

**Procès-verbal définitif de la 15 -ème Assemblée Sectorielle  
horticole comestible du 18 mars 2022**  
en vidéo conférence

**I. Identification du document**

Type de document	PV
Titre du document	<b>PV définitif</b> de la 15 -ème Assemblée Sectorielle horticole comestible du 18 mars 2022
Responsable de la préparation du document	Marc Schaus – Jonart Laurence
Date de publication	Mai 2022
Validé par	
Annexe(s)	PP de présentation PP Benoit KENNES PP Marc Henri Blarel

**II. Ordre du jour**

1. Accueil, validation de l'ordre du jour et du procès-verbal de l'AS du 23 novembre 2021  
Résultats des élections des 2 représentants du secteur au sein du Collège des Producteurs.
2. Etat de mise en œuvre des actions en cours et futures du Collège et de l'APAQ-W/plan de relance de la Wallonie PRW.
3. Relocalisation du commerce et de la consommation en F&L – exposés et échanges.
4. Divers

**III. Validation de l'ordre du jour et du procès-verbal de l'AS du 23 novembre 2021.**

**Résultat des élections des 2 représentants du secteur au sein du Collège des Producteurs.**

L'ordre du jour et le procès-verbal de l'Assemblée Sectorielle du 23 novembre 2021 sont validés sans aucune réflexion et aucun commentaire.

En ce qui concerne les élections, 2 candidats étaient sortants (Serge Fallon démissionnaire et Laurent Streel reconductible) 1 seule nouvelle candidature (Alain Dirick) a été réceptionnée dans les délais impartis en remplacement de celle de Serge FALLON. Les deux postes étant couverts il n'était pas nécessaire de procéder aux élections. Par conséquent, Laurent Streel reste membre effectif et Alain Dirick devient membre suppléant.

Les 4 représentants du Collège sont donc : Pascal Bolle, Laurent Streel, Thomas Geeraerts et Serge Fallon (présent à cette séance et qui laissera sa place à Alain Dirick).

Serge Fallon est plébiscité pour le travail accompli au sein du Collège.

Alain Dirick se présente à l'Assemblée.

**IV. Etat de mise en œuvre des actions en cours et futures de la SOCOPRO et de l'APAQ-W.**



Suite aux événements actuels (Ukraine et coût de l'énergie, difficultés d'approvisionnement pour le futur), Marc Schaus signale que nous sommes tous dans une situation de questionnement sur l'avenir.

## **APAQ-W (3 points ont abordés) ptt dias 11 à 13**

### **1. Plan de Relance de la Wallonie**

Une cellule « Observatoire de la consommation alimentaire vient d'être créée au sein de l'APAQ-W. C'était un besoin nécessaire exprimé par le secteur.

Une série d'études de marché seront réalisées, notamment pour réaliser une base de données afin d'obtenir un retour, une évolution de cette consommation.

Une des premières études sera consacrée aux fruits et légumes et aux pommes de terre. Les questions porteront sur la fréquence de consommation, les lieux d'achats, les lieux de consommation, la perception du secteur, les leviers et freins à la consommation, l'importance des aspects santé-durabilité-saisonnalité-produits frais-produits locaux...)

Madame Housen Claire informe que les résultats seront, en principe, communiqués lors des Journées Professionnelles Hortifolies en septembre

Q : Sur quoi est basée l'étude de marché ? S'agit-il d'un questionnaire avec un panel de consommateur ou est-ce l'achat de données réelles ?

R : Nous avons les données GSK mais en plus, nous faisons une étude plus qualitative auprès d'un panel de 1000 personnes en Wallonie et à Bruxelles.

Q : Madame Housen, vous précisez que cette étude de marché se fait dans le cadre du Plan de Relance de la Wallonie, mais par rapport à quel projet de financement ?

R : C'est dans le cadre de la fiche 215. Nous avons une fiche Observatoire de la Consommation

### **2. Révision de cotisations : avant-projet d'AGW**

Sur base des avis émis par la filière et après consultation du Collège des Producteurs et passage au Conseil d'Administration de l'Agence, un avant-projet d'arrêté du GW sur le nouveau système des cotisations obligatoires a été transmis au Cabinet du Ministre. L'objectif étant une entrée en vigueur du nouveau système début 2023.

