



PRAXIS

LES EXPÉRIENCES
INNOVANTES D'AVSF

agronomes &
vétérinaires
SANS FRONTIÈRES

PAYS
Pérou

TITRE DU PROJET
KALLPANCHIS

Renforcement des capacités de gestion, accès aux marchés, et incidence politique de l'ARPAC et ses organisations paysannes à Cuzco

BÉNÉFICIAIRES DIRECTS

15 organisations et communautés de base de l'ARPAC : plus de 4000 familles paysannes

PARTENAIRES LOCAUX

ONG CADEP, Association ARPAC

PÉRIODE

2007 à 2013

COÛT TOTAL

1 240 000 euros

PRINCIPAUX BAILLEURS

Union européenne, Rabobank, Frères de nos frères, AFD



Marché paysan au Pérou

L'expérience inédite du marché paysan de Huancaro :
un modèle de commercialisation directe du producteur
au consommateur pour la ville de Cuzco

L'Association Régionale des Producteurs Agricoles et d'Élevage de **Cuzco "ARPAC"** est née le 17 janvier 2004 à l'initiative de 300 familles paysannes. Elles souhaitent alors vendre leurs produits sur des marchés plus rémunérateurs et développer une alternative au système de commercialisation traditionnel contrôlé par les intermédiaires. Au cœur de la ville touristique de Cuzco, ce regroupement a créé et organisé un marché de vente directe aux consommateurs, **le marché de Huancaro**, principe "de la chacra à la olla" (du champ à l'assiette). L'ARPAC réunit aujourd'hui plus de **5 000 paysans de toute la région de Cuzco dont 2 000, chaque samedi, vendent directement leur production sur le marché de Huancaro, situé en périphérie de la ville touristique de Cuzco. 25 000 consommateurs, principalement urbains, fréquentent ce marché.**

Depuis 2007, AVSF et son partenaire local le CADEP (Centro Andino de Educación y Promoción "José María Arguedas"), ont accompagné l'ARPAC, grâce au projet "Kallpanchis" ; ses objectifs sont le renforcement des capacités de gestion, d'accès aux marchés et d'incidence politique de l'ARPAC. AVSF a ainsi contribué à l'amélioration de la qualité des produits vendus sur le marché et à la dynamisation et le renforcement de la base sociale de l'ARPAC, constituée des producteurs membres de 13 provinces de Cuzco (zones tropicales humides

de vallées et des zones de hautes terres).

De nombreux producteurs, hommes et femmes, également vendeurs sur le marché ont été formés aux techniques de vente et de marketing, de même qu'à la qualité et l'hygiène alimentaire. Ils ont reçu des

appuis plus ponctuels sur les techniques de communication et de promotion. L'action a également ciblé le renforcement des capacités de gestion administratives et financières de l'ARPAC, l'amélioration de son organisation interne entre les différents niveaux de la structure (régionales, provinciales...) et de sa gouvernance. **Une école de formation de leaders paysans, conçue par le projet, a ainsi permis de former une quarantaine de membres et dirigeants locaux** sur différents thèmes relatifs à la participation citoyenne et au rôle des organisations paysannes pour la défense des intérêts de l'agriculture familiale mais également à la production agroécologique.



gique locale pour l'alimentation des villes. Le renforcement de l'ARPAC a contribué à accroître son influence, au-delà de l'espace du marché en tant que tel. .

