

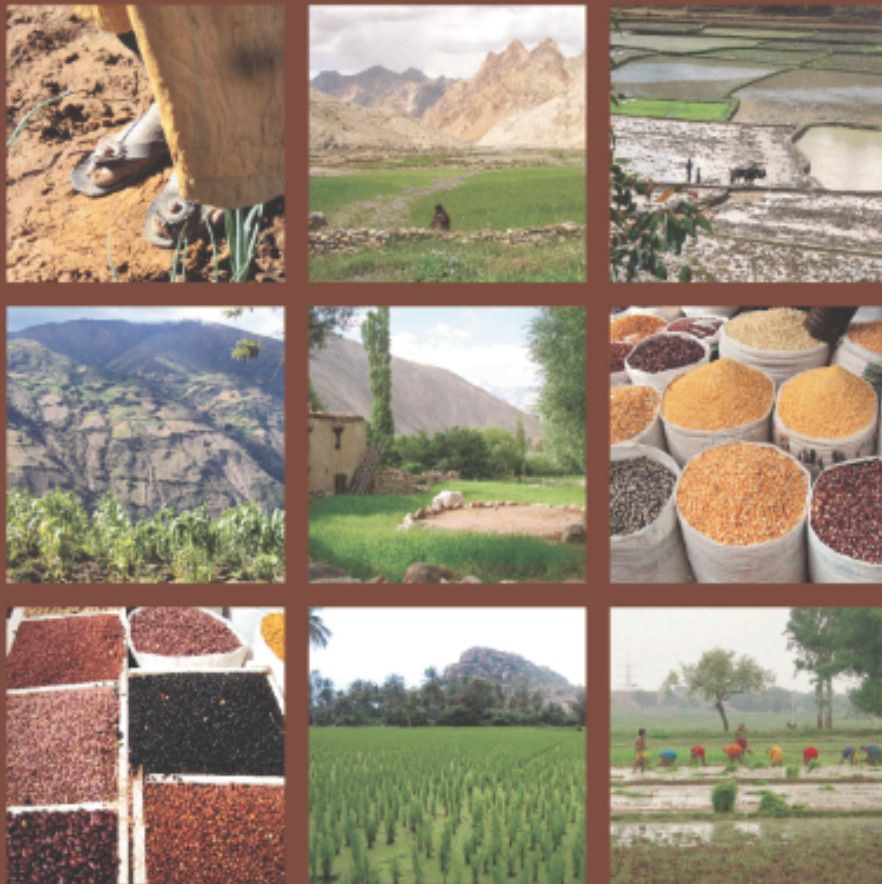
COLLOQUE
INTERNATIONAL

Institutions organisatrices
UMR Dynamiques Rurales, ENFA, Toulouse
UMR CNRS 5600, « Environnement, ville, société », Lyon,
Association « Genre en action », Bordeaux

Responsables
Hélène Guetat-Bernard, Lyon 3
Anne Marie Granié, ENFA

Genre & agriculture familiale paysanne REGARDS NORD-SUD

Débats entre mondes académique, du développement et de la formation



22-24 mai 2012

Université de Toulouse II-Le Mirail, bâtiment des langues

Contact

CPRS - Centre de Promotion de la Recherche Scientifique, Université de Toulouse II-Le Mirail
Tél. (33 0)5 61 50 44 63 / Fax : (33 0)5 61 50 37 14 / Mail. cpsr@univ-tlse2.fr



LES COOPERATIVES AGROTOURISTIQUES FEMININES EN GRECE: CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT LOCAL ET A L'EMANCIPATION DES FEMMES RURALES

Stavriani Koutsou
Professeur Assistante
Institut d'Enseignement Technologique de Thessaloniki
P.O BOX 141
574 00 Thessaloniki
Grèce
e-mail: skoutsou@farm.teithe.gr

