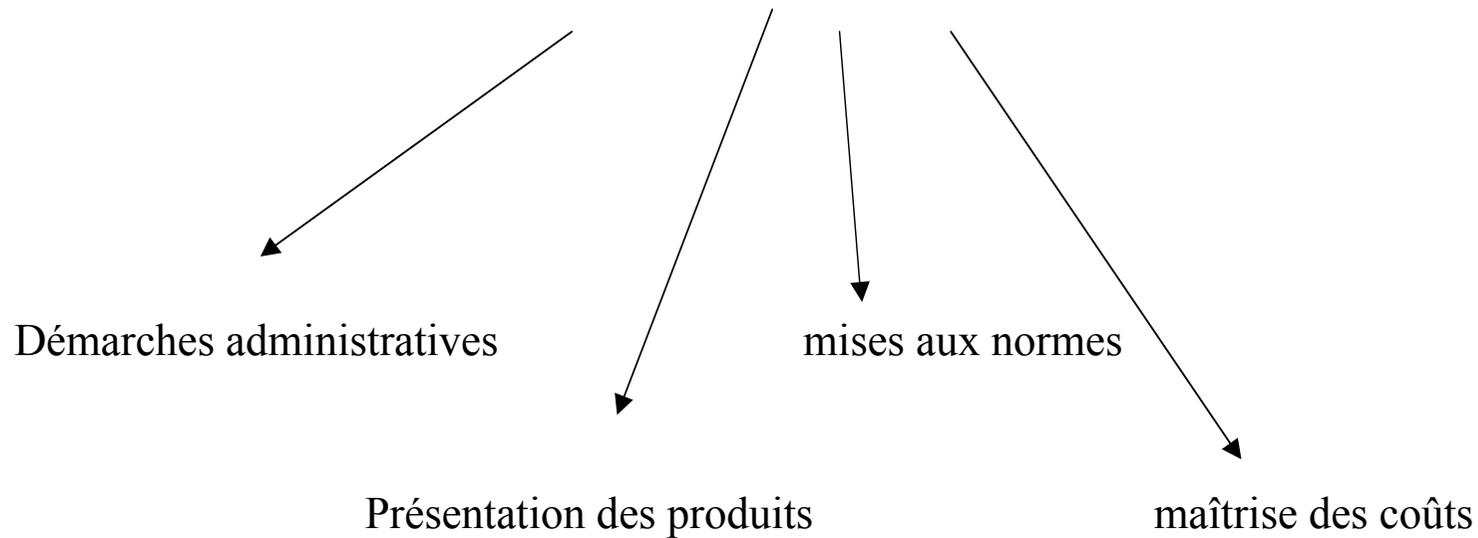


Produire localement, tout un
business !

La maîtrise de la gestion et de l'administration, un enjeu difficile pour les petits producteurs



Travail hors production et vente

- Demande beaucoup d'énergie par rapport aux volumes vendus et aux bénéfices
- Demande beaucoup de temps non planifié
- Pas de rétribution directe

Pistes solution

Éducation du producteur

- Prise de conscience de la réalité d'un métier
- Structuration de son projet à long terme

Simplification administrative et encadrement

- Simplification réelle pour les producteur
- Encadrement administratif, économique et de mises aux normes de sécurité alimentaire grâce à une publicité de cet encadrement qui doit être repensée

Des contraintes deviennent un
outil de développement

Masse critique de producteurs autour d'une marque de qualité

Notion de collectivité

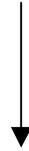
Label ne peut être utilisé

Notion d'étiquette

Notion de qualité différenciée

Quel objectif ?

Moyens financiers et humains



Ressources financières



Minimum d'adhérents suivant
(moteurs indispensables)

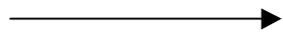
- nombre de produits
- but de la marque
- le volume produit
- la pertinence des produits

La masse n'est pas la seule
composante qui permet
l'émergence d'une marque

Le terroir, un moteur pour la commercialisation des
produits locaux

Notion de terroir:

- Une zone géographique
- Une tradition
- La vie



Notion forte de racines

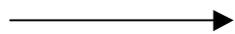
Notion culturelle

Difficulté propre à la Wallonie

- Pas d'identité des productions locales
 - Peu de reconnaissance de l'apport économique
 - Peu ou pas de reconnaissance des savoir faire
- > Absence de fierté du terroir

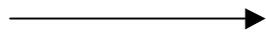
Travail de mémoire et d'appropriation

Pour les produits de tradition



le terroir est un moteur pour la commercialisation
des produits locaux

Et



les produits locaux sont un des moteurs du
développement du territoire