



Université Catholique de Louvain

Faculté d'ingénierie biologique, agronomique et environnementale

Projet intégré en aménagement du territoire

Les circuits courts : un avenir pour l'agriculture en Condroz-Famenne ?

*Travail réalisé par Kevin Fontaine, Paul-Augustin Levy, Johan Riga, Olivier Terlinden, Senne Van Dyck,
Mélanie Vesters, Anne Wilmot*

Décembre 2009

REMERCIEMENTS

Nous tenons tout d'abord à remercier Madame la Professeur A.-L. Jacquemart et Messieurs les Professeurs P. Defourny et F. Devillez de nous avoir permis de réaliser ce travail dans les meilleures conditions et de nous avoir prodigué leurs conseils avisés tout au long de celui-ci.

Nous remercions également Amaury Peeters pour sa disponibilité et son aide précieuse. Merci de nous avoir aiguillés durant l'élaboration de ce projet.

Nous voudrions associer à nos remerciements Monsieur F. Migeotte – responsable du Groupe d'Action Locale du « pays des tiges et chavées » reprenant les communes des Gesves, Assesse et Ohey – et Madame A.-S. Focant – responsable du Groupe d'Action Locale « le vrai Condroz » reprenant les communes de Ciney, Havelange et Hamois – pour le partage de leur connaissance du terrain. Ils nous ont ainsi permis de collecter l'ensemble des données primordiales et nous ont aidés à cerner la réalité du territoire étudié.

Nous voulons aussi adresser nos remerciements les plus sincères à l'ensemble des personnes rencontrées sur le terrain, qui nous ont aidés à rassembler les informations nécessaires et qui nous ont témoigné leur expérience personnelle avec leur sensibilité. Merci aux agriculteurs et producteurs, aux responsables des maisons du tourisme, aux directeurs d'école et à toutes les personnes que nous aurions malencontreusement oubliées dans ces quelques lignes. Nous leur sommes reconnaissants de nous avoir consacré une part de leur temps précieux.

Nous souhaitons enfin remercier Christopher pour avoir accepté de relire l'ensemble du document et de l'avoir commenté avec un regard extérieur, ainsi que toutes les personnes contactées par téléphone ou par mail et qui ont, d'une manière ou d'une autre, collaborées à ce projet.

*« Savoir s'étonner à propos est le premier
pas fait sur la route de la découverte ».*

Louis Pasteur

PREAMBULE

Cette étude s’ancre dans l’un des projets définis au sein du réseau wallon de développement rural (RwDR). Ce réseau intègre une série de mesures en faveur du développement des activités – agricoles ou non – en milieu rural et soutient des actions de formation, de protection de l’environnement et de la biodiversité ainsi que des initiatives d’associations et de groupes d’action locaux. Il s’attèle actuellement à la réalisation d’une dizaine de projets jugés prioritaires. Pour y arriver, il s’est organisé en quatre groupes de travail dont le troisième a pour objet la « recherche d’un nouvel équilibre dans les relations entre la ville et la campagne ». Celui-ci reprend deux projets dont l’un traite des liens renforcés entre ville et campagne à travers la consommation et la production agricole.

C’est dans le cadre de ce projet du RwDR que l’unité d’environnement et géomatique de l’UCL, en tant que membre du comité scientifique du Réseau, assure l’encadrement des étudiants en dernière année de master en aménagement du territoire de la Faculté d’ingénierie biologique, agronomique et environnementale. Ce travail vise à réaliser l’étude de faisabilité des circuits courts à mettre en œuvre sur sept communes situées en Condroz-Famenne (Gesves, Assesse, Ohey, Ciney, Havelange, Hamois et Somme-Leuze).



Université Catholique de Louvain

Faculté d'ingénierie biologique, agronomique et environnementale

Projet intégré en aménagement du territoire

Les circuits courts : un avenir pour l'agriculture en Condroz-Famenne ?

