

Magazine n° 76, août 2023

# Biovision

Fondation pour un développement écologique

## L'essor de l'agroécologie

*Comment paver la voie vers un marché  
biologique prospère en Tanzanie et  
promouvoir la durabilité à l'échelle mondiale.*

25  
ANS





## Chère lectrice, cher lecteur,

*Dans ce numéro du Magazine Biovision, nous souhaitons aborder des récits inspirants qui ravivent l'espoir, même lorsque les injustices du monde peuvent nous le faire perdre. Nous mettons en lumière la force de l'espoir, qui nous pousse à agir et insuffle une énergie positive à notre travail et à nos projets.*

*Nous voyageons en Tanzanie, où un regroupement d'organisations compte bien mettre le pays entier sur les rails de l'agroécologie. Pour ce faire, il peut compter sur le soutien de Biovision.*

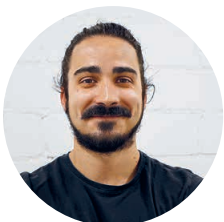
*Dans notre reportage, vous découvrirez ce que nous entreprenons, aux côtés de nos partenaires, pour renforcer le marché bio de Tanzanie et procurer ainsi à des centaines de familles paysannes une source de revenus sûre et durable.*

*Nous vous présentons également une approche novatrice, associant transmission de connaissances et soutien financier, qui permet à des entrepreneur-euses émergent-es du Kenya et d'Ouganda de lancer leurs projets.*

*Ce programme repose notamment sur un instrument innovant qui vise à évaluer le profil agroécologique de projets ou d'entreprises. Un outil développé par le département de Dialogue politique et plaidoyer de Biovision, en collaboration avec des expert-es et des partenaires. Le portrait de ce numéro est consacré à Stefanie Pondini, coresponsable du département, qui évoque le chemin parcouru par Biovision en termes de reconnaissance et de crédibilité.*

*Les raisons ne manquent pas de garder espoir et de continuer à œuvrer pour un avenir durable.*

*Nous vous souhaitons une lecture inspirante!*



**Lothar J. Lechner Bazzanella**  
Rédacteur de Biovision



# Biovision crée un marché pour le bio

***Il ne suffit pas que des paysan-nés produisent de manière durable. Il faut également une clientèle qui achète leurs produits à un prix adapté. C'est pourquoi Biovision s'associe à des entreprises engagées afin de créer un marché pour le bio en Tanzanie.***

*Par Patricio Frei (texte) et Anold William (images)*

En Tanzanie, les paysan-nés ne trouvent guère d'incitation à se tourner vers une pratique de l'agriculture biologique. Il-elles se retrouvent dans l'incapacité de fixer des prix justes pour leurs produits, malgré leur qualité supérieure, parce qu'il n'existe pas de marché pour le bio. Cela s'explique, en partie, par le manque d'information des consommateur-trices sur l'importance d'une alimentation saine, exempte de pesticides chimiques de synthèse. Par conséquent, il n'y a pas de demande significative pour ce type de produits.

Mais que faut-il stimuler en priorité pour ce nouveau marché, l'offre ou la demande? Avec son projet « Un marché pour le bio en Tanzanie », Biovision apporte sa réponse à la question de l'œuf et de la poule en misant sur les deux.

## **Formations aux stratégies commerciales, à la transformation et aux techniques de marketing**

D'une part, en collaboration avec notre partenaire Sustainable Agriculture Tanzania (SAT), nous poursuivons le travail entrepris





**Une récolte abondante :**  
*Sophia Gundula et Azat Zaidi*  
*cueillent des fraises*  
*sucrées dans le champ.*

depuis 2011 avec les agriculteur-trices ayant adopté des pratiques agroécologiques. Ces dernier-ères fournissent des produits biologiques au marché local. L'objectif est de mettre en relation au moins 300 paysan-nes certifié-es bio avec des entreprises qui, grâce au projet, pourront se tourner de plus en plus vers ces produits. Pour y parvenir, SAT souhaite former environ 150 nouveaux-elles paysan-nes pour qu'il-elles soient certifié-es selon la norme est-africaine d'agriculture biologique.

D'autre part, nos organisations partenaires dispensent des formations aux exploitant-es et employé-es de quinze petites et moyennes entreprise (PME). Elles les aident à établir leurs stratégies commerciales et à accroître la qualité et le niveau d'hygiène de leur production. À travers ce projet, les PME sont également encouragées à développer des stratégies marketing et à être présentes sur les réseaux sociaux. Une amélioration de l'image de marque, des emballages et de la distribution doivent en effet favoriser une croissance durable et à long terme.

