



Labelliser le poulet bicyclette? Des questions s'imposent!

Par [COPAGEN](#) et [Grain](#)

Mondialisation.ca, 06 septembre 2021

grain.org

Région : [Afrique subsaharienne](#)

Thème: [Biotechnologie et OGM](#),
[Transnationales](#)

« C'est utopique de croire que la mise en place d'une indication géographique va permettre au producteur de vendre son produit "deux ou trois fois plus cher", et pourtant ça se dit. »

- [Réseau national des chambres d'agriculture du Niger](#), 2013

« Une indication géographique sans marché ne peut pas survivre. »

- [Union africaine](#), 2019

GRAIN fait actuellement des recherches sur les indications géographiques (IG), un système de propriété intellectuelle sur des « noms » de produits agricoles ou alimentaires dont les qualités ou la réputation sont dues à leur origine géographique (le terroir). Une IG est un droit exclusif collectif : tous les producteurs de la zone concernée peuvent l'utiliser, en suivant des règles communes.

Ce droit a été créé par les Européens afin d'établir et protéger un monopole sur certains produits (champagne, roquefort, scotch whisky) et ainsi éviter les contrefaçons. En fait, l'Europe pousse tous ses partenaires commerciaux à adopter ce système pour concurrencer les États-Unis qui, eux, utilisent et poussent le système des marques pour protéger les mêmes produits. Au-delà de l'OMC (Organisation mondiale du commerce), c'est à travers les accords de libre-échange bilatéraux et plurilatéraux que les deux puissances se livrent cette bataille.

Il y a différentes formes d'IG, les unes plus strictement liées à un territoire géographique que les autres. Et c'est ce lien qui fait que les IG sont censées apporter quelque chose en termes de développement rural (incitation aux villageois à rester sur place, possibilité de tirer des revenus). Mais ce résultat n'est pas garanti. Les IG peuvent être accaparées par des industriels ou des mafias (ex : le thé darjeeling en Inde ou le mescal au Mexique). Ils peuvent servir les intérêts étrangers au lieu d'un marché local (ex : le poivre de Kampot au Cambodge). Ils peuvent déboucher sur des produits qui, à cause du prix, ne sont accessibles qu'aux élites alors que les producteurs ne touchent pas la rémunération. Et ils peuvent aussi aggraver des conflits déjà existants autour des produits dont différents États se réclament le patrimoine (ex : le pisco réclamé par le Chili et le Pérou, le houmous réclamé par Israël et le Liban ou le riz basmati qui provient à la fois de l'Inde et du Pakistan).

Même si, ici ou là, il peut y avoir des succès en termes d'IG qui renforcent des communautés locales, pour beaucoup c'est un système colonial qui sert des intérêts

extrêmement restreints. Qui plus est, les IG reposent (en partie au moins) sur une privatisation du langage, un bien commun.

L'IG protège un produit, un savoir-faire, un héritage collectif... dans le cadre de sa commercialisation. Sa raison d'être est liée au marché. C'est un outil de marketing (auquel on rajoute d'autres finalités supposées comme la protection de l'environnement ou l'amélioration du statut des femmes). D'où la capacité des IG à enraceriner encore plus le néolibéralisme et les inégalités qui en découlent. Les [études les plus critiques](#) montrent que les IG ne sont « émancipatrices » que quand il y a une vraie gouvernance collective du processus (définition des critères du label, de son cahier des charges, du système la traçabilité... de tout le dossier et sa gestion) à la base.

Un label pour le poulet bicyclette ?

