisir l'organe régulateur ? Si on s'en tient à ses nouvelles attributions, l'Ocir-thé n'est pas habilité à intervenir dans ce genre de conflit, même si il peut jouer le rôle de conseiller. Le deuxième processus par lequel l'autorité publique pourrait intervenir correspond à une pratique régulière observée dans le contexte des systèmes productifs locaux, à savoir l'intervention de l'autorité publique locale.

²⁸² Journal officiel n°24 bis du 15/12/2006.

²⁸³ Loi n° 49/2006 du 05/10/2006. Portant attributions, organisation et fonctionnement de l'office rwandais de promotion du thé (Ocir-thé). Journal officiel bis du 15/12/2006.

L'acteur public local est un partenaire au même titre que l'agriculteur, l'institut de recherche ou le transformateur pour mettre en œuvre la stratégie de spécification et la construction d'une « qualité territoriale ».

Sur le terrain l'on constate une faible implication du pouvoir public local (collectivité locale) dans la mise en œuvre d'actions collectives visant une amélioration de la qualité du thé produit à Gisovu. Les rares actions enregistrées se limitent à des campagnes de sensibilisation, aux théiculteurs-paysans, à la production d'un thé de qualité. Ces séances de sensibilisation se déroulent généralement lors des travaux communautaires, baptisé « Umuganda » (tous les derniers samedis du mois)²⁸⁴. A la fin de chaque séance, les autorités publiques locales s'entretiennent avec la population et compte tenu de l'importance du thé à Gisovu, il n'est pas rare que les échanges sur la qualité du thé soient au centre des débats.

Le contexte actuel de décentralisation est censé permettre aux collectivités locales de jouer un rôle plus accru dans le processus de valorisation des ressources locales.

Cependant sa participation reste faible, cela s'explique par une forte présence de l'institution publique centrale, à travers son office (Ocir-thé) et par une gestion restée très centralisée de la filière.

6.4.2.2. La privatisation et l'impact sur le rôle de l'Etat

Avec la privatisation de l'usine de Gisovu, les théiculteurs-paysans se sont vu octroyer 10% des parts du capital de l'usine, par le pouvoir public. Mais les théiculteurs-paysans à travers la COOTHEGIM et la Fédération Rwandaise des théiculteurs (FERWATHE) ont toujours réclamé 30% des actions.

Cette augmentation devrait être prise sur la participation de l'Etat qui céderait 20% de ses parts. Une cession supplémentaire de 10% d'actions que détient le pouvoir public permettrait aux théiculteurs-paysans (avec 20% d'actions) d'avoir plus de poids dans la gestion de l'usine, de sentir plus impliqués et de défendre leurs intérêts. Elle permettrait en même temps à l'acteur public, qui détiendrait 20% des actions, de continuer à avoir un droit de regard sur la gestion de l'usine.

²⁸⁴ Le recours à des tels travaux collectifs, institutionnalisés dans tout le pays depuis février 1974, prend tout d'abord appui sur l'existence de traditions nationales d'entraide qui s'illustrent particulièrement lors d'événements familiaux et sociaux majeurs (mariage, perte d'un membre de famille, catastrophe naturelle,...). Dans sa forme moderne, depuis mai 1995, l'« Umuganda » a pour objectif d'assurer la promotion des infrastructures de développement et sert d'une occasion de convivialité entre les habitants d'une même localité.

Un processus de privatisation complet pourrait amener à un retrait de l'Etat et à l'octroi de l'ensemble de ses actions à la coopérative.

Cette possibilité n'est pas envisagée actuellement.

Conclusion du chapitre 6.

La question principale de cette thèse est de porter une réflexion sur la(es) stratégie(s) en cours et celles éventuellement à mener afin de permettre au thé de Gisovu de capter tout ce qu'il profite par sa qualité reconnue sur le marché mondial. Cette interrogation a été analysée sous l'hypothèse d'une stratégie de différenciation basée sur l'offre d'un produit présentant une qualité spécifique territoriale.

Le chapitre s'est construit sur quatre sections. Il s'est d'abord agi de questionner l'existence de ressources et d'actifs spécifiques au lieu. Nous avons vérifié l'existence d'une qualité naturelle, présente en d'autres lieux, assemblée à une stratégie collective de mise en valeur de cette qualité, une activité organisée, et à une reconnaissance exogène, par les enchères de Mombassa et par les consommateurs/acheteurs, de la qualité spécifique de ce thé. La confiance dans le produit est élaborée sur du long terme, même si des processus de contrôle (test d'échantillonnage) persistent. Le savoir-faire (techniques culturelles, de cueillette et de transformation) qui prévaut dans le secteur est un savoir-faire générique, introduit de l'extérieur, mais renforcé et amélioré par une organisation socio-économique forte basée sur de l'information, de la formation et du contrôle.

Cette qualité est objectivement traduite par un prix supérieur à Mombassa, prix non reflété dans le revenu initialement octroyé par l'Etat (l'Etat rwandais rémunérait uniformément les théiculteurs-paysans quel que soit leur site d'origine).

L'analyse des données de nos enquêtes nous a révélé que l'histoire de la théiculture à Gisovu est récente, elle date des années 70. Elle a été introduite de l'extérieur de Gisovu par l'Etat, qui a continué à avoir une main mise sur toutes les activités de la filière, devenant ainsi un acteur principal du secteur. Mais avec le programme de privatisation le théiculteur-paysan s'est organisé : dans le cas de Gisovu le choix de la qualité, et non de la quantité, a été établi et renforcé notamment par la COOTHEGIM.

La spécificité des actifs autour de la production d'un thé de qualité, dans la théiculture à Gisovu n'est pas liée à une historicité des savoir-faire locaux. Les techniques de production du thé ont été introduites de l'extérieur mais ont été renforcées et améliorées par une organisation socio-économique forte qui fait sa spécificité. Une organisation socio-économique forte est mise en exergue par des liens familiaux et sociaux entre théiculteurs, des relations de coopération entre le COOTHEGIM et l'usine de transformation ce qui permet aux théiculteurs et employés de l'usine de se réapproprier, de maintenir et d'améliorer les techniques productives par des formations formelles (organisées par la coopérative et/ou l'usine de transformation) ou informelles (dans le cadre familiales ou amicales). C'est ce couplage : organisation et savoir-faire qui fait la spécificité de la main-d'œuvre.

A Gisovu, miser sur la qualité a été une stratégie délibérée, regroupant les acteurs clés de la filière (théiculteurs, coopérative et usine de transformation), visant à réagir ou à s'adapter à l'évolution du marché mondial. Cette stratégie s'est traduite par la mise en place d'un système de règles (bonus à la qualité, règles de cueillette, analyse de la qualité) et de contrôle (contrôle interindividuel, contrôle au moment du pesage) entraînant dans certains cas des phénomènes d'exclusion (refus d'une partie d'une récolte) ou de sanction.

Les actions collectives résultantes de ces stratégies de coopération et de partenariat sont favorisées par les liens de proximités géographiques, organisationnelles et institutionnelles entre acteurs et sont fondées sur une coordination marchande (disponibilisation des intrants agricoles par exemple), non marchande (formations, information et recherche) et mixte (accès aux crédits par exemple).

Le rôle joué par le pouvoir public local reste limité alors que l'Etat reste présent, même après la privatisation de l'usine de transformation.

La ressource-réputation du thé de Gisovu, aux enchères de Mombassa, a été identifiée. Elle Fondée sur l'établissement de la réputation (régularité du thé de qualité sur le marché).

Finalement, dans le cas de la théiculture à Gisovu, on peut parler d'émergence de système agroalimentaire localisé (SYAL).

Chapitre 7: Stratégie de pérennisation de la filière théicole de Gisovu : Les opportunités de la labellisation territoriale

L'analyse des liens entre acheteurs et producteurs nous a montré que le thé de Gisovu se trouve déjà engagé dans une dynamique de confiance et de réputation, une certaine labellisation sous appellation d'origine, à l'échelle du Rwanda, est également en œuvre qui garantit une qualité spécifique du produit à l'acheteur et un premium au producteur. Mais l'observation de cette dynamique, nous a révélé que la réputation sur laquelle se fonde cette dynamique est encore aujourd'hui sous évaluée.

Dans ce chapitre nous poursuivons un objectif principal, celui de mener une réflexion quant à une stratégie qui permettrait une meilleure valorisation de la réputation dont bénéficie aujourd'hui le thé de Gisovu, à savoir la mise en vente du thé de Gisovu sous Indication Géographique (I.G.-Gisovu). Cette stratégie permet de vendre le thé de Gisovu, sur le marché, en le différenciant du thé de ses concurrents, sur une base territoriale.

L'une des questions qui s'impose d'abord est en rapport avec l'applicabilité de cette stratégie, dans le contexte réglementaire mondial et national. Autrement dit, est-ce que l'environnement extérieur au système de production de Gisovu permet voire encourage ce type de stratégie (7.1)? Après analyse du contexte, nous discutons de la mise en place de cette stratégie en tenant compte des perspectives existant au Rwanda et sur le marché régional (7.2.). Les derniers éléments rappellent comment une telle stratégie IG peut constituer un levier pour des stratégies territoriales étendues à Gisovu (7.3).

7.1. Le cadre institutionnel et légal international en matière d'I.G.

La stratégie de labellisation des produits agroalimentaires sous I.G. est une stratégie de commercialisation de portée nationale et internationale. Ses enjeux au niveau international sont analysés au niveau de trois systèmes internationaux : l'Union Européenne (7.1.1.), l'Organisation Mondiale du Commerce (7.1.2.) et le cadre régional africain (7.1.2.).

7.1.1. L'Union Européenne et les Indication d'Origine

La protection des I.G. fait partie intégrante de la politique agricole de l'UE. Cette protection commence à être effective en 1992, avec la mise en place du règlement (CEE) n°2089/92 du conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des

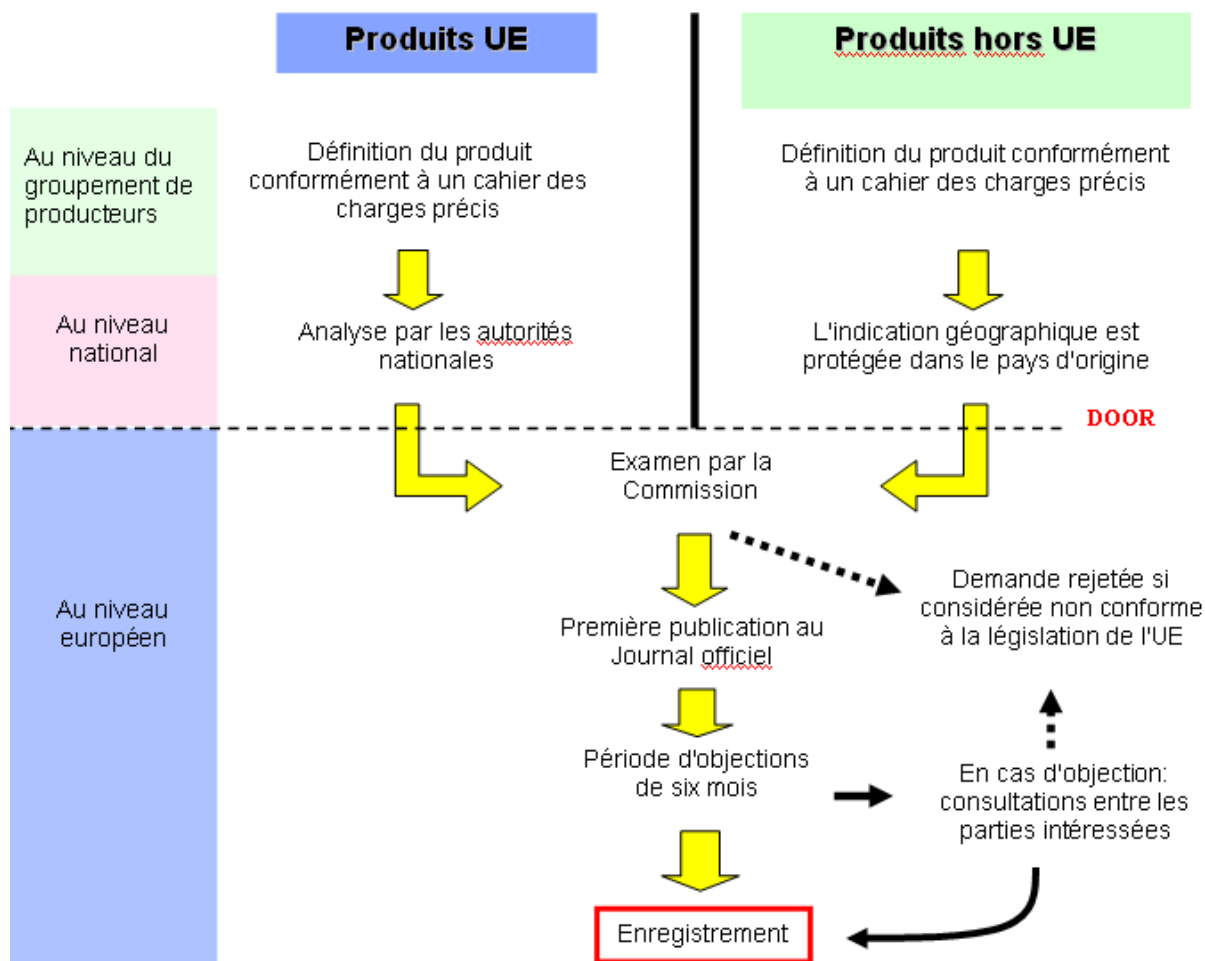
appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires²⁸⁵. Le champ d'application de ce règlement se limite à certains produits agricoles, dont le thé, et des denrées alimentaires, et ce uniquement lorsqu'il existe un lien clair entre le produit ou la denrée alimentaire et son origine géographique.

Le règlement du 14 juillet 1992 sur les IG, dégage certaines voies pour les pays non membres de l'Union Européenne. En effet, ce règlement prévoit que les groupes de producteurs installés dans les pays non membres de l'U.E. peuvent adresser directement leurs demandes à la Commission pour faire enregistrer les indications géographiques et dénominations protégées²⁸⁶. Le schéma 7.1 repris du site de l'Union européenne rappelle les étapes à parcourir pour enregistrer son produit en Europe.

²⁸⁵ O'Connor B. (2005), Les indications géographiques et leurs enjeux pour les pays ACP, Document de travail, CTA, avril 2005, Wageningen, 20p.

²⁸⁶ Informations tirées dans le journal officiel de l'U.E. via le site internet : <http://eur-lex.europa.eu>, consulté le 17 septembre 2010.

Schéma 7.1. Processus d'enregistrement d'une I.G dans l'UE pour un produit en provenance de l'UE ou en dehors de l'U.E.



Source : ec.europa.eu/agriculture/quality/Schemes/index_fr.htm

Signalons que ce règlement ne prévoit aucun paiement pour tout le processus d'examen de la demande et de publication par la Commission. Jusqu'aujourd'hui, peu de produit ont été enregistré : citons le « Café de Colombia », le thé de Darjeeling (Inde) ou l'asperge Dongshan Bai Lu Sun ou l'ail de Jingxiang Da Suande en Chine enregistrés en tant que produits I.G.P²⁸⁷.

Comme le montre le schéma, pour obtenir leur homologation dans l'U.E., les indications géographiques et les dénominations d'origine doivent au préalable être protégées et réglementées dans leurs pays d'origine. Nous y reviendrons dans la section (7.2.).

²⁸⁷ Le Darjeeling Tea a été enregistré le 21/10/2011, tandis que le café de Colombia a été enregistré le 13/09/2007. Pour de plus amples information on pourrait consulter le site : ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html

A côté de la législation européenne, les pays non européens peuvent aussi faire appel à l'expertise de certains pays de l'Union Européenne, qui sont déjà avancés dans ce domaine tel que la France. De telles coopérations ont été notamment développées entre le Kenya et la Suisse dans la mise en place d'une stratégie de politique commerciale basée sur les I.G. Plusieurs produits ont été identifiés dans le cadre du projet pilote, le thé de Milima fait partie de ces produits²⁸⁸.

7.1.2. L'Organisation Mondial du Commerce (O.M.C.) et les I.G.

En dehors des accords bilatéraux, l'instrument multilatéral le plus important pour garantir l'accès au marché et le respect des indications géographiques, au niveau international, est l'Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce (A.D.P.I.C.) au niveau de l'Organisation Mondiale du Commerce (O.M.C.).

Dès 1994, l'OMC reconnaît les I.G. comme un droit de propriété intellectuelle à part entière, au même titre que les brevets ou les marques commerciales, notamment dans le cadre de l'accord du 15 avril 1994 sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce (ADPIC)²⁸⁹. Dans son article 22, l'OMC définit les I.G. comme étant : « des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un membre ou d'une région ou localité de ce territoire, dans le cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique »²⁹⁰. L'article 22:2 de cet accord demande à chaque Etat membre de l'OMC de mettre en place des moyens juridiques afin que la protection des indications géographiques soit possible. « Pour toutes les indications géographiques, les parties intéressées doivent avoir les moyens juridiques d'empêcher l'utilisation d'indications qui induisent le public en erreur quant à l'origine géographique du produit et toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale »²⁹¹.

Depuis le début des négociations sur les ADPIC, l'Union Européenne s'est toujours positionnée fortement en faveur de la protection des IG. Les intérêts pour ces pays sont évidents. A titre d'exemple en France, près de 600 IG enregistrés (dont la grande majorité sur

²⁸⁸ Kenya Industrial Property Institute and Swiss Federal Institute of Intellectual Property, Swiss-Kenyan Project on Geographical Indication. Project Document Final Version of 12 March 2009, 43p.

²⁸⁹ Informations tirées sur le site internet de l'OMC : <http://www.wto.org/french/tratop> consulté le 21 septembre 2010.

²⁹⁰ Informations tirées sur le site internet de l'OMC : <http://www.wto.org/french/tratop>, consulté le 21 septembre 2010.

²⁹¹ Informations tirées sur le site internet de l'OMC : <http://www.wto.org/french/tratop> consulté le 15 mars 2011

les vins) génèrent une valeur de 19 milliards d'euros, en Italie, 420 IG génèrent une valeur de 12 milliards d'euros (Sylvander, Allaire, et al., 2005)²⁹².

Le débat autour des IG, dans le cadre de l'OMC, reflète des enjeux à la base desquels on trouve divers arguments que nous regroupons avec B. Sylvander et ses co-auteurs (2005) en arguments économiques et non économiques²⁹³.

D'une part, une indication géographique est avant tout un acte commercial dont l'objectif est de faire reconnaître le produit aux acheteurs.