L'objectif est que les PME participantes puissent proposer leurs produits à des magasins bio et à des acteur-trices plus important-es du commerce de détail. Ainsi, dès qu'elles seront en mesure de proposer un plus large assortiment de produits bio, les détaillants pourront les écouler plus largement.

### Responsabilité individuelle et système alimentaire

De premiers ateliers ont déjà eu lieu sur les thèmes de l'image de marque, des labels, de la sécurité alimentaire et de la transformation. Sophia Gundula, 33 ans et fondatrice de l'entreprise DailyLife à Dar es Salam, la plus grande ville de Tanzanie située à l'est du pays, est l'une des participantes au projet. Elle travaille directement avec des paysan-nes de toute la Tanzanie et propose à la vente des confitures sans sucre, du miel, des fruits secs, des noix, des épices, des barres protéinées et du muesli. «DailyLife est une entreprise à vocation sociale qui s'engage pour la promotion d'une alimentation saine: cela commence par la respon-



## Un marché pour le bio en Tanzanie

Biovision et ses organisations partenaires souhaitent accroître l'offre de produits bio disponibles en Tanzanie. Nous soutenons des PME pour qu'elles développent leur production, transforment leurs produits et les vendent sur le marché local. Pour ce faire, nous proposons des formations sur le développement de stratégies commerciales et marketing, ainsi que sur l'utilisation des médias sociaux et sur la transformation des aliments.

Dans le cadre de ce projet, nous travaillons avec notre organisation partenaire de longue date Sustainable Agriculture Tanzania (SAT), ainsi qu'avec les entreprises à vocation sociale Kazi Yetu et I am Organic. Ces dernières transmettent leur expérience aux PME pour les aider à se lancer.

### Objectifs

- que 13 entreprises proposent plus de produits bio,
- que 4 détaillants se tournent vers les produits bio,
- que 300 paysannes et paysans voient la moitié de leurs recettes payée à des prix adaptés.

### Budget du projet pour 2023

146 670 francs

[biovision.ch/fr/projet/agriculture-bio-tanzanie/](http://biovision.ch/fr/projet/agriculture-bio-tanzanie/)

Vos dons avec TWINT:

Ou en ligne sur:  
[www.biovision.ch/fr/don-en-ligne](http://www.biovision.ch/fr/don-en-ligne)



Le projet contribue notamment aux objectifs de développement durable suivants :







**Le plaisir de travailler :**  
Emmanuel Alexander Malewa  
fait également partie  
de l'équipe de Sophia.



**Transformation :**  
Dans la cuisine, Sophia  
et la collaboratrice  
Anipha Zephania s'occupent  
des fruits récoltés.



**Du champ à la bouche :**  
L'assortiment comprend des  
confitures, du miel ou  
des barres de céréales.



**Une pionnière :**  
Aujourd'hui, Sophia  
travaille avec des  
paysan·nes de toute  
la Tanzanie.



sabilité individuelle et s'étend jusqu'à l'engagement collectif en faveur d'un système alimentaire durable», explique-t-elle.

L'entreprise constate que la demande de produits bio croît très rapidement en Tanzanie. « Pour pouvoir couvrir les besoins de notre clientèle, nous devons trouver un plus grand nombre de paysannes et paysans pratiquant une agriculture écologique, et avec qui nous pourrions travailler sur une base contractuelle exclusive. »

### Se démarquer de la concurrence

Saimon Majeni, fondateur de l'entreprise Salbena, constate lui aussi l'intérêt croissant pour les produits durables dont témoignent ses partenaires commerciaux. Il distribue du miel bio dans toute la Tanzanie. « Nos partenaires s'aperçoivent que les consommatrices et consommateurs se tournent de plus en plus vers les produits bio en raison des avantages qu'ils présentent pour l'environnement et pour la santé. » Il relève aussi un autre effet positif de ce phénomène : « Les entreprises savent qu'en se convertissant au bio, elles améliorent leur image et se démarquent de la concurrence. Les produits bio sont en effet associés à une meilleure qualité et à un engagement en faveur de l'écologie. »

Depuis 2015, SAT exploite le premier magasin bio du pays à Morogoro, une ville à l'ouest de Dar es Salam. Cet établissement pionnier permet aux paysan-nes des environs d'écouler leurs produits localement. Il a d'ailleurs fait des émules. Mais pour que de plus nombreux commerce de ce genre puissent voir le jour, il faut que l'offre en produits bio augmente et que l'approvisionnement soit stable.

C'est l'un des écueils qu'affronte Akley Mbaye, responsable de la distribution et des ventes du magasin de SAT : « L'irrégularité de l'offre en produits bio par rapport à la forte croissance de la demande est l'une des plus grandes difficultés que nous rencontrons. » Dans la plupart des cas, ce sont les conditions climatiques qui nuisent à la production des fruits et des légumes.