Résumé

Ces dernières décennies, on remarque en Grèce rurale la floraison de « coopératives de production » féminines, dont le but est d'offrir de l'emploi à leurs membres. Ces coopératives sont définies comme « agrotouristiques », car la majorité s'adresse aux touristes ruraux en leur offrant des produits locaux traditionnels, produits alimentaires ou artisanaux. Encouragées par des programmes de subvention et aidées par des acteurs locaux, les coopératives féminines contribuent d'une part à l'émancipation des femmes rurales qui, après leur retrait de l'activité agricole, due à la modernisation de l'agriculture, ne sont plus un support économique visible pour leur famille. D'autre part, elles contribuent au développement local, car non seulement elles créent des places d'emploi en espace rural, mais aussi elles valorisent les ressources et les savoir-faire locaux, tout en favorisant la sauvegarde de l'identité territoriale.

Mots clés : coopératives, femmes, zones rurales, développement local, Grèce

Le contexte de l'évolution des coopératives agrotouristiques féminines en Grèce

A partir des années 1980, dans l'espace rural grec, s'est développé un nombre croissant de coopératives de petite taille, créées par des femmes. Le but de ces coopératives est d'offrir de l'emploi à leurs membres. Elles produisent des produits locaux, traditionnels qui peuvent être soit des produits alimentaires soit des produits artisanaux. Certaines offrent aussi des services d'hébergement aux agrotouristes. La naissance de ces coopératives est due à des facteurs internes et externes à la fois.

Facteurs internes

La modernisation de l'agriculture grecque, effectuée à des rythmes accélérés dans la période de l'après guerre, a éloigné la femme rurale de l'activité agricole, à cause de la mécanisation de presque tous les travaux agricoles. Pour les femmes qui n'ont pas émigré et sont restées en espace rural, si elles n'ont pas pu trouver d'emploi non agricoles (dont le nombre est extrêmement limité), elles restent à la maison, s'occupant des « travaux féminins », sans pouvoir fournir un apport économique visible à leur famille. Ce nouveau statut de la femme rurale l'a conduite à la recherche de son émancipation tant au niveau familial qu'au niveau social.

L'application du modèle productiviste à l'agriculture, qui s'identifie à l'intensification de la production agricole, a eu pour conséquence la restriction de l'activité au sein d'un petit nombre d'exploitations agricoles. Cela a provoqué un exode rural et la nécessité de soutenir la population sur place. Pour ce faire, la différenciation des activités en espace rural était indispensable. Le monde rural devrait s'examiner et rechercher des modes de valorisation de ses ressources naturelles et humaines, c'est à dire son développement endogène.

Facteurs externes

L'Etat

Vu les problèmes de dépopulation et de désertification des espaces ruraux, l'Etat a commencé à montrer un intérêt croissant pour les possibilités de retenir la population rurale sur place et réduire les inégalités créées à l'intérieur des sociétés rurales. L'encouragement du développement des activités des secteurs secondaire et tertiaire dans l'espace rural est vu comme une solution aux problèmes économiques et sociaux de l'espace. Parallèlement, des questions comme la surproduction des produits agricoles, la concurrence par les produits étrangers etc, ont « imposé » la nécessité d'encourager la transformation de la production agricole sur place.

La société globale

Les risques alimentaires qui ont éclaté ces dernières années en Europe

poussent les consommateurs à rechercher des produits qui garantissent l'hygiène et la qualité de ceux-ci. Le fait de se tourner vers les produits « traditionnels de qualité » en fut le résultat. Les consommateurs s'intéressent de plus en plus à la qualité des produits alimentaires, aux matières premières, les techniques de leur production etc. D'autre part, certains s'intéressent à l'achat d'un produit alimentaire traditionnel local car ils croient qu'ils contribuent au soutien de cette société locale (Trognon et al. 2000, Vandecandelaere et al, 2009). Parallèlement, les problèmes agro-environnementaux et la dégradation de l'environnement due à l'activité agricole, combinée à la surproduction (des produits agricoles), ont conduit la société globale à poser de nouvelles exigences au monde rural : le nouveau rôle demandé est celui de gardien de l'environnement et de son authenticité, comme aussi du patrimoine local, dont fait partie les savoir faire locaux concernant la production des produits alimentaires.