Une IG représente un investissement, collectif et sur la durée, pour établir une réputation. Cette réputation peut être assimilée à des actifs de l'entreprise qui en bénéficie de manière légitime. Usurper ce nom en l'opposant sur un produit venant d'une région et ayant des caractéristiques différentes est un acte de concurrence déloyale et constitue un viol de la propriété intellectuelle que représente une I.G.²⁹⁴.

L'IG permet de rassurer le consommateur. Sa protection doit intégrer les questions d'origine géographique du produit et les pays doivent contrôler l'usage des IG afin de lui garantir des informations justes.

La différenciation par la qualité des produits et la segmentation des marchés permet de mieux maîtriser l'offre et la demande. La crainte existe alors que l'introduction de trop de moyens de régulation sur le marché constitue une distorsion aux règles du libre-échange.

Un autre ensemble d'arguments porte sur des aspects territoriaux. Les IG sont alors présentées comme des outils de politiques économiques locales en faveur de l'agriculture et du monde rural. Cette justification fait référence au concept d'externalités liées au développement des productions sous IG. Les produits IG ont la capacité de créer des liens, d'entrer en synergie, avec d'autres activités de la zone (le tourisme, la formation, le développement des infrastructures,...). En outre, d'autres externalités positives sont à prendre en compte : image et fierté des producteurs, promotion de la région,...

²⁹² Sylvander B., Allaire G., Marescotti A., Barjolle D., Thevenod-Mottet E., Tragear A., (2005), *Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux*. Communication pour le Symposium international « Territoire et enjeux de développement régional », Lyon 2005, 22p.

²⁹³ Cette analyse s'appuie sur le document de Sylvander B., Allaire G., Marescotti A., Barjolle D., Thevenod-Mottet E., Tragear A., (2005), *Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux*. Communication pour le Symposium international « Territoire et enjeux de développement régional », Lyon 2005, 22p.

²⁹⁴ En contre argument, on peut dire que les IG sont des barrières à la libre concurrence (car il y a formation d'éventuelles ententes entre les producteurs). Une protection trop élevée risque de fermer les marchés.

Enfin il est avéré que la protection des IG permet de conserver les ressources biologiques (races animales, variétés végétales,...) et par conséquent travaille au maintien de la biodiversité. Et elles se classent comme outils de protection du patrimoine (S. Escurdero, 2001)²⁹⁵.

Les I.G. sont enfin au centre d'un débat de cultures. Les indications géographiques sont reconnues et protégées depuis très longtemps en Europe. Réserver l'usage du nom aux produits réellement issus de la région apparaît comme légitime, en Europe.

Dans les pays du « Nouveau Monde » (Etats-Unis d'Amérique, Nouvelle Zélande, Afrique du Sud, Australie,...), la conception des I.G. est différente de la conception européenne, d'une part parce que plusieurs de leurs noms ont été importés d'Europe, d'autre part parce que leur idéologie de pionniers a tendance à les éloigner de la reconnaissance des traditions indigènes de leur pays et d'ailleurs. De ce fait, la reconnaissance des IG dans un tel système multilatéral est assimilable à un véritable clash culturel (E. Thevenod-Mottet, 2001)²⁹⁶.

7.1.3. Le cadre institutionnel et légal en Afrique et dans les communautés économiques régionales en matière d'I.G.

L'Afrique compte deux organisations interétatiques de protection des droits de la propriété intellectuelle : l'*African Regional Intellectual Property Organisation* (ARIPO) et l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI). Les deux organisations sont, en majorité, composées des pays dont les systèmes juridiques reflètent ceux des puissances occidentales qui les ont colonisés (I. Mgbeoji, 2007)²⁹⁷.

Le Rwanda est devenu membre de l'ARIPO en 2011 mais n'est pas membre de l'OAPI.

La première organisation l'ARIPO, est une organisation intergouvernementale qui compte 16 Etats africains qui sont en majorité d'expression anglophone²⁹⁸. Elle a été créée par l'Accord de Lusaka du 9 décembre en 1976 avec pour objectif principal de promouvoir la coopération, l'harmonisation et le développement de la propriété intellectuelle entre les membres.

Le système de l'ARIPO a mis en place une procédure d'enregistrement régional des titres de propriété industrielle (marques, brevets, dessins et modèles) dans le respect des législations

²⁹⁵ Escudero S. (2001), "International Protection of Geographical Indications and Developing Countries", *Working Paper* 10, Trade-Related, Development and Equity, South Centre, 49p.

²⁹⁶ Thevenod-Mottet E. (2001), *The Protection of Geographical Indications in multilateral systems: a cultural clash*. Dolphins meeting, Florence. 9p.

²⁹⁷ Mgbeoji I. (2007), "TRIPS-plus : Impact in Africa", In Daniel J. Gervais (Ed), *Intellectual Property, Trade and Development: Strategies to Optimize Economic Development in a TRIPS-plus Era*, Oxford University Press, New York, pp.267-268.

²⁹⁸ Botswana, Gambie, Ghana, Kenya, Lesotho, Malawi, Mozambique, Namibie, Sierra Leone, Somalie, Soudan, Swaziland, Tanzanie, Uganda, Zambie. Seuls le Mozambique et la Somalie ne sont pas des pays Anglophones.

nationales. Chaque Etat membre de l'ARIPO garde son propre office de la propriété intellectuelle mais les procédures d'enregistrement des titres sont centralisées dans un souci de simplification et d'harmonisation²⁹⁹.

Jusqu'aujourd'hui, rien n'a encore été prévu spécifiquement pour les indications géographiques. Les indications géographiques peuvent être enregistrées conformément au droit national de chaque Etat (F.-X. Kalinda, 2010)³⁰⁰.

L'OAPI a été créée par l'accord de Bangui du 2 mars 1977 et est une législation uniforme qui vise à promouvoir l'utilisation et la protection de la propriété intellectuelle dans chaque Etat membre.

En 1999, l'accord de Bangui a été révisé pour se mettre en conformité avec l'accord sur les ADPIC. Et le terme général « d'indication géographique » a alors été employé. Aux termes de l'article premier l'annexe VI, l'Accord de Bangui entend par I.G. : « tout produit naturel, agricole, artisanal ou industriel ; dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristiques déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique »³⁰¹. Cet enregistrement peut provenir d'une personne physique ou morale producteur dans la région géographique visée ou des organisations comme celles de consommateurs.

F-X. Kalinda (op.cit.) fait remarquer que jusqu'en 2002, date d'entrer en vigueur de l'accord de Bangui, aucun Etat membre de l'OAPI n'avait enregistré une appellation d'origine. Mais depuis cette date, un certain nombre de produits sont à l'étude en vue de leur reconnaissance en tant qu'indications géographiques. Parmi ces produits figurent, le haricot vert du Sourou et le beurre de karité du Burkina Faso, le miel blanc de Oku et le poivre blanc de Penja pour le Cameroun ; l'attiéké de Grand Lahou et les toiles de Korhogo pour la Côte d'Ivoire ; le café Ziama et l'ananas de Manférényah pour la Guinée,...

En plus des raisons existant ailleurs, la situation africaine s'explique aussi par le manque de tradition de reconnaissance des signes géographiques au sein des Etats membres et la rigidité de la définition de l'appellation d'origine (dans les premiers accords de Bangui de 1977).

Le Rwanda, qui n'est pas membre de l'OAPI, est membre de l'OMC depuis le 22 mai 1996. Dans le cadre des ADPIC, l'OMC prévoit que les membres sont libres de déterminer la

²⁹⁹ Pour plus d'information sur l'ARIPO, le lecteur intéressé pourrait visiter son site internet : www.aripo.org

³⁰⁰ Kalinda F.-X. (2010), *La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement*, Thèse de doctorat en Droit, Université de Strasbourg, 447p.

³⁰¹ Informations tirées sur le site internet de l'OAPI : <http://www.oapi.int>

méthode appropriée pour mettre en œuvre les dispositions du présent accord dans le cadre de leurs propres systèmes et pratiques juridiques³⁰².

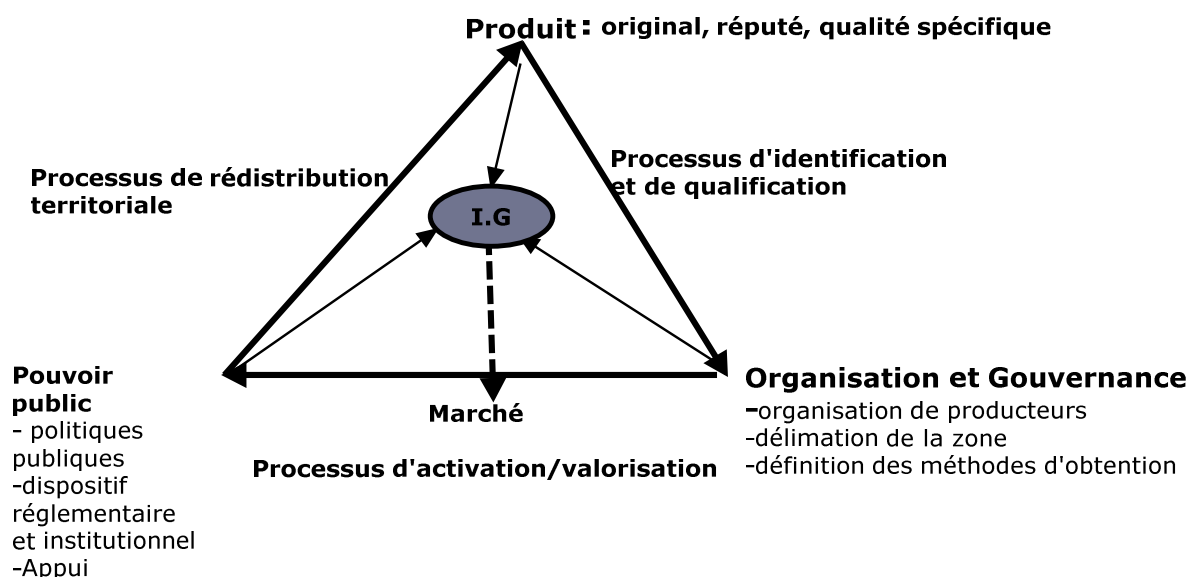
7.2. Stratégie de pérennisation du SYAL-Gisovu sous I.G.

L'analyse de stratégie de pérennisation par l'IG porte ici sur le thé destiné à l'exportation et, mais minoritairement, à la demande locale. Dès lors, nous abordons cette stratégie en tenant compte deux échelles d'analyse, d'abord l'échelle nationale et le processus d'organisation induit au Rwanda (7.2.1.), ensuite l'impact sur un plan régional et international (7.2.2.).

7.2.1. Analyse des perspectives de labellisation sous IG au Rwanda pour le thé de Gisovu

Dans la dynamique de mise en place d'une IG pour le thé de Gisovu trois éléments évoluent en interaction : le produit, l'organisation et le rôle du pouvoir public. Ces éléments sont reliés par trois processus : d'une part un processus d'identification et de qualification liant gouvernance et produit, d'autre part un processus de redistribution territoriale reliant le produit et l'autorité publique et enfin un processus de valorisation via le marché associant organisation et pouvoir public.

Schéma 7.2. « Triangle » vertueux de l'IG-Gisovu



Source : Adapté de D. Sautier (2003)³⁰³

³⁰² OMC (1994), ADPIC (Accord de Marrakech), le 15/04/1994, document consulté, le 4/04/2011, sur http://www.wipo.int/edocs/trtdocs/fr/wto01/trt_wto01.pdf

³⁰³ Sautier D. (2003), *Organisation des producteurs et mise en place d'une indication géographique pour le café de Kintamani à Bali (Indonésie)*. Montpellier, Cirad, 17p.

7.2.1.1. Processus d'identification et de qualification

En ce qui concerne le processus d'identification pour le thé de Gisovu nous avons montré que la réputation est identifiée par le consentement des acheteurs à payer un premium pour l'origine-Gisovu.

La qualité du thé qui contribue à cette réputation est le résultat d'une combinaison de plusieurs ressources spécifiques (facteurs naturels, qualité de la main-d'œuvre, savoir-faire local, capacités d'organisation) et génériques (savoir-faire) par des acteurs pluriels inscrits dans une dynamique de production d'un thé de qualité (6.1 et 7.2.). En retour, cette réputation concrétisée par un prix supérieur sur le marché a permis aux théiculteurs de Gisovu de prendre conscience du potentiel que représente leur thé et de dégager la volonté du maintien et de l'amélioration de la qualité du thé par les producteurs de Gisovu.

Mais, même si nous avons pu montrer le lien entre territoire-produit (qualité) et réputation, permis par une action collective inscrite dans une dynamique de production d'un thé de qualité (chapitre 6), il s'avère que la mise en place d'une indication géographique exige de mettre en évidence des caractéristiques mesurables, discernables (couleur, odeur, goût,...) ou non discernables (caractéristiques liées aux modes de production) spécifiques du produit (Sylvander et Lassault, 1994).

De l'avis des courtiers du thé rwandais aux enchères de Mombassa, le thé de Gisovu tire sa réputation de la finesse de ses granuleux, de son arôme, de la clarté de son liqueur et de son arôme. De telles caractéristiques pourraient être complétées et formalisées par des études scientifiques et techniques associant des acteurs divers, déjà impliqués (COOTHEGIM, Usine de transformation de Gisovu, Institut des sciences agronomiques du Rwanda basé à Gisovu, les courtiers du thé rwandais), non encore impliqués (*le Rwanda Bureau of Standards* par exemple) ou des acteurs extérieurs du Rwanda expérimentés dans le domaine de mise en place des I.G.

Cette première étape sert à combattre les contrefaçons, elle pose également la question du support des coûts lié aux études scientifiques ainsi que la question de la coordination de cette opération. Ces éléments sont abordés ultérieurement.

Le processus d'identification du produit implique la délimitation de la zone de production et la définition du processus de production. E. Vandecandelaere et al (2009) mettent en évidence

l'importance du « cahiers des charges »³⁰⁴. Ce document, qui inclut le contenu du contrat de confiance entre, premièrement tous les producteurs, deuxièmement entre les producteurs et les consommateurs et enfin entre les producteurs et l'autorité publique, doit comporter des éléments précis car amenés à être contrôlés.

En outre, l'implication des acteurs de la filière IG-Gisovu notamment les théiculteurs-paysans et leur coopérative dans la démarche I.G dès le début apparaît comme une clé de succès pour toute politique d'I.G.

Dans nos entretiens avec les théiculteurs, les responsables de la coopérative et même les représentants de l'usine, il apparaît une méconnaissance sur le concept I.G en tant que stratégie de différenciation et en tant que droit de propriétés intellectuelles ; leur sensibilisation, leur formation, l'appui financier et organisationnel sont donc des éléments nécessaires pour leur implication effective³⁰⁵.

Il a été remarqué, dans le cas de Gisovu, que les théiculteurs-paysans, via leur coopérative, et en collaboration avec l'usine de transformation de Gisovu, se sont mis d'accord sur un certain nombre de critères de production pouvant servir de base à la mise en place d'un cahier de charge plus formalisé. Ces critères se rapportent notamment à la cueillette (pas plus de deux feuilles, en plus de bourgeon, en partant du haut de la feuille), aux pratiques culturales et au transport de la récolte. Il a été remarqué également que les théiculteurs-paysans, via leur coopérative, se contrôlent mutuellement tout le long de la filière. Pour un produit agroalimentaire où la proximité géographique entre producteurs et consommateurs est faible comme le thé de Gisovu, exporté ou vendu sur le marché national (principalement dans la capitale et les autres villes), l'intervention d'un organisme tiers de contrôle et de certification de la qualité spécifique s'avère nécessaire pour un contrôle externe.

En ce qui concerne la délimitation de la zone de production, le thé de Gisovu étant déjà vendu et apprécié selon son lieu de production, qui parcourt l'ancienne commune de Gisovu (dans l'ex-préfecture de Kibuye) et l'ancienne commune de Muko (dans l'ex-préfecture de Gikongoro), la délimitation (en termes agropédoclimatiques, altitude, climatiques par exemple) devrait donc s'appuyer sur cette délimitation administrative déjà existante.

La définition du cahier de charge et la délimitation de la zone de production qui l'accompagne

³⁰⁴ Vandecandelaere E, Arfini A., Belletti G., Matescotti A. (2009), Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité. Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables, FAO, SINER-GI, 219p.

³⁰⁵ Durant nos enquêtes de juin 2010, même si nous n'avons pas posé explicitement une question sur les IG, mais notre évocation de la question des indications géographiques a soulevé beaucoup de question sur le concept et sur la démarche de mise en place.

concernent en premier lieu les trois principaux acteurs de la théiculture à Gisovu, à savoir, les théiculteurs-paysans, leur coopérative et l'usine de transformation. Leur implication dans la rédaction du cahier des charges renforcerait la dynamique d'action collective déjà existante et par conséquent renforcerait également le processus de territorialisation, autour de la production d'un thé de qualité, déjà en cours.

En outre une organisation collective capable de mobiliser des moyens financiers et techniques répondant aux demandes locales et permettant de regrouper l'ensemble des acteurs de la filière devrait représenter tous les acteurs de la filière-I.G et être reconnu légalement (association, organisation interprofessionnelle, ...).

L'amélioration des revenus, l'accès à l'information sur l'évolution de l'IG-Gisovu au marché, la formation, l'assistance technique et financière sont autant de mesure de redistribution qui pourraient favoriser l'appropriation et constituer une base de réussite de l'IG-Gisovu. Elles constituent également des éléments qui contribuent aux renforcements des « capacités » des acteurs locaux impliqués dans le développement de la filière I.G-Gisovu.

Le thé de Gisovu étant transformé et commercialisé par l'Etat, à travers l'Ocir-thé l'initiative de la mise en place de l'I.G-Gisovu devait venir du pouvoir public. Cette initiative rencontrerait un écho favorable car les acteurs en amont de la filière se trouvent déjà engagé dans une sorte de production d'un thé sous I.G.-Gisovu « non officiel ». Par ailleurs, le fait d'avoir en amont un dispositif organisationnel et institutionnel bien implanté facilite la mise de ce processus.

7.2.1.2. Activation et valorisation

Le deuxième processus nécessaire à la labellisation porte sur l'activation et la valorisation.

La certification I.G. a un coût (lié au maintien ou à l'amélioration de la qualité, aux contrôles du respect du cahier de charges, à la promotion du produit,...) et les produits d'origine étant plus chers, il est essentiel de s'assurer des débouchés, avant sa mise en place.

