

L'agrobusiness affame l'Amérique Latine

(...)

« Auparavant, avec mes légumes et mes pommes de terre que je cultivais avec ma famille et parfois avec mes voisins, on avait le minimum indispensable pour se nourrir. Aujourd'hui, depuis qu'« ils » sont là, on a abandonné progressivement nos cultures pour faire ce que nous demande la compagnie. Alors, on n'a plus toujours assez à manger et, pire encore, ils ne veulent pas toujours nous acheter notre production... », affirme un petit agriculteur de la région d'Arequipa, 1 000 km au sud de Lima, au Pérou. Cette déclaration ne concerne pas seulement ce paysan péruvien, mais beaucoup d'autres agriculteurs du continent latino-américain, lorsqu'une multinationale agro-alimentaire s'est installée parmi eux ou dans leur voisinage.

La compagnie à laquelle ce petit producteur fait allusion est *Leche Gloria S.A.*, filiale de *Carnation* (U.S.A.), installée au Pérou depuis 1942, peu de temps après l'arrivée de *Perulac-Nestlé* dans le nord du pays (Cajamarca). *Leche Gloria* est la première industrie de transformation de produits laitiers au Pérou et possède le contrôle de la production laitière du sud du pays, grâce à son pouvoir technologique et financier.

Au moment de son arrivée, la région d'Arequipa était le principal fournisseur de produits dérivés du lait (beurre et fromage) : aujourd'hui, c'est *Leche Gloria* qui contrôle presque toute la production des dérivés du lait, de telle sorte qu'il ne reste qu'une seule fromagerie proprement péruvienne dans cette région.

Consommation de lait en baisse

En 1940, 81 % des terres cultivées

étaient consacrées à des produits consommés localement (légumes, oignons, pommes de terre, etc...) : cette proportion est tombée aujourd'hui à 50 %. Par contre, les cultures fourragères destinées à l'élevage, qui occupaient 19 % des terres cultivables en 1940, en occupent à l'heure actuelle 50 %. De plus, en 1979, la *Leche Gloria* a décidé de ne plus acheter la totalité de la production laitière des agriculteurs et l'ancien gouvernement militaire du général Morales Bermudez a autorisé cette firme à exporter le lait. Ceci dans un pays où la malnutrition atteint près de la moitié de la population. La consommation de lait est tombée de 68 kilos par personne et par an en 1970 à 52 kilos par personne et par an en 1978, niveau bien inférieur à la quantité conseillée par la *F.A.O.*, qui est de 120 kilos par personne et par an.

En 1978, alors que la population manquait de lait, les agriculteurs, faute de circuits de distribution et de pouvoir vendre leur production aux producteurs de viande, ont dû jeter le lait frais. Ainsi, d'importateur, le Pérou devint exportateur ! Et le gouvernement de s'en féliciter parce que « cela rapporte des devises au pays ».

En Colombie, c'est la société *Nestlé* qui a agi dans le même sens. En 1977-78, dans le département de César, cette firme achetait seulement 25 % de la production laitière et pouvait « choisir » ses fournisseurs, qui devaient s'accommoder, sans protester, des prix offerts par cette multinationale. La volonté de la société *Nestlé* de stimuler la production de lait et l'importation de reproducteurs de race laitière, ainsi que l'offre d'acheter toute la production laitière, n'a pas modifié la malnutrition dont souffrent les secteurs populaires de ce pays. La consommation moyenne de lait stagne autour de 70,8 kilos par personne et par an.