Dans ce contexte, la combinaison des besoins du monde rural lui-même et des demandes de la part, tant de l'Etat que de la société globale, a abouti à la conception d'un nouveau modèle de développement, dit endogène, basé sur la valorisation des ressources locales, comme naturelles, patrimoniales, les savoir - faire etc., afin de satisfaire les nouvelles demandes. Le moteur de cette valorisation pourrait être le capital humain local. Ainsi, des activités du domaine secondaire (comprenant la transformation de la production agricole) et des activités du domaine tertiaire (comprenant surtout l'agrotourisme), ont été développées au sein de l'espace rural. Ces activités placent les territoires dans un nouveau contexte de compétitivité à la base de leurs spécificités. En Méditerranée, plus spécialement, le riche patrimoine agro-alimentaire et les savoir-faire traditionnels constituent une composante fondamentale des identités culturelles, susceptibles d'être valorisés économiquement et de créer des valeurs ajoutées significatives localement: produits de terroir, gastronomie, agrotourisme etc.

Dans ce cadre, la population rurale a été encouragée à la création de petites entreprises dans le domaine de l'agro-alimentaire. La typicité des produits locaux, qui peut être certifiée par un signe de qualité (un label) faisant référence à l'origine, devient un enjeu important pour la compétitivité des territoires ruraux. Les femmes disposant par expérience de « l'art de produire » et les savoirs faire alimentaires traditionnels, sont les plus qualifiées pour cet objectif (Anthopoulou 2010).

En effet, ces dernières décennies, on observe une mobilité remarquable en ce qui concerne la création des petites entreprises de produits agro-alimentaires locaux, créées par des femmes. Il s'agit de micro-entreprises rurales de structure individuelle, familiale ou coopérative. Si la structure individuelle et familiale est bien connue, la structure coopérative est innovatrice.

L'évolution du nombre de coopératives agrotouristiques féminines

La première coopérative agrotouristique est créée en 1983 dans l'île de

Lesbos et dans les années suivantes ont été créées encore une dizaine d'autres. L'initiative venait du « Secrétariat Général pour l'Égalité des Deux Sexes » afin de promouvoir l'émancipation socio-économique des femmes rurales à travers des revenus personnels. Vu la réticence des femmes rurales à créer leur propre entreprise, le Secrétariat les a encouragées à créer des coopératives. Autrement dit, le centre d'intérêt des premiers efforts pour la création des coopératives féminines était la femme rurale elle-même (Koutsou et al, 2003).

Par la suite, au cours des années 1980, le centre d'intérêt des politiques devient la famille rurale, dont le revenu doit être renforcé afin de retenir la population rurale sur place. Ainsi, la constitution des coopératives féminines, incluse dans le cadre de la pluriactivité des membres de la famille rurale, est fortement approuvée. Le plan du développement rural, qui a été lancé à partir de la réforme de la Politique Agricole Commune (PAC) en 1992, a permis de soutenir les coopératives féminines existantes et parallèlement d'encourager la création de nouvelles afin de compléter les revenus de l'activité agricole. Des programmes communautaires, comme le LEADER, NOW, EQUAL etc... ont subventionné diverses actions et investissements au sein des coopératives féminines, ainsi que des séminaires de formation (Koutsou et al 2009).

Durant les années 2000, l'intérêt croissant des consommateurs pour des produits purs, traditionnels et locaux, a donné un nouveau sens aux coopératives féminines. Ce nouveau sens les a placées dans un contexte selon lequel elles figurent parmi les acteurs de conservation de l'identité territoriale et locale et plus précisément de l'identité alimentaire locale. De nouveaux programmes communautaires ont continué leur support et encouragé la création des nouvelles coopératives.