La mise en marché du thé de Gisovu sous IG (thé emballé et étiqueté) devrait répondre à quatre objectifs :

- l'ajout de la valeur ajoutée au bout de la chaîne de production : emballage et promotion ;
- la différenciation du thé sur le marché par la promotion de l'origine de production ;
- le captage de la plus-value et sa redistribution équitable tout le long de la filière-IG ;

- le quatrième objectif, relatif à la protection de l'indication géographique sur le marché, interviendrait une fois que la réputation serait établie pour prévenir d'éventuels fraude ou copies

L'IG-Gisovu suppose des ventes directes aux utilisateurs (intermédiaires ou consommateurs) sans donc passer par les enchères de Mombassa où le thé de Gisovu a établi une bonne réputation. Cela suppose donc explorer d'autres marchés. Le thé de Gisovu est surtout reconnu au niveau des intermédiaires du thé (filiales des multinationales et autres professionnels du thé) aux enchères de Mombassa et par une partie de la demande domestique urbaine. La grande majorité des consommateurs locaux et des consommateurs étrangers (au niveau régional et mondial) ne connaissent pas le produit et ses spécificités.

La mise en marché l'IG-Gisovu nécessite donc un lourd investissement dans l'information, la promotion du produit afin de fournir aux consommateurs les éléments pour connaître et reconnaître le produit. Outre la sensibilisation des consommateurs sur les attributs du produit, la sensibilisation des acteurs du marché en leur donnant des assurances sur la fiabilité de l'IG. est importante.

Rappelons que depuis 2007, l'Ocir-thé a décidé d'emballer le thé de Gisovu, dans des paquets de 50 grammes, et de le vendre sur le marché national sous appellation d'origine : « premium Gisovu ». Selon le chargé du département de Marketing à l'Ocir-thé, la décision de ne pas mélanger le thé de Gisovu avec d'autres thés et de l'identifier selon son origine de production a été motivée par le fait que le thé de Gisovu commence à acquérir une notoriété auprès des consommateurs locaux.

Ensuite, la notoriété du thé de Gisovu sur le marché mondial, suite à la capture des meilleurs prix, a permis une prise de conscience, de la part des autorités publiques, du potentiel en termes de valorisation que représente le thé de Gisovu et a mené au conditionnement du thé de qualité de Gisovu dans des petits paquets de 50 grammes, avec l'apposition sur ce paquet d'un logo géographique.

Le thé de Gisovu, en plus d'être le seul thé vendu par l'Ocir-thé, sous indication d'origine est également le thé qui capte les meilleurs prix sur le marché local. En effet, le thé noir de Sorwathé de 100g coûtait localement 750 (1,5USD) Frw, le thé de l'Ocir-thé « Rwanda Tea » de 100 g coûtait 725Frw (1,45USD) Frw, en 2010. Le thé de Gisovu « Premium Gisovu » de 50 g coûtait 750 Frw (1,5USD), la même année.

La promotion qui a suivi le conditionnement du thé, depuis octobre 2007, à travers les médias (radio et télévision), les expositions internationales sur le commerce (2007, 2008, 2009, 2010 et 2011) et les panneaux publicitaires, surtout dans la ville de Kigali, vantant les mérites de la qualité du thé rwandais, a permis à la population locale (surtout celle des milieux urbains) de connaître le thé rwandais en général et surtout celui de Gisovu .

Même si nous n'avons pas les données relatives au marché national, on peut noter toutefois que l'évolution positive des ventes du thé de Gisovu (thé emballé) témoigne de cette notoriété au niveau du marché national.

Au-delà d'une protection s'avère nécessaire une stratégie affirmée de différenciation (avec la promotion du produit qu'il engendre) permettant de renforcer des dynamiques territoriales autour de la mise en place d'une I.G et empêchant toute concurrence.

7.2.1.3 Les pouvoirs publics

Dans les pays du Sud en général (E. Vandecastelaere, et al., 2009) et en particulier au Rwanda où le concept de l'I.G est peu connu, le rôle du pouvoir public dans la mise en place d'une stratégie I.G est déterminant.

Depuis octobre 2009, le Rwanda a adopté une nouvelle loi sur la propriété intellectuelle, loi qui confère une protection spécifique (*sui generis*) aux produits IG.

De cette nouvelle loi n°31/2009 du 26/10/2009, une IG est définie comme étant une : « indication qui sert à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un pays, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans le cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut-être attribuée essentiellement à cette origine géographique » (RdR, 2009, p.5)³⁰⁶. Bien que cette définition ressemble fort à celle des ADPIC de l'OMC, elle va plus loin en protégeant même des IG non enregistrés. En effet, l'article 165 stipule que : « La protection conférée par la présente Loi est applicable qu'une indication géographique ait été enregistrée ou non. Toute fois, dans le cadre de toute action intentée en vertu de la présente Loi, un enregistrement établit la présomption que l'indication enregistrée est un indicateur géographique selon les dispositions de la présente Loi » (RdR, op.cit., p.91).

³⁰⁶ République du Rwanda (2009), Loi n°31/2009 du 26/10/2009 portant protection de la propriété intellectuelle, Kigali, Rwanda, 140p.

Cette loi établit que la demande d'enregistrement d'une IG est adressée à l'autorité compétente à savoir en matière théicole l'Ocir-thé³⁰⁷. Force est de constater que depuis lors, aucun dispositif réglementaire et administratif accompagnant cette mesure (procédure de réception, d'enregistrement, de contrôle,...) n'a été mise en place.

La politique de propriété intellectuelle, mise en œuvre en novembre 2009, appréhende les IG comme des outils pouvant contribuer à la réputation des produits-IG et à donner un coup de pouce aux exportations (RoR, 2009)³⁰⁸.

L'existence récente, au Rwanda, d'un cadre normatif et légal est encourageante dans l'optique de la mise en place d'une stratégie IG-Gisovu. Toute fois pour être traduite dans les faits, plusieurs conditions nécessitent d'être réunies.

L'une concerne la cohésion des politiques publiques menées. La politique agricole actuelle est basée sur une logique purement inspirée de la croissance et qui donne peu d'importance à la diversité des milieux locaux de production (5.1). Quant à la politique agricole consacrée au secteur théicole même si elle fait un important, pas vers la promotion des signes de qualité et des marchés de niches (5.3.), la stratégie qu'elle propose reste une stratégie qui fait la promotion d'un thé de qualité générique issus d'un mélange de thés de plusieurs sites.

Une coordination entre les acteurs publics (ministères concernés, bureau de normalisation, conseil de la propriété intellectuel,...) s'avère donc nécessaire pour l'efficacité et la pertinence des actions à mener dans le cadre de la mise en œuvre des indications géographiques.

Ceci suppose que l'acteur public maîtrise d'abord la démarche des indications géographiques, qui implique avant tout la compréhension du concept et les différentes étapes de sa mise en œuvre. Le renforcement des capacités des institutions publiques à ce sujet est nécessaire.

Le Rwanda pourrait, à cet effet, s'inspirer des expériences des autres pays du Sud, dont le Kenya (thé, café, miel,...) et l'Indonésie (Café de Kintamani) par exemple, qui ont respectivement fait appel à l'expertise de la Suisse et de la France (CIRAD), pour mettre en place leur système IG.

³⁰⁷ Informations tirées sur le site de l'Ocir-thé : <http://www.rwandatea.com> consulté le 8 octobre 2010

³⁰⁸ Republic of Rwanda, Ministry of Trade and Industry (2009), *Rwanda Intellectual Property Policy*, Kigali, Rwanda, 29p.

7.2.2. Le contexte international et régional de l'I.G du thé de Gisovu.

Le thé de Gisovu étant principalement destiné à l'exportation, il est nécessaire de vérifier la validité de cette labellisation dans le contexte international et, plus près du pays, dans le contexte de la sous-région africaine.

Disons d'emblée que les marchés visés par l'IG-Gisovu devraient être les marchés internationaux, plus rémunérateurs et assurant une forte protection contre les usurpations (notamment l'Union Européenne avec sa réglementation *suis generis*), mais nécessitant un investissement important au niveau de la qualité, de la reconnaissance et de la promotion du produit.

Face à ces contraintes sur les marchés internationaux, la démarche IG-Gisovu pour le marché régional (supranational) peut se révéler pertinente.

La reconnaissance du thé de Gisovu, déjà en cours, sur le marché domestique et le fait que les enchères de Mombassa soient le centre de vente des thés en provenance de la région (Tanzanie, Kenya, Burundi, RDC, Zimbabwe, Ouganda) peuvent contribuer à la réduction des besoins de promotion et se révéler un facteur de propagation de la bonne image du thé de Gisovu. Mais la capacité à payer des produits plus chers sur ces marchés peut se révéler restreinte, dans la sous-région.

Analysons plus précisément d'abord la politique du marché du thé sur le marché international (7.2.2.1.) puis les opportunités du marché régional (7.2.2.2.).

7.2.2.1. Le marché international : la stratégie du « Co-branding »

La conquête du marché international par le thé de Gisovu pose des contraintes de plusieurs natures. Elles se rapportent d'abord aux coûts de transactions (coûts relatifs aux informations sur les consommateurs et le prix à proposer, coûts de négociation et de conclusions de contrats avec les points de vente,...), coûts relatifs à la promotion du produit et coûts inhérents à la recherche d'informations sur la réglementation en matière de contrôle sur les résidus de pesticides, de contrôle sanitaire et d'étiquetage³⁰⁹.

Pour vaincre ces différentes contraintes, la recherche d'un partenariat dans les marchés visés par le produit pour être une solution. Il s'agit d'abord de chercher un partenariat du côté des professionnels (de renom) du thé qui interviennent sur les enchères de Mombassa où le thé de Gisovu a déjà construit sa réputation.

³⁰⁹ Le lecteur intéressé pourrait, par exemple, consulter, à ce sujet, le site internet de l'Union Européenne : <http://exporthelp.europa.eu>, qui conseille les pays en développement sur les exportations en Europe.

Signalons à ce sujet, l'intérêt manifesté par deux des plus grands compagnies anglaises qui œuvrent dans le milieu de la vente du thé, la compagnie « Mark's and Spencer » et « Yorkshire », en début de l'année 2008.

L'intérêt marqué par la compagnie « Mark's and Spencer » pour le thé de Gisovu, comme le précise, le directeur de l'usine de Gisovu, s'oriente dans une sorte de partenariat qui permettrait de vendre le thé (le premium) de Gisovu au niveau des consommateurs finaux dans les grandes surfaces au Royaume-Uni³¹⁰.

Ces informations sont confirmées par un groupe canadien de consultance, l'OTF (*On The Frontier*), travaillant pour le compte du Minagri (Ministère de l'agriculture) sur la mise en place d'une stratégie de développement du thé rwandais. Selon l'O.T.F. (2008) l'offre du thé rwandais de première qualité intéresse pas mal d'opérateurs dans le secteur. Pour ce groupe: *"From market research in late 2007, It was determined that there is demand for direct purchase of Rwandan specialty teas, which could fetch significantly higher prices than current auction prices. The implementation of this would require a migration strategy, supported by the committee's effort to create a quality brand and key buyer relationships to sell the teas at a premium. The group hosted a buyer from Mark's and Spencer to receive feedback on marketing strategy, and is hosting cupping/blending experts that also have contacts. The next is from Dubai and will visit in June"* (Minagri, OTF, 2008, p.40)³¹¹.

L'étude faite par l'O.T.F. (op.cit.) en 2008 montrait que sur le marché international du thé, 60% des intervenants (Europe, Asie, Afrique) étaient prêts à acheter le thé rwandais directement en provenance d'une seule origine, tandis que 27% étaient prêts à acheter le thé rwandais mélangés et emballés directement à partir du Rwanda (p.32)³¹².

Pour ce qui est de la Yorkshire Company, le directeur général de l'Ocir-thé affirmait que cette compagnie et l'Ocir-thé étaient prêts à signer des contrats sur l'achat du thé rwandais de première qualité par cette compagnie et de sa vente à l'étranger, en 2010. Le directeur général de l'Ocir-thé affirmait par ailleurs que: *"The company (Yorkshire) has been packing Rwanda tea as a way of advertising and promoting it in the Yorkshire Gold packages, also branding Rwandan tea on them"*³¹³.

³¹⁰ Informations recueillies, auprès de Monsieur Nsanze Emile (directeur de l'usine de Gisovu) lors de nos enquêtes du mois de mai 2010

³¹¹ Minagri, OTF (2008), *A Revised Tea Strategy for Rwanda: Transforming Rwanda's Tea Industry*, Minagri, Kigali, August 2008, 45p.

³¹² L'enquête de l'O.T.F. est basée sur un échantillon de 88 répondants intervenants sur le marché mondial du thé et éparpillés sur les 5 continents.

³¹³ Informations tirées sur le site internet de l'Ocir-thé : <http://www.rwandatea.com>, consulté le 15/11/2010.

En outre, l'étude fait par l'O.T.F. (op.cit.) montre que sur le marché international du thé, 60% des intervenants (Europe, Asie et Afrique) sont prêts à acheter le thé rwandais directement en provenance d'une seule origine, tandis que 27% sont prêts à acheter le thé rwandais mélangé et emballé directement à partir du Rwanda (p.32)³¹⁴.

La stratégie du « Co-branding », suppose donc que le thé de Gisovu soit acheminé, en vrac, vers le partenaire étranger et que celui-ci se charge de l'emballage, de la promotion et de sa mise en marché. On se retrouve dans la logique où les activités les plus rentables, à forte valeur ajoutée, sont réservées à l'autre partie, avec donc des possibilités de voir celui-ci bénéficier de la grande partie de la valeur ajoutée.

Pour pallier à ce problème, on pourrait imaginer une stratégie de Co-Branding limitée dans le temps (à court terme), amenant ces activités à se déplacer au Rwanda à moyen terme.

Afin d'illustrer la mise en œuvre de ce genre de partenariat nous détaillons dans l'encart 1 la situation du café de Maraba, café du Rwanda étudié entre autres par D. Harorimana et al. (2007).

Encart 1 : Le Café de Maraba : un cas d'exemple ?

La caféiculture fut introduite dans le district de Maraba³¹⁵ dans les années 1930. Le café arabica de variété Bourbon a été inséré dans le paysage de Maraba vers les années 1939 (D. Harorimana et al., 2007)³¹⁶,.

Jusque dans les années 1992 le café du Rwanda est considéré sur le marché mondial comme un café de qualité médiocre et capte des prix bas. Selon C. Jones et M. Webber (2010), *“Regionally, Rwanda competed with its southern neighbour Burundi, yet Burundi's coffee was considered to be slightly better in quality than that of Rwanda...Despite the fact that some of the coffee grown in Rwanda, such as the Bourbon varietal, had specialty grade potential, all of Rwanda's coffee was considered below commodity grade, and, when exported, was only used by roasters in blends of low-end, mass-produced coffee destined for Europe and United States”*(p.109)³¹⁷.

Selon D. Harorimana et al. (2007), nombreux furent ceux qui très naturellement ont abandonné leurs caféiers ou les ont arrachés afin de se consacrer à des cultures plus prioritaires à leur survie. Depuis le début des années 2000, la filière se reconstruit peu à peu.

Conscient du potentiel en termes de qualités de certaines des variétés du café arabica cultivées au Rwanda (comme le café bourbon), le Rwanda s'oriente en 2000 vers la promotion des « cafés de spécialité ».

En 2000, le Maire du district de Maraba fait appel à l'Université Nationale du Rwanda (UNR), située à 20km,

³¹⁴ L'enquête d'OTF est basée sur un échantillon de 88 répondants intervenants sur le marché mondial du thé et éparpillés sur les 5 continents.

³¹⁵ Le district de Maraba se situe au sud du Rwanda dans la province du sud (ex province de Butare).

³¹⁶ Harorimana D., Harebamungu M et Bizimana J.P. (2007), *Le café et les caféiculteurs au Rwanda. Cas du district de Maraba (Butare) dans la province du sud*, Publibook, Paris, 155p.

³¹⁷ Jones C. and Webber M. (2010), *“Value Chain Strategies for Market Repositioning-Rwandan Coffee”*, in Martin Webber and Patrick Labaste (dir.), *Competitiveness in Africa's Agriculture. A Guide to Value Chain. Concepts and Application*, World Bank, Washington, D.C, pp.109-114.

dans le cadre d'un partenariat visant à réduire la pauvreté dans son district.

Il s'agit d'un partenariat avec deux universités américaines : Michigan State University et Texas A&M University dans le cadre du projet : « *Partnership for Enhancing Agriculture in Rwanda through Linkage* » (PEARL) sur financement de l'USAID (*United State Agency for International Development*).

Ce partenariat consistait à améliorer la production et la qualité du café, afin de le vendre sur le marché du café de spécialité, à travers un meilleur encadrement et l'organisation des producteurs, de meilleures pratiques culturelles, et une amélioration du traitement du café grâce à la construction d'une station de lavage. Au cœur de ce partenariat on trouve la coopérative des caféiculteurs de Maraba : « *Abahuzamugambi Ba Kawa* ». En juillet 2001, la première station de lavage est construite à Maraba, avec la participation de PEARL, UNR, Ocir-café (office étatique chargé du développement du secteur caféicole), ACIDI/VOCA³¹⁸ et l'ISAR (Institut des Sciences Agronomiques du Rwanda).

Avec la saison de récolte de 2002, un cahier de charges basé sur la qualité du café est introduit par la coopérative. Chaque membre de la coopérative doit faire l'objet d'un contrôle sur le respect de ce cahier de charge.

En 2002, Pearl entre en contact avec le vendeur américain : la Compagnie « *Community Coffee* » basé en Louisiane aux Etats-Unis d'Amérique.

En juin 2002, après avoir envoyé des échantillons du café arabica (variété Bourbon), à la Compagnie un premier lot de 33 tonnes est envoyé aux Etats-Unis (en Louisiane) à 3 USD/kg (C. Jones et M. Webber, 2010). Les graines de café en provenance de Maraba sont torréfiées aux Etats-Unis, mélangées et emballées sous un des cafés gourmets de la Compagnie.

C'est à partir de 2006 que la « *Community Coffee* » commence à vendre le café de Maraba dans les grandes surfaces, Starbucks, aux Etats-Unis sous l'appellation unique de « *Maraba Coffee* ».

En outre par l'intermédiaire d'une organisation caritative non gouvernementale de la Grande Bretagne : « *Comic Relief* », un des représentants de la compagnie anglaise de l'Union des torréfacteurs : UCR (*Union Coffee Roasters*) visite le site caféicole de Maraba avec un des officiels d'un des principaux organismes internationaux de certification du commerce équitable (*Fairtrade Labelling Organization : FLO*). Lors de leur visite ils acceptent que le Café de Maraba bénéficie de la certification : commerce équitable, faisant ainsi du café de Maraba le premier produit certifié commerce équitable du Rwanda.

En mars 2003, l'UCR vend le café torréfié de Maraba dans 350 supermarchés Sainsbury en Angleterre sous certification « *Fairtrade* » et sous un co-brand : « UNION COFFEE ROASTERS et RWANDA CAFE MARABA BOURBON » (J. Penson et al., 2004)³¹⁹. S. Poos (2010) note : « Distribué par l'Union Hand-Roasted Coffee (Londres) en octobre 2002, le café de la coopérative est commercialisé sous la marque de Maraba aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, notamment dans 350 magasins de la chaîne Sainsbury's. Sa qualité a permis à l'entreprise de vendre son café trois fois plus cher que les autres producteurs rwandais. (S. Poos, 2010, p17).