### **3. Programme européen Fraich Force, le goût de l'aventure ! (2021-2023)**

Mise en place de la 2<sup>ème</sup> année de la campagne européenne – Programme d'action 2022

#### *a. Activation sur les réseaux sociaux de l'APAQ-W et Je Cuisine Local*

4 influenceurs réaliseront des vidéos afin de faire apprécier un fruit ou un légume que les enfants aiment moins.

En mai : l'asperge

En juin : le fenouil

En septembre : le chou rouge

En décembre : le chicon

#### *b. Des contenus informatifs seront publiés chaque mois à partir de fin mars*

#### *c. Une tournée estivale (juillet-août) des fruits et légumes frais à travers 5 villes wallonnes*

(En cours de négociation avec les communes et en principe, présence de l'animation à la foire agricole de Libramont)

#### *d. Animations en GMS et en cantines scolaires*

Pour les GMS : 40 week-ends d'animations sous forme de jeux-énigmes auront lieu dès septembre dans les magasins Carrefour Hyper et Cora.

Il faut savoir qu'il existe des quotas de nombre de contacts qui doivent être réalisés par jour pour que l'Europe valide ces financements.



Pour les cantines scolaires : 30 animations à travers la Wallonie dès le 21 avril 2022 afin de sensibiliser les enfants à la consommation de fruits et légumes.

Claire Housen signale que, sur les réseaux de Je Cuisine Local, il sera mis en avant le calendrier des fruits et légumes du mois.

### **SOCOPRO (Collège des Producteurs et Manger Demain) ppt dias 14-20**

Marc Schaus passe rapidement sur les fondamentaux qui sont :

- Le Plan stratégique du secteur (7 actions) qui est en lien avec le plan de relance. La première action est liée à la commercialisation et la logistique.
- La validation du Plan Quinquennal de la Recherche (toujours en cours).
- Au niveau de la durabilité du secteur, un travail a été fait sur un référentiel Ecophyto et ce, depuis 3 ans, avec une mise à l'épreuve sur le terrain et une liste positive/négative des molécules utilisables. L'objectif est d'arriver à une diminution des pratiques d'utilisation de pesticides en utilisant ceux qui sont les moins nocifs sur l'eau, les abeilles, la santé, l'environnement... Cela se fait en collaboration avec l'IFELW, les centres pilotes horticoles comestibles et de la pomme de terre.
- Au niveau de l'arboriculture (pommes poires) , il existe un groupe de travail, en collaboration avec le CRA-W, GAWI, CEF et Collège, IFELW. Les variétés plus résistantes ou tolérantes à la tavelure sélectionnées par le CRA-W ont proposées aux producteurs (une quinzaine sont impliqués) et encadrés par les centre pilotes, les circuits de commercialisation sont également abordés notamment en collaboration avec l'IFEL-W.
- Et le label Prix Juste Producteur qui continue à suivre son chemin auprès des producteurs et des enseignants.
- Un volet « simplification administrative » est pour l'instant, est en phase d'attente vu la situation post covid .

Concernant Manger Demain/Green Deal/Collège, il existe, également, une série d'actions qui sont menées, notamment en comité de suivi pour :

- Les projets de relocalisation de l'alimentation durable issu de l'Alliance Agriculture Environnement Emploi et des ministres correspondant.
- L'approvisionnement des cantines.
- Les pertes alimentaires
- Le glanage

Pour rappel, voici les outils du Collège des Producteurs :

- Site internet
- Notes Observatoire des Filières
- CELAGRI

### **Plan de Relance de la Wallonie (PRW) PPT dias 21 à 34**

Petit rappel : 5 axes, +/- 20 objectifs stratégiques et opérationnels et à cela s'ajoute un 6<sup>ème</sup> axe stratégique qui se concentre exclusivement sur la reconstruction des zones sinistrées.

Marc Schaus a fait le point sur les différentes implications dans lesquelles les Fruits & Légumes pouvaient, soit directement, soit indirectement, être concernées.

#### **Axe 3 : Amplifier le développement économique**

Il existe 11 projets plus ou moins impliqués, selon des thématiques qui sont :

- **Relocaliser l'alimentation et développer des plateformes logistiques (projets 198-199 et 200)**



Développer un système agroalimentaire reposant sur plusieurs principes : le circuit court, la relocalisation alimentaire et la valorisation des agriculteurs et des travailleurs du secteur.