Suite de ces politiques, plusieurs coopératives ont été créées à l'initiative d'instances locales qui, valorisant les programmes communautaires et nationaux, ont incité les femmes à se "créer des emplois". Leur action a compris deux volets : des séminaires, dans un premier temps, destinés à sensibiliser les femmes et, par la suite, des programmes de subvention, visant à les mobiliser. Parallèlement, les femmes ont été soutenues par les instances locales (municipalités en principe), qui leur ont offert un bâtiment public abritant leurs ateliers et constituant un lieu de vente pour leurs produits. D'habitude, il s'agit de l'ancienne école primaire, désormais fermée en raison du manque d'effectifs, valorisant ainsi des bâtiments communaux, qui risquaient de rester abandonnés.

A la fin des années 1980, les coopératives étaient 10, en 2000 elles étaient 79 et actuellement elles sont au nombre de 142. La grande augmentation de leur nombre après 2000 est en partie due à la loi concernant leur constitution qui, depuis cette date, permet de former une coopérative à partir de sept membres au lieu de 20 qui étaient auparavant exigés.

Le nombre moyen des membres est de 20 à 30 femmes, ce qui signifie que le nombre total des femmes coopératrices au niveau national est proche de

3.000. En 2002, elles ont fondé leur « Association des Coopératives Féminines », dont le but est la coordination de leurs actions en vue de la promotion de leurs produits.

En ce qui concerne la dispersion géographique, la majorité des coopératives se trouve sur le territoire continental, dans les régions montagneuses où l'agrotourisme est développé. Il y en a aussi dans les îles, dans les zones de tourisme de masse. On les trouve également dans les zones périurbaines, et elles approvisionnent en produits spéciaux les magasins des centres urbains. Pour la plupart, elles sont spécialisées dans la fabrication de produits alimentaires (63,5%) et artisanaux (tissage, broderie, etc, 16,2%) et le reste s'occupe de restauration (11,2%) et d'hébergement (9,1%). Les deux dernières catégories s'occupent aussi de la fabrication des produits alimentaires, ce qui porte le pourcentage des coopératives produisant des produits alimentaires à 83,8% (Koutsou et Botsiou 2012).

Les femmes - la coopérative - la société locale

Les produits des coopératives sont vendus soit sur place, dans l'atelier de la coopérative (aux locaux ou aux touristes), soit sur les marchés des centres urbains, mais certaines coopératives vendent aussi par l'Internet. Parallèlement, elles jouent un rôle important pour les sociétés locales. Elles assurent l'organisation de diverses manifestations de la société locale (mariages, baptêmes, cérémonies commémoratives etc.), offrant des services nécessaires à la communauté. Elles valorisent la production agricole locale, car les matières premières nécessaires (fruits, légumes, blé etc.) sont achetées aux producteurs locaux. En plus, les hommes du village cueillent dans la montagne les plantes et les fruits de la forêt, que les coopératives achètent. On ressuscite aussi des cultures qui avaient été presque abandonnées dans certaines zones, celle de la noix et de l'amandier par exemple ; les fruits sont désormais achetés par la coopérative pour fabriquer des spécialités locales de confitures.

En ce qui concerne le profil des femmes membres des coopératives, selon les résultats d'une recherche (Koutsou et Botsiou 2012), il est le suivant: leur niveau d'éducation est relativement bas (50,2% école élémentaire et 20,2% collège). Certaines ont suivi des séminaires de formation professionnelle, en tant que membres des coopératives, dans le cadre de la mise en place des projets de développement rural (LEADER, NOW, EQUAL etc). Selon la même enquête, la majorité des femmes est âgée (52 ans d'âge moyen), ce qui est considéré comme un défaut au niveau organisationnel. Pourtant, selon une autre recherche (Anthopoulou et Koutsou 2010), cela constitue pour les consommateurs un atout, parce que dans leur imaginaire cela renvoie à la mère-nourrice, qui représente le souci et garantit la qualité des aliments.