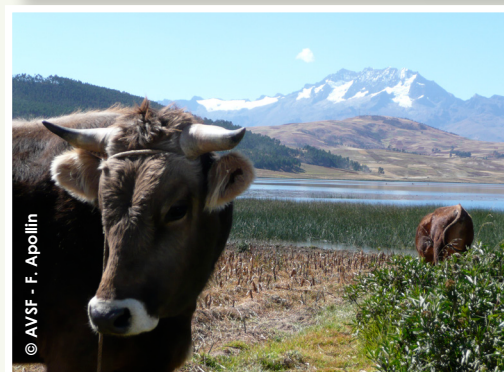
Dès 2004, pour obtenir l'ouverture du marché, l'ARPAC, alors jeune organisation sans expérience, s'était battue auprès des administrations en charge de délivrer les autorisations : Ville de Cuzco et Direction Régionale de l'Agriculture. Elle obtint alors la cession à titre provisoire d'un espace de foire agricole ainsi que de l'appui technique et méthodologique pour le fonctionnement du marché. Dans un contexte de fragilité voire de disparition de la plupart des organisations paysannes au Pérou, **l'ARPAC a obtenu le soutien des autorités des districts et des provinces d'origine de ses produits.** En mai 2012, les principaux dirigeants de l'ARPAC, des maires de deux provinces et de trois districts producteurs parviennent à se réunir à l'Assemblée nationale avec la Vice-Présidente de la République, Marisol Espinoza, et des députés de la région de Cuzco, afin de trouver une solution définitive au conflit persistant avec le gouvernement régional de Cuzco sur la mise à disposition du terrain dédié aux foires agricoles. L'ARPAC s'est peu à peu construite une image nationale grâce à son originalité mais surtout parce **qu'elle incarne un modèle d'organisation paysanne dynamique capable de gérer un marché paysan d'envergure régionale apportant une offre locale de produits identitaires, de qualité et à prix juste pour les producteurs comme pour les consommateurs.**

Le marché de Huancaro : un impact socio-économique indéniable

En 2012, ce sont 5 000 petits et moyens producteurs des 13 provinces de la région de Cuzco qui ont trouvé dans ce marché des débouchés pour leurs produits. Les volumes de ventes hebdomadaire des 24 sections de produits (principalement légumes, tubercules, viandes et produits laitiers) sont passés de 170 tonnes en 2004 à 850 tonnes en 2012, ce qui représente un volume financier d'environ US \$ 418 656/semaine. La vente directe a surtout permis de récupérer les marges captées par les revendeurs et d'augmenter les revenus des producteurs. **Le revenu net moyen hebdomadaire gagné sur un seul jour par semaine (le samedi) est de 182,38 soles (70 US\$) et le revenu net mensuel s'élève à US\$ 280, dépassant le salaire minimum légal actuel qui est de US\$ 259.**

Le marché a également plusieurs effets indirects positifs. En premier lieu, **sur le statut des femmes paysannes**, placées en situation de responsabilité dans la gouvernance de l'ARPAC, le fonctionnement et contrôle du marché et des postes de vente. Mais également sur l'emploi : **plus de 110 emplois** autres que les postes de vente par les producteurs eux-mêmes ont été recensés en 2012 sur le marché : il s'agit principalement de manutentionnaires, porteurs et personnels de sécurité, emplois qui sont le fruit d'une activité croissante depuis 2004 sur le marché. Indirectement, le transport (en camion ou taxi) des producteurs et leurs productions jusqu'au lieu du marché les vendredis et samedi, génère également une activité économique intéressante pour les chauffeurs et entreprises de transport (plus de 6.642 véhicules présents sur ces deux jours) comme pour les taxis qui conduisent les clients au marché (plus de 6.700 taxis et bus collectifs en provenance de Cuzco et quartiers avoisinants).

Enfin, pour les consommateurs, le marché Huancaro représente une alternative au marché conventionnel de la ville de Cuzco. Ils y trouvent une offre très diversifiée et de qualité, à des prix beaucoup plus accessibles que ceux pratiqués par les revendeurs, tout comme un relationnel nouveau avec les producteurs, plus direct, qui leur permet de mieux connaître la qualité et l'origine des produits achetés. En 2012, ce ne sont pas moins de **25 000 consommateurs** des classes populaires pauvres et classes moyennes de différents quartiers de Cuzco qui affluent chaque samedi sur le marché.



Pour en savoir plus :

Barbara Guittard
b.guittard@avsf.org

Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières

Lyon

18 rue de Gerland - 69007 Lyon
Tél. : 04 78 69 79 59

Nogent-sur-Marne

45 bis av. de la Belle Gabrielle
94736 Nogent-sur-Marne