**Projet 198** : 30 infrastructures à petite échelle (qui ne sont pas des halls relais agricoles) et 4 filières émergentes (fruits, légumes, céréales et protéines) pour soutenir la production, le stockage, le transport, la micro transformation, la distribution, la valorisation des sous-produits et la commercialisation locale des produits de ces quatre filières.

Par ailleurs, 4 projets permettant de soutenir la structuration des filières émergentes seront également soutenus. Les projets seront sélectionnés par un jury d'experts, en tenant compte de leur complémentarité et de leur répartition régionale et s'appuieront sur des études prospectives de développement de filières.

**Projet 199** : construire 3 hubs logistiques équipés et dédiés aux activités de grossiste (hall de stockage, assemblage, préparation de commande et livraison), de transformation alimentaire de produits primaires (fruits, légumes, viande...) et d'incubateur de coopératives.

**Projet 200** : construire 5 infrastructures névralgiques qui permettront d'assurer le déploiement de la filière agroalimentaire durable sur l'ensemble du territoire wallon, en assurant le lien entre les acteurs et actrices de chaque filière, les hubs logistiques et les consommateurs.

Q : Concernant les halls relais agricoles, quels sont les projets qui fonctionnent encore et combien d'argent a été débloqué ?

R : 13 halls relais sont fonctionnels sur le territoire de la Région Wallonne depuis leur lancement en 2011.

Q : Ont-ils été créateurs d'emploi ?

R : Oui. Un rapport d'évaluation a été remis au Ministre Borsus fin 2020. De plus, d'autres halls relais se construisent encore aujourd'hui.

Q : Et l'argent qui n'a pas été libéré, qu'en est-il ?

R : L'argent retourne dans la caisse de la Région Wallonne pour être redistribué à d'autres fonds. L'argent n'est libéré que quand les bénéficiaires reçoivent leur arrêté ministériel de subvention.

Q : Concernant le projet 200, les 5 infrastructures sont-elles déjà déterminées ou est-ce un appel à projet ?

R : Par rapport aux 3 hubs logistiques, les zones ont été déterminées (Liège, Namur et Charleroi). Ce ne sera pas une installation par site mais une création de réseau avec, potentiellement, plusieurs installations par bassin. Une étude est en cours afin de déterminer les besoins par bassin.

Pour le projet 200, il s'agira sûrement d'un appel à projets.

#### - Réaffirmer le rôle multifonctionnel de l'agriculture et de l'élevage (projets 201 et 202)

Actuellement, l'agriculture wallonne est surtout axée sur la production des matières premières alimentaires de qualité en quantité suffisante, dans un contexte de transition écologique. En accentuant certains rôles, l'agriculture et l'élevage wallon seraient d'avantage créateurs de valeur ajoutée et contribueraient à garantir un revenu suffisamment rémunérateur aux agriculteurs.

**Projet 201** : Accompagner les nouveaux agriculteurs dans leur projet d'installation et de reprise.

Ce projet vise à fournir un accompagnement technico-économique aux jeunes qui souhaitent s'installer en agriculture et à mettre en place une plateforme qui mettrait en relation les candidats cédants et les candidats repreneurs. Il intègre également le suivi des indicateurs socio-économiques spécifiques aux jeunes en agriculture, afin d'évaluer l'évolution de la situation et les impacts des politiques mises en place.

**Projet 202** : Opérationnaliser le Plan de développement de la production biologique en Wallonie à l'horizon 2030 (Plan Bio 2030).

Le Plan Bio 2030 vise à renforcer le soutien public à ce mode de production de manière à accélérer la transition vers un système alimentaire plus durable tout en contribuant au développement socio-économique



de la Wallonie. Ce projet consiste à opérationnaliser ce plan au travers de leviers du monitoring, de la recherche et de l'enseignement et de la formation professionnelle.