### En savoir plus sur les aliments écologiques

Le projet connaît des débuts prometteurs. Les premiers constats sont unanimes : la demande croît. Akley Mbaye, du magasin de SAT, le confirme également : « Notre clientèle apprécie de consommer des aliments sans produits chimiques, qui sont bons pour la santé. Elle fait volontiers ses achats chez nous, quitte à payer plus cher, parce qu'elle veut en savoir plus sur l'alimentation écologique et sa production. »

Grâce à la demande croissante d'aliments produits sans produits chimiques et sains, ainsi qu'à une prise de conscience grandissante sur l'agriculture biologique, les paysan-nes reçoivent également de la reconnaissance pour leur engagement à construire un avenir durable pour la Tanzanie.

Plus de photos et d'informations sur le projet :

[biovision.ch/agriculture-bio-tanzanie-histoire](http://biovision.ch/agriculture-bio-tanzanie-histoire)



*Eliminata Marmetus  
Responsable de projet  
Un marché pour le bio en Tanzanie*

Trois questions à Eliminata Marmetus

### Quel est le plus grand défi pour le marché bio en Tanzanie ?

*La forte concurrence avec les aliments produits de manière conventionnelle (méthode agricole utilisant des pratiques standardisées et souvent intensives, qui sont nettement moins chers). En Tanzanie, peu de gens peuvent se permettre de consommer des produits biologiques. Si l'offre de produits bio augmente et que les coûts de distribution ou de logistique diminuent, les prix du bio et du non-bio s'aligneront. Les produits bio devraient alors devenir plus abordables.*

### Parmi les entreprises impliquées dans la mise en œuvre du projet, quelle a été celle qui t'a le plus marquée ?

*Fatma Mang'ena, la fondatrice de Healthy Seaweed, combine un assortiment unique et une grande passion pour les produits bio. Elle vit à Dar es Salam, travaille avec des agriculteur-trices sur l'île de Pemba et vend sa production à une clientèle privée de 2000 personnes. Elle propose, entre autres, des confitures, de la salade, ou encore des compléments alimentaires en poudre à base d'algues.*

### Pourquoi les médias sociaux sont-ils si importants dans ce projet ?

*Ils permettent aux PME d'atteindre davantage de client-es. Elles peuvent ainsi attirer l'attention sur leurs produits à moindre coût. Les médias sociaux sont importants dans notre pays puisqu'ici, la plupart des gens ont un smartphone.*

*Votre avis est important.  
Prenez quelques instants  
pour remplir notre  
questionnaire et contribuer  
à l'évolution  
de nos contenus écrits !*



*[biovision.ch/questionnaire](http://biovision.ch/questionnaire)*

# Un pays se prépare à un avenir agroécologique

*Le Mouvement agricole biologique de Tanzanie veut réformer la filière agricole du pays. Pour ce faire, l'organisation faitière mise sur un large éventail de méthodes. Et sur le soutien de Biovision.*

Par Lothar J. Lechner Bazzanella (texte)

Implanter l'agriculture biologique à l'échelle d'un pays tout entier nécessite un processus qui prend du temps. Il faut également une bonne planification et la stratégie adéquate qui associe les producteur-trices, mais aussi les politiques et les autres décideur-euses.

C'est précisément l'objectif que s'est fixé le Mouvement agricole biologique de Tanzanie (Tanzania Organic Agriculture Movement, TOAM). Depuis des décennies, des dizaines de projets, de fondations et d'ONG sont rattachés à cette organisation faitière. « Pour faire avancer la filière bio en Tanzanie, nous voulons associer l'ensemble des parties prenantes, de la production au travail politique », résume le directeur de TOAM, Bakari Mongo.

## Le rôle de Biovision

Biovision soutient la démarche de TOAM en promouvant divers projets agroécologiques en Tanzanie et en contribuant à financer le développement de la Stratégie nationale pour une agriculture écologique et biologique (National Ecological Organic Agriculture Strategy, NAEOAS). Biovision définit comment, où et quand les autorités, en collaboration avec TOAM et d'autres acteur-trices de la filière bio, doivent actionner les leviers nécessaires pour renforcer la stratégie du pays en faveur de l'agriculture bio : promotion de méthodes de culture écologiques, protection des ressources naturelles, formation des paysan·nes ou encore amélioration de l'accès aux marchés des produits agroécologiques.