Synthèse

*Travail réalisé par Kevin Fontaine, Paul-Augustin Levy, Johan Riga, Olivier Terlinden, Senne Van Dyck,
Mélanie Vesters, Anne Wilmot*

Décembre 2009

Table des matières

1. Introduction : Les circuits courts, un moyen de diversification dans un contexte agricole difficile ? .8	
2. Approche territoriale : la zone étudiée est-elle adaptée au développement des circuits courts ?8	
3. Typologie des circuits courts	11
4. Qualité différenciée : une notion confuse.....	13
5. Les circuits courts : une demande croissante	13
6. Quels circuits courts dans le centre du Condroz-Famenne ?	14
7. Ecoles, petites et moyennes surfaces commerciales : des lieux prometteurs pour les circuits courts	15
8. Quelles stratégies de développement adopter ?	16
Conclusion : les circuits courts, un avenir pour le centre du Condroz-Famenne.....	19

1. Introduction : les circuits courts, un moyen de diversification dans un contexte agricole difficile ?

Les cinquante dernières années ont vu fortement évoluer le contexte agricole européen ainsi que le statut de l'agriculteur. Plusieurs événements ont contribué à cette évolution : la révolution verte entraînant avec elle l'intensification et la modernisation de l'agriculture ainsi que la création d'une Politique Agricole Commune; le choc pétrolier de 1973 et enfin les récentes crises sanitaires (vache folle, poulet à la dioxine) substituant l'image de « l'agriculteur-nourrisseur » avec celle de « l'agriculteur-pollueur ». L'image de l'agriculture et des producteurs agricoles en est sortie ébranlée.

De plus, depuis une quarantaine d'années, un « exode urbain » se précise. Les habitants, désormais à la recherche d'espace, choisissent plus facilement les campagnes belges. En outre, le développement de la mobilité a rendu les campagnes accessibles. Enfin, la préoccupation environnementale croissante a sensibilisé les habitants à un certain retour à la nature.

Couplant le besoin de « naturel » des nouveaux ruraux et les difficultés de développement de l'agriculture belge actuelle, un type de commercialisation directe, rapprochant producteurs et consommateurs, apparaît comme une solution possible à la crise agricole, une forme de différenciation agricole qui offre aux producteurs un revenu supplémentaire, non seulement en renforçant le tissu social et l'appartenance territoriale et mais également en procurant aux habitants une satisfaction sur la qualité de leurs aliments.

Cette vente directe est appelée vente en « circuit court » et est définie comme un type de commercialisation dans lequel il y a au maximum un intermédiaire entre producteurs et consommateurs. Ce modèle de vente se base sur une économie locale.

2. Approche territoriale : la zone étudiée est-elle adaptée au développement des circuits courts ?

L'analyse du diagnostic territorial et de ses dynamiques permet de comprendre les réalités du terrain, le fonctionnement des circuits courts sur le territoire et l'offre en produits commercialisables pour ces circuits courts.

La zone d'étude s'étend sur un territoire comprenant sept communes au sud-est de Namur : Gesves, Assesse, Ohey, Hamois, Ciney, Havelange et Somme-Leuze. Elle sera nommée dans ce travail le centre du Condroz-Famenne. Trois zones peuvent être délimitées en termes d'occupation du sol : la partie la plus proche de Namur est dominée par la présence forestière ; la seconde, au milieu, comporte

une large proportion de terres arables, où sont cultivées en majorité des « grandes cultures » (blé, maïs, betteraves...); la dernière zone se situe au sud-est du territoire étudié et son sol est occupé en proportions à peu près équivalentes par des forêts et des prairies.

Au sein de la zone occupée par des « grandes cultures », entre les villages de Perwez, Gesves et Havelange, se situe une aire dite « maraîchère ». L'offre en fruits et légumes y est supérieure au reste du territoire, mais elle reste cependant modérée. Elle y est représentée seulement par quelques fermes ou associations¹, qui couvrent au total environ 7,5ha (4,5ha pour les légumes et moins de 3ha pour les fruits), ce qui correspond à moins de 1% des terres arables de la zone. La proportion de prairies est importante dans toute la zone étudiée. L'élevage y est fort développé, procurant au territoire une offre élevée en produits laitiers et viande bovine.

D'un point de vue démographique, le centre du Condroz-Famennais, accueillant 50 335 habitants sur l'ensemble des sept communes, est influencé par la présence de Namur : le revenu moyen par habitant et la densité de population décroissent en s'éloignant de ce pôle démographique.