- **Organiser la distribution et la valorisation de la production wallonne optimisant les débouchés existants (projets 214-215-216-217-218 et 227)**

Un des enjeux clés de la relocalisation de l'alimentation est d'optimiser les débouchés, afin d'assurer l'écoulement local de la production wallonne et de participer à garantir un revenu rémunérateur aux agriculteurs. L'objectif est d'améliorer les connaissances sur l'alimentation (baromètre et observatoire) et de favoriser la communication et les échanges entre acteurs des chaînes alimentaires.

**Projet 214** : Lancer un baromètre de l'alimentation.

Ce projet a pour objectif de soutenir le développement d'un baromètre de l'alimentation durable. La mise en place d'un baromètre de l'alimentation durable au sein de l'administration a pour ambition de répondre de façon plus large à l'objectif opérationnel « Anticiper et garantir la maîtrise des enjeux stratégiques pour le système alimentaire wallon » du Référentiel « Vers un système alimentaire durable en Wallonie » encadré par le Décret du 2 mai 2019.

**Projet 215** : Mettre en œuvre une veille statistique (observatoire APAQ-W).

L'observatoire de la consommation alimentaire et un maillon d'une démarche de marketing stratégique et un outil au service de la promotion. Mais c'est aussi un instrument au service de la production et de l'autorité publique. Ce projet vise à disposer d'une veille statistique et économique et d'une connaissance actualisée de marchés agroalimentaires et ce, afin d'apporter une aide aux décideurs politiques, sous forme de conseils et de propositions d'orientation. Cette aide pourra être apportée, également, aux secteurs de production qui doivent pouvoir s'adapter aux attentes des consommateurs.

**Projet 216** : Soutenir la relance de proximité et promouvoir la création de valeur et le développement endogène de la filière agricole.

Les établissements Horeca, du nouveau réseau « Table de Terroir », seront mis en valeur. En effet, ils représentent un réel savoir-faire et une vitrine de choix pour nos produits locaux. De plus, afin de permettre aux établissements Horeca haut de gamme d'obtenir leur propre label, l'APAQ-W ambitionne de développer un nouveau réseau, « Etoiles de Terroir », complémentaire à ceux de « Bistrot » et « Table de Terroir ».

**Projet 217** : Mettre en place une interface entre producteurs et distribution.

Ce projet vise à accélérer l'ancrage des produits agricoles wallons dans les différents segments de la distribution et ce, en professionnalisant le développement des relations vertueuses entre producteurs et distributeurs tout en veillant à la durabilité des relations commerciales et en limitant l'impact des fluctuations des cours internationaux des matières premières agricoles. Pour ce faire, il sera mis en place une cellule d'intermédiation entre distributeurs et producteurs ou une mise en place d'une démarche de marketing stratégique et opérationnel orientée vers la distribution.

**Projet 218** : Soutenir les circuits courts alimentaires à travers le développement du Centre de référence wallon.

Celui-ci a été créé en 2013 au sein de l'Agence pour l'Entreprise et l'Innovation (AEI) afin de soutenir le développement de ce type de débouché pour les produits wallons. Ce projet consiste à doter le centre de référence de moyens afin de pouvoir soutenir le développement et la croissance des acteurs économiques actifs dans des circuits courts alimentaires.

**Projet 227** : Redynamiser les zones rurales sur le volet économique et territorial.

Ce projet entend rencontrer les besoins des territoires ruraux en matière commerciale, tout en favorisant la consommation des produits locaux.

**Axe 4 : Soutenir le bien-être, la solidarité et l'inclusion sociale**

Il existe 2 projets pour encourager l'économie sociale et solidaire (projets 237 et 241)

Madame la Ministre Morreale a présenté sa stratégie « Alternatif'ES Wallonia » visant à faire de la Wallonie un territoire d'innovation en économie sociale et ce en soutenant la création, le développement et la croissance des entreprises d'économie sociale wallonnes. De la sorte, la Wallonie se donne pour ambition de stimuler l'entrepreneuriat social et coopératif dans cinq secteurs structurants dont le secteur agroalimentaire.



Les projets en économie sociale du Plan de relance de la Wallonie permettront d'amplifier et de stimuler la Stratégie Alternatif'ES Wallonia afin de soutenir le développement des entreprises d'économie sociale en Wallonie.