Le 5 juillet 2021, le gouvernement du Burkina Faso a [annoncé](#) le démarrage d'un projet de labellisation du « poulet bicyclette ». Selon le gouvernement, cette labellisation aurait pour but de protéger le poulet local burkinabè contre les poulets de chair importés qui se croisent avec les poulets domestiques et risquent de faire disparaître la race locale. En créant un label, le gouvernement compte préserver et valoriser la race locale. « *Il était important pour nous de travailler à sécuriser l'appellation "poulet bicyclette" qui est une trouvaille du Burkina Faso* », a [affirmé](#) le ministre en charge de l'élevage Modeste Yerbanga. Il a même souligné que le processus s'achèvera très vite : dans trois mois. Le label sera disponible pour des poulets qui répondent à un ensemble de [normes](#) dont : la race de l'animal, une utilisation modérée de produits vétérinaires, une alimentation composée en partie de résidus alimentaires et un espace de plein air.

Par label ou appellation, on entend que le gouvernement va déposer la demande d'un titre de propriété intellectuelle sur ce poulet. Le directeur général du Centre national de la propriété industrielle, au Ministère du commerce, l'a confirmé : ce sera soit une indication géographique, soit une marque collective.¹ Quelle que soit la forme juridique choisie, on comprend que la demande sera déposée auprès de l'OAPI (Organisation africaine de la propriété intellectuelle) pour une application directe dans les 16 pays membres (voir encadré). Or cela soulève un grand nombre de questions !

Premièrement : Normalement, à notre connaissance, l'appellation « poulet bicyclette » ne pourrait pas être une indication géographique. Il faudrait parler de « poulet bicyclette de telle ou telle région ». Le nom doit être rattaché à un territoire bien défini, d'où le produit tire ses qualités (à cause du sol, du climat ou de la topographie) ou sa réputation (fondée sur le savoir-faire des producteurs).

Deuxièmement : Les poulets dits bicyclette existent partout en Afrique de l'Ouest et Afrique Centrale, de la République centre-africaine jusqu'au Sénégal. L'appellation est générique, un nom commun. Et elle représente un patrimoine très étendu. Comment l'attribuer à un seul pays ?

Troisièmement : Est-ce que ce sera une race qu'on protégera ? Si oui, quelle race ? (Est-ce que le poulet bicyclette est une race sur le plan génétique, une population, une souche ou autre chose ?)² Si on cherche à protéger et à promouvoir une race animale, on risque du coup de promouvoir son industrialisation, c'est-à-dire des investissements dans un système de production uniforme, pour maintenir sa pureté. D'autant plus qu'avec une IG, un label,

une appellation ou une marque, on va automatiquement créer une plus-value associée à ce poulet, ce qui attirera les investisseurs.

Quatrièmement : Oui, un poulet labellisé sera normalement plus cher pour les consommateurs. Cela fait partie du jeu intrinsèque des labels : on rémunère un producteur pour un produit de qualité. Mais est-ce que cela ne risque pas de servir les classes aisées aux dépens des populations pauvres ? (La stratégie « IG » de l'Union africaine [prévoit et assume](#) cette fatalité.) Déjà des éleveurs burkinabè [suggèrent](#) que c'est en fait eux qui doivent être protégés et soutenus avec des prix plus justes, vu les coûts de production.

Cinquièmement : C'est un peu le monde à l'envers vu que c'est le gouvernement qui prend cette initiative. L'idée de base du système des IG et des marques c'est de protéger les producteurs, les gens du terroir. Normalement, ce sont eux qui s'organisent, proposent et revendiquent une IG.

ENCADRÉ :

Quelles sont les différences entre une indication géographique et une marque collective ? Une IG est un droit collectif qui protège le nom d'un produit (en lien avec un territoire) pour éviter la contrefaçon. Elle appartient à tout producteur qui fait partie d'une association ou autre collectivité dans le territoire et suit les normes. On ne peut pas vendre une IG, et elle a une durée indéterminée. Une marque collective, par contre, est un droit privé qui appartient à un groupe spécifique de producteurs et désigne un produit spécifique pour protéger le consommateur. Elle dure 10 ans (renouvelables) et peut être cédée ou vendue.

Incohérences ?