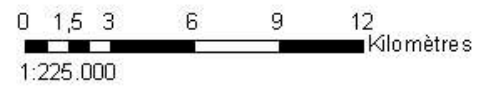
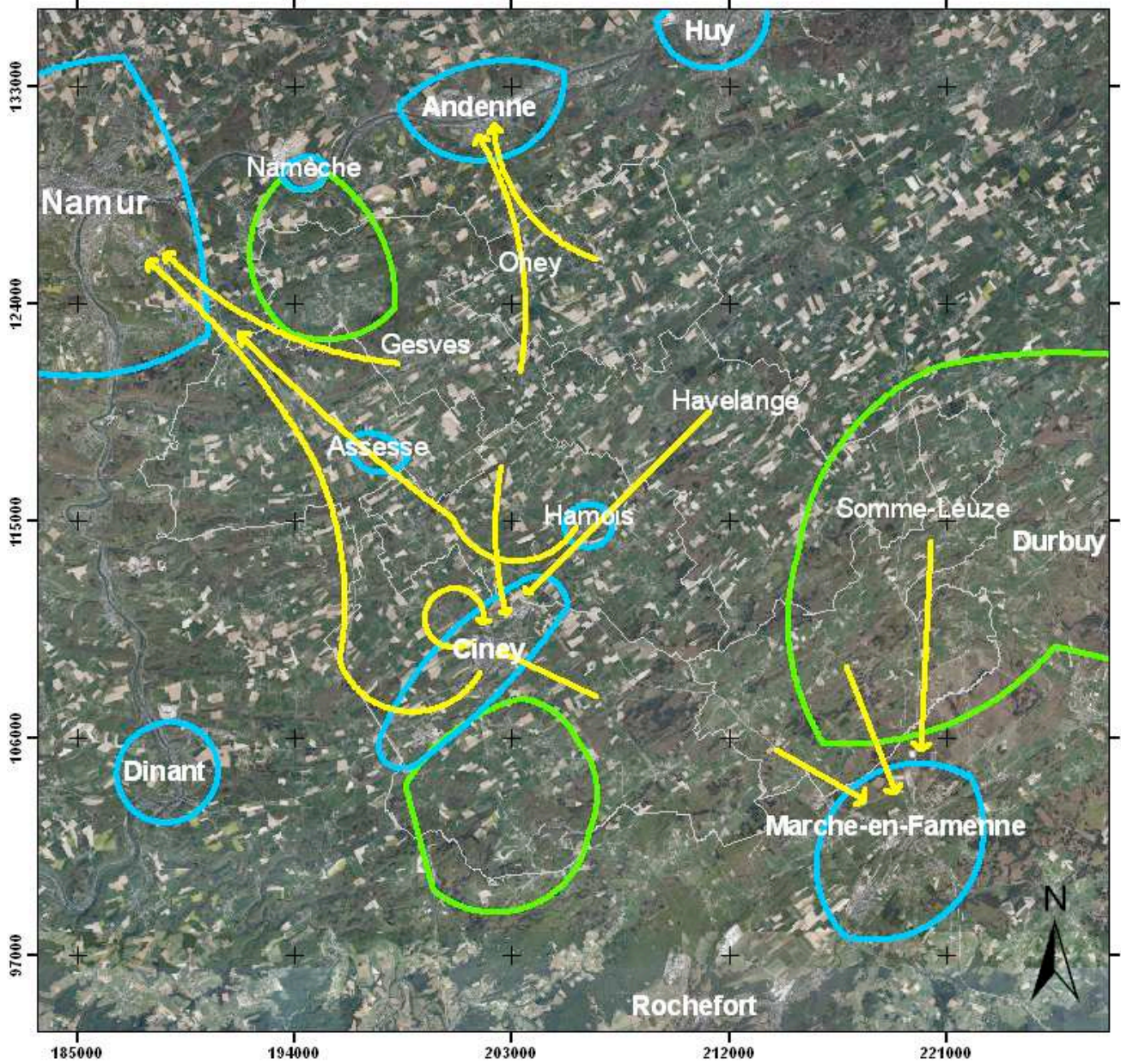
Une grande partie de la population travaille en dehors du territoire, dans les centres urbains tels que Namur, Marche-en-Famennais et Andenne. Le déplacement des habitants entre ces pôles et leur domicile présente un avantage pour le développement de circuits courts : des points de vente « locaux » le long des axes routiers principaux sont susceptibles d'attirer des consommateurs. Ciney, ville faisant partie de la zone étudiée, joue également un rôle de pôle urbain, mais son impact est moins étendu. Sa présence est cependant intéressante pour favoriser les circuits courts dans le territoire.