**Projet 237** : Développer une politique de soutien à la création de sociétés coopératives en Wallonie.

Le projet vise à booster la création, la transmission et le développement des nouvelles sociétés coopératives grâce à un soutien financier au démarrage de l'activité ainsi qu'un accompagnement personnalisé, professionnel et de terrain en cohérence avec le projet d'incubateur en économie sociale.

Le projet comporte 3 volets :

- Evaluation du dispositif Brasero et propositions d'amélioration du dispositif
- Appel à projets pour booster la création et la croissance des sociétés coopératives dans les secteurs prioritaires d'Alternatif'ES Wallonia tout en incluant le suivi et l'accompagnement des entreprises
- Création et mise en œuvre d'un nouveau dispositif de financement visant à soutenir la création et la croissance des entreprises d'économie sociale en Wallonie.

**Projet 241** : Soutenir les entreprises d'économie sociale à accéder aux marchés publics durables au regard des clauses sociales, environnementales, éthiques et de genre.

Ce projet prévoit des actions suivantes :

- Animation d'un réseau d'entreprises d'économie sociale sur les marchés publics durable dans les secteurs prioritaires d'Alternatif'ES Wallonia
- Lancement d'une étude sur les opportunités et les enjeux des marchés publics durables dans le secteur de l'économie sociale (les résultats de l'analyse seront présentés lors d'un colloque).

## V. Relocalisation du commerce et de la consommation en F&L – exposés et échanges

### « Partage d'expériences de franchisés en Wallonie » - Benoît Kennes de l'APLSIA et membre du Collège/ dias 35 et ppt de l'exposé

Pour information, Benoît Kennes défend les intérêts des détaillants indépendants dans le secteur alimentaire. Sa fédération recherche des solutions pour développer les relations commerciales entre les petits producteurs indépendants et les détaillants indépendants.

Il faut savoir que les préoccupations des petits producteurs sont similaires à celles des détaillants :

Producteurs	Détaillants
PME, petits indépendants	PME, petits indépendants
Investissements lourds à rembourser	Investissements lourds à rembourser à 100% à charge du détaillant <b>même s'il est franchisé</b>
Structure de coûts importante	Structure de coûts importante
Marge bénéficiaire serrée et de plus en plus souvent insuffisante	Marge bénéficiaire serrée et de plus en plus souvent insuffisante
Liberté de vendre là où il le souhaite	Liberté totale ou partielle d'acheter là où il le souhaite

Comment les producteurs peuvent-ils rencontrer les détaillants ? Pour plus de 80% des magasins franchisés, il n'est pas nécessaire de passer par la centrale d'achat. Il suffit de rencontrer le patron ou le responsable de rayon et leur proposer la marchandise.

Quel modèle de commerce désire-t-on, entre petits indépendants et indépendants dans le secteur du retail ? Nous ne voulons pas retomber dans les mêmes travers rencontrés avec les multinationales. Nous désirons un



modèle de commerce plus éthique et équitable où tout le monde peut s’y retrouver, où tout le monde se respecte et où tout le monde va gagner sa vie.

Donc, ce que nous souhaitons est un prix juste pour tous. Pour cela, une marge correcte doit être calculée dès le début. Il faut savoir également que plus le magasin est petit, plus sa marge devra être grande pour arriver à l’équilibre (pareil pour le producteur). De plus, pour information, la marge en grande distribution se calcule sur le prix de vente et non sur le prix d’achat !

Quelle est la politique de prix pour un produit local que nous préconisons ? Nous estimons que le positionnement prix ne va pas de pair avec le soutien des producteurs locaux et des détaillants. En effet, casser les prix « tue les producteurs et les détaillants ». Il serait bien que les consommateurs soient sensibilisés à ce fait.

Quelle est la marge de liberté pour le producteur face à un indépendant sous enseigne ? Le producteur reste totalement libre.

Peut-on imposer un prix de vente, une ristourne de fin d’année, des quantités ou encore des conditions de paiement ? NON, tout est négociable.

Quelle est la politique de prix ? Pour une question d’éthique, le prix doit être identique lors de la vente locale et la vente au détaillant.

Quelle est la politique commerciale à adopter ? Le producteur local ne peut pas faire concurrence à ses propres clients détaillants. Il en va de même, en ce qui concerne les détaillants, pour la concurrence entre producteurs locaux.