L'augmentation des revenus issus de la caféiculture à Maraba a eu un impact positif sur la vie des caféiculteurs membres de la coopérative (J.. Penson et al. ,2004)

³¹⁸ ACIDI/VOCA (*Agricultural Cooperative Development International/Volunteers in Overseas Cooperative Assistance*) est une organisation non gouvernementale privée internationale basée à Washington, D.C. (Etats-Unis d'Amérique) qui pour mission de faire la promotion des opportunités économiques pour les coopératives.

³¹⁹ Penson J., Edström S. and Chamberland A. (2004), *Coffee, Fairtrade and Rwanda*, Global Awareness Syndicate, London, 30p.

Une leçon intéressante donnée par cet exemple concerne la stratégie utilisée pour positionner le café de Maraba sur le marché international. Sur le marché américain, le positionnement du café de Maraba, vendu sous appellation du lieu de production, a été possible grâce à l'action d'un acteur privé de renom, qui connaît bien le marché visé, la Compagnie « *Community Coffee* ».

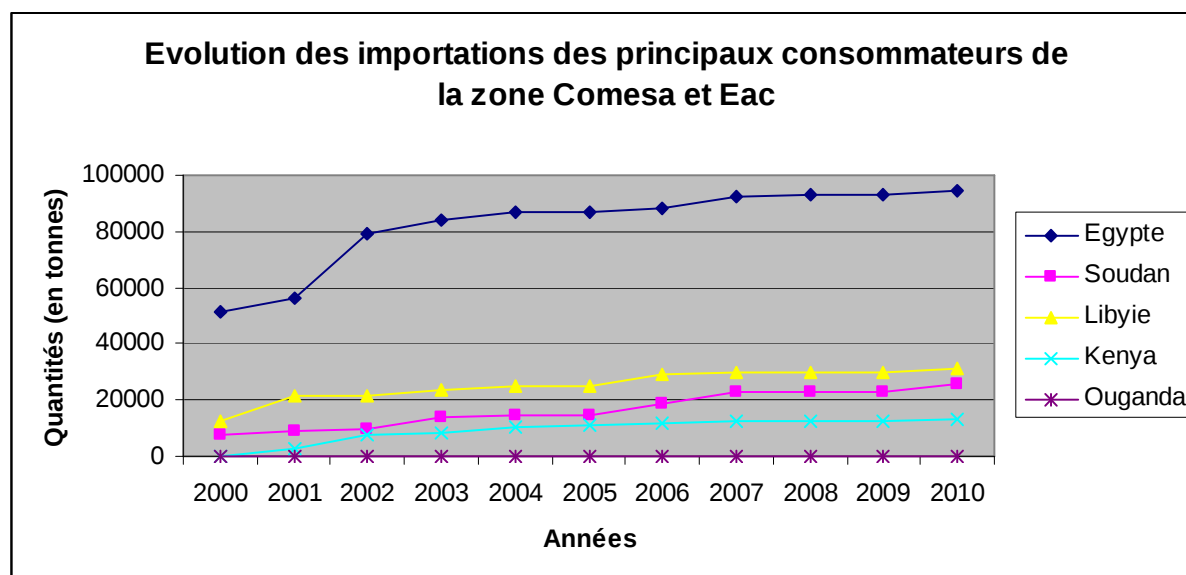
Au Royaume-Uni, la stratégie utilisée, grâce également à un acteur privé de renom, « *l'Union Coffee Roasters* », est un co-branding (« UNION COFFEE ROASTERS et RWANDA CAFE MARABA BOURBON ») mais sous certification *fairtrade*.

7.2.2.2. Le marché régional (supranational)

Le Rwanda est membre des deux importantes communautés économiques régionales (CER) de la région de l'Afrique de l'est et australe : le COMESA³²⁰ (depuis novembre 1993) et l'EAC³²¹ (depuis juillet 2007).

Ces deux communautés économiques régionales regroupent les principaux consommateurs africains du thé. Durant l'année 2008, par exemple, la demande émanant de ces deux blocs représentait 50% de la demande totale africaine³²². Ce marché est en constante progression comme le fait remarquer le graphique (7.1).

Graphique 7.1. Evolution de la demande des principaux acheteurs du COMESA et de l'EAC, aux enchères de Mombassa.



Source : Auteur, à partir des données de la Fao (Faostat).

Les croissances les plus spectaculaires se remarquent au Kenya (la consommation a été

³²⁰ Le Marché commun des Etats de l'Afrique de l'est et australe regroupe 20 Etats : Comores, Rép. Dém. Du Congo, Djibouti, Egypte, Erythrée, Ethiopie, Kenya, Libye, Madagascar, Malawi, Ile Maurice, Malawi, Rwanda, Seychelles, Soudan, Swaziland, Ouganda, Zimbabwe, Zambie, Burundi.

³²¹ La communauté des Etats de l'Afrique de l'Est regroupe : le Rwanda, le Burundi, le Kenya, L'Ouganda et la Tanzanie.

³²² Calcul effectué par l'auteur, à partir de la base de données de la FAO : Faostat.

multipliée par 68) et en Ouganda (multipliée par 16) même si les quantités consommées restent de loin inférieures par rapport à celles de l’Egypte. L’élévation de la consommation domestique dans ces pays producteurs s’explique principalement par une forte volonté des autorités locales à réorienter une partie de la production, qui était jadis réservée à l’exportation, vers le marché national, en mettant sur le marché domestique des thés mélangés et emballés.

Tous les pays membres de deux blocs (COMESA et EAC) ont adhéré à l’OMC mais seul le Rwanda, le Zimbabwe et le Kenya protègent les indications géographiques selon une législation spécifique (*sui generis*). Le reste des pays protègent les IG à titre de marques.

Au sein de l’EAC, et précisément dans son article 43, le protocole d’établissement du marché commun prévoit une coopération dans le domaine de la propriété intellectuelle, dont entre autres le domaine des IG. Il est stipulé: « *The partner States undertake to co-operate in the field of intellectual property rights to: (a) promote and protect creativity and innovation for economic technology, social and cultural development in the Community; and (b) enhance the protection of intellectual property rights. For the purpose of paragraph 1, the Partner states undertake to cooperate in the following areas: (a) copyright and related rights; (b) patents,... (f) geographical indications,....* » (EAC, 2009, p.42-43)³²³.

La volonté de coopérer dans le domaine des IG peut paraître surprenant pour un bloc qui privilégie la protection des produits par la législation sur les marques. Cette situation peut s’expliquer par l’influence du Kenya, pays leader du bloc, de passer d’un système de protection des IG par les marques à un système de protection des IG par une législation spécifique (*sui generis*). En effet, le Kenya avec l’appui de l’Institut fédéral suisse de propriété intellectuelle, depuis mai 2009, a mis en place une proposition de loi sur la protection spécifique (*sui generis*) des produits IG, en février 2011. Cette proposition de loi, qui a été approuvée par le parlement en novembre 2011 a adopté la définition des IG selon la définition sur ADPIC de l’OMC.

Notons également un regain d’intérêt sur la question des IG dans le Cadre du COMESA. En effet, dans le cadre du 28^{ème} Conseil des Ministres du COMESA, tenu à Harare (Zimbabwe), le 3 mai 2010, il a été convenu à propos de la politique relative à la propriété intellectuelle

³²³ EAC(2009), Protocol on the Establishment of the East African Community Common Market, Arusha, Tanzania, 60p. Consulté sur le site de l’EAC: <http://www.eac.int/commonmarket/documentation>

que : « *The Council adopted the COMESA policy on Intellectual Property Rights and Cultural Products and decided that : (a) member States, with assistance from the Secretariat and cooperating partners, should undertake an audit of all relevant IP and related laws, policies, and institutions, as well as their IP assets ; (b) member States should promote investment in Research and Development in order to develop IP assets, and (c) in implementing the COMESA IP Policy, **emphasis should be put on the development priorities of the region, such as geographical indications**, access to medicine, cultural products, traditional knowledge, bio-piracy and fellow up on infringement of regional IP assets* » (COMESA, 2010, p.2)³²⁴.

Cet intérêt marqué pour les indications géographiques dans les deux blocs est de bon augure pour l'IG-Gisovu, même si cela traduit également un renforcement de la différenciation locale, liée au Kenya par exemple.

Le fait que les pays membres de ces deux blocs régionaux s'approvisionnent sur les enchères de Mombassa (Kenya), où le thé de Gisovu a établi sa réputation, pourrait réduire les coûts de promotion de l'IG ou la faciliter et ainsi contribuer à la conquête de ces marchés.

La vente de l'IG-Gisovu sur ce marché régional pourrait être facilitée par les accords négociés dans le cadre de la zone de libre-échange du COMESA et de l'union douanière l'EAC, qui exonèrent les droits de douane sur des produits en provenance des pays membres.

7.3. L'IG-Gisovu comme outil de stratégies de développement territorial à Gisovu

Par définition, les indications géographiques mettent en valeur ce qui se fait au niveau local. Elles sont attachées aux ressources naturelles et humaines, ressources qui sont à l'origine du caractère spécifique du produit.

Elles peuvent de ce fait servir de levier à des stratégies territoriales étendues ne se limitant pas uniquement à des considérations économiques.

Le renforcement des capacités des acteurs locaux pourrait contribuer à renforcer la capacité du territoire à initier d'autres stratégies de développement local, autour du produit-IG. Nous pensons par exemple au développement du secteur touristique.

³²⁴ Comesa (2010), *Comesa decisions on Intellectual Property By the 28 Council of Ministers*, Harare, Zimbabwe, 5p.

En effet, le parc national de Nyungwe, le lac Kivu, le site mémorial du génocide des Tutsi (en 1994) de Bisesero sont tous situés à proximité du site théicole de Gisovu, sans oublier la beauté du paysage fait d'innombrables collines couvertes de plantations de thé.

Selon le directeur chargé de la promotion du tourisme à l'O.R.T.P.N. (l'Office Rwandais du Tourisme et des Parcs Nationaux), Gisovu a été identifié en 2006 comme un des sites touristique potentiel à exploiter. Selon lui, Gisovu est une des destinations les plus prisées en matière de tourisme aéroporté, grâce à la vue qu'offrent simultanément le parc national, le lac Kivu et le paysage fait des champs de théiers.

Notons également que suite à la réputation du thé de Gisovu, le site théicole de Gisovu fait régulièrement l'objet de visites des personnalités diverses (scientifiques, investisseurs,...) venant s'enquérir des facteurs à la base de la réputation du thé de Gisovu³²⁵.

Le tourisme local et l'IG-Gisovu pourraient dès lors être développés en interaction par exemple en organisant des événements culturels autour des produits locaux dont le thé de Gisovu ou en organisant des itinéraires avec des arrêts sur le site de production du thé de Gisovu pour s'enquérir du processus de production ou pour des dégustations du thé.

L'implication des acteurs publics locaux est nécessaire pour soutenir cette démarche, en offrant les conditions favorables pour l'implication des secteurs agricole et touristique.

La mise en place d'une IG requiert entre autres l'obtention d'un consensus au niveau local (sur la délimitation de la zone de production, le cahier des charges, la définition du produit, la codification des pratiques,...), ce qui n'est concevable que s'il existe un dispositif organisationnel et institutionnel permettant la coordination des acteurs et des coopérations. Notons que dans le cas de Gisovu ce dispositif existe déjà (6.2.). La mise en place d'une IG-Gisovu renforcerait également le sentiment d'identité locale et de fierté des habitants existant déjà autour de la production d'un thé de renom international.

Conclusion du chapitre 7

Dans ce chapitre nous nous sommes attelés à porter une réflexion sur une stratégie pouvant valoriser la notoriété du thé de Gisovu à l'échelle nationale et internationale. La stratégie envisagée, basée sur la mise en vente du thé de Gisovu sous Indication Géographique (I.G.-

³²⁵ Informations recueillies auprès du directeur de l'usine de Gisovu durant nos enquêtes de juin 2010.

Gisovu), est une stratégie qui permet de vendre le thé de Gisovu, sur le marché national régional ou mondial, en le différenciant du thé de ses concurrents, sur une base territoriale.

Trois processus ont été vérifiés : d'une part le processus d'identification et de qualification, ensuite la question de l'activation et de la valorisation du label ainsi que le rôle des pouvoirs publics et enfin les perspectives de développement territorial élargi.

Vu la portée internationale de cette stratégie il était d'abord important d'analyser le cadre réglementaire international qui préside à cette stratégie.

A côté du débat à l'OMC sur les I.G, l'accord sur les ADPIC présente un intérêt majeur pour la commercialisation des produits de qualités référés à leur origine de production. Il constitue, en effet, le principal cadre réglementaire international pour les I.G.

Après examen du cadre réglementaire international il a été question d'analyser l'applicabilité de cette stratégie au Rwanda.

Une indication géographique est une expression d'une liaison entre la qualité et la réputation d'un produit à un territoire. Bien que la filière-Gisovu présente un potentiel considérable en matière de stratégie IG son succès reste conditionné à plusieurs facteurs, à des niveaux différents.

Au niveau local, la sensibilisation des théiculteurs-paysans sur l'importance de la valorisation du produit à travers l'indication géographique est nécessaire. Au niveau national, malgré l'existence récente d'un cadre normatif et légal relatif aux indications géographiques, beaucoup restent à faire dans le domaine de la politique agricole et théicole. La politique agricole actuelle est basée sur une logique purement inspirée de la croissance et qui donne peu d'importance à la diversité des milieux locaux et des conditions locales de production. Quant à la politique agricole consacrée au secteur théicole même si elle fait un important pas vers la promotion des signes de qualité et des marchés de niches, la stratégie qu'elle propose est une stratégie qui fait la promotion d'un thé de qualité générique au niveau national.

Au niveau international, bien que le cadre légal soit favorable à la mise en place des I.G., l'enregistrement de l'IG et la conquête des marchés internationaux s'avèrent difficiles. Elle repose par exemple sur la mise en place de partenariats avec des acteurs de renom déjà implantés sur les marchés, des pays partenaires ou des organismes externes.

CONCLUSION GENERALE, APPORTS ET PERSPECTIVES

Nous abordons notre conclusion générale en rappelant notre objectif puis en présentant d'une part les principaux résultats de notre recherche (et ses limites), ensuite les éléments généralisables et d'autre part les perspectives de recherche que notre thèse ouvre.

La plupart des produits de base destinés à l'exportation (café, cacao, thé, sucre,...) connaissent une instabilité des prix au niveau du marché mondial. En plus de l'instabilité des prix des produits de base, certains pays producteurs se présentent sur le marché, dans le cas de certains produits, en tant que « petits pays ».

Dans ce contexte, se pose la question relative à l'avenir des « petits pays » tributaires de ces quelques produits de base vitaux pour leurs économies, alors qu'ils sont incapables de faire face à la concurrence mondiale.

Cette thèse concerne le thé rwandais qui correspond à ce type de produit et de pays.

En effet, sur le marché du thé, le Rwanda n'est pas en mesure d'influencer les prix, de par l'offre et la demande, ni de jouer sur la compétitivité-coût ; cependant compte tenu du différentiel constaté sur le marché des enchères de Mombassa, la question se pose sur le fait de miser sur la qualité du thé, en essayant de capter certains niches de marché à travers la différenciation de son offre.

De ce contexte surgit l'interrogation relative aux alternatives pouvant amener le thé rwandais à se positionner durablement sur le marché mondial en rehaussant son niveau de prix.

La situation du thé de Gisovu est particulièrement illustrative de cette différence. Dès lors, dans le cadre de cette thèse, cette question a été analysée à travers le thé de Gisovu.

L'objectif de cette thèse a donc été d'analyser cette différentielle et de proposer une stratégie alternative permettant à l'offre du thé rwandais de se différencier durablement sur une base territoriale : cette stratégie destinée au marché mondial se base sur l'hypothèse théorique qu'une différenciation durable ne peut résulter ni du prix relatif des facteurs de production ni des coûts de transport, mais de l'offre potentielle d'actifs ou de ressources spécifiques, non susceptibles par définition d'être mis en concurrence directement sur un marché.

Pour l'atteindre, nous avons dans un premier temps mobilisé l'approche des SYAL pour en vérifier l'adéquation avec le système de production et de transformation du thé noir à Gisovu. Nous nous sommes ensuite référés au cadre d'analyse de l'économie des proximités, de l'activation et de la spécification, à travers l'action collective pour expliquer l'émergence de dynamiques territoriales qui permettraient au territoire étudié de se différencier durablement.

Une fois vérifiée la spécification territoriale, s'est posée la question de la stratégie territoriale destinée à asseoir le différentiel vérifié. La stratégie de la qualification des produits sous Indication Géographique (I.G.) permettrait de répondre à l'objectif de pérennisation du SYAL et plus globalement d'une différenciation territoriale plurisectorielle.

Comme tout travail de recherche nous présentons dans la suite les principaux résultats, les apports de la thèse et les perspectives d'investigation.

Principaux résultats

L'application du cadre d'analyse du SPL au cas étudié nous a permis d'identifier les principales caractéristiques du système de production et de transformation du thé noir à Gisovu. Pour arriver à ce résultat nous avons d'abord procédé par l'analyse historique de la structuration de la filière théicole avant d'identifier les acteurs, leurs localisation et leurs relations et le mode de coordination qu'ils entretiennent les uns avec les autres.

L'analyse historique a révélé que l'histoire de la théiculture à Gisovu est récente et a été introduite de l'extérieur de Gisovu par l'Etat, qui a continué à avoir une main mise sur toutes les activités de la filière, devenant ainsi le principal acteur du secteur. Mais suite à l'opportunité de revenus que présente de cette culture et avec le programme de privatisation initié, au Rwanda vers les années 1996, le théiculteur-paysan s'est en partie réapproprié de cette culture, à travers son groupement, et est devenu un acteur à part entière dans la gestion et l'organisation de la filière, à partir des années 1999.

Dans un second temps, nous nous sommes intéressés au fonctionnement de la filière théicole de Gisovu sous l'approche de la filière-produit.

Cette analyse nous a révélé une concentration de théiculteurs regroupés en une structure collective, la coopérative des théiculteurs de Gisovu-Muko (COOTHEGIM).

La filière, qui est principalement tournée vers l'extérieur, est structurée autour d'une entreprise pivot, l'usine de transformation de Gisovu, qui se charge de la transformation de la feuille verte en thé noir.