« Depuis juillet 2022, Biovision apporte une aide significative à TOAM, et pas seulement sur le plan financier. Elle collabore aussi depuis de nombreuses années avec les autres partenaires et membres du mouvement. Biovision a par exemple aidé à la construction d'une usine de transformation du lait chapeauté par l'organisation Sustainable

Agriculture Tanzania (SAT) à Vianzi, dans le district de Mvomero », explique Bakari Mongo.

La stratégie devra notamment déterminer comment rallier la population et les instances politiques à l'agriculture biologique. « Nous voulons une politique qui favorise les systèmes de production alimentaire durables, préserve la biodiversité et promeuve la santé des consommateur-trices, des paysan·nes et des sols. » C'est précisément dans ce domaine que, forte de son expérience, Biovision peut apporter sa pierre à l'édifice.

## Des connaissances lacunaires

Pour Bakari Mongo, les principaux obstacles et défis restent liés aux connaissances lacunaires des services de conseil, en particulier des autorités gouvernementales locales. Or, ce sont elles qui sont en contact direct avec les paysan·nes. « La plupart des fonctionnaires ne connaissent pratiquement rien d'autre que les méthodes de culture conventionnelles. Les impliquer dans la mise en œuvre de mesures agroécologiques n'est pas une mince affaire. »

À cela s'ajoute, toujours selon le directeur de TOAM, une prise de conscience publique encore insuffisante vis-à-vis des politiques ou des mouvements qui soutiennent et veulent développer les pratiques agroécologiques. C'est aussi pour cette raison que TOAM cherche à échanger avec les communautés paysannes. « Nous voulons leur fournir des preuves de l'intérêt de l'agriculture biologique de manière à faire changer les mentalités. L'agriculture fondée sur des données probantes et le travail politique qui en découle sont la clé du succès », poursuit Bakari Mongo.

## Des faits pour convaincre la base et les politiques

C'est aussi pour cette raison qu'il est partisan de l'approche consistant à convaincre la

plus large base possible. « Il faut continuer à aider les communautés paysannes à intégrer des pratiques et des technologies agroécologiques dans leur propre production alimentaire. »

Les preuves et les arguments basés sur des faits s'en trouveront renforcés. « Il ne s'agit pas seulement de faire en sorte que les politiques reconnaissent le potentiel de l'agroécologie, mais aussi et surtout que ces pratiques soient mises en œuvre pour répondre à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle de la Tanzanie. »

En août 2023, TOAM, les autorités tanzaniennes, Biovision et de nombreuses autres organisations tanzaniennes et internationales de la filière bio entament la dernière ligne droite pour présenter la Stratégie nationale pour une agriculture écologique et biologique. « Le coup d'envoi a été donné lors de la foire agricole nationale du 8 août, 'Nane Nane' en swahili », précise Bakari Mongo. La prochaine étape, et pas des moindres, consistera donc à faire connaître la stratégie auprès de la population et des politiques et de la mettre en œuvre. Pour qu'un pays entier puisse se bâtir un avenir agroécologique.





**Vert et durable :**  
la ferme de Bi Salama  
est un exemple en  
termes de durabilité.



**Résultats considérables :**  
les fruits issus de la production  
agroécologique de TOAM  
et Biovision sont de qualité  
remarquable.



**Des paroles qui résonnent :**  
Bakari Mongo, directeur de TOAM,  
prononce un discours lors  
d'une réunion de partenaires à  
Dar es Salam, en Tanzanie.



**Du savoir-faire :**  
des paysannes apprennent  
comment utiliser les  
plantes pour lutter contre les  
ravageurs.





**Salle aux trésors :**

En 2009, le Seed Savers Network a été créé au Kenya. Il s'agit d'un réseau qui vise à préserver la diversité génétique des semences de plantes cultivées. Julia Kamau, directrice du programme, présente ses trésors.

des études de cas qui démontrent que ces entreprises sont évolutives et que les investissements dans ce domaine sont intéressants à long terme», poursuit Fabio Leippert. L'objectif du programme de Biovision et de nos partenaires est de partager ce constat afin d'influencer positivement les conditions cadres du secteur. « À l'aide d'exemples concrets, nous voulons montrer que les investissements dans les entreprises agro-écologiques sont judicieux. »

Pourquoi ? Parce qu'en plus d'être rentables, ces entreprises sont des actrices clé de la transformation de nos systèmes alimentaires. Elles créent des emplois durables et essentiels dans le secteur vital de l'agriculture. Elles sont en outre les garantes de la sécurité alimentaire et sont à la base d'écosystèmes économiques robustes et résilients. De plus, leurs effets positifs sur la nature et les communautés environnantes sont avérés. Un programme a donc été mis en place pour que les entreprises agro-écologiques de la région accèdent plus facilement aux financements et aux connaissances nécessaires.

