

Stratégie globale d'accompagnement des producteurs et transformateurs locaux existants ou potentiels au développement et à la valorisation des produits locaux

L'expérience du Gal Condroz-Famenne

Avant Propos

Dans le cadre du programme Leader +, la plupart des Gals ont lancé des actions sur le thème de la valorisation des produits issus de l'agriculture locale. Réalisation d'enquêtes, regroupement de producteurs, valorisation et promotion des produits, ..autant d'actions développées connaissant des succès divers.

Le guide des bonnes pratiques « la valorisation des produits issus de l'agriculture chez les Gal wallons¹ » réalisé dans le cadre de la capitalisation du Réseau leader + mettait en avant la difficulté fréquente dans ces actions d'arriver à une rencontre entre les produits et le marché.

Il insistait dès lors sur trois principes à rencontrer :

- la primauté de la démarche stratégique sur la recherche de partenariat ;
- le développement d'une véritable coopération entre producteur qui doit aller au delà d'une simple convergence d'intérêt ;
- la vérification de la faisabilité de la filière promue dans sa globalité (production, commercialisation, structuration).

Trois étapes étaient identifiées pour la création de synergies équitables et viables entre les producteurs :

- la définition du produit ou la gamme de produits en fonction des marchés potentiels ;
- la définition des lignes stratégiques de commercialisation ;
- le développement d'une structure de collaboration.

Dans les fiches qui suivent, nous souhaitons décrire les différentes actions coordonnées, constitutives de l'expérience d'accompagnement des producteurs et transformateurs locaux existants ou potentiels, telles que menées par le Gal Pays de Condroz-Famenne. Les actions mises en place sont particulièrement intéressantes parce qu'elles s'inscrivent dans le développement d'une « stratégie globale » qui inclut les trois étapes décrites ci-dessus.

Même si, comme dans toute action, il reste des questions tel que nous les relevons pour l'action « ponts gourmands » dans le guide des bonnes pratiques , la pratique du Gal dans l'accompagnement des producteurs est exemplative par la complémentarité des outils mis en œuvre. Ceux-ci portent tant sur :

- l'accompagnement à la diversification ;
- l'accompagnement à la promotion et la commercialisation ;
- que la mise en réseau et la structuration.

C'est cette stratégie qui est décrite dans ce document. Mais resituons d'abord le contexte.

L'asbl Pays de Condroz-Famenne a pour but d'encourager les initiatives locales de développement rural, de soutenir les actions innovantes, transférables illustrant les voies de développement rural

¹ La valorisation des produits issus de l'agriculture locale chez les GAL wallons : guide de bonnes pratiques – série « méthodologie » - septembre 2006

durable, de favoriser les échanges d'expériences et de savoir-faire notamment par des coopérations de proximité intercommunales, interrégionales et transnationales.

L'objectif des actions que le GAL met en place est d'apporter un soutien à la production et à la transformation de produits de qualité aux fins d'en retirer une plus-value économique, une meilleure reconnaissance sociale et une meilleure image du territoire.

Cette démarche a débuté par l'analyse des potentialités humaines, des ressources du territoire, des structures de production et de commercialisation. Elle a été complétée par une analyse des tendances du marché pour un type de produit. Ce **diagnostic du territoire** (fiche 1) a mis en évidence les faiblesses et les potentialités particulières sur lesquelles pourraient se greffer de nouvelles initiatives.

Ce diagnostic a été suivi ou accompagné de la mise en place d'actions selon trois axes :

a) Le renforcement de la diversification.

- Une première action a développé **l'accompagnement des petits producteurs** (fiche 2) par la mise à disposition d'une aide au développement du projet (coaching) selon les demandes des producteurs ou transformateurs et par l'organisation de tables rondes sur des thèmes choisis par les producteurs.
- Une seconde action fut l'organisation de **séances d'information et d'animations** (fiche 3) permettant aux producteurs de se familiariser aux nouvelles réglementations et de mieux comprendre les plus-values possibles. Ces séances ont concerné aussi des consommateurs.
- La troisième action visant au renforcement de la diversification est la réalisation d'une étude exploratoire sur les produits alimentaires issus des céréales et oléagineux de qualité différenciés. L'objectif est le **développement de nouveaux produits** (fiche 4).

b) L'accompagnement à la promotion et à la commercialisation.

- Les entreprises de la Région ayant participé à l'étude sur les produits alimentaires issus de céréales et oléagineux de qualité différenciée ont considéré comme prioritaire **la création d'une marque collective** (fiche 5)
- Ce type d'action s'est accompagné tout naturellement de la mise en place d'une vitrine ou d'un outil de promotion tel qu'un **site internet** (fiche 6) qui peut également devenir un lieu d'échanges commerciaux.
- Un autre outil de promotion est la publication d'un **guide gourmand** (fiche 7) reprenant l'ensemble des producteurs et transformateurs, guide qui n'a cependant pas eu l'effet escompté.
- La création d'un outil de communication et de fidélisation de la clientèle sous forme du **P'tit Journal du Gal** a par ailleurs permis au gens du coin de connaître et acheter les produits locaux. (fiche 8)

c) La mise en réseau et la structuration :

- Elargir le réseau en développant des liens avec d'autres secteurs d'activités comme le tourisme ou l'Horeca est une des actions développées par le Gal au travers de l'organisation de **journées de sensibilisation** (fiche 9). Elles ont permis à des acteurs économiques ou culturels de découvrir les producteurs, les produits et la manière de les cuisiner.
- La création de la marque collective a aussi donné naissance à une **structure commune de commercialisation** (Fiche 5) sous forme d'une Scrl et l'engagement d'un responsable commercial.
- Le Gal a également participé à la **création d'évènements touristiques à consonance agricole et/ou artisanale**. (fiche ?)