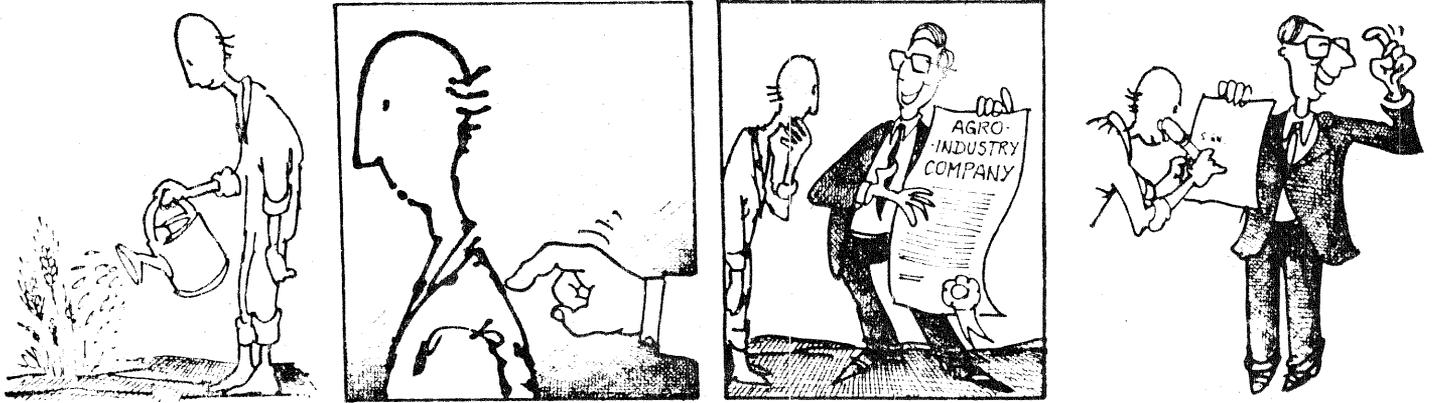


D'après la *F.A.O.*, les pays développés — y compris les pays socialistes — ont consommé en moyenne 110 kilos par personne et par an, dans la période 1970-78 contre 24 kilos par personne et par an pour les habitants des pays du tiers-monde.

Déjà, à la fin du XIX^e siècle, l'Argentine et l'Uruguay exportaient du bétail sur pied vers l'Europe ; l'intégration de l'Amérique latine au marché mondial de la viande n'est donc pas nouvelle. Toutefois, des changements se sont opérés après la deuxième guerre mondiale. (...)

Depuis les années 70, les exportateurs de viande de boucherie (Argentine et Uruguay) trouvent moins de débouchés, en raison de la quasi auto-consommation des pays développés. Pourtant, de nouveaux pays surgissent comme fournisseurs, mais, fait important, le type de demande est aujourd'hui radicalement différent. Il s'agit maintenant de viandes de basse qualité, destinées à la préparation industrielle, c'est-à-dire aux conserveries et « hamburgers » qu'on trouve dans les chaînes de sandwiches américaines, qui ont franchi l'Atlantique depuis quelques années et se sont installées en Europe.

Ainsi, les Etats-Unis et la C.E.E., en 1975, n'importaient que 4 % de viande de boucherie, contre 30 % de viande de basse qualité.



Les nouveaux pays exportateurs sont ceux de l'Amérique centrale, ainsi que le Mexique et le Brésil. Ces régions, qui produisaient jadis principalement pour leurs propres marchés, exportent depuis une vingtaine d'années de la viande industrielle, surtout vers les Etats-Unis. Cette réorientation de la production en vue de l'exportation entraîne l'augmentation des cheptels nationaux, l'apparition de nouvelles techniques d'élevage, la mise en place d'industries de transformation de la viande, tout en augmentant considérablement les surfaces dédiées à l'élevage, ce qui modifie par conséquent la vie de la paysannerie de ces régions.

Ainsi, l'Amérique centrale est devenue en quelques années une région exportatrice de viande. Au Honduras, le troupeau a augmenté de 400 000 têtes, soit de 30 % entre 1964 et 1974, et les pâturages ont augmenté de 500 000 hectares gagnés sur la forêt ou les terres incultes. Au Costa-Rica, le cheptel s'est accru entre 1955 et 1976 de 140 %, entraînant une augmentation des terres destinées à l'élevage.

Dans ces pays, la viande exportée est traitée industriellement. Ainsi, au Honduras, le traitement de la viande est réalisé par sept abattoirs reliés directement aux points d'embarquement par des voies de communication rapide. Le contrôle du commerce de la viande appartient à des multinationales, telles que *Gurrents Inter-*

national, Bondid Warehouse and Ramires Cold Storage Plant, et International Foods, toutes sociétés américaines.

Ce type de politique suppose souvent une association entre les gouvernements et les agences internationales de financement. Ceci se concrétise par l'octroi d'avantages fiscaux, de taux préférentiels pour l'importation de biens destinés aux usines de transformation de la viande, de crédits... mais aussi par l'expulsion de paysans des terres qui doivent être transformées en pâturages, mesures relevant d'une intervention directe des gouvernements locaux. (...)

