

Un village, un produit

Partage international n° [215](#) - Juillet 2006

Un concept japonais connu sous le nom de *isson ippin*, « un village, un produit », est actuellement utilisé au Malawi pour développer les économies locales. Le concept est simple : on identifie un produit ou une industrie propre à la région, à la province ou au village, et l'on développe cette activité spécifique.

L'idée est née au Japon, à la fin des années 1970, et s'est rapidement développée en Asie et ailleurs.

Au Japon, la première expérience consista à prendre un fruit, le *kabosu*, une espèce de l'île de Kyushu, et de promouvoir ce fruit et tous ses produits dérivés. Maintenant, après trente ans, on a développé plus de 100 produits à partir du *kabosu*, et le projet a permis un essor économique de l'île.

L'Agence de coopération internationale lance actuellement une campagne similaire en Afrique. Au

Malawi, le président sortant, M. Muluzi, a lancé le concept « un village, un produit », qui a connu rapidement un réel succès, car les travailleurs locaux peuvent ainsi travailler sur des produits qu'ils connaissent. Aujourd'hui, 32 villages fabriquent et vendent des dizaines de produits provenant de l'huile d'arachide ou de palme. Bientôt, la Tunisie et le Kenya vont suivre ce concept.

Ce concept simple permet de sortir de la pauvreté les travailleurs locaux, et lorsqu'un enfant meurt toute les trois secondes en Afrique, la nécessité d'une solution apparaît clairement.

Japon

Sources : The Nikkei Weekly, Japon

Thématiques : [Société](#), [politique](#)

Rubrique : [Tendances](#) (Dans le monde actuel s'affirme une tendance de plus en plus prononcée à la synthèse, au partage, à la coopération, à de nouvelles approches et avancées technologiques pour la sauvegarde de la planète et le bien-être de l'humanité. Cette rubrique présente des événements et courants de pensée révélateurs d'une telle évolution.)