Le gouvernement burkinabè dit vouloir « préserver et améliorer » le poulet autochtone contre les races exotiques. Pourtant, la Fondation Bill et Melinda Gates s'investit depuis des années dans un effort de croisement des poulets burkinabè avec des poulets français pour augmenter la productivité. A travers le projet « Poulet de Faso », le couple richissime a octroyé 7 millions de dollars US en 2015 à CEVA et SASSO, deux entreprises françaises, pour faire ces croisements et développer des poulets « métis » pour le Burkina.³ Avec le projet « Sustainable access to poultry parental stock in Africa » (Accès durable aux souches parentales de volaille en Afrique), ils ont également injecté 9 millions de dollars dans SASSO, devenue maintenant une unité de Hendrix Genetics (Pays-Bas), afin de créer des races à double usage (œufs et chair) pour le Burkina. Les Gates financent également la Fondation mondiale du poulet (USA), qui travaille avec la grande multinationale pharmaceutique Merck pour développer les produits vétérinaires nécessaires à l'élevage de ces poulets « améliorés » en Afrique. Or, tous ces projets comportent un volet d'essai et d'adaptation [sur place, au Burkina](#), dans des fermes locales. On a du mal à croire que les autorités burkinabè n'en étaient pas informées.

Le même processus se déroule en Ethiopie, où la Fondation Gates investit dans un groupe industriel qui s'appelle Ethiochicken. Ce groupe a été cofondé en 2010 par un Américain, David Ellis, qui visitait le pays et, alors qu'il [n'avait jamais vu](#) un poulet auparavant, [s'est étonné](#) qu'« il y [ait] 15 millions de petits exploitants agricoles en Éthiopie qui utilisent des races indistinctes qui ne produisent pas assez d'œufs ! ». Il [s'est donc donné](#) pour mission de devenir « le leader du secteur de la volaille traditionnelle en Afrique subsaharienne ». Ellis a lui aussi travaillé avec SASSO pour faire des croisements de poulets français avec des poulets éthiopiens. Dix ans plus tard, son groupe est le plus grand producteur de poussins

d'un jour et d'aliments pour volailles de toute l'Éthiopie ! Pour y arriver, Gates lui a accordé une subvention de 7,8 millions de dollars en décembre 2015 à travers AgFlow Poultry, une holding qui gère le groupe depuis l'île Maurice, un paradis fiscal. Maintenant, en voyant que le poulet devient un « big business » en Afrique, la [Banque mondiale](#), le [gouvernement finlandais](#) et des [sociétés de capital-investissement](#) se précipitent et investissent dans Ethiochicken aussi.

Le même scénario, ou presque, se produit en Tanzanie, où Silverlands Tanzania Ltd, appuyé par l'Alliance pour une révolution verte en Afrique (financée par Gates), est devenu l'un des plus grands producteurs de poussins d'un jour dans le pays grâce à un contrat exclusif pour commercialiser la race SASSO, et le plus grand producteur d'aliments pour poulet de l'Afrique de l'Est. Silverlands est également financé par la société de capital-investissement Silverlands Capital, qui remarque qu'avant la création de l'entreprise en 2014, « le secteur de la volaille en Tanzanie a été entravé par une mauvaise génétique ».⁴

La contradiction est patente. Soit on protège les poulets natifs, soit on accepte de travailler avec Gates pour les remplacer par des souches prétendument plus « performantes ». On ne peut pas faire les deux en même temps !



Photo: Eric Biantuadi pour GRAIN

Élevage local et souveraineté alimentaire

Alors qu'elle offusque beaucoup de gens et ravive les cauchemars de conflits passés, il y a un effet salubre dans cette initiative du gouvernement burkinabè.⁵ Car elle ouvre un débat important sur l'avenir de l'élevage de volailles en Afrique, un aliment important en proie à l'industrialisation. Il vaut mieux promouvoir l'élevage de poulets natifs par des petits producteurs par d'autres moyens, qui ne reposent pas sur une appropriation exclusive du nom, ni sur la propriété intellectuelle (un instrument colonial/occidental), ni sur le marché. Des « labels » volontaires pour faire connaître un produit peuvent être utiles, de même que rallier des gens autour de la défense de ce produit dans un projet collectif de souveraineté

alimentaire. Pourquoi pas. Mais il faut bien veiller à ce que l'accès au label (son attribution) ne soit pas approprié par les grandes entreprises comme AgroTOP, une entreprise israélienne qui installe des poulaillers à grande échelle au Nigeria et en Côte d'Ivoire, ou les projets de bricolage génétique si prisés par Bill et Melinda Gates. Sinon, on répète l'expérience qu'on a déjà vécue dans la région avec l'oignon dit Violet de Galmi.⁶