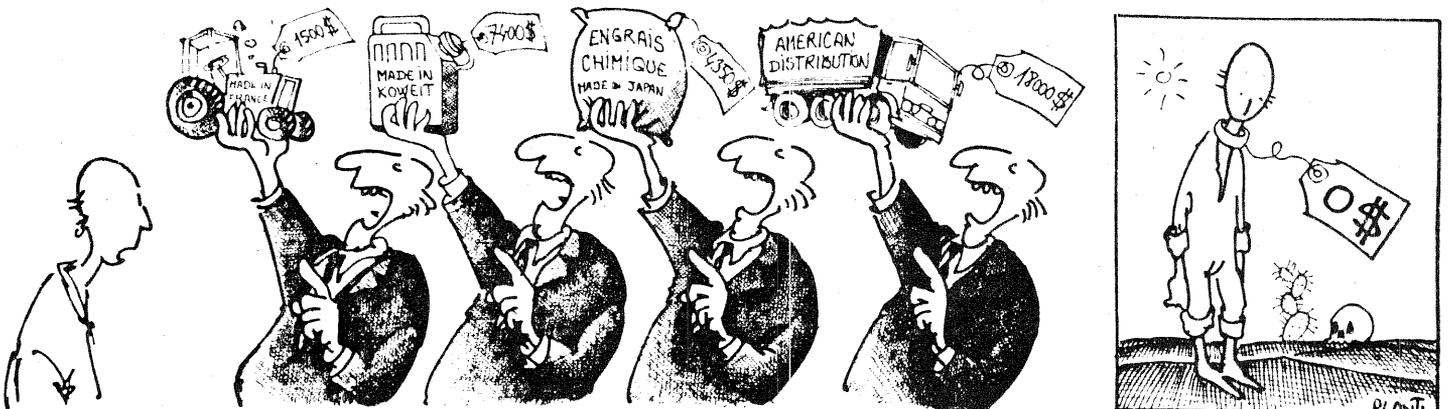
Paradoxalement, malgré l'environnement, la consommation de viande dans cette région reste très insuffisante. Au Honduras, la consommation annuelle moyenne, entre 1960 et 1976, n'a été que d'environ 5,5 kilos par personne, d'après les données de l'*Institut de nutrition de l'Amérique centrale (I.N.A.C.)*, ce qui revient à dire que la majorité des Honduriens ne mangent pas ou presque pas de viande, car sa consommation est surtout le fait des milieux aisés. Dans ce pays, en 1975, 82 % des ventes de viande allaient au marché international, et seulement 18 % au marché intérieur. Au Costa-Rica, en 1975, 5 % des familles urbaines et 22 % de celles de la campagne n'avaient mangé de la viande que cinq fois au cours de l'année, or, l'*I.N.A.C.* recommande une

consommation moyenne annuelle par personne de 32 kilos de viande ; moyenne d'ailleurs largement dépassée par des pays tels que les Etats-Unis qui, en 1978, consommaient en moyenne, par an et par habitant, 96 kilos de viande (France : 76 kilos).

Un tiers des Brésiliens frappés par la malnutrition

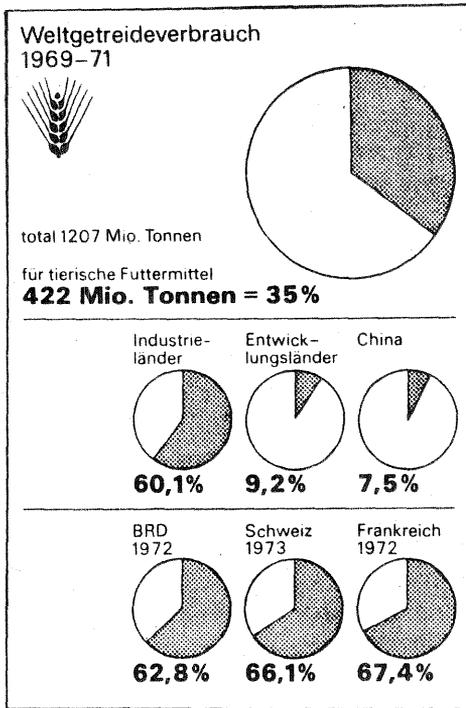
Au Brésil, la presse locale a dénoncé le manque de haricots noirs — les fameux « feijoes » — qui a provoqué à Rio de Janeiro des émeutes devant les magasins d'alimentation, dont, parfois, les gens attendaient l'ouverture depuis 6 heures du matin. Pas de haricots noirs, ou, en tout cas, quand il y en avait, ils étaient à des prix bien au-dessus des cours officiels. Or, pour les Brésiliens, le « feijao » est la base de la nourriture quotidienne.

Selon le ministère de l'Agriculture brésilien, la production de cette denrée alimentaire n'a pas augmenté depuis 1964 (2,13 millions de tonnes) et son rendement est tombé de 6,5 quintaux à l'hectare en 1961 à 5,4 quintaux à l'hectare en 1979. Pour la même période, le manioc et le riz — autres produits d'alimentation de base — ont suivi exactement la même tendance. Par contre, la croissance des produits agricoles orientés vers la demande des compagnies agro-alimentaires a été importante.



in: Le Monde diplomatique, mai 1980

Nahrungsmittel der Armen als Futter für das Vieh der Reichen



ce temps, le Brésil accroît sa dépendance par rapport à l'extérieur pour s'approvisionner en denrées de base (321 millions de dollars d'importations agricoles alimentaires en 1964, et 1431 millions de dollars en 1976) d'où une insécurité alimentaire, mais, surtout, une malnutrition qui touche environ 40 millions de Brésiliens sur une population de 120 millions d'habitants.

On observe d'ailleurs une évolution semblable au Mexique. Dans ce pays, le soja et le sorgho (sorte de gros mil) étaient, en 1955, pratiquement inconnus. Aujourd'hui, ces produits sont très répandus dans l'industrie des aliments composés. De même qu'au Brésil ou dans d'autres pays du continent, les meilleures terres sont réservées à ces produits et, dans le cas du soja, à l'heure actuelle près de 83 % des surfaces qui lui sont consacrées sont irriguées, tandis que le maïs et les haricots rouges, « pain de tous les jours chez les Mexicains », n'ont pas connu les mêmes encouragements. On constate ce phénomène dans l'évolution de la production agricole.

Evolution de la production agricole (1960 = 100)

	1960	1970	1975
Maïs	100	163	143
Haricots	100	174	169
Soja	100	4 309	11 536
Sorgho	100	1 313	1 503

Source: Dirección general de economía agrícola (CO-COSA)

La « multinationalisation » de l'agriculture mexicaine a vu l'arrivée de 70 000 tracteurs en provenance de *Ford Motors*, *Massey Ferguson* et *John Deere* entre 1966 et 1976. Les semences pour la culture du sorgho et du soja, ainsi que les fertilisants, ont été fournis par *Norkrup King*, *Dekalb* et *Dow Chemical*, et la transformation des aliments pour le bétail se fait par *Anderson Clayton* et *Ralston Purina*...

Enfin, l'Etat lui-même intervient dans l'industrie agro-alimentaire par l'intermédiaire de la *Compagnie nationale de subsistances populaires (CONASUPO)*, qui devait « stabiliser » les cours de ces produits et qui, d'ailleurs, a le monopole des importations de matières premières, achetant aux agriculteurs une partie non négligeable de leur production. Toutefois, son rôle est souvent critiqué et remis en question, car on lui reproche de « subventionner les industries » et sa politique des prix est accusée de constituer un « rempart qui protège les firmes multinationales ».

Le changement des habitudes alimentaires

Ainsi, le manque de haricots ou de maïs dans certaines périodes n'est pas toujours

dû aux mauvaises récoltes ou à de mauvaises conditions climatiques... mais aux priorités accordées par le gouvernement, associé directement aux intérêts des multinationales. Une pénurie qui provoque parfois des assauts contre les épiceries pendant la nuit, dans l'espoir de trouver de quoi survivre quelques jours de plus, de la part des misérables et malheureux habitants des bidonvilles...

Outre les influences qu'on vient de signaler sur le monde paysan, ainsi que celles qui concernent les changements écologiques provoqués par l'implantation des multinationales agro-alimentaires, la pénétration de ces firmes, de même que leur formidable *marketing* publicitaire ont eu des effets sur les habitudes alimentaires et l'on rencontre souvent des situations aberrantes. Par exemple, des boissons de type *Coca-Cola* ou *Pepsi-Cola* sont régulièrement consommées dans les couches les plus pauvres des populations et dans les régions les plus isolées et elles se substituent aux boissons traditionnelles (*maté*, infusions à base d'herbes...). L'influence de la publicité provoque des « besoins » de consommation de produits alimentaires industriels, considérés comme le symbole d'un certain statut social et de l'intégration à la société moderne.

Le cas de *Nestlé* est frappant de ce point de vue. Tout en fondant son action sur un idéal humanitaire — « *Notre raison d'être, c'est de nourrir* » — *Nestlé* utilisait tous les mécanismes publicitaires possibles, y compris la distribution d'échantillons gratuits de ses produits, comme le lait en poudre dans les maternités latino-américaines et jusque dans la brousse africaine (). La publicité incitait les mères à abandonner l'allaitement au profit du lait en poudre présenté comme plus enrichissant pour les enfants, ce qui entraînait des comportements irrationnels et dangereux. Irrationnels dans la mesure où des populations pauvres remplaçaient un produit naturel et gratuit par un produit cher. Dangereux, parce que ces populations ne possédaient pas les moyens matériels suffisants pour respecter les règles d'hygiène que demande la préparation d'un biberon « à l'occidentale ».

Enfin les mêmes phénomènes d'acculturation permettent l'apparition, notamment en Amérique du Sud, du modèle nutritionnel et consommateur des Etats-Unis, et la multiplication des chaînes de « *fast food* » (*Mc Donald's*) dans les grandes villes, plus perméables aux nouveaux modèles de consommation. Ce sont là des exemples de l'influence des pays étrangers dans les habitudes de la consommation.

Alfredo BENITES G. ■

CJN 230 - JUILLET-AOÛT 1981