**30 entreprises du Kenya et d'Ouganda participent au projet**

« Tout d'abord, nous voulons promouvoir des conditions permettant de soutenir les entreprises agro-écologiques. Quels sont les obstacles auxquels celles-ci sont confrontées ? Comment agir pour libérer la voie aux investissements et à la croissance ? » Il est nécessaire d'établir des discussions constructives avec des acteurs politiques et des organismes bailleurs de fonds.

Mais il s'agit aussi de fournir aux entreprises prometteuses des outils entrepreneuriaux efficaces et de leur permettre d'accéder aux capitaux, ce qui est essentiel. 30 entreprises du Kenya et d'Ouganda participeront donc chaque année au « Business Accelerator ». En premier lieu, les entrepreneur-euses effectueront une session d'introduction comprenant des séances de mentorat, des formations et des événements de réseautage. « Cette alliance entre transmission de connaissances quant à la bonne gouvernance d'entreprises agro-écologiques et accès ultérieur à des prêts avantageux est unique au monde. »

Sur les 30 entreprises participantes, 20 passeront à l'étape suivante : un stage d'initiation, au cours duquel elles travailleront

# « Nous voulons donner aux entreprises agro-écologiques un coup de pouce décisif »

**Afin de surmonter l'un des principaux obstacles auxquels les entreprises agro-écologiques font face au Kenya et en Ouganda, à savoir l'accès aux connaissances et aux ressources financières, un programme complet a été mis en œuvre. Ce programme vise à renforcer le secteur en offrant formations, réseautage, prêts et dialogues politiques pour une transformation progressive du système alimentaire régional.**

Par Lothar J. Lechner Bazzanella (texte) et Evans Ogeto (images)

Le 15 juin 2023, l'équipe Dialogue politique et plaidoyer (P&A) de Biovision a lancé le programme « Neycha Business Accelerator & Fund » en Ouganda et au Kenya, en collaboration avec notre organisation partenaire SHONA. Dans une première phase de projet, des entrepreneur-euses émergent-es dans le domaine de l'agroécologie du Kenya et d'Ouganda peuvent postuler pour participer à des formations ou à des événements de réseautage. À la fin du programme, certaines peuvent obtenir un prêt de plusieurs dizaines de milliers de dollars à des conditions avantageuses.

« Le Business Accelerator n'est qu'un des aspects très concrets du programme avec lequel nous souhaitons renforcer les entre-

prises agro-écologiques », explique Fabio Leippert, chargé de programme P&A. « Il leur manque en effet cette pièce essentielle du puzzle que sont des modèles de financement adaptés et flexibles. » Ainsi, des enquêtes réalisées par le passé, notamment l'étude de Biovision sur les flux financiers, révèlent non seulement que les capitaux investis dans la recherche sont insuffisants, mais aussi qu'il faudrait investir beaucoup plus dans les entreprises du secteur.

**« L'agroécologie est rentable »**

« De nombreux organismes bailleurs de fonds ignorent l'immense potentiel des entreprises agro-écologiques. D'autres pensent, à tort, que l'agroécologie n'est pas viable à plus grande échelle. Pourtant, il existe déjà



## L'outil d'analyse B-Act

Une composante importante du programme est le nouvel outil « Business Agroecology Criteria Tool » (B-ACT). Celui-ci a été développé au cours des derniers mois par le département P&A de Biovision, en collaboration avec des organisations partenaires. Le B-ACT permet d'analyser dans quelle mesure une entreprise est en phase avec les 13 principes de l'agroécologie, et de repérer les points où il reste un fort potentiel de développement. Il devient ainsi possible d'identifier les entreprises particulièrement durables et socialement responsables qui contribuent à des systèmes alimentaires équitables.

Le B-ACT se base sur un autre outil de Biovision, très similaire, qui permet d'évaluer la dimension agroécologique de projets. Il s'agit de l'« Agroecology Criteria Tool » (ACT), mis en ligne sur Internet en 2019. Le B-ACT, quant à lui, se concentre

sur les entreprises et sur leur degré de conformité avec les principes de l'agroécologie.