Défendre, protéger et promouvoir le « poulet bicyclette », et le petit élevage plus généralement, est une bonne cause. Et il y a de nombreuses mesures qui peuvent s'avérer utiles dans cette voie : interdiction des importations, politiques de promotion du poulet local, soutien aux producteurs (régulation des prix, mesures fiscales en faveur des producteurs, mise en place des infrastructures, etc.).⁷ Mais ne jouons pas le jeu de l'appropriation d'un nom commun à toute l'Afrique de l'Ouest et du Centre ! Et ne soyons pas dupes des gouvernements qui font une chose et son contraire.

COPAGEN & GRAIN

Photo de couverture : Dans beaucoup de pays de l'Afrique de l'Ouest, on appelle les poulets natifs « poulets bicyclettes » parce que quand ils courent vite, c'est comme s'ils roulaient à vélo. Au Burkina Faso, ils portent également ce nom car une fois abattus, ils sont transportés vers les marchés à vélo ou en moto. Quel que soit le pays, le nom désigne le « poulet local » à la différence des poulets de chair (races sélectionnées) ou des poulets congelés (industriels) importés. Source: « Poulet Bicyclette » - Bill Gates Youtube Channel

Notes :

¹ Mahamadi Tassemedo, en communication directe avec GRAIN, le 3 août 2021.

² Dans la plupart des pays, on refuse une IG si c'est déjà le nom d'une race animale ou variété végétale puisque cela pourrait créer une confusion.

³ Signalons qu'ils font les croisements en France et évitent ainsi d'envoyer les coqs en Afrique pour protéger leur « propriété intellectuelle » (les lignées élitaires).

⁴ Silverlands Tanzania <https://www.silverlandstanzania.net/> et Silverlands Capital <https://www.silverstreetcapital.com/poultry-and-feed>.

⁵ En 2019, une remise de prix au Burkina pour un produit appelé « Faso Attiéké » a fait [unénorme tollé](#) en Afrique de l'Ouest. L'attiéké, ou semoule de manioc, est un aliment de base dans plusieurs pays, surtout la Côte d'Ivoire. Le mot vient d'ailleurs de « adjèké », de la langue Ébrié, du sud du pays. Qui pourrait se l'approprier ?

⁶ Le Violet de Galmi a été sélectionné au Niger et ensuite répandu dans toute l'Afrique de l'Ouest. Vu sa popularité, Tropicasem, filiale sénégalaise d'une entreprise française, a essayé de l'enregistrer comme obtention végétale à l'OAPI. Cela a fait un tollé dans la région et l'entreprise a finalement échoué, mais le mal était fait. Le Niger ne peut pas s'approprier le nom, et des semences commerciales d'oignon prétendument Violet de Galmi, mais en provenance de l'Afrique du Sud, circulent toujours.

⁷ Actuellement, l'Afrique du Sud développe son industrie de volaille en interdisant l'entrée sur son territoire de poulets étrangers (USA, Union européenne, Brésil) à bas prix. Résultat : la production locale se développe (+10% par an), malgré le Covid.

La source originale de cet article est grain.org

Copyright © [COPAGEN](https://copagen.org) et [Grain, grain.org](https://grain.org), 2021

Articles Par : **COPAGEN** et
Grain

Avis de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexacts.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site Mondialisation.ca sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de Mondialisation.ca en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: media@globalresearch.ca

Mondialisation.ca contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca