



agronomes
vétérinaires
SANS FRONTIÈRES



Marchés paysans et circuits courts dans les Andes :

Contributions au changement d'échelle de nos actions de coopération



Pourquoi travailler sur les marchés paysans dans les Andes?

- ☺ Une connexion croissante au marché des agricultures paysannes...mais en conditions précaires
- ☺ L'émergence des supermarchés et l'exclusion de la production paysanne
- ☺ L'agroexportation, une option pertinente mais pour un nombre limité de produits et producteurs
- ☺ Un besoin avéré de renforcer l'insertion favorable des petits producteurs sur les marchés domestiques

Le projet "Marchés paysans" : un montage innovant de coopération

- 🧑 Un cadre commun de travail dans 3 pays andins (Bolivie, Pérou, Equateur)
- 🧑 Un effort d'articulation d'activités de recherche, assistance technique et incidence politique
- 🧑 Une action centrée sur la diffusion des innovations commerciales de type circuits courts
- 🧑 La mise en réseau d'acteurs : secteur universitaire, organisations paysannes, consommateurs, ONG, pouvoirs publics

Une proposition de changement d'échelle à 4 niveaux

☺ Par **croissance interne des innovations**

☺ Par **multiplication/essaimage**

☺ Par **l'incidence sur les politiques publiques** locales et nationales

☺ Par la **mobilisation de**



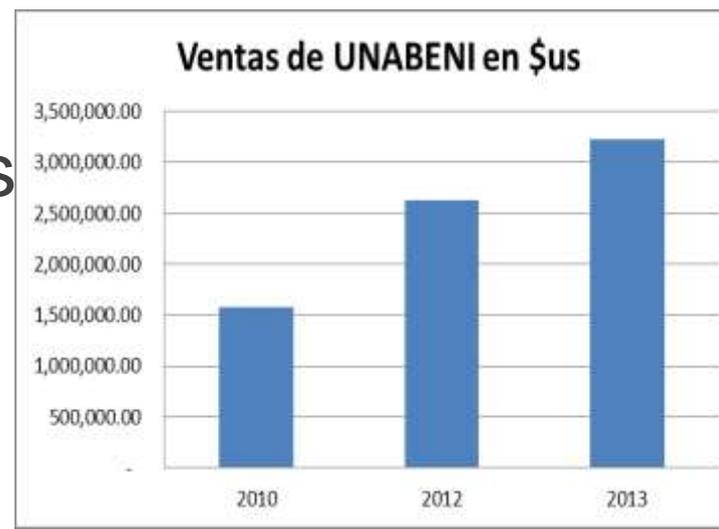
1. la croissance interne des initiatives

Le marché Huancaro de Cusco

- ☞ Croissance de la base sociale de 300 à 5000 familles en 10 ans
- ☞ 20 millions d'USD de vente annuelle par les paysans, 1000 T par semaine

L'OP Banabeni en Bolivie

- ☞ Vente banane bio aux cantines
- ☞ Diversification des produits
- ☞ 1000 familles paysannes



2. L'essaimage : exemple de l'Equateur

☸ Principes : investissements réduits, transparence, initiatives territoriales, créativité, économie solidaire, agroécologie

☸ Passage de 12 à 21 marchés de plein vent appuyés

☸ Chiffre d'affaire x 2,5 depuis 2010 (> 4,5 millions USD)

☸ 1400 familles bénéficiaires



3. Incidence sur les politiques publiques locales

- ☞ Par du co-investissement des collectivités locales
- ☞ Par des achats publics locaux
- ☞ Par la mise en œuvre de politiques publiques favorables aux marchés locaux : ordonnances, places de marché



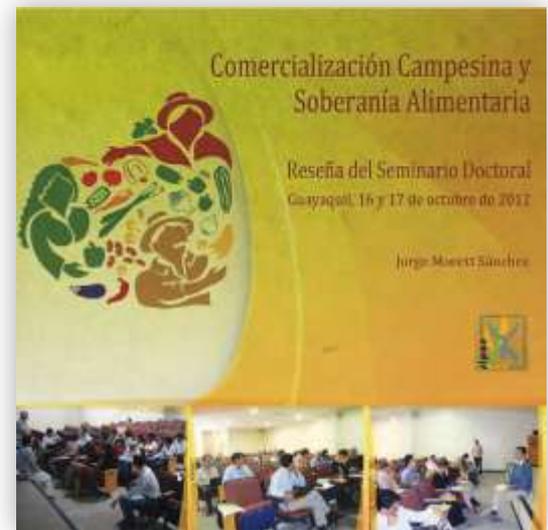
4. Incidence sur les politiques publiques nationales

- ☞ Travail sur les cadres légaux
- ☞ Réalisation de campagnes via des collectifs
- ☞ Appui à la mise en œuvre de programmes spécifiques d'Etat : *Redes comerciales* en Equateur; CNAPE en Bolivie



5. La mobilisation de nouveaux acteurs : la recherche

- ☸ Réalisation de 40 travaux universitaires et 3 doctorats
- ☸ Formation de 200 étudiants et jeunes chercheurs
- ☸ Forum, séminaires avec les universités
- ☸ 15 missions d'expertise de la recherche française et internationale



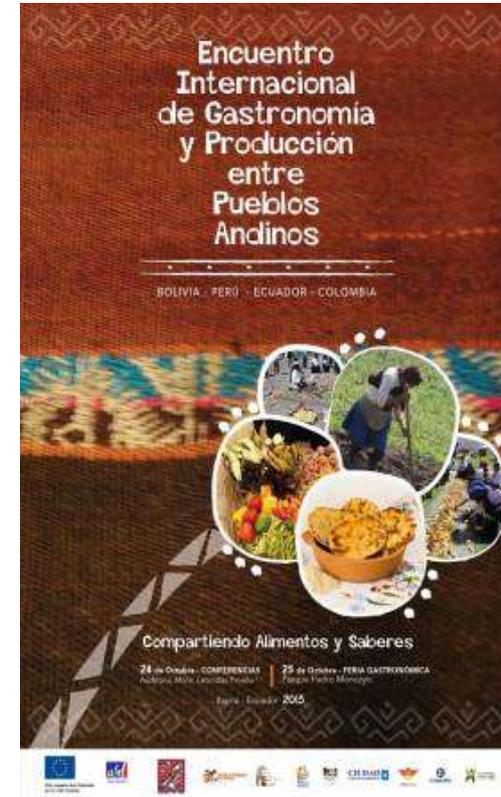
5. La mobilisation de nouveaux acteurs : les consommateurs

- ☞ Sensibilisation sur les espaces de marchés
- ☞ Formation à la consommation responsable
- ☞ Travail avec les écoles, les espaces culturels
- ☞ Réalisation de campagnes nationales



5. La mobilisation de nouveaux acteurs: le secteur gastronomique

- Accompagnement d'une gastronomie inclusive
- Valorisation de la gastronomie populaire et patrimoniale



La capitalisation des expériences et recherches

Un effort important de capitalisation interne et externe : 38 supports produits et diffusés largement pour les chercheurs, acteurs de développement, paysans, consommateurs...



Défis pour un changement d'échelle durable

- 👤 Associer les universités comme caution scientifique pour défendre les initiatives soutenues
- 👤 Développer des capacités majeures de mobilisation /organisation des consommateurs
- 👤 Soutenir et développer l'essaimage et les innovations locales de marchés de plein vent
- 👤 Faire pression sur les autorités pour généraliser les achats publics aux organisations paysannes



agronomes
vétérinaires
SANS FRONTIÈRES

Merci de votre attention



Contact: Pierril Lacroix

p.lacroix@avsf.org

04 78 69 67 92

Pour consulter nos publications: www.avsf.org.es