« Cet outil permet de déterminer en toute transparence si l'on peut parler d'entreprise agroécologique », explique Stefanie Pondini, responsable de programme P&A, qui a joué un rôle déterminant dans la recherche et le développement du B-ACT. Par exemple, l'outil identifie clairement les lignes rouges, c'est-à-dire les pratiques qui sont catégoriquement incompatibles avec les valeurs fondamentales de l'agroécologie. « Le B-ACT existe sous deux formes : l'une, très détaillée, et l'autre, simplifiée et allégée, qui permet d'évaluer rapidement si nous avons affaire à une entreprise agroécologique. »

[biovision.ch/fr/story/b-act/](http://biovision.ch/fr/story/b-act/)



ensemble pendant plus de quatre mois. « Il s'agit ici d'un renforcement approfondi des capacités, c'est-à-dire d'un développement poussé des connaissances, des compétences et structures. » Enfin, douze des 20 entreprises pourront bénéficier de prêts avantageux accordés par le « Neycha Revolving Loan Fund », lesquels vont de 10 000 à 50 000 dollars. « Différentes études identifient ces montants comme le chaînon intermédiaire manquant ; ils sont trop élevés

pour les microcrédits, et trop bas, donc non rentables, pour les investisseurs classiques. Notre gamme de mesures vise à donner aux entreprises le coup de pouce décisif qui leur permettra de s'affirmer sur le marché, de trouver des capitaux de suivi et de renforcer ainsi l'agroécologie dans la région. »



**Une artisane passionnée :**  
Le rôle de Mercy Onchari chez Nyakazi Organics, une initiative du Seed Savers Network, est de conditionner les feuilles de légumes indigènes séchées.

Commentaire

## Une alimentation durable de Nairobi à Genève

*La question de la production alimentaire durable et de l'agriculture écologique gagne en importance sur la scène politique. À l'instar du Kenya et de l'Ouganda, le canton de Genève a également franchi une étape cruciale en direction d'un avenir plus durable.*

*Cet été, Genève est devenu le premier canton helvétique à inscrire le droit à l'alimentation dans sa constitution. 68 % de l'électorat a exprimé son soutien à l'idée que le canton garantisse une alimentation adéquate et en quantité suffisante. C'est une étape importante et une raison de se réjouir.*

*La proposition visant à garantir ce droit à toutes les personnes résidant dans le canton de Genève repose sur deux piliers : une agriculture locale durable et l'accès à une alimentation saine. Nous soutenons cette approche dans notre objectif de promouvoir une alimentation saine, durable et équitable pour tous les êtres humains.*

*Une chose est sûre : la nourriture ne doit pas être réduite à une simple marchandise, mais doit être reconnue comme un droit fondamental. Il est de notre responsabilité collective de garantir ce droit non seulement pour nous-mêmes, mais aussi pour les générations futures. Nous félicitons le canton de Genève et tou•tes celles et ceux qui contribuent à la protection de ce droit important. Ensemble, nous pouvons créer un avenir où chaque individu a accès à une alimentation suffisante, de qualité et nutritive.*



**Capucine Musard**  
Responsable de projets de sensibilisation



# Actualités Biovision

De la sensibilisation en Suisse aux projets de développement, en passant par le travail politique, retrouvez l'actualité de Biovision.



## Vigneron·nes d'un jour

Le 29 juin, jour de notre fête d'été, les biovisionnaires que nous sommes avons délaissé notre bureau pour aller crapahuter dans les vignes, et prouver que nous étions nous aussi capables de mettre la main à la pâte. C'est au domaine « Frauenkopf », à Douanne, sur les hauteurs du lac de

Bienne, que les collaboratrices et collaborateurs de Biovision ont procédé à des opérations de ratissage, d'éclaircissage et de désherbage. Après l'effort, le réconfort : la journée s'est terminée par une dégustation bien méritée des fameux nectars du domaine – labellisés bio.

## Nos félicitations à une partenaire de longue date de Biovision

Nous félicitons chaleureusement Madame Mwatima Juma pour sa nomination, par le président de la Tanzanie, au sein du Conseil présidentiel pour l'alimentation et l'agriculture (Presidential Food and Agriculture Delivery Council). Celui-ci réunit des scientifiques et des expert·es pour conseiller et assister le gouvernement sur les questions de production alimentaire, d'agriculture et de sécurité alimentaire.

En tant que présidente du Mouvement agricole biologique de Tanzanie (TOAM – Tanzania Organic Agriculture Movement), Mme Juma promeut activement l'agriculture durable et collabore depuis de nombreuses années avec Biovision. Cette nomination constitue une reconnaissance de son formidable travail et une étape importante pour le renforcement d'une agriculture écologique en Tanzanie. Nous nous réjouissons de poursuivre notre collaboration avec Mwatima Juma et lui adressons à nouveau toutes nos félicitations !



## ... sur l'avenir de notre alimentation

Comment adopter un mode de vie plus respectueux de l'environnement ? Quelle sera l'alimentation de demain ? Quels effets notre économie a-t-elle sur la vie d'une paysanne au Malawi ? Autant de questions qui animent Biovision au quotidien et autour desquelles nous souhaitons échanger avec vous dans le cadre de notre série de « Discussions avec Biovision ». Retrouvez-nous le 16 septembre à Zurich, le 21 septembre à Fribourg le 2 novembre à Thoune pour des conférences instructives, des discussions stimulantes et un repas savoureux. Pensez à vous inscrire sur le site web ([www.biovision.ch/evenements](http://www.biovision.ch/evenements)) de Biovision. Nous nous réjouissons de vous y rencontrer !