Elles préfèrent l'emploi flexible, elles ne disposent pas de capitaux et sont très réticentes à des emprunts auprès des banques. Par conséquent, l'entreprise qu'elles fondent ne peut pas leur accorder des revenus importants. En effet, les revenus qu'elles en tirent ne sont pas particulièrement élevés: ils sont proches du SMIG grec, parfois même

inférieurs. Pourtant, la valeur de ce revenu ne représente pas seulement sa valeur réelle en argent, mais a d'autres représentations. "*C'est notre unique rentrée d'argent réelle et bien à nous*", comme elles le déclarent. Ce fait contribue à les émanciper de leur environnement familial, car après leur éviction des travaux agricoles, leur participation au revenu familial n'était plus visible. Il contribue également à les émanciper de l'ensemble social, puisqu'elles constituent dorénavant un groupe capable de garantir, ne serait-ce que des petits revenus à la société locale, tout en fournissant des services à l'ensemble du corps social. Cependant, comme elles-mêmes le déclarent, au-delà des revenus, "*c'est pour nous l'occasion de tirer parti du temps libre dont nous disposons largement et de nous sentir productives et utiles*". L'emploi à la coopérative représente aussi une opportunité de sociabilité avec les autres femmes du village, mais aussi avec les femmes des autres coopératives qu'elles rencontrent de temps en temps, donc une occasion de voyager, de sortir de leur petite commune, comme aussi de « se montrer à la télé », dans le cadre d'émissions spéciales.

Leur grand avantage est ce qu'une présidente a déclaré : "*le savoir-faire et la patience nécessaires pour produire ces denrées*". En effet, la nature spécifique de ces produits qui portent la marque du terroir est liée - à part les attributs du milieu naturel - à des modes et pratiques de fabrication hérités de la tradition locale : connaissances non codifiées, apprentissage empirique dans la famille.

Selon les études empiriques, les coopératives féminines rencontrent certains problèmes de type organisationnel, de promotion de leurs produits, de marketing etc. qui, dans beaucoup de cas, sont dus au fait qu'elles n'ont pas d'expérience préalable à l'entrepreneuriat. Ces problèmes rendent certaines coopératives moins dynamiques que d'autres. Parfois leur succès est basé sur un noyau restreint de femmes dynamiques. Les femmes se rendent compte que leur avantage, le savoir faire, n'est pas toujours suffisant pour que leur entreprise survive dans un milieu concurrentiel et que la coopérative doit fonctionner comme une entreprise. D'autre part, bien que les subventions accordées par les programmes soient importantes, les femmes doivent dépasser le « syndrome » des aides venues d'en haut et lancer des initiatives pour dessiner leur avenir.

L'enjeu pour les coopératives n'est pas de concurrencer les autres entreprises au niveau du prix, mais de se baser sur leur unique avantage, qui est la qualité et l'authenticité de leurs produits. Elles ne sont pas capables de produire des quantités élevées, mais justement cela constitue une des caractéristiques qui garantit le contrôle de la qualité et de l'authenticité de leurs produits. Il est prouvé qu'il y a une clientèle qui est prête à payer le prix élevé de ces produits.

Discussion

Les femmes rurales qui, selon les demandes spécifiques du marché du travail, sont presque totalement exclues de ce dernier, ont trouvé leur place à l'intérieur de ce cadre. Elles transforment les savoir-faire traditionnels en des ressources productives rentables, saisissant des

opportunités (programmes de subventions, prestations offertes par des instances locales), tout en profitant par les nouveaux modèles de consommation. De ce fait, elles transforment leurs inconvénients en avantages comparatifs. Nous pouvons dire qu'elles ont « créé » une nouvelle profession féminine en espace rural.

