



# Festival interculturel et des produits du terroir



© Système des Nations Unies (SNU) au Costa Rica, D. Ramirez

**Le succès de cette stratégie a débouché sur un nouveau modèle de gestion culturelle des marchés qui est désormais repris dans d'autres foires du pays.**

## CONTEXTE

Les foires des producteurs sont le principal moyen de commercialisation au détail des produits de l'agriculture au Costa Rica. Elles se tiennent traditionnellement tous les samedis et dimanches un peu partout sur le territoire national. Aujourd'hui, on compte 80 foires, organisées et gérées par diverses institutions, dont les centres agricoles des cantons, les municipalités ou par d'éventuelles associations de développement local. Les foires sont regroupées au sein du Comité national des foires où siègent les représentants des producteurs, des centres agricoles, des administrateurs des foires et le Conseil national de la production. L'équipe du programme conjoint mis en œuvre au Costa Rica a vu dans ces foires un espace de dialogue interculturel essentiel où la culture venait revaloriser l'activité commerciale. Elle a donc proposé de reconsidérer les foires des producteurs comme des lieux de loisir culturel pour la société, et de stimuler économiquement le secteur agricole du pays.

## PROCESSUS

La stratégie est axée sur la reconnaissance des producteurs qui viennent régulièrement vendre leurs produits sur les marchés, et met en lumière leur vie quotidienne, leur organisation familiale, leurs techniques de production et de reproduction, ainsi que leurs modes de préparation des aliments. Cette reconnaissance a trouvé un cadre adapté dans le « Festival interculturel et des produits du terroir » (FICONUTI), organisé dans plusieurs municipalités, qui offre aux producteurs et à leurs familles la possibilité de présenter leurs produits et d'expliquer comment ils sont cultivés, comment ils arrivent sur le marché, comment ils se consomment et se préparent dans leur région d'origine, sous quelle forme et en quelle saison on peut les manger, et comment les accommoder.

Les festivals sont également l'occasion d'exposer les produits artisanaux et les musiques et les costumes traditionnels. Les agriculteurs ont été les premiers étonnés de mesurer la valeur de leur travail et l'étendue de leurs connaissances, et un important échange culturel s'est établi entre eux. L'étonnement a ensuite gagné le public qui fréquente régulièrement les marchés et y fait ses achats, et qui a découvert les innombrables possibilités culinaires que représentent les différentes identités alimentaires du pays et les cultures dont elles sont l'expression. Ainsi clairement démontré, le lien entre racines culturelles et modes d'alimentation sains assure la viabilité économique de cette micro-production et la sécurité alimentaire des populations.

Résultats

**La stratégie du « Festival interculturel et des produits du terroir » a optimisé la viabilité culturelle et commerciale des foires des producteurs au Costa Rica, ainsi que des traditions qui s'y rattachent, et a de surcroît stimulé l'apparition de réseaux de marchés culturels et de processus innovants, ainsi que le développement des micro-entreprises. Les producteurs ont, quant à eux, recueilli les fruits de cet échange de données d'expériences. De plus, chaque festival a proposé des activités artistiques et culturelles variées, invitant le public à participer à des ateliers de revitalisation culturelle. Le succès de cette initiative est à l'origine d'un nouveau modèle de gestion culturelle des marchés, qu'adoptent désormais d'autres foires du pays.**