## Impressum

Magazine Biovision n° 76, août 2023

Le magazine paraît 4 fois par an. Il est inclus dans les dons à partir de 5 francs sous forme d'abonnement.

© Fondation Biovision, Ch. de Balxert 7, 1219 Châtelaine (GE)

**Rédaction** Lothar J. Lechner Bazzanella

**Traduction** Vanja Guérin

**Production**

Lothar J. Lechner Bazzanella et Léna Quéant

**Contribution au contenu**

Alessandra Ramacci, Bakari Mongo, Capucine Musard, Katia Struczyk, Léna Quéant, Loredana Sorg, Marie Zufferey, Patricio Frei, Stefanie Pondini

**Crédit photos** Photo de couverture, p.2 à 5: Anold William. P. 6 et 7: TOAM. P. 8 et 9: Evans Ogeto. P. 10, en haut à gauche : Daila Jansone/iStock et en bas à droite : Kim Culetto. P. 11: Mizina/iStock. P. 12: Daniel Winkler.

**Mise en page** Binkert Partnerinnen, Zurich

**Impression** Brain'print AG

**Papier** Nautilus Classic (100 % recyclé)

Biovision est une organisation partenaire officielle de la Direction du développement et de la coopération DDC, Département fédéral des affaires étrangères DFAE. Les projets internationaux de Biovision sont soutenus financièrement par la DDC.





Gauche :  
Katia Struczyk

Droite :  
Marie Zufferey

# Tofu tout flamme

*Pour une grillade avec un impact plus léger sur la planète, privilégiez comme aliment non-carné le tofu plutôt que les champignons.*

Par Katia Struczyk et Marie Zufferey  
Stagiaires en sensibilisation à la consommation durable

La saison des vacances touche, certes, bientôt à sa fin, mais pas celle des grillades! Les brochettes et les saucisses continuent de fleurir sur les tables. Cependant, la production et la consommation de viande et de charcuterie ont une incidence non négligeable sur le climat et sur notre santé, c'est pourquoi de plus en plus de personnes misent également sur des substituts de viande. Biovision vous accompagne donc dans cette transition vers une consommation plus durable et vous propose une comparaison de l'impact de deux aliments: les champignons et le tofu.

Verdict: la production du tofu bio de Suisse a un impact bien moindre sur l'environnement que les champignons. En effet, pour la production de champignons de culture, on utilise de la tourbe. Cette substance organique d'origine fossile, composée de résidus végétaux décomposés, constitue la composante principale des tourbières. Celles-ci n'abritent pas seulement une grande diversité d'espèces. Elles stockent également de grandes quantités de carbone. Lorsqu'elles sont dégradées, les gaz à effet de serre qu'elles stockent sont libérés.

Quant au tofu, il est obtenu en coagulant le lait de soja avec du nigari, un sel de magnésium naturel. Ce dernier est ajouté au lait de soja chauffé, afin de le faire cailler avant d'être pressé pour obtenir le tofu. Les fèves de soja utilisées pour les produits Bio Bourgeon proviennent de Suisse, ce qui rend le tofu plus durable.

## Faits et chiffres

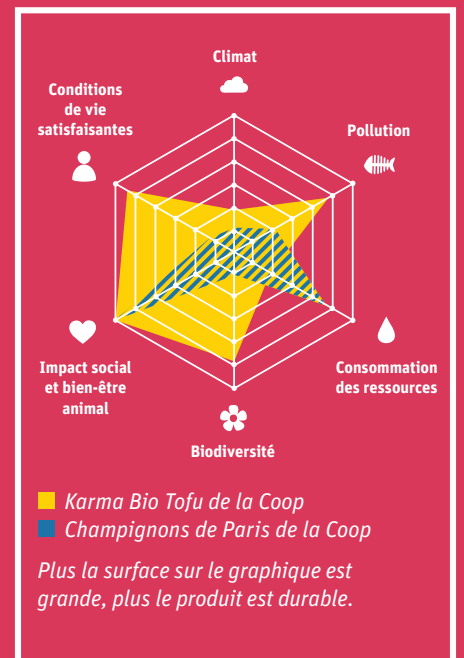
Le tofu a une teneur en protéine **deux fois plus élevée** que celle des champignons.

Il faut **environ un siècle** pour obtenir 5 cm de tourbe.

Environ **400 kg de CO<sub>2</sub>** sont émis lors de l'extraction d'un mètre cube de tourbe.