Pour conclure, nous pouvons dire que les coopératives agrotouristiques féminines peuvent représenter un modèle d'entrepreneuriat féminin en espace rural pour ces femmes qui sont presque exclues du marché du travail. C'est-à-dire des femmes qui sont relativement âgées, qui ne sont pas très qualifiées, qui sont à la recherche d'un emploi flexible, (leur permettant de répondre aux demandes traditionnelles de la famille et probablement de l'exploitation agricole familiale), qui n'oseraient pas courir le risque d'une entreprise individuelle, qui ne peuvent pas disposer de capitaux importants, mais qui disposent d'un savoir-faire traditionnel local. Elles peuvent transformer les savoir-faire traditionnels en des ressources productives rentables sous la forme collective, qui peut mieux représenter et garantir l'identité territoriale.

Autrement dit, les coopératives féminines ne sont pas des simples entreprises en espace rural. A part le fait qu'elles satisfassent les besoins de leurs membres (revenu et émancipation), elles jouent un rôle social et politique à l'espace rural. Plus précisément, elles contribuent au développement local et la sauvegarde de l'identité territoriale, en mobilisant des sources locales qui parfois sont en latence et en créant des synergies locales qui sont capables de renforcer l'image et la réputation d'une région (Barjolle et al. 2010). Elles jouent un rôle décisif à la création du '*panier des biens et services territorialisés*' au niveau local (Pecqueur 2001). Parallèlement elles contribuent au renforcement du capital social local et aussi, comme un group, à la gouvernance locale.

Or, la question essentielle qui se pose est jusqu' à quel degré les coopératives féminines peuvent instaurer une dynamique territoriale solide et durable.

BIBLIOGRAPHIE

- Anthopoulou T., 2010. Rural women in local agrofood production: Between entrepreneurial initiatives and family strategies. A case study in Greece, *Journal of Rural Studies*, 26, 394-403.
- Anthopoulou T., Koutsou S., 2010. Local agri-food products of women's cooperatives. The 'feminine side' of quality (Greece), 9th European IFSA Symposium: *Building Sustainable Rural Futures*, Vienna (http://ifsa.boku.ac.at/cms/fileadmin/Proceeding2010/2010_WS4.2_Anthopoulou.pdf)
- Barjolle D., Damary P., Schaer B., 2010. Certification schemes and sustainable rural development: analytical framework for assessment impacts, International Seminar EAAE- SYAL *Spatial Dynamics in Agrifood Systems: Implications for Sustainability and Consumer Welfare*, Parma: University of Parma, 27-30 October 2010.
- Koutsou S., Iakovidou O., Gotsinas N., 2003. Women's Cooperatives in Greece: An On-going Story of Battles, Successes and Problems, *Journal of Rural Cooperation*, 31,1,45-57.
- Koutsou S., Notta O., Samathrakis V., Patralidou M., 2009. Women's entrepreneurship and rural tourism in Greece. Private enterprises and cooperatives, *South European Society and Politics*, 14,2,191-209
- Koutsou S., Botsiou M., 2012. Les entreprises féminines d'économie sociale en espace rural grec. Etude de cas au département de l'Evros-Grèce, in Blanc J. et Colongo D. (Ed.), *Les Cahiers de l'Economie Sociale : Les contributions des coopératives à une économie plurielle*, L'Harmattan, 503-517.
- Pecqueur B., 2001. Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés, *Economie Rurale*, 261 : 37-49.
- Trognon L., Bousset J.P., Brannigan J. and Lagrange L. 2000. Consumers' attitudes towards regional food products: a comparison between five different European countries, in Sylvader B., Barjolle D. και Arfini F. (Ed.), *The Socio-economics of Origin Labeled Products in Agri-food Supply Chains: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspects*, INRA, France.
- Vandecandelaere E., Arfini F., Beletti G. and Marescotti A., 2009. *Linking People, Places and Products: A Guide for Promoting Quality Linked to Geographical Origin and Sustainable Geographical Indications*, Rome: FAO-SINER-GI (www.foodquality-origin.org).

1. .