Le mode de coordination, à la base duquel on retrouve la coopérative, va au-delà de la seule information véhiculée par le système de prix. Les théiculteurs mobilisent des relations non marchandes pour une plus grande efficacité productive. Le réseau social (familial, amical) permet de mobiliser soit du capital (financier ou physique) soit de l'énergie humaine.

Face aux exigences de la demande, en termes de qualités et pour y faire face, de nouveaux acteurs apparaissent et des relations non exclusivement marchandes entre acteurs se densifient.

Bien que pertinents les facteurs explicatifs tirés de cette analyse plus « déterministe » de la filière-produit, nous renseignent sur les dynamiques et l'existence potentielle d'un SYAL à Gisovu.

Les considérations territoriales (famille, amitié, associations rotatives de travail, partage du matériel commun, partage des savoir-faire) à la base de certaines interactions entre acteurs apparaissent, l'analyse de la filière a entraîné le besoin de comprendre l'évolution du secteur théicole à Gisovu dans une dynamique de SYAL et dès lors de considérer le territoire qui lui sert de support.

Pour cela les notions de l'économie des proximités, de l'activation et de la spécification des productions, ont amené à vérifier le processus de « syalisation », c'est-à-dire, un processus d'activation du SYAL prévalant dans la théiculture à Gisovu.

Il s'est d'abord agi de questionner l'existence de ressources et d'actifs spécifiques au lieu. Nous avons vérifié l'existence d'une qualité naturelle assemblée à une stratégie collective de mise en valeur de cette qualité et à une reconnaissance exogène, par les enchères de Mombassa et par les consommateurs/acheteurs, de la qualité spécifique de ce thé.

La confiance dans le produit a été élaborée sur du long terme, certifiée des processus de contrôle (test d'échantillonnage). Le savoir-faire (techniques culturelles, de cueillette et de transformation) qui prévaut dans le secteur est un savoir-faire générique, introduit de l'extérieur, mais renforcé et amélioré par une organisation socio-économique forte basée sur de l'information, de la formation et un contrôle et un auto-contrôle importants.

Cette qualité est objectivement traduite par un prix supérieur à Mombassa, mais ce prix n'était pas reflété dans le revenu initialement octroyé par l'Etat (l'Etat rwandais rémunérait uniformément les théiculteurs-paysans quel que soit leur site d'origine).

La spécificité des actifs autour de la production d'un thé de qualité, dans la théiculture à Gisovu n'est pas liée à une historicité des savoir-faire locaux. Cependant les techniques de production du thé introduites de l'extérieur mais ont été renforcées et améliorées par une organisation socio-économique forte qui en fait sa spécificité. Une organisation socio-économique est mise en exergue par des liens familiaux et sociaux entre théiculteurs, des relations de coopération entre le COOTHEGIM et l'usine de transformation ce qui permet aux théiculteurs et aux employés de l'usine de se réapproprier, de maintenir et d'améliorer les techniques productives par des formations formelles (organisées par la coopérative et/ou l'usine de transformation) ou informelles (dans le cadre familiales ou amicales). C'est ce couplage : organisation et savoir-faire qui fait la spécificité de la main-d'œuvre.

A Gisovu, miser sur la qualité est une stratégie délibérée, regroupant les acteurs clés de la filière (théiculteurs, coopérative et usine de transformation), visant à réagir ou à s'adapter à l'évolution du marché mondial. Cette stratégie se traduit par la mise en place d'un système de règles (bonus à la qualité, règles de cueillette, analyse de la qualité) et de contrôle (contrôle interindividuel, contrôle au moment du pesage) entraînant dans certains cas des phénomènes d'exclusion (refus d'une partie d'une récolte) ou de sanction.

Les actions collectives résultantes de ces stratégies sont favorisées par les liens de proximités géographiques, organisationnelles mais aussi institutionnelle entre acteurs et sont fondées sur une coordination marchande (disponibilisation des intrants agricoles par exemple), non marchande (formations, information et recherche) et mixte (accès aux crédits par exemple).

Le rôle joué par le pouvoir public local reste limité alors que l'Etat reste présent, même après la privatisation de l'usine de transformation.

Finalement, dans le cas de la théiculture à Gisovu, on peut parler d'émergence de système agroalimentaire localisé (SYAL).

L'analyse des liens entre acheteurs et producteurs a montré que le thé de Gisovu se trouve déjà engagé dans une dynamique de confiance et de réputation, une certaine labellisation sous appellation d'origine, à l'échelle du Rwanda, est également en œuvre. Mais l'observation de

cette dynamique nous a révélé que la réputation sur laquelle se fonde cette dynamique est encore aujourd'hui sous évaluée.

C'est dans l'optique de valoriser la notoriété du thé de Gisovu à l'échelle nationale et internationale, en différenciant le thé de Gisovu de ses concurrents, sur une base territoriale, que la stratégie de labellisation sous I.G. a été étudiée.

Nous nous sommes attelés à porter une réflexion sur une stratégie pouvant valoriser la notoriété du thé de Gisovu à l'échelle nationale et internationale et de façon pérenne. La stratégie envisagée, basée sur la mise en vente du thé de Gisovu sous Indication Géographique (I.G.-Gisovu), est une stratégie qui permettrait de vendre le thé de Gisovu, notamment sur le marché national régional ou mondial, en le différenciant du thé de ses concurrents, sur une base territoriale.

Dans le cadre de mise en application de cette stratégie, trois processus interdépendants ont été vérifiés : d'une part le processus d'identification et de qualification du produit, ensuite la question de l'activation et de la valorisation du label ainsi que le rôle des pouvoirs publics et enfin les perspectives de développement territorial élargi.

Bien que la filière-Gisovu présente un potentiel en matière de stratégie IG son succès reste conditionné à plusieurs facteurs, à des niveaux différents.

Au niveau local, la sensibilisation des théiculteurs-paysans à l'importance de la valorisation du produit à travers l'indication géographique est nécessaire. En outre, la construction d'un panier de bien territorial pourrait renforcer cette valorisation.

Au niveau national, malgré l'existence récente au Rwanda d'un cadre normatif et légal relatif aux indications géographiques, beaucoup restent à faire dans le domaine de la politique agricole et théicole. La politique agricole actuelle est basée sur une logique purement inspirée de la croissance et qui donne peu d'importance à la diversité des milieux locaux et des conditions locales de production. Quant à la politique agricole consacrée au secteur théicole même si elle fait un important pas vers la promotion des signes de qualité et des marchés de niches, la stratégie qu'elle propose est une stratégie qui fait la promotion d'un thé de qualité générique au niveau national.

Au niveau international, bien que le cadre légal soit favorable à la mise en place des I.G., l'enregistrement de l'IG et la conquête des marchés internationaux s'avèrent difficiles. Elle repose par exemple sur la mise en place de partenariats avec des acteurs de renom déjà implantés sur les marchés, des pays partenaires ou des organismes externes.

Limites principales du travail

Dans le cadre de cette thèse, même si nous sommes partis du postulat qui estime que c'est le consommateur qui spécifie, et non le producteur, par son consentement à payer un premium pour l'origine de production, nous aurions aimé étendre nos recherches sur d'autres sites théicoles du Rwanda, voire même sur d'autres sites de la région comme au Kenya, dans l'optique d'appréhender d'autres dynamiques territoriales autour de la théiculture et au besoin comparées ces dynamiques à celles de Gisovu.

Une autre limite de cette thèse concerne l'étude de l'impact de la privatisation de l'usine de Gisovu sur la filière. La majorité de la recherche de cette thèse s'étant achevée en 2011, alors que le nouveau usinier (la compagnie Borelli) n'a débuté ses activités qu'à partir de janvier 2012, nous n'avons pas pu mener une étude assez approfondie sur les interactions entre d'une part l'usinier et les théiculteurs-paysans à travers leur coopérative et d'autre part entre l'usinier et les autres acteurs impliqués dans la filière.

Apports de la thèse

Les apports de cette thèse se situent au niveau théorique et pratique.

Du point de vue théorique, l'intérêt de cette thèse se situe principalement dans la combinaison des approches de SYAL, de filière et de territoire. L'articulation de ces trois approches a permis de mieux appréhender et comprendre la dynamique de qualification liée à l'origine en cours aujourd'hui dans la filière théicole à Gisovu.

Sur le plan théorique, trois apports spécifiques peuvent être mentionnés.

Le premier concerne l'appréhension de la définition dynamique du SYAL en combinant trois notions sur lesquelles ont travaillé des auteurs différents. Les auteurs de l'économie de proximités (A. Torre, C. Dupuy, J.P. Gilly,...), ceux des facteurs de concurrence spatiale (G. Colletis, B. Pecqueur) et les auteurs à la base de la notion de SYAL (J. Muchnik, S. Fournier, C. Fourcade,...).

La combinaison des apports de ces trois approches nous a offert des éléments d'analyse permettant de caractériser le SYAL à Gisovu, de comprendre son évolution et d'analyser les possibilités de son renforcement à travers la stratégie de différenciation territoriale sous I.G.

Le deuxième apport concerne notre réflexion théorique sur les trois principales stratégies de différenciation, produits biologiques, produits issus du commerce équitable et produits de

qualités référés à leur origine de production. Une comparaison de ces trois stratégies a été établie à la lumière de la notion des proximités et de spécification (ancrage territorial et transférabilité des facteurs et du mode de production). Cette comparaison nous a permis de montrer que la stratégie de labellisation sous indication géographique, suite à son lien au territoire, permet de différencier durablement l'offre de Gisovu et ainsi pérenniser son secteur théicole. Cet aspect est important car ces trois stratégies sont présentées aujourd'hui comme étant des stratégies alternatives permettant aux produits des pays en développement de conquérir certains marchés mondiaux et ainsi d'alléger la pauvreté des milieux les produisant.

Enfin notre étude sur le processus de production, de transformation et de valorisation de la réputation du thé de Gisovu dans l'optique d'une stratégie de différenciation territoriale sous I.G a montré que le cadre d'analyse de l'économie territoriale se révèle utile à la compréhension des dynamiques y compris d'un secteur initialement tourné à l'exportation et en concurrence directe avec les marchés mondiaux, comme le secteur théicole à Gisovu.

Les approches de l'économie des territoires (les SYAL et l'économie des proximités), en prenant en compte l'insertion des activités productives autour du thé à Gisovu dans leurs milieux économique, socioculturel et relationnel, offrent un cadre d'analyse adapté à la compréhension de certaines formes de dynamique de production, de transformation et de commercialisation du thé noir de Gisovu et dès lors adapté à une stratégie de niche originale. L'analyse prend en compte le non marchand, à travers la réciprocité, la confiance, l'adhésion à un système commun de représentation et de valeurs. Les différentes formes de proximité à travers l'action collective participent à la construction du territoire autour de la filière théicole à Gisovu, contribuant ainsi à différencier durablement l'offre.

Sur le plan pratique, la reconnaissance de la qualité spécifique par le consentement à payer un premium pour son origine par les consommateurs est un élément important qui devrait inciter les décideurs politiques à accorder plus d'attention aux produits de qualité liée à l'origine de production pour la reconquête des marchés locaux et internationaux.

L'amélioration et la valorisation de la qualité spécifique des produits locaux sont une composante pour le développement des filières agricoles locales compétitives sur le marché. Elles sont aussi un pilier important pour la promotion de l'agriculture locale, la création d'emplois et de revenus en milieu rural, car en s'engageant dans les démarches de qualité

spécifique qui nécessitent une action collective, un Etat, notamment dans un petit pays, pourrait réussir à développer et réorganiser les filières autour de ces produits.

Cette valorisation des produits spécifiques exige une démarche de qualité spécifique et une relecture des politiques agricoles reconnaissant la diversité des potentialités des conditions locales de production, en ce compris la part d'initiative locale inhérente aux producteurs locaux. Elle exige également une coordination dans l'optique de rendre cohérentes les politiques publiques sectorielles inhérentes à la question du développement des indications géographiques.

Perspectives de recherche

La privatisation de l'usine de transformation de Gisovu est récente ; elle est effective depuis janvier 2012, alors que la majorité de la recherche de cette thèse se termine en 2011. Nous estimons qu'il serait intéressant d'étudier l'impact de la filière sur les théiculteurs-paysans et les relations entre ces derniers et les nouveaux usiniers. Il serait également intéressant de comprendre quelle logique de production sera privilégiée par les nouveaux usiniers, entre une logique privilégiant une production d'un thé de qualité standard et générique ou une production privilégiant la différenciation par le lieu de production. Plus généralement se pose donc la question du rôle du secteur privé dans la spécification territoriale d'une production.

Nous pensons également que le Rwanda dispose d'un potentiel dans le domaine de plusieurs produits pouvant faire l'objet d'une démarche de labellisation territoriale liée au lieu de production sur différents marchés. Une étude sur certains produits comme par exemple le café, les pomme des terres, produits qui captent des prix élevés sur les marchés internationaux pourrait se révéler intéressante dans l'optique d'une stratégie I.G.

Enfin, à l'heure de l'ouverture touristique au Rwanda, il serait intéressant d'étudier la stratégie de labellisation territoriale du lieu de production sous l'hypothèse d'un panier de biens associant tourisme et produit (ou vice versa) par exemple. Le tourisme à Gisovu, par exemple, pourrait attirer des consommateurs qui apprécieraient aussi la qualité du thé de Gisovu, ou la réputation du thé de Gisovu pourrait attirer des personnes (des consommateurs, des scientifiques, des hommes d'affaire,...) qui apprécieraient le paysage de Gisovu. Le panier ainsi constitué (service-produit ou produit-service) renforcerait l'image de la qualité globale du territoire et aurait un impact élargi sur le développement territorial de Gisovu.

Bibliographie

Abdelmalki, L. et C., Courlet (dir.) (1996), *Les nouvelles logiques du développement*, L'harmattan, Paris, 415p.

Agritrade, *Le commerce des produits agricoles des pays ACP. Faits marquants et Analyse. Thé : note de synthèse*, juillet 2005.

Akerlof G. (1970), « The Market for "Lemons": Quality uncertainty and the Market mechanism », In: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. LXXXIV, n° 3, pp. 485-500.

Amasallem I., et Rolland E., (2009), « Indications géographiques : qualités des produits, environnement et cultures », AFD, FFEM, *Savoirs communs*, n°9, 104p.

Ancion F., Harmignie O. et Henry de Frahan B. (2004), « Filières de qualité différenciée en Wallonie : Etat des lieux et analyse », Ministère de la Région Wallonne, Conseil Supérieur wallon de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de l'alimentation, Louvain-la-Neuve, 148p.

Angeon V et Vollet D. (2005), "Spécification des produits et développement territorial. Le paradoxe de la filière coutelière dans l'Aubrac », dans, *XLIe colloque de l'ASRLDF*, 5,6 et 7 Dijon, 18 p.

Angeon V. et Pecqueur B. (2004), « Proximité et capture de la réglementation : le cas de la banane martiniquaise », *Revue d'Economie Rurale*, 280, mars-avril, pp.59-76.

Ansoms A. (2008), "Striving for Growth, by passing the Poor? A critical Review of Rwanda's rural Sector policies", *Journal of Modern African Studies*. Vol.46, n°1. pp.1-32.

ATHEGIMU (2000), *présentation et mission de l'ATHEGIMU*, Gisovu, juillet 2000, 12p.

Aydalot Ph. (1985), *Economie Régionale et Urbaine*, Economica, Paris, 487p.

Aydalot Ph. (1986), *Milieux innovateurs en Europe*, GREMI, Paris, 361p.

Azevedo, B. (1996), « Développement local : industrie, famille et territoire », dans Abdelmalki, L. et C., Courlet (dir.), *les nouvelles logiques du développement*, L'harmattan, Paris, pp. 189-204.

Ballet J. et Carimentrand A. (2006), « Commerce équitable et durabilité institutionnelle », Actes du 2^{ème} colloque international sur le commerce équitable et le développement durable, 19-21 juin 2006, Montréal, Québec, Canada.

Banque Rwandaise de Développement, *Rapport annuel 2005: Etats financiers et rapport d'activité du premier trimestre 2006*. Kigali, 23p.

Becattini G. (1992), « Le District Marshallien : Une notion socio-économique », dans Benko G. et Lipietz A. (dir.), *Les régions qui gagnent*, PUF, Paris, pp.35-55.

Bellet, M., Colletis, G., & Lung, Y., (dir.) (1993), « Economie de proximités », numéro spécial de la *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, numéro 3.

Benko G. et Lipietz A., (dir.) (1992), *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, PUF, Paris, 424p.

Bernard P. (2009), « La ressource territoriale comme nouvel atout des stratégies de développement économique territorial. L'économie territoriale aujourd'hui, enjeux et échelles territoriales, les apports de la théorie et de la pratique », Séminaire FUCaM, 14 mai 2009.

Boschma, R. (2004), « Proximité et innovation ». Dans : *la Revue d'Economie Rurale*, 280, mars-avril 2004, pp.8-24.

Boucher F, Carimentrand A et Requier-Desjardin D (2003), « Agro-industrie rurale et lutte contre la pauvreté : les systèmes agroalimentaires localisés contribuent-ils au renforcement des capacités ? », 3^{ème} Colloque sur l'Approche des Capacités, Université de Pavie, 7-9 septembre 2003, 20 p.

Boucher François (2004), *Enjeux et difficultés d'une stratégie collective d'activation des concentrations d'agro-industries rurales, le cas des fromageries rurales de Cajamarca, au Pérou*, Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Versailles/St-Quentin-En-Yvelines, 436p.

Brousseau E. (1993), *L'économie des contrats: technologie de l'information et coordination inter-entreprise*, Presse Universitaire de France, Paris, 386p.

Carimentrand A. (2008), *Les enjeux de la certification biologique et équitable du quinoa (Chenopodium Quinoa Willd.) du consommateur au producteur*, Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Versailles-Saint Quentin en Yvelines, 487p.

Caron A. et Torre A. (2006), « Quand la proximité devient source de tensions : conflits d'usage et de voisinage dans l'espace rural », sur [<http://www.ulb.ac.be/soco/asrldf/CaronTorre.pdf>], 16p. Consulté le 24/02/2009.

Centre Sud (2005), *Problèmes et défis en matière de politiques auxquels doivent faire face les pays en développement tributaires des produits de base*, Genève, Suisse, 33p.

Cerdan C. et S. Fournier (2008), « Le système agroalimentaire localisé comme produit de l'activation des ressources territoriales. Enjeux et contraintes du développement local des productions agroalimentaires artisanales », dans Gumuchian H. et B. Pecqueur, *La ressource territoriale*, pp. 104-125.

Chabrol D. (2009), « Etude d'opportunité d'une labellisation en indication Géographique de l'échalote du plateau Dogon au Mali », CIRAD, 54p.

Chabrol D. (2009), Etude d'opportunité d'une labellisation en indication Géographique de l'échalote du plateau Dogon au Mali, CIRAD, 54p.

Chalmin, P. et Gombeaud, J.L. (1989), *Les marchés mondiaux en 1984/1985 : Agriculture, énergie, matières premières, transports*. Economica, Paris, 249p.

Chamberlin E. (1960), *The theory of Monopolistic Competition: a Re-orientation of the theory of value*, 7th ed., Harvard University Press, Cambridge, 369p.

Chapuis O. et Sirven P. (2003), « Une culture de montagne tropicale : la théiculture rwandaise », Colloque international en hommage au professeur C. Mignon, *Crises et Mutations des agricultures de montagne*, Presses universitaires Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, pp. 135-150.

Cheyens E., Bricas N. et Aïké A. (2004), « Attentes de qualité et structuration des filières alimentaires. La segmentation du marché urbain des huiles de palme rouges en Côte d'Ivoire », *Cahiers Agricultures*, vol. 13, n°1, pp.135-141.

CNUCED (2002), *World Commodity Survey 2000-2001*, Geneva, 154p.

CNUCED (2006), « Information de marché dans le secteur des produits de base. Informations sur le thé », dans *INFO COM*, Genève, 32p.

CNUCED (2006), *Le développement économique en Afrique: résultats commerciaux et dépendance à l'égard des produits de base*, Nations Unies, Genève, 190p.

CNUCED (2007), Information de marché dans le secteur des produits de base. Informations sur le thé, dans *INFOCOM*, Genève, 30p.

CNUCED (2011), *Evolution récente des principaux marchés de produits de base : tendances et contraintes*. Genève, 22-23 mars, 20p.

Coissard S. et Pecqueur B. (2007), « Des avantages comparatifs aux avantages différenciatifs, une approche par le territoire », *XLIII^e Colloque de l'ASRDLF : Les dynamiques territoriales : débats et enjeux des différentes approches disciplinaires*, Grenoble et Chambéry, 11-13 juillet, 12p.

Colletis G. (2007), « Développement local, proximités et rencontres productives. Le cas des dynamiques de développement de la région toulousaine », *XLIII^e Colloque de l'ASRLDF*, Grenoble-Chambéry, 11, 12, 13 juillet 2007, 17p.

Colletis G. et B. Pecqueur (1993), « Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ? », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, numéro 3, pp.489-507.

Colletis G. et B. Pecqueur (2005), « Révélation de ressource spécifiques et coordination située », *Revue Economie et Institution*, 1^{er} et 2nd semestres, pp. 51-74.

Colletis G. et Rychen F. (2004), « Entreprises et territoires : proximités et développement local », In Pecqueur B. et Zimmermann J.-B. (dir), *Economie de proximité*, Hermès-Lavoisier, pp. 207-230.

Colletis-Wahl K. et Perrat J. (2004), « Proximités et dynamiques spatiales », In Pecqueur B. et Zimmermann J.-B. (dir.), *Economie de proximités*, Hermès-Lavoisier, Paris, pp.115-131.

Colletis-Wahl, K. (2002), « Latence et spécification des facteurs de production. Quel rôle dans le développement régional ? », Dans *Revue canadienne des sciences régionales*, XXV : 1, pp.103-116.

Comesa (2010), *Comesa decisions on Intellectual Property By the 28 Council of Ministers*, Harare, Zimbabwe, 5p.

Cook I., Crang P. (1996), "Regions to be cheerful: culinary authenticity and its geographies", *Journal of Material culture*, 1, pp. 131-153.

Courlet C. (2001b), « Les systèmes productifs localisés : un bilan de la littérature », *Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales*, n°58-59, pp. 82-103.

Courlet C. (2001a), *Territoire et Régions: Les grands oubliés de développement économique*, L'Harmattan, Paris, 133p.

Courlet C. et Pecqueur B. (1996), « District industriels, systèmes productifs localisés et développement », In Abdelmalki L. et Courlet C. (dir.), *Les nouvelles logiques du développement*, L'Harmattan, Paris, pp. 91-102.

Crevoisier O. (1998), « Mondialisation et territorialisme de l'économie : les approches homogénéisante et particularisante » dans, Proulx M-U. (Dir.), *Territoires et développement économique*, L'Harmattan, pp.23-48.

CTA, CIRAD, AFD (2009), « Les enjeux liés aux indications géographiques (I.G.) pour les pays ACP. Rapport final », Atelier CTA, AFD, CIRAD, Montpellier 24-27 mars 2009, 17p.

Darby M. R. et Karni E. (1973), « Free Competition and The Optimal Amount of Fraud », *Journal of Law and Economics*, Vol. XVI (1), pp. 67-88.

Daviron B. (2003), « Qualités du café et territoires : une perspective historique », in M. Christophe (éd.), *Cafés: terroirs et qualités*, Cirad, Montpellier, pp. 21-36.

De Bandt J. (1995), « Postface », dans Rallet A. et Torre A. (dir.), *Economie industrielle et Economie Spatiale*, Economica, Paris, pp. IX-XII.

Dethier J-J. and Effenberg A. (2011), « Agriculture and Development. A Brief Review of the Literature », *Policy Research Working Paper 5553*, World Bank, 60p.

Djato K., Dugue P. et Pecqueur B. (2006), « Interventions publiques pour le développement d'un système agroalimentaire localisé dans le secteur de la production rizicole irriguée en Côte d'Ivoire », *Mondes en Développement*, 2006/4, n° 136, pp.101-118.

Escudero S. (2001), "International Protection of Geographical Indications and Developing Countries", *Working Paper 10*, Trade-Related, Development and Equity, South Centre, 49p.

FAO (1999), *Dealing with Price Risk*, Committee on Commodity Problem, Intergovernmental Group on Tea, Thirteenth Session, Ottawa, Canada, 27-29 September 1999, 47p.

FAO (2001), *Faits nouveaux sur le marché du thé en fédération de Russie*, Groupe intergouvernemental sur le thé, NewDelhi (Inde), 10-11 octobre, 14p.

FAO (2005), *Etudes de marché : Egypte, République Islamique d'Iran, Pakistan et Turquie*, 16^{ème} Session, Bali (Indonésie), 20-22juillet 2005, 9p.

FAO (2005), *Aspect sélectionnés des négociations de l'OMC sur l'agriculture*, Rome, 280p.

FAO (2005), *Situation actuelle et perspectives du marché du thé*. Groupe Intergouvernemental sur le thé, Quinzième session. Colombo (Sri Lanka), 18-20 Aout 2005. 12p.

FAO (2005), *Situation actuelle et perspectives du marché du thé*. Groupe Intergouvernemental sur le thé, Quinzième session. Colombo (Sri Lanka), 18-20 Aout 2005. 12p.

FAO (2006), *Situation actuelle du marché du thé et perspective à moyen terme*. Groupe Intergouvernemental sur le thé, 17^{ème} session, Nairobi (Kenya), 29 novembre au 1^{er} décembre 2006, 11p.

FAO (2008), *Amélioration de la qualité du thé : Application de la norme ISO 3720 au thé faisant l'objet d'un commerce international*, Groupe Intergouvernemental sur le Thé, dix huitième session, Hangzhou (Chine), 14-16 mai, 2008, 24p.

FAO (2008), *Analyse de la demande de thé en Chine*, 18^{ème} session du Groupe Intergouvernemental sur le thé, Hangzhou (Chine), 14-16 mai 2008, 10p.

FAO (2008), *Promotion des produits agricoles et alimentaires traditionnels de la région : une nouvelle étape sur la voie du développement rural durable*, vingt sixième conférence régionale de la FAO pour l'Europe, Innsbruck (Autriche), 26 et 27 juin 2008, 25p.

FAO (2008), *Rapport et perspective sur les produits 2005-2005*, Rome, 172p.

Filippi M. (2004), « Réorganisations dans la coopération agricole : proximités et solidarité territoriale », *La revue Economie rurale*, n° 280, Mars-avril 2004, pp. 42-58.

Flémal J. (1986), *La culture du théier au Burundi*. AGCD. Publication du service agricole, n°8, 150p.

Fontan C. (2006), « « L'outil » filière agricole pour le développement rural, CED/IFReDE-GRES, Université Montesquieu Bordeau IV, *Document de Travail*, 27p.

Fourcade C. (2006), « Les SYAL : au croisement des formes de proximités ? », Dans : *La proximité, entre actions et institutions*, Cinquième Journée de la Proximité, 28-30 juin 2006, Bordeaux, 16p.

Fournier S. (2008), « Les indications géographiques : une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des systèmes agroalimentaires localisés ? », In *Cahiers Agricultures*, vol. 17, n°6, nov-déc 2008, pp. 547-551.

Fournier S., Muchnik J. et Requier-Desjardins D. (2002), « Enjeux et contraintes du développement de la filière huile de palme au Bénin : une approche par les systèmes agro-alimentaires localisés », *Les cahiers d’Outre-Mer, Filières de produits tropicaux*, n°220, octobre-décembre, 13p.

Fournier S., Muchnik J., D. Requier-Desjardin (2001), « Proximité et efficacité collective : une relation en question. Le cas des filières Gari et Huile de Palme au Bénin », *The Third Congress on Proximity. « New Growth and Territories »*, Paris, 13 and 14 december 2001, 17p.

Fournier S., Verdeaux F., Avril M. et Durand C. (2009), « Le développement des indications géographiques au Sud : attentes des acteurs locaux et fonctions jouées. Etudes de cas en Indonésie et en Ethiopie », Colloque international : « *Localiser les produits* », Paris les 9,10 et 11 juin 2009, 13p.

François M., Persillet V., Sylvander B. (2002), « Analyse des paniers des consommateurs en produits biologiques en Ile de France et en Pays de Loire », Le Mans, INRA-UREQUA, 10p.

Friedheim T. (2001), “Price Analysis of The World Tea Market”, *Heidleberg Working Paper* 47p.

Gabszewicz J. (2006), *La différenciation des produits*, la Découverte, Paris, 128p.

Garofoli G. (1996), « L’industrialisation diffuse et systèmes productifs locaux : un modèle difficilement transférable aux pays en voie de développement », dans Abdelmalki, L. et C. Courlet (dir.), *les nouvelles logiques du développement*, L’harmattan, Paris, pp.367-382.

Gilly J.P. et Torre A. (2000), « Introduction générale », In Gilly J-P. et Torre A. (dir.), *Dynamiques de proximité*, L’Harmattan, Paris, pp.9-33.

Giovannucci D., Josling T., Kerr W., O’Connor W., Yeung M.T. (2009), *Guide des indications géographiques. Faire le lien entre les produits et leurs origines*. Centre du Commerce International, Genève, 245p.

Glassman J. (2001), “From Seattle (and Ubon) to Bangkok: The Scales of Resistance to Corporate Globalization”, *Environment and Planning D: Society and Space*, 19, 513-533.

GoR, MINITERE (2007), Profil environnemental du District de Karogi, RCP-Reseau Conseil Partenarial International, Kigali, 68p.

Gouvernement of Rwanda, Minagri (2008), *A Revised Tea Strategy for Rwanda. Transforming Rwanda’s Tea Industry*. Minagri, Kigali, August, 2008, 45p.

Gozlan E. (2005), « Libéralisation des échanges, différenciation et normes de qualité : Une revue des arguments économiques ». *WORKSHOP « COMMERCE INTERNATIONAL ET NORMES SOCIALES »*, Bordeaux IV, 30 septembre, 16p.

Grefte X. (2002), *Le développement local*, l’Aube DATAR, 198p.

Grosetti M. et Filippi M. (2004), « Proximité et relations interindividuelles », in B. Pecqueur et J-B. Zimmermann (dir.), *Economie de proximités*, Hermès, Paris, pp.45-64.

Grosetti M. et Filippi M. (2004), « Proximité et relations interindividuelles », in B. Pecqueur et J-B. Zimmermann (dir.), *Economie de proximités*, Hermès, Paris, pp.45-64.

Gujarati D.N. (2004), *Econométrie*, Traduction de la 4^e édition américaine par Bernard Bernier, De Boeck & Larcier, Bruxelles, 1009p.

Gumuchian H. et Pecqueur B. (dir.) (2008), « Mis en contexte », dans H. Gumuchian et B. Pecqueur (dir.), *La ressource territoriale*, Economica, Paris, pp.5-18.

Harorimana D., Harebamungu M et Bizimana J.P. (2007), *Le café et les caféiculteurs au Rwanda. Cas du district de Maraba (Butare) dans la province du sud*, Publibook, Paris, 155p.

Helpman E. et Krugman P.R. (1985), *Market Structure and Foreign Trade. Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, The MIT Press, London, 271p.

Hirschman A.O. (1958), *Stratégie du développement économique*, Traduit de l'anglais par Françoise Pons, Les Editions ouvrières, Paris, 246p.

Jones C. and Webber M. (2010), "Value Chain Strategies for Market Repositioning-Rwandan Coffee", in Martin Webber and Patrick Labaste (dir.), *Competitiveness in Africa's Agriculture. A Guide to Value Chain. Concepts and Application*, World Bank, Washington, D.C, pp.109-114.

Kalinda F.-X. (2010), *La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement*, Thèse de doctorat en Droit, Université de Strasbourg, 447p.

Keine T. (2006), « Traditional Knowledge in the European Context », In *Ressources naturelles*, N°2/2006, 5p.

Kirat T. et Torre A. (2007), « Les conflits dans l'analyse économique. Points de repère », *Géographie, Economie, Société*, vol 9, numéro 2, pp. 215-240.

Kotschi J. (2000), « Poverty Alleviation in the South: Can Organic Farming Help? » 13th International IFOAM Scientific Conference, Bâle (Suisse), 28-31 août 2000. Document en ligne. Consulté le 15/01/2010.

Krugman P. (1991), *Rethinking International Trade*. Second Printing, MIT Press, Cambridge, 282p.

Krugman p. (1995), *Development, Geography and Economic Theory*, MIT Press, Cambridge, 117p.

Krugman P. (1998), *L'économie auto-organisatrice*, Traduit de l'anglais par Fabienne Leloup, De Boeck, Bruxelles, 126p.

Lacroix A., Mollard A. et Pecqueur B. (2000), « Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°4 pp. 683-706.

Lacroix A., Mollard A., Pecqueur B. (1998), « Politiques de développement et rente de qualité territoriale des produits alimentaires », *Colloque Gestion des territoires ruraux sensibles*, Cemagref-Engref, 27-28 avril, Clermont-Ferrand, 15p.

Lancaster, K. (1966), "A new Approach to Consumer Theory", *Journal of Political Economy*, Vol. LXXIV, n° 2 pp.132-157.

Lancaster K.J. (1991), *Modern Consumer Theory*, Edward Elgar Publishing Limited, 242p.

Lebailly ph., Dogot th. Van Bien P. et Tien Khai, T. (2002), *La filière rizicole au Sud Viêt-nam. Un modèle méthodologique*, Les Presses agronomiques de Gembloux, 142p.

Lecomte T. (2003), *Le pari du commerce équitable. Mondialisation et développement durable*. Editions d'organisation, Paris, 123p.

Leloup F. (2007), « Des systèmes complexes à la construction d'un territoire : proposition d'une approche compréhensive en territoire transfrontalier, XLIIIème colloque de l'ASRLDF, Grenoble-Chambéry, 11, 12,13 juillet, 26p.

Leloup F., Moyart L., B. Pecqueur (2003), « Le développement local en Afrique de l'Ouest : quelle(s) réalité(s) possible(s) ? » *Mondes en développement* Vol.31-2003/4-n°124.

Léon A. et Sauvin T. (2009), « L'entreprise et son empreinte territoriale. Quelle politique d'attractivité ? 25^{ème} journées scientifiques ATM 2009, *Attractivité, Gouvernance et Développement*, Luxembourg, 3,4 et 5 Juin, 10p.

Letablier M-T. (2000), « La logique du lieu dans la Spécification des produits référés à l'origine », *RERU* 2000, III, pp. 475-488.

Machulka D. (2001), Marchés tropicaux et méditerranéens, Spécial Rwanda, numéro 2923, 56^e année, Vendredi 16 novembre 2001.

Maillat D., Quévit et Senn (éds) (1993), *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs : un pari pour le développement régional*, GREMI/EDES, 123p.

Maizels A, Bacon R., Mavrotas G. (1997), *Commodity Supply Management by Producing Countries. A Case-Study of the Tropical Beverage Crops*, Oxford University Press, Oxford 242p.

Martin R. et Sunley P. (2000), « L'économie géographique de Paul Krugman et ses conséquences pour la théorie du développement régional : une évaluation critique », dans G. Benko et A. Lipietz (dir.), *La richesse des régions. La nouvelle géographie socio-économique*, pp.33-84.

Matteaccioli A. et Tabariés M. (2006), « Historique du GREMI-Les apports du GREMI à l'analyse territoriale de l'innovation », dans Camagni R. et Maillat D. (dir.), *Milieux innovateurs. Théories et politiques*, Economica, pp. 3-19.

Maze A. et Valceschini E. (2000), « La politique de la qualité agroalimentaire dans le contexte international », *Revue d'Economie rurale*, Vol. 258, n°1, pp.30-41.

Mc Allister D.J. (1995), "Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations", *Academy of Management Journal*, 38, pp. 24-59.

Mgbeoji I. (2007), "TRIPS-plus: Impact in Africa", In Daniel J. Gervais (Ed), *Intellectual Property, Trade and Development: Strategies to Optimize Economic Development in a TRIPS-plus Era*, Oxford University Press, New York, pp.267-268.

MINAGRI (2007), Rapport annuel du département de production, Kigali, 176p.

MINAGRI, OTF (2008), *A Revised Tea Strategy for Rwanda 2009-2012-Transforming Rwanda's Tea Industry*, Kigali, 46p.

MINALOC, District de Karongi (2008) Plan de développement du district de Karongi 2008-2013, Karongi, 234p.

MINECOFIN, Bulletin du Secrétariat de privatisation, numéro 16, mars-juin 2003, Kigali, 16p.

MINECON (2005), Secrétariat de la privatisation, La privatisation des usines et plantions à thé au Rwanda, Kigali, 30p.

MINECON (2005), Secrétariat de la privatisation, La privatisation des usines et plantions à thé au Rwanda, Kigali, 30p.

Mollard A. (2000), « Qualité et développement territorial, un outil d'analyse : La rente », *Symposium sur le développement régional*, INRA-DADP, Montpellier 11, 12 et 13 janvier, 11p.

Mollard A. (2001), « Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente », dans : *Economie rurale*, numéro 263, mai-juin, p.16-34.

Mollard A., Pecqueur B., Lacroix Ay. (1999), "A meeting between Quality and Territorialism, the rent theory reviewed in the context of territorial development", *International journal of Sustainable development*, 19p.

Mollard A., Pecqueur B., Moalla M., (2001), « Offre des produits et services territorialisés et approches lancastérienne de la demande des biens combinés », dans *The Third Congress on Proximity « New Growth and territories »*, Paris, décembre, 13th-14th, 20p.

Monnet E. (2007), « La théorie des « capacités » d'Amartya Sen face au problème du relativisme, Tracès. Revue de sciences humaines (en ligne), n°12 (2007) mis en ligne le 13 avril 2008, 19p.

Muchnik J. (2002), *Les systèmes agroalimentaires localisés: intérêt, approche, interrogations*, colloque SYAL, Montpellier, 16-18 octobre. 12p.

Nelson Ph. (1970), « Information and Consumer Behaviour », *Journal of Political Economy*, Vol. 78, n°2, pp. 311-329.

Nkunzimana Tharcisse (2005), *Une filière agro-industrielle en mutation. Cas de la filière théicole au Burundi*. Thèse de doctorat en sciences agronomiques et ingénierie biologique. Option : Economie rurale. UCL, Louvain-la-Neuve, 303p.

Nyamwasa J.D. (2009), « La relance du mouvement coopératif rwandais », In Develtere P., Pollet I. et Wanyama F. (eds), *L'Afrique solidaire et entrepreneuriale. La renaissance du mouvement coopératif africain*, Organisation International du Travail (OIT), Genève, pp.286-309.

Nzisabira J. (1995), “Réussite et insuccès des banques populaires au Rwanda: esquisse explicative de ce paradoxe”, dans CIDEP, *Les facteurs de performances de l'Entreprise*, Ed. AUPELF-UREF, Paris, pp. 97-102.

O'Connor B. (2005), « Les indications géographiques et leurs enjeux pour les pays ACP », *Document de travail*, CTA, avril 2005, Wageningen, 20p.

Ocir-Thé (2006), *A New Tea sector Strategy for Rwanda Year 2005-2010*, Kigali, December, 2006, p.12.

Ocir-thé (2007), *Rapport des activités de l'exercice 2006 de l'usine de transformation de Gisovu*, Gisovu, 78p.

Olson M. (1965), *The logic of collective action, public goods and theory of groups*, Harvard University Press, 186p.

OMC (2005), *Indications géographiques. Communications des Communautés européennes*. Document WT/GC/W/547, Genève, 14 juin 2005, 20p.

Ostrom E. (1990), *Governing the Commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press, 280p.

Ostrom E. (2000), “Collective Action and the Evolution of Social Norms”, *Journal of Economic Perspective*, Volume 14, Number 3-Summer, 2000, pp. 137-158.

Ostrom, E. (1996), *Governing the commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press, 280p.

Ouatarra, G.M.(2008), *Valorisation de ressources spécifiques et stratégies d'acteurs locaux. Le cas des producteurs et transformateurs de noix de cajou dans le département de Bondoukou au Nord-Est de la Côte d'Ivoire*, Thèse de Doctorat d'Economie Appliquée, Université Pierre Mendès France, 306p.

Oxfam (2002), *The Tea Market: a back ground study*, oxford, 47p.

Ozcaglar-Toulouse N., Béji-Bécheur A. (2006), « Compréhension des comportements d'achats des produits issus du commerce équitable : une approche par la méthode des récits de vie », communication au *2nd colloque international sur le commerce équitable*, 19-21 juin 2006, Montréal, Québec, Canada.

Pecqueur B. et Soulage B. (1992), Rationalité et territoires, *Working Paper*, IREPD Grenoble, 17p.

Pecqueur B. (1992), « Territoire, territorialité et développement », In Actes du colloque : Industrie et territoire : *Les systèmes productifs localisés*, IREPD, LEREP, Grenoble, 21-21 octobre, pp. 71-88.

Pecqueur B. (2001), « Gouvernance et régulation ; un retour sur la nature du territoire », *Géographie, Economie, Société*, vol. 3, n°2, pp.229-246.

Pecqueur B. (2001), « Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens », dans, *Revue économie rurale*, no 261, janvier-février, pp.37-49.

Pecqueur B. (2004), "Le développement territorial: une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud", *Document de travail*, Université Joseph Fourier, 16p.

Pecqueur B. (2005), « Les territoires créateurs de nouvelles ressources productives: le cas de l'agglomération grenobloise », *Géographie, Economie, Société* 2005/3, Vol. 73, pp. 255-268.

Pecqueur B. (2006), « Le tournant territorial de l'économie globale », *Espaces et sociétés* 2006/2-3, 124-125, p.17-32.

Pecqueur B. (2007), « L'économie territoriale : une autre analyse de la globalisation », *L'Economie Politique* 2007/1, n°33, pp. 41-52.

Pecqueur B. (2009), « L'économie territoriale aujourd'hui, enjeux et échelles territoriales, les apports de la théorie et de la pratique ». Séminaire CERTU et CCI de Lyon, Lyon, 9 avril, 9p.

Pecqueur B. et Zimmermann J-B. (sous la dir.) (2004), « Introduction. Les fondements d'une économie de proximités », dans *Economie de proximités*, pp. 13-41.

Penson J., Edström S. and Chamberland A. (2004), *Coffee, Fairtrade and Rwanda*, Global Awareness Syndicate, London, 30p.

Perrin J.C. (1990), « Organisation industrielle : la composante territoriale », dans : *Revue d'économie industrielle*, numéro 51, pp. 276-303.

Perroux F. (1964), *L'économie du XX^e siècle*, Presse Universitaire de France, 2^e éd., Paris, 692p.

Peyrache-Gadeau V. (2006a.), « La contribution de Philippe Aydalot à l'édification de la théorie des milieux innovateurs », dans R. Camagni et D. Maillat, *Milieux innovateurs. Théorie et politiques*, Economica, Paris, pp.42-61.

Peyrache-Gadeau V. (2006b.), « Les milieux innovateurs : apports pour une socio-économie territoriale », dans R. Camagni et D. Maillat, *Milieux innovateurs. Théorie et politiques*, Economica, Paris, pp.320-344.

Poos S.(2010), *Le commerce équitable et durable au Rwanda*, CTB, Bruxelles, 36p.

Pottier J. (2006), “Land Reform for Peace? Rwanda’s 2005 Land Law in Context”, *Journal of Agrarian Change*, Vol 6, N°4, pp.509-537.

Rallet A. (2000), « De la globalisation à la proximité géographique : pour un programme de recherches », dans Gilly J-P et A. Torre (dir.), *Dynamique de proximité*, L’Harmattan, Paris, pp.37-57.

Rallet A. et Torre A. (2004), « Proximité et localisation », Dans : *la revue d’Economie rurale*, 280, mars-avril 2004, pp.25-41.

Rallet, A. et Torre, A. (1995), *Economie industrielle et économie spatiale*, Economica, Paris, 473p.

Raynaud E. et Sauvée L. (2000), « Signes collectifs de qualité et structures de gouvernance », *Revue d’Economie rurale*, Vol. 258, n°1, pp. 101-112.

Republic of Rwanda, Ministry of Trade and Industry (2009), *Rwanda Intellectual Property Policy*, Kigali, Rwanda, 29p.

Republic of Rwanda, Ministry of Trade and Industry (2009), *Rwanda Intellectual Property Policy*, Kigali, Rwanda, 29p.

République du Rwanda, Minagri (2004), *Plan stratégique pour la transformation de l’agriculture au Rwanda. Document principal*, Kigali, octobre 2004, 71p.

République du Rwanda (2009), Loi n°31/2009 du 26/10/2009 portant protection de la propriété intellectuelle, Kigali, Rwanda, 140p.

République du Rwanda (RdR) (2005), « Loi organique n° 08/2005/ du 14/07/2005 portant régime foncier au Rwanda », *Journal officiel*, le 15 septembre 2005, 54p.

République du Rwanda, Ministère des finances et de la planification économique (2000), *Vision 2020 du Rwanda*, Kigali, p.28.

République du Rwanda, Ministère des Terres (2004), *Politique nationale de la terre*, Kigali. 56p.

République Rwandaise, Ministère du Plan (1981), *Développement de la crête Zaïre-Nil: développement de la zone centrale*, Kigali, 149p.

République du Rwanda (2007), *Profil environnemental du district de Karongi*, Kigali, 68p.

Requier-Desjardins D. (2007), « L'évolution du débat sur les SYAL : Le regard d'un économiste » XLIII^e Colloque de l'ASRLDF, Grenoble-Chambéry, 11, 12, 13 juillet 2007, 14p.

Requier-Desjardins D. (2010), « L'évolution du débat sur les SYAL : le regard d'un économiste », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine (RERU)*, 2019/4-octobre, pp.651-668.

Ridwan A., Yusufa C. et Douglas W.L., "Sri Lanka's Tea Industry: Succeeding in Global Market", World Bank, Discussion Paper, no 368, Washington D.C. 137p.

RoR (2011), *Rwanda External Trade Statistics 2009-2011*, National Institute of Statistics of Rwanda (NISR), Kigali, 45p.

Samson I. (dir.) (2002), *L'économie contemporaine en 10 leçons*, SIREY, 675p.

Sautier D. (2003), *Organisation des producteurs et mise en place d'une indication géographique pour le café de Kintamani à Bali (Indonésie)*, Montpellier, Cirad, 17p.

Sen A. (1999), *Development as freedom*, Oxford Press University, traduit de l'anglais par Micher Bessières, Editions Odile Jacob, 356 p.

Sen A. (1992), *Inequality Reexamined*, Oxford University Press, 207p.

Servet J.M. (1994), « Paroles données : le lien de confiance », *Revue du Mauss*, 4, 37-56.

Sylvander B. (1998), « Le marché des produits biologiques et la demande », *Revue d'Economie Industrielle*, n°80, pp. 47-66.

Sylvander B. (2000), « Les tendances de la consommation de produits biologiques en France et en Europe : conséquences sur les perspectives d'évolution du secteur », in Allard G., David C., Henning J. (eds). *L'agriculture biologique face à son développement : les enjeux futurs*. Paris, INRA-Editions

Sylvander B., Allaire G., Marescotti A., Barjolle D., Thevenod-Mottet E. et Tragear A., (2005), « Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux ». Communication pour le Symposium international « *Territoire et enjeux de développement régional* », Lyon 2005, 22p

Sylvander B., Casabjanca N-Y., Béranger C., Coulon J. et Roncin F. (2005), « Terroir et typicité : deux mots clés des appellations d'origine contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles », Communication pour le symposium international « *territoires et enjeux du développement régional* », Lyon, 9-11 mars 2005, 17p.

Sylvander B., Lagrange L. et Monticelli Ch. (2007), « Les signes officiels de qualité et d'origine européens. Quelle insertion dans une économie globalisée », *Revue d'Economie rurale*, (en ligne), n° 299, mis en ligne le 01 juin 2009. URL : <http://economierurale.revues.org/index184.html>

Thevenod-Mottet E. (2001), *The Protection of Geographical Indications in multilateral systems: a cultural clash*. Dolphins meeting, Florence. 9p.

Tuzeyimana A.-B. (2010), « Les agriculteurs produisent plus mais mangent plus mal », Syfia, InfoSud, Montpellier, 5p.

UNDP (2007), *Turning Vision 2020 into Reality: From Recovery to Sustainable Human Development. National Human Development Report on Rwanda 2007*, Kigali, UNDP, 107p.

Valceschini E. (2000), « La dénomination d'origine comme signal de qualité crédible », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine (RERU)*, n°3, pp.489-500.

Valceschini E. et Nicolas F. (1995), « La dynamique de la qualité agro-alimentaire », dans Nicolas F. et Valceschini E. (Ed.) *Agro-alimentaire de la qualité*, Paris, INRA/Economica, pp. 16-32.

Vandecandelaere E, Arfini A., Belletti G., Matescotti A. (2009), *Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité. Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables*, FAO, SINER-GI, 219p.

Védie H.-L. (2008), *Microéconomie*, 2^e édition, Dunod, Paris, 153p.

Williamson O.E. (1975), *Markets and Hierarchies. Analysis and antitrust implications*, Free Press, New York, 286p.

World Bank (2011), "Rwanda Economic Update. Seeds for Higher Growth". The World Bank, Spring Edition, 37p.

Zimmermann J.B. (1998) (dir.) « Construction territoriale et dynamiques productives », Convention d'études n°18/1997. Rapport final, décembre, 37p.

Torre A. (2000), « Economie de proximité et activités agricoles et agroalimentaires : Elémentaires : Eléments d'un programme de recherche », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, pp. 407-426.

Annexes

PARTIE I : PRODUCTION DU THE VERT

Questionnaire adressé au théiculteur

I. INDENTIFICATION DU THEICULTEUR

1. Nom :
2. sexe :
3. Age :
4. Niveau d'instruction :
A. Primaire ; B. Secondaire ; C. Supérieur (Université) ; D. Aucun
5. Depuis quand travaillez-vous sur cette exploitation agricole ?
7. Depuis quand existe l'exploitation ?
9. Superficie de l'exploitation
10. A quoi se destinent votre thé ?
A. Consommation locale (autoconsommation, consommation sur le marché locale, transformation) ; B. Exportation
11. Qui sont vos acheteurs ?
A. Marché traditionnel ; B. Coopératives ; C. Usine de transformation ;
D. Ventes directes sur l'exploitation E. Autres

II. ANALYSE DES ACTIFS SPECIFIQUES UTILISES

A. La main-d'œuvre

1. Avez-vous des membres de famille qui participent à la production du thé dans votre exploitation ?

numéro	sexe	âge	Lien de parenté (1)	Temps de travail (2)	Contrat de travail (3)	Type de travail (4)

(1) **Lien de parenté** : 1=chef de ménage, 2=épouse, 3=fils/fille, 4=frère/sœur, 5=père/mère, 6=autre lien de parenté, 7=ami, 8=employé/domestique, 9=autres (à préciser)

(2) **Temps de travail** : 1= plein temps, 2=mi-temps, (3)=saisonnière

(3) **Contrat de travail** : 1= main-d'œuvre salariée, 2=main-d'œuvre non salariée, 3=autres formes de rémunération (à préciser)

(4) **Type de travail** : 1=préparation du terrain, 2=installation des théiers, 3=désherbage, 4=mettre de l'engrais, 5=taille de formation, 6=taille de production, 7=tipping, 8=cueillette, 9=autres

2. Leur présence vous paraît-elle : A. indispensable ; B. utile; C. négligeable, D. inutile ?

3. Utilisez-vous de la main d'œuvre salariale ?

A. oui B. non

4. Si oui, remplir le tableau suivant

Sexe	Age	Durée du contrat de travail	Type de travail (1)	Salaire (espèce)	Autres formes de rémunération (à préciser)

(1) **Type de travail** : 1=préparation du terrain, 2=installation des théiers, 3=désherbage, 4=mettre de l'engrais, 5=taille de formation, 6=taille de production, 7=tipping, 8=cueillette, 9=autres

5. Si non, pourquoi ?

A. main d'œuvre salariale très chère ; B. main d'œuvre gratuite (familiale) suffisante ; C. manque de moyens financiers ; D. autres

B. La terre

1. Depuis quand êtes-vous propriétaire d'une parcelle de théier ?

2. Comment avez-vous eu accès à l'exploitation ?

A. achat ; B. héritage ; C. Location ; D. prêt temporaire ; E. Autres (à préciser)

3. Quelles sont les caractéristiques de vos terres

Numéro de parcelle	Mode de faire valoir (1)	Localisation des terres (2)

(1) **Mode de faire valoir** : 1=propriété, 2=location avec redevance en espèce/en nature/gratuite/autres

(2) **Localisation des terres** : 1=sur la colline, 2=dans les marais, 3=autres

4. Avez-vous déjà cédé (vendu, prêté, loué) vos parcelles de thé ?
A. Oui B. Non
5. Si oui, à qui ?
A. conjoint ; B. frère/sœur ; C. enfant ; D. ami ; E. autre (à préciser)
6. Si oui, à quelle occasion ?
A. partage successoral B. location C. vente définitive D. autres (préciser)

C. Le capital

1. Quelles sont vos sources de revenu ?
A. exploitation de la théiculture ; B. exploitation des autres cultures ;
C. élevage ; D. autres (à préciser)
2. Parvenez-vous à épargner ?
A. Oui B. Non
3. Si oui, où ?
A. à la banque ; B. à la maison ; C. dans une institution de micro-crédit ; D. Autres (à préciser)
4. Quel est votre niveau d'endettement ?
A. nul ; B. faible ; C. moyen ; D. important
5. Que faites-vous de l'argent emprunté ?
A. dépenses courantes (alimentation, habillement, produits ménagers,...) ;
B. soins médicaux ; C. scolarité ; D. investissement dans la théiculture ;
E. autres

D. Autres actifs spécifiques utilisés/consommations intermédiaires

1. Petit outillage utilisé dans l'exploitation

Type d'outil	Ancienneté du matériel (1)	Qualité du matériel (2)	Mode d'acquisition (3)	Fournisseur direct du matériel (4)
Couteau de taille				
Sécateur				
Houe				
Machette				
Serpette				
Panier				
Trident				
Hache				
Autres				

(1) Ancienneté du matériel : 1=neuf, 2=occasion

(2) **Qualité du matériel** : 1= moderne, 2= traditionnelle

(3) **Mode d'acquisition** : 1=acquisition individuelle, 2=acquisition collective

A. acquisition individuelle par : 1) achat, 2) don, 3) location, 4) prêt, 5) Autres

B. acquisition collective par : 1) achat, 2) don, 3) location, 4) prêt, 5) Autres

(4) **Fournisseur direct du matériel** : 1= vendeur privé, 2=groupement, 3=autorité locale, 4=Usine de l'Ocir-thé (Etat), 5= autre

2. Utilisation des engrais chimiques et des produits phytosanitaires

1. Utilisez-vous des engrais chimiques dans votre exploitation ?

A. oui B. Non

2. Si oui, remplissez le tableau suivant :

Type d'engrais	Mode d'acquisition (1)	Fournisseur direct (2)

(1) **Mode d'acquisition** : 1=acquisition individuelle, 2=acquisition collective

A. acquisition individuelle par : 1) achat, 2) don, 3) crédit 4) autre (à préciser)

B. acquisition collective par : 1) achat, 2) don, 3) crédit 4) autre (à préciser)

(3) **Fournisseur direct** : 1= vendeur privé, 2=groupement, 3=autorités locales, 4=Usine de l'Ocir-thé (Etat) 5= autre (à préciser)

3. Pourquoi utilisez-vous des engrais ?

A. pour améliorer le rendement du thé B. pour améliorer la qualité du thé

C. pour améliorer le rendement et la qualité D. autre raison (à préciser)

4. Si non pourquoi ?

A. Ils ne sont pas nécessaires ; B. Ils coûtent très chers ; C. Les bons engrais ne sont pas disponibles ; D. l'achat à crédit n'est pas possible ; E. les points de vente sont éloignés ; F. Autres

5. Utilisez-vous des produits phytosanitaires ?

A. oui B. Non

6. Si oui, remplissez le tableau suivant :

Type de produits	Mode d'acquisition (1)	Fournisseur direct (2)

(1) **Mode d'acquisition** : 1=acquisition individuelle, 2=acquisition collective

C. acquisition individuelle par : 1) achat, 2) don, 3) crédit 4) autre (à préciser)

D. acquisition collective par : 1) achat, 2) don, 3) crédit 4) autre (à préciser)

(2) **Fournisseur direct du matériel** : 1= vendeur privé, 2=groupeement, 3=autorités locales, 4=Usine de l'Ocir-thé (Etat) 5= autre (à préciser)

7. Si non pourquoi ?

A. Ils ne sont pas nécessaires ; B. Ils coûtent très chers ; C. Les bons produits ne sont pas disponibles ; D. l'achat à crédit n'est pas possible ; E. les points de vente sont éloignés ; F. Autres raisons (à préciser)

III. ANALYSE DES ACTIFS SPECIFIQUES UTILISES

A. Le travail

1. Depuis quand travaillez-vous sur cette exploitation ?

2. Avez-vous suivi une formation formelle³²⁶, dans le domaine théicole, avant ou pendant vos activité théicole ?

a. Oui ; B. Non

3. Si non, pourquoi ?

A. L'apprentissage se fait sur le tas, dans le cadre familial/amical ; B. Manque de moyens financiers ; C. Autres (à préciser)

B. Si oui, sur quelle activité ?

A. préparation de terrain ; B. installation des théiers ; C. désherbage ; D. taille de formation ; E. taille de production ; F. tipping ; G. Épandage d'engrais H. Cueillette ; I. Autres (à préciser)

C. Quelle était l'institution formatrice ?

A. Institution de formation privée ; B. Institution de formation publique ;
B. C. le Groupement ; D. l'Usine de transformation ; E. Autres (à préciser)

D. Où se situe cette institution de formation ?

A. Sur notre territoire (administrative) ; B. Ailleurs (préciser la distance)

E. Cette formation était-elle payante ?

A. Oui ; B. Non

F. Si oui, qui a payé cette formation ?

A. Moi-même ; B. La famille/Amis ; C. Le Groupement ; D. L'Usine de transformation ; E. L'administration locale ; F. Autres (à préciser)

4. Rencontrez-vous de nouveautés dans les techniques de culture et d'entretien le long de la filière ?

B. Oui ; B. Non

5. Si oui, comment avez-vous accès à ce genre d'information ?

C. Par le canal familial ou amical ; B. Par le canal du Groupement ; C. Par le canal des autorités locales ; D. Par le canal de l'Usine (Etat) ; E. Autres (à préciser).

