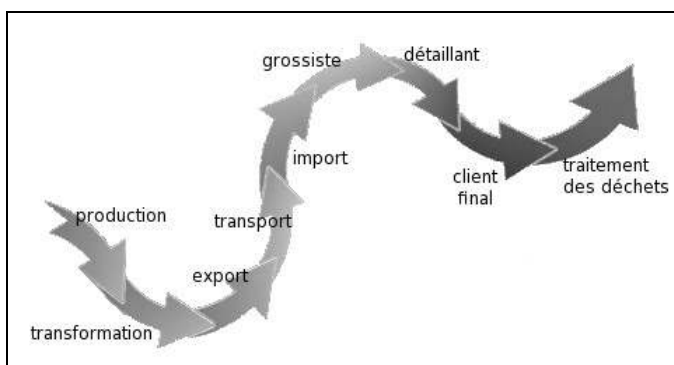


Fiche repère # 2 : La filière d'un produit

Comprendre l'impact social et environnemental d'un produit nécessite d'une manière ou d'une autre d'examiner sa filière pour savoir qui fait quoi et comment il le fait !

Tout produit proposé à la vente n'est possible que par l'action d'une chaîne de personnes produisant, transformant, transportant, stockant ou vendant... De la production des matières premières à la commercialisation finale jusqu'au recyclage, toutes ces étapes constituent la filière du produit.



On distingue des filières courtes et longues en fonction du nombre d'acteurs: une Amap est constituée de 2 ou 3 acteurs quand une filière d'importation de café peut en avoir une douzaine.

Les acteurs d'une filière ne sont pas toujours homogènes, ils ont des poids relatifs différents, en terme de notoriété, de chiffre d'affaires, de volumes de

vente, de capacité de stockage, de force commerciale, de trésorerie etc.

Un seul acteur hégémonique peut précariser l'ensemble des acteurs d'une filière, en imposant ses propres conditions à tous les niveaux. L'exemple des pratiques de la grande distribution, qui, à la fois fait baisser le prix d'achat aux fournisseurs, exploite ses salariés, et impose un suremballage est bien connu. Mais chaque acteur économique peut s'interroger sur son propre impact sur l'ensemble de la filière.

De même l'impact environnemental (épuiement des sols, d'utilisation de matière première non renouvelable et de pollution) nécessite d'analyser l'ensemble de la filière sur les questions de production des matières premières, de distance parcourue par le produit, de moyen de transport, d'emballage etc.

C'est notamment au vu de la filière que le prix de vente au détail d'un produit peut s'expliquer. Un travail de décomposition du prix est d'ailleurs un des engagements de certains membres de Minga vis à vis du public.



Décomposition du Prix
d'un paquet de café Soberano de 250 g
(réalisée par la SCOP Andines - 2009)