Un autre point sur lequel nous insistons est l’authenticité des produits. Le produit local a la cote et est sensible au consommateur. Il est donc important de préciser l’origine et être transparent au niveau de l’étiquetage.

Q : Au niveau des opportunités, qu’en est-il de la logistique ?

R : C’est le maillon faible de la procédure. Il existe des plateformes, dans la région, qui distribuent les produits locaux en Wallonie. De ce fait, il y a une perte de marge car les plateformes prennent la leur également.

**« Réussir son projet de relocalisation avec et sans grandes surfaces « - Exemples concrets et réussis de relocalisation de la consommation de fruits et légumes en France – Marc-Henri Blarel, expert développement marché Fruits et légumes/ dias 35 et ppt de l’exposé**

*Forces et limites de la centralisation :*

Forces	Limites
Puissance d’achat	Adaptation locale faible
Efficacité logistique	Engorgement traitement au niveau spécificités
Spécialisation métiers	Gestion lourde des « petits dossiers »
Compréhension du marché	

Les fournisseurs locaux des centrales d’achats : un décalage entre imaginaire et réalité. Les producteurs locaux sont mis en avant par les enseignes. Ils ont une certaine taille critique (un certain nombre d’ha, un



certain chiffre d'affaire...). Ils sont capables d'incorporer une multitude de métiers (vente, livraison, marketing, ...) mais sont en décalage par rapport à l'image (image « petit » producteur local vs complexité d'une entreprise structurée). De plus, la notion de local n'est pas uniforme ; l'appréciation est différente suivant la distance.

Local veut dire pour :

- Centrale d'achat : 70 - 100 km
- Chef de rayon : autour de mon magasin
- Consommateur : autour de chez moi

### Réaction de Benoît Kennes :

Il faut insister sur le fait de savoir ce que le consommateur veut quand il entend « producteur local ». Ce n'est pas vraiment une notion de proximité mais c'est plus une notion d'artisanat. Donc, le consommateur a envie de défendre le petit indépendant qui produit quelque chose.

### *Réussir en GMS grâce au digital :*

L'orateur présente un graphique représentant le coût de distribution réel pour une ferme laitière qui produit des yaourts. L'ensemble des coûts liés à la logistique et à la commercialisation représente 35% du chiffre d'affaires du fermier. On se rend compte, suite à cet exemple, qu'il existe plusieurs métiers liés comme la prospection, la vente et la livraison (en plus de produire, élever, transformer et conditionner). La Chambre de Commerce a détaillé 3 catégories de solution : organisation, technologie et technique.

Monsieur Blarel donne des exemples et un comparatif (Nectargo, Direct Market et Consentio.) sur l'apport du digital sur la prise de commande, la livraison et la partie facturation.

Consentio :

- Vente en ligne de fruits et légumes
- Ne s'occupe pas de la logistique ni du balisage rayon et communication
- Taux de retour Prix de Vente : 100%

Direct Market :

- Plate-forme d'intermédiation entre producteurs locaux et points de vente
- Logistique intégrée
- Taux de retour Prix de vente : 76%

Nectargo :

- Logiciel de prise de commande transparent et une solution logistique agile
- Logistique mutualisée entre producteurs
- Taux de retour Prix de Vente : 100%

Pascal Bodson du SPW fait la remarque que les règles sanitaires françaises sur le transport des denrées alimentaires ne sont pas les mêmes en Belgique. De ce fait, l'utilisation d'une plate-forme française de logistique risque de poser problème à ce niveau. Il attire donc l'attention sur ce genre de transport qui nécessite un respect du règlement sanitaire.



Laurent Streel signale le manque de professionnalisme des grandes surfaces face à la présentation et à la manipulation des produits fournis par les producteurs. Il se demande s'il ne serait pas plus judicieux de vendre directement aux consommateurs.

Question de Claire Olivier : Au niveau logistique, est-ce que le logiciel est adapté pour des laitues, par exemple ?

Ce n'est pas la même dynamique que pour des pommes.

R : C'est adapté à tous les produits frais y compris les fruits et légumes.