Au niveau touristique, des pôles attenants à la zone étudiée, tels que Durbuy, Namur et Rochefort, drainent un nombre conséquent de touristes. Le centre du Condroz-Famennais souffre quant à lui de la faible offre en attractions touristiques. Les sites importants présents sur la zone sont la vallée du Samson et le domaine provincial de Chevetogne. Néanmoins, le territoire présente des attraits paysagers incontestables, et les villages possèdent un caractère rural manifeste. Le grand nombre de gîtes dans certains villages révèle bien cette tendance. La présence de touristes ne doit donc pas être négligée car ceux-ci représentent souvent un public sensible aux produits spécifiques du territoire.

Le centre du Condroz-Famennais est donc relativement hétérogène, tant au niveau de la population que de l'offre en produits agricoles. Il faudra en tenir compte et tirer profit des atouts du territoire afin d'y développer les circuits courts adéquats.

¹ « Le pré gourmand », situé à Heure (50 variétés) ; « les jardins d'antan » situé à Ossogne dans la commune de Havelange ; et « les compagnons du Samson », dépendant du Centre Public d'Action Sociale (CPAS) de Gesves.

Centre du Condroz-Famenne - dynamique territoriale



- Zones à caractère populaire
- Zones à caractère touristique
- Flux des personnes
- Limites communales de la zone d'étude



Système de coordonnées : Lambert belge 1972
 Projection : conique conforme Lambert
 Unité cartographique : mètre
 Source :
 - Portail cartographique de Wallonie, novembre 2009
 Auteurs : UCL/étudiants en aménagement du territoire/2009-2010
 Décembre 2009

Carte 1

3. Typologie des circuits-courts

Les différents types de circuits courts peuvent être classés en quatre catégories selon le déplacement des acteurs. Dans une première catégorie de circuit court, le producteur se déplace vers le consommateur qui reçoit ainsi les produits à domicile. Les coûts de transport doivent donc être ajoutés au prix de vente des produits. Dans la seconde catégorie, le consommateur se déplace vers les exploitations. Elles doivent dès lors être aménagées au mieux pour accueillir les clients, généralement attentifs à la propreté et à l'aspect esthétique du point de vente. La troisième catégorie reprend les circuits courts où producteur et consommateur se rencontrent en un lieu commun, rencontre encadrée par un organisme extérieur. Ce genre de circuits courts nécessite un nombre suffisant de clients et de producteurs présents sur le lieu de rencontre afin d'en augmenter l'intérêt et la rentabilité pour chacun. Dans la dernière catégorie de circuit court, un intermédiaire intervient entre le producteur et le consommateur, supprimant le contact direct et diminuant la marge bénéficiaire pour le producteur.

Le tableau de la page suivante énonce les contraintes et avantages de ces différents types de circuits courts. L'abréviation P désigne les producteurs, C les consommateurs et I l'intermédiaire. Un panier est un assemblage de denrées alimentaires, variables selon la saison et les producteurs approvisionnant celui-ci.