³²⁶ Délivrée par une institution de formation ou une association reconnue par les lois et règles du pays

6. MonnayeZ-vous ce genre d'information ?
a. Oui ; B. Non
7. Comment faites-vous pour vous adapter à ces changements ?
a. On fait appel à notre propre ingéniosité ; B. On s'appui sur nos relations familiales et amicales ; C. On fait appel au Groupement ; D. On se fait aider par l'Usine de transformation (Etat) ; E. Autres (à préciser).
8. Avez-vous accès aux informations relatives à l'évolution du marché au niveau local/mondial ?
a. Oui ; B. Non
9. Si oui, comment ?
a. Par le canal familial ou amical ; B. Par le canal du Groupement C. Par le canal des autorités locales ; D. Par l'Usine de transformation ; E. Autres (à préciser)
10. MonnayeZ-vous ce genre d'information ?
a. Oui ; B. Non
11. Où échangez-vous ce genre d'information ?
A. à la maison ; B. sur le lieu de travail ; C. dans des rencontres organisées par le Groupement ; D. dans des rencontres de loisirs ou de fêtes ; E. dans des rencontres organisées par les autorités locales ; F. dans des rencontres organisées par l'Usine de transformation ; G. Autres (à préciser)

B. Le capital

1. Avez-vous réalisé des investissements, dans la théiculture, ces cinq dernières années ?
A. Oui ; B. Non
2. Si oui, de quelle manière financez-vous vos investissements ?
A. Autofinancement par l'épargne ; B. Emprunt bancaire auprès des institutions financières ; C. Avances du Groupement D. Subventions ; E. Autres (à préciser).
3. Quelle est la nature de vos investissements dans la théiculture ?
A. achat du matériel B. foncier C. matériel et foncier D. autres (à préciser)
4. Si c'est du matériel, remplissez le tableau suivant :

Type de matériel	Qualité du matériel (1)	Ancienneté du matériel (2)	Mode d'acquisition du matériel (3)	Origine du matériel (4)
------------------	-------------------------	----------------------------	------------------------------------	-------------------------

(1) Ancienneté du matériel : A=neuf, B=occasion

(2) Mode d'acquisition : A=sur le marché B=par l'intermédiaire du groupement C. par l'intermédiaire de l'usine (Etat) D. Autres

(3) Origine du matériel : A=fabriqué sur place B=fabriqué ailleurs

IV. PROXIMITE ET PROCESSUS DE SPECIFICATION

A. Perceptions de l'importance de la production d'une feuille verte de qualité

1. Estimez-vous important de produire un thé de qualité ?
A. Oui ; B. Non
2. Si oui, pour quelles raisons?
A. Vendre à un meilleur prix ; B. Préserver la réputation de notre thé ;
C. A. et B. ; C. autres (à préciser).
3. Si non, pourquoi ?
4. Connaissez-vous les critères de reconnaissance d'un thé de bonne qualité ?
A. Oui ; B. Non
5. Si oui, quels sont ces critères ?
6. Etes-vous impliqués dans la détermination des critères ?
A. Oui ; B. Non
7. Si oui, de quelle façon ?
A. Par l'intermédiaire de notre Groupement ; B. Autres (à préciser).
8. Si non, pourquoi
A. Les critères sont standards et universelles ; B. Autres (à préciser).
9. Quels sont les déterminants de la production d'un thé vert de qualité ?
A. Les conditions naturelles (état du sol, conditions climatiques) ;
B. L'emplacement de la parcelle (marais, colline) ; C. Les connaissances et savoir-faire ; D. Les moyens financiers ; E. Autres (à préciser)

B. Processus d'activation et de spécification des ressources dans l'optique de la production d'un thé vert de qualité

a. Spécification des ressources à travers les liens entre théiculteurs, selon la logique d'appartenance (Espace de rapport)

1. Depuis quand travaillez-vous sur cette exploitation ?
2. Vous arrive-t-il de faire appel à d'autres théiculteurs lorsque vous êtes débordé dans vos travaux théicole ?
A. Oui ; B. Non
3. Si oui, ces prestations sont-elles payantes ?
A. Oui ; B. Non

4. Si oui, comment les payez-vous ?
A. En monnaie ; B. En nature (vivres, boissons,...) ; C. Ils font aussi appel à moi quand ils sont aussi débordés ; D. Autres (à préciser)
5. Vous arrive-t-il d'échanger gratuitement du matériel ou de partager du matériel avec les autres théiculteurs ?

A Oui; B. Non.
6. Si oui quel genre de matériel ?
7. Auriez-vous des relations de partenariat avec les autres théiculteurs pour le transport du thé sur les lieux de vente/à l'usine de transformation ?
A. Oui ; B. Non
8. Si oui, comment êtes-vous organisé ?
9. Vous arrive-t-il de partager les connaissances / de vous échanger des informations concernant la production et la commercialisation (avenir de la théiculture dans la région)
A. Oui ; B. Non
10. Si oui, quel genre de connaissances/ d'information ?
11. Monnayeze-vous ce genre d'information ?
B. Oui ; B. Non
12. Quels sont vos lieux de rencontre ?
A. A la maison ; B. Sur le lieu de travail ; C. Dans des rencontres organisées par le Groupement ; D. Sur les lieux de loisirs ; E. Dans des rencontres organisées par les autorités locales ; F. Dans des rencontres organisées par l'Usine de transformation ; G. Autres (à préciser).
13. Vous rencontrez-vous : A. Régulièrement ; B. Irrégulièrement ?
14. Vous arrive-t-il d'emprunter de l'argent à d'autres théiculteurs pour vos activités théicole ?
A. Oui ; B. Non
15. Si oui, les remboursez-vous avec des intérêts ?
A. Oui ; B. Non
16. Si non, pourquoi ?

b. Liens entre théiculteurs et le groupement, selon la logique d'appartenance (espace de rapport), dans la spécification des ressources
1. Existe-t-il des groupements de théiculteurs dans votre région ?
A. Oui ; B. Non
2. Si oui, êtes-vous membres d'un ou de plusieurs de ces groupements ?
A. Oui ; B. Non

3. Si non, pourquoi ?
A. Pas nécessaire ; B. Je ne remplis pas les conditions d'adhésion ; C. Autres (à préciser).
4. Si oui, à quel type de groupement avez-vous adhéré ?
A. Coopérative ; B. Tontine ; C. Autres (à préciser)
5. D'où vient l'idée de former ce Groupement ?
A. Des théiculteurs eux-mêmes ; B. Des autorités locales ; C. De l'Usine de transformation ; D. Autres (à préciser)
6. Votre groupement est-il régi par les lois et règles en vigueur ?
A. Oui ; B. Non
7. Votre adhésion est-elle conditionnée à quoi que ce soit ?
A. Oui ; B. Non
8. Si oui, quelles sont ces conditions ?
A. Paiement des cotisations ; B. Signature ; C. A et B. ; D. Autres (à préciser)
9. Qu'est-ce qui vous a poussé à adhérer à ce groupement ?
A. Améliorer la qualité de mon thé ; B. Augmenter mon volume de production ; C. A et B. ; D. Défendre mes intérêts ; E. Autres
10. Arrive-t-il que le groupement organise des séances de formation/information dans le domaine de l'amélioration de la qualité du thé ?
A. Oui ; B. non
11. Si oui, ces séances sont-elles :
A. Régulières ? B. Irrégulières ?
12. Ces séances sont-elles :
A. Gratuites ; B. Payantes ?
13. Qui anime ces séances ?
A. Les agronomes/vulgarisateurs employés par le Groupement ; B. Le Groupement fait appel aux autorités locales ; C. Le Groupement fait appel à l'Usine de transformation (Etat) ; D. Autres
14. Votre groupement vous facilite-t-il l'acquisition du matériel, des engrais et des produits phytosanitaires ?
A. Oui ; B. Non
15. Si oui, comment ?
A. Il les commande et les met à notre disposition ; B. Il nous prête de l'argent ; C. Il nous sert de garantie auprès des fournisseurs ou des institutions financières ; D. Autres

10. Pouvez-vous vous servir du fait d'être théiculteur pour emprunter auprès des institutions financières de votre région ?

A. Oui ; B. Non

11. Si oui, comment ça se passe ?

A. Le Groupement sert de garantie ; B. Le champ sert de garantie ;
C. La bonne réputation du théiculteur lui sert de garantie ; D. Autres

12. Votre Groupement intervient-il dans le transport de votre récolte vers les points de vente ?

A. Oui ; B. Non

13. Si oui, comment ?

A. Le Groupement met à notre disposition des véhicules de transport ; B. Le Groupement participe à l'entretien des pistes de transport ; C. Autres

14. Votre Groupement s'implique-t-il dans le contrôle de la qualité de votre thé ?

A. Oui ; B. Non

15. Si oui, de quelle façon ?

16. Arrive-t-il de vous faire sanctionner par votre Groupement si vous ne respectez pas les consignes/règles sur la qualité du thé ?

A. Oui ; B. non

17. Si oui, comment ?

A. Exclusion de Groupement ; B. Amande ; C. autres

18. Depuis quand êtes-vous membres de votre Groupement ?

19. Estimez-vous satisfait de l'ensemble des prestations fournies par le groupement, dans votre démarche de production d'un thé de qualité ?

A. oui ; B. Non

c. Liens entre théiculteurs et le groupement, selon la logique de similitude (espace de référence), dans la spécification des ressources

1. Quels sont les raisons qui ont été à la base de la formation de ce Groupement ?

A. L'avenir de la théiculture ; B. Eléments indépendants de la théiculture ; C. Autres

2. Votre avenir est-il associé à celui de la théiculture ?

A. Oui ; B. Non

3. Si oui, pourquoi ?

A. Raisons familiales/historico-culturelles ; B. raisons financières ; C. A et B. ;
D. Autres

4. Y a-t-il une convergence sur les objectifs à atteindre dans votre groupement ?

A. Oui ; B. Non

5. Si non, pourquoi ?

6. Si oui, quels sont ces objectifs ?

A. Amélioration de la qualité ; B. Amélioration des rendements ; C. défense des intérêts (niveau des prix,...) ; D. Autres

d. Liens entre Groupement et Usine de transformation : spécification des ressources dans l'optique de la production d'un thé de qualité (questionnaire adressé au représentant du Groupement)

1. Entretenez-vous des relations de partenariat avec l'Usine de transformation ?
A. Oui ; B. Non
2. Si oui, dans quels domaines ?
A. Production ; B. Transport ; C. Commercialisation du thé vert ; D. Approvisionnement en matériaux et consommation intermédiaire (engrais, pesticides,...) ; E. Formation des théiculteurs ; F. Information sur la production et la commercialisation ; G. Autres (à préciser)
3. Quels sont les objectifs visés dans ce partenariat ?
A. Amélioration de la qualité ; B. Amélioration des rendements ; C. A et B ; D. Autres (à préciser)
4. Ce partenariat est-il payant ?
A. Oui ; B. Non
5. Si oui, préciser le domaine
6. Ces relations de partenariat font-ils l'objet des accords écrits et signés ?
A. Oui ; B. Non
3. Vous rencontrez-vous avec les responsables de l'Usine ?
A. Oui ; B. Non
4. Si oui, vos rencontres portent sur quoi ?
A. Sur la filière théicole ; B. Autres (à préciser)
5. Quels sont vos lieux de rencontres ?
A. A l'Usine ; B. Au siège du Groupement ; C. dans les locaux de l'administration locale ; D. Autres (à préciser)
6. Vos rencontres sont-elles :
A. Régulières ; B. Irrégulières ?

e. Liens entre Groupement et les autres acteurs : spécification des ressources dans l'optique de la production d'un thé de qualité (questionnaire adressé au représentant du Groupement)

1. Existe-il d'autres personnes, institutions, associations, collectivités dont vous entretenez des relations de partenariat, dans le domaine de la théiculture, dans la région ?
A. Oui ; B. Non
2. Si oui, lesquelles ?
A. Institutions financières (Banques, Assurances, Micro-crédit,...) ; B. ONG ; C. Administration locale ; D. Association théicole ; E. Autres (à préciser)
3. Dans quels domaines ?
A. Production ; B. Transport ; C. commercialisation du thé vert ; D. Approvisionnement en matériaux et consommation intermédiaire (engrais, pesticides,...) ; E. Formation des théiculteurs ; F. Information sur la production et la commercialisation ; G. Autres (à préciser)
3. Quels sont les objectifs visés dans ce partenariat ?
A. Amélioration de la qualité ; B. Amélioration des rendements ; C. A et B ; C. Autres (à préciser)
4. Ce partenariat est-il payant ?
A. Oui ; B. Non
5. Si oui, préciser le domaine
6. Ces relations de partenariat font-ils l'objet des accords écrits et signés ?
A. Oui ; B. Non

PARTIE II : TRANSFORMATION DU THE VERT EN THE NOIR

A. Perceptions de l'importance de la qualité du thé dans l'optique de la production d'un thé noir de qualité (Questionnaire adresse au responsable de l'Usine)

1. Qu'est-ce qui est privilégié dans la production du thé noir ?
B. La qualité ; B. La quantité ; C. A et B. ; D. Autres
2. Qu'est ce qui détermine la production d'un thé noir de bonne qualité ?
A. La qualité du thé vert produit par les théiculteurs; B. Les conditions de transport du thé vert ; C. L'état de l'usine ; D. Le savoir-faire et les connaissances des employés ; E. Autres (à préciser)
3. Existe-t-il des critères de reconnaissance d'un thé noir de bonne qualité ?
A. Oui ; B. Non
4. Si non, comment faites-vous pour reconnaître un thé de bonne qualité ?
5. Si oui, comment faites-vous pour reconnaître un thé de bonne qualité ?

- A. Il existe une édicition de standards universels industriels; B. Il existe des critères définis par les acteurs de la région impliqués dans la théiculture ;
C. Autres (à préciser)
6. D'où viennent vos employés ?
A. La majorité vient de la région ; B. La minorité vient de la région ;
C. Autres
7. Si la majorité vient de la région, pourquoi ?
A. Grande expérience dans la théiculture ; B. Condition de logement ; C. Autres
8. Est-il nécessaire de suivre une quelconque formation pour être embauché ?
A. Oui ; B. Non
9. Si non, pourquoi ?
10. Si, oui quel genre de formation ?
11. Contribuez-vous à la formation de vos employés ?
A. Oui ; B. Non
12. Si oui, comment ?
13. Entretenez-vous des relations de partenariat, dans le domaine théicole, avec d'autres acteurs de la région, à part les groupements des théiculteurs ?
A. Oui ; B. Non
14. Si oui, quels acteurs et dans quels domaines ?
15. Entretenez-vous des relations de partenariat avec des acteurs extérieurs de la région ?
A. Oui ; B. Non

Guide d'interview pour les enquêtes à Mombasa (Kenya)

I. Entretiens avec les courtiers du thé rwandais

1. Identification et expérience dans le métier de courtier
2. Processus de vente du thé rwandais
3. Critères de reconnaissance d'un thé de qualité (ici l'objectif est de savoir si la qualité se réfère à des caractéristiques physiques : couleur, goût,... et/ou à des caractéristiques relatives aux processus : origine géographique du produit, mode de production,...).
4. La réputation du thé rwandais en général et du thé de Gisovu en particulier auprès des acheteurs.
5. Les déterminants des prix des thés sur les enchères de Mombasa.

II. Entretiens avec les acheteurs du thé rwandais

1. Identification et expérience
2. Distinction entre le thé rwandais et les autres thés vendus sur les enchères de Mombasa (ici l'objectif est de savoir si le thé rwandais présente des particularités singulières par rapport aux autres thés et sur quelles caractéristiques tiennent ces particularités).
3. Nécessité de s'informer sur les caractéristiques physiques du thé rwandais avant son achat (ici l'objectif est de savoir l'état de confiance des acheteurs par rapport aux thés rwandais. Doivent-ils d'abords disposer des échantillons avant d'acheter ?).
4. Possibilités d'être influencé, au moment de l'achat, par le lieu de provenance du thé (caractéristiques relatives aux processus).

5. Les déterminants à payer un premium pour un thé par rapport à un autre (ici, l'objectif est de savoir ce qui peut amener l'acheteur à payer plus cher tel thé par rapport à un autre).