*Réussir un magasin collectif :*

Les atouts des magasins de vente directe :

- Légitimité du producteur
- Côte d'amour du producteur
- Origine garantie
- Efficacité prix
- Achats avec du sens

Malgré les atouts, des échecs :

- Exécution défaillante
- Manque de savoir-faire
- Organisation et rôle
- Manque d'appropriation du produit
- Maintenance défaillante
- Offre de négoce identique à GMS
- Prix élevés

Les réussites : Talents de ferme – Wambrechies (par exemple)

- 25 producteurs associés
- 27 salariés en CDI
- + 25 emplois créés dans les exploitations
- 2000 clients par semaine dont 700 le samedi
- CA 2019 : 6,2 millions d'euros

Les conditions de réussite du magasin de vente directe :

- Enjeu : devenir magasin principal
- Une offre produit large et peu profonde
- Des nouveaux métiers à maîtriser
- Une culture du collectif

Marc Schaus signale que pour devenir un magasin principal, le chemin peut être long et que des étapes sont à franchir pour garantir le succès.

L'idéale, selon Benoît Kennes, est de pouvoir proposer une gamme de produits suffisamment large pour devenir le magasin principal.

*Réussir à travailler en groupe :*



Quelle gouvernance pour un collectif d'agriculteurs ?

(Sur base d'un exemple concret)

Printemps 2020 : Visualisation de la mission et des valeurs

Emergence (Réunion de personnes d'horizon divers)

Automne 2020 : Démarrage avec un chef de projet

2021 : Faire savoir (presse, rencontres, salons agricoles, site web)

Arrivée d'entreprises (Spirule, Fleurs à cueillir, abeilles...)

Jan-Mars 2022 : Rassembler des agriculteurs fédérés pour être capable de mutualiser les moyens (bâtiments, outils de transformation...)

Cette initiative vise à relocaliser et à créer un écosystème durable.

*Conclusion :*

La valeur perçue en fruits et légumes a un coût (prix du produit, temps d'achat...) mais apporte également des bénéfices (bon, sain, lien avec le produit, reconnaissance...).

Quelques réflexions à se faire :

- Quels produits et services ? Avec quelle singularité ?
- Quel canal de distribution ?
- Quel positionnement prix ?
- Quels moyens de communication ?

Johanne Scheepmans : Quels sont les moyens (ou les manques) de formation pour les personnes non issues du milieu agricole ?

R : C'est d'abord le produit et la météo qui priment mais je vois plutôt de la formation-guidance.

R : Il faut aussi les préparer à la gestion du produit, à se renseigner sur les débouchés du produit.

Claire Olivier/ CIM réagit en signalant que les premières choses à faire, lorsqu'on veut s'installer comme maraîcher, est de maîtriser le commerce, de prospecter le marché. Dans les formations de maraichage, il y a un manque d'informations sur toutes les autres casquettes qui existe à côté et qui sont, aussi, très importantes.

Q: Comment voit-on la mutualisation en Wallonie ?

R : La coopération, en général, existe pour le moment mais il n'y a pas assez de recul pour savoir si va fonctionner ou pas. Il existe aussi des initiatives qui fonctionnent. Nous essayons de lancer de projets dans ce sens-là et nous tentons de résoudre « le nœud » de la logistique. Il est donc intéressant de savoir qu'il existe des outils qui peuvent nous y aider.

## VI. Divers

Pas de divers.



## VII. Présences :

Nom	Prénom	Fonction
BLAREL	Marc-Henri	Fruits de valeur
BODSON	Pascal	SPW Agriculture
DESMET	Florence	SPW Recherche et développement SE Huy
FERON	Josianne	SPW ARNE
HOUSEN	Claire	APAQ-W
KENNES	Benoît	APLSIA/ Collège
LAMBOTTE	Bernard	SPW DGARNE
LOIS	Anne-Sophie	APAQ-W
MARC	Philippe	Nova Food (Wall'Bio)
OLIVIER	Claire	CIM centre pilote
SCHEEPMANS	Johanne	Le Mouvement d'Action Paysanne
VANHEMELEN	Claude	FWH
COLLIENNE	Daniel	Producteur
DIRICK	Alain	Producteur
FALLON	Serge	Producteur
JANSSENS	Marie	Productrice
SIMONIS	Octave	Fédération des charcutiers
STREEL	Laurent	Producteur
SCHAUS	Marc	Collège des Producteurs
JONART	Laurence	Collège des Producteurs