Tableau 1 : Typologie et éléments clés des circuits courts

		Contraintes	Avantages	Exemple
P(s) → C	Panier avec contrat	Lourde organisation Difficulté de diversification des produits	Fidélisation des C	<i>Les compagnons du Samson, GAC</i>
	Tournée ambulante	Matériel (camion, frigo) Déplacements : coûts et temps + horaire	Fidélisation des C	<i>La Crémère</i>
	Vente par correspondance	Système de livraison (poste, livreur... → prix)	Pas de déplacement pour P et C	<i>Les compagnons du Samson</i>
C → P	Vente à la ferme	Accessibilité et visibilité	Contact + Valorisation pour P	<i>Ferme Galet</i>
	Table d'hôtes, ferme gourmande	Mise aux normes Changement de métier	Valeur ajoutée du produit Bonne image de la ferme	<i>Ferme de la Bouverie (Profondeville)</i>
	Événement individuel	Capacité de mobilisation	Nouvelle clientèle potentielle à fidéliser	<i>Pierre Lhoas</i>
	Événement collectif	Nombre de producteurs Organisation	Collaboration entre les fermiers Nouvelle clientèle potentielle à fidéliser	<i>Route du fromage, Ferme ouverte</i>
P(s) → ← C	Marché	Contrainte horaire Déplacement et infrastructures	Contact Diversité de P	<i>Marché de Ciney</i>
	Panier avec contrat	Lourde organisation Difficulté de diversification des produits	Fidélisation des C Garantie	<i>AMAP, GAC</i>
	Événement collectif	Nombre de producteurs	Promotion des produits Fidélisation de C	<i>Fête de la ruralité de Gesves</i>
I	Comptoir	Main d'œuvre qualifiée Infrastructure Accessibilité et visibilité	Diversité des produits	<i>Fromagerie Samson, Délices à la ferme</i>
	Restauration	Nombre de restaurants approvisionnés	Valorisation de P Haute valeur ajoutée sur le produit	<i>Restaurant, « bistrot du terroir »</i>
	Restauration de cantine	Livraison en quantité suffisante	Quantité élevée + Fidélisation de C	<i>Ecole, homes divers</i>
	Grande distribution	Moins de valeur ajoutée pour le producteur Visibilité des produits Régularité d'approvisionnement	Quantité élevée, Gain de temps Garantie,	<i>Red market</i>
	Petite distribution	Moins de valeur ajoutée pour le producteur	Quantité assez élevée, Gain de temps Garantie	<i>AD Delhaize Havelange</i>

4. Qualité différenciée : une notion confuse

En plus de produire un aliment, il est nécessaire de le faire connaître et de se démarquer de l'éventuelle concurrence. Ainsi, les producteurs tentent de différencier leurs marchandises. Cette différenciation vers un produit « de qualité » permet d'apporter une valeur ajoutée aux produits dans un marché caractérisé par une offre considérable. Ce souci de démarcation des produits par rapport à leur provenance ou à la qualité de production s'est renforcé suite à la méfiance des consommateurs pour les denrées alimentaires. Elle est apparue, entre autres, suite aux crises de la vache folle et du poulet à la dioxine, et à la polémique autour des organismes génétiquement modifiés. Alors qu'en 2002, le décret du 19 décembre relatif à la promotion de l'agriculture et au développement des produits agricoles de qualité différenciée définit un « produit agricole de qualité différenciée »², les consommateurs sont perdus face aux multiples formes de différenciation. La prolifération de logos, de marques et d'autres labels induit, dans l'esprit des consommateurs, un amalgame entre produits « locaux », « naturels » ou « BIO ». Ils associent toutes ces dénominations à « un produit naturel de qualité ». D'après les enquêtes effectuées dans le centre du Condroz-Famenne (Annexe A), l'image porteuse est le produit « local », de proximité, car elle est celle d'un produit naturel de provenance connue, ce qui, pour le consommateur, est une garantie de qualité. Les circuits courts doivent donc se baser sur des produits locaux de qualité différenciée.

5. Les circuits courts : une demande croissante

La tendance actuelle montre un intérêt grandissant pour les produits locaux. Cette observation peut notamment s'expliquer par la motivation croissante des consommateurs à revenir à des produits sains et authentiques, par le souhait d'apprécier des produits de caractère et par le retour à une certaine « simplicité volontaire »³. Les besoins de sécurité alimentaire, les préoccupations environnementales, sociales et économiques liées au territoire, l'envie d'un produit de qualité de la part du consommateur et le côté récréatif qu'il tire de la vente directe sont également des points forts pour le développement de la vente en circuits courts.

Les principaux désavantages de ce type de commercialisation sont généralement la perte de temps par rapport à l'achat « groupé » en grande surface, la méconnaissance des produits et des

² « Tout produit présentant un intérêt de par un certain nombre de caractéristiques identifiables liées à son processus de production ou de transformation, en respectant un cahier des charges qui intègre notamment des critères d'emploi et d'environnement approuvés par le Gouvernement