*« En Suisse, les tourbières sont protégées depuis 1987 et l'extraction de tourbe est interdite. Toutefois, elle en importe 500 000 m<sup>3</sup> par année. Pour montrer qu'il est possible de faire autrement, nous vous présentons une recette de délicieuses brochettes de tofu avec des légumes locaux et de saison. Bonne préparation et bon appétit! »*

[biovision.ch/recette-tofu](https://biovision.ch/recette-tofu)



## De la tourbe pour les champignons bio ?

Le bio garantit des méthodes de production respectueuses de l'environnement. Par conséquent, la tourbe est-elle interdite pour la production des champignons bio? La réponse est oui, mais il y a des

limites à son utilisation: le substrat sur lequel poussent les champignons ne doit pas contenir plus de 70% de tourbe. Bio Suisse a l'intention de réduire continuellement cette proportion à zéro.





# « Nous faire connaître a pris du temps. Mais nous avons gagné nos galons. »

**Stefanie Pondini travaille depuis plus de 12 ans chez Biovision au sein du département de Dialogue politique et plaidoyer. Elle a vécu ce passage de l'anonymat à la reconnaissance et marqué Biovision de son empreinte.**

Par Lothar J. Lechner Bazzanella (texte) und Daniel Winkler (image)

« Quand j'ai commencé à travailler chez Biovision, nous étions 12 collaboratrices et collaborateurs. Nos bureaux se trouvaient dans un appartement de quatre pièces. Je me souviens encore de l'atmosphère qui y régnait ; les portes étaient toujours ouvertes, il y avait du mouvement », se remémore Stefanie Pondini. Sa carrière chez Biovision a commencé en 2010, soit suffisamment tôt pour contribuer à mettre sur pied l'équipe Dialogue politique et plaidoyer (P&A). Aujourd'hui, elle est responsable de programme et membre du Comité exécutif.

## Une nouvelle approche stratégique

« Nous cherchons à faire pencher la balance politique en faveur d'une agriculture durable, pour que l'agroécologie prenne son envol », explique Stefanie Pondini. Nos objectifs ont évolué avec le temps. Par le passé, il s'agissait de gagner des soutiens lors de conférences internationales. « Avant, on préparait pendant des mois une conférence, par exemple celle des Nations Unies (ONU) à New York. Cela mobilisait énormément de ressources. Il nous a fallu du temps pour nous faire connaître et gagner nos galons. »

Petit à petit, Stefanie Pondini et son équipe ont remporté plusieurs succès au nom de Biovision. L'équipe a notamment contribué à faire reconnaître l'agroécologie par l'ensemble des États membres de l'ONU, en 2017. Une première. Elle était également de la partie lors de l'élaboration des Objectifs de développement adoptés par l'ONU. Autant de jalons qui ont marqué l'histoire de Biovision. « Ces événements nous ont permis de changer notre manière de travailler. Aujourd'hui, des organisations onusiennes de renom, de grandes fondations internationales ou encore l'Office fédéral de l'agriculture nous contactent pour nous proposer des collaborations. », se félicite-elle.

## Obstacles et opportunités

Pour la responsable de programme, ce sont là les principaux accomplissements de son équipe : « Constaté la reconnaissance dont jouit Biovision, le rôle que nous pouvons jouer aux côtés de nos partenaires et que les décideur-euses politiques utilisent les outils que nous développons. » Stefanie Pondini travaille actuellement à convaincre des organisations bailleuses de fonds de miser sur des entreprises agroécologiques. Pour ce faire, ces structures peuvent recourir au B-ACT de Biovision, un outil gratuit mis en ligne à l'été 2023 qui permet d'évaluer le profil agroécologique d'une entreprise. « Lorsque des organisations internationales, des bailleur-euses de fonds ou des investisseur-euses utilisent cet outil, nous contribuons à rendre l'agroécologie plus attrayante et plus compréhensible. C'est une satisfaction pour nous, et un pas de plus vers un avenir durable. »

Mais Stefanie Pondini voit également un grand défi se profiler. « Davantage de multinationales de l'agro-industrie s'approprient des termes et des concepts qui mettent la durabilité à l'honneur. Or ce vernis cache une tout autre réalité. Une véritable bataille des mots est en cours. Nous devons rester attentif-ves et critiques sur ce point. »



**Votre don en bonnes mains.**

www.biovision.ch, www.facebook.com/biovision.francais  
Pour vos dons : IBAN : CH22 0900 0000 1605 1971 5

Fondation pour un développement écologique  
Stiftung für ökologische Entwicklung  
Foundation for ecological development

**25**  
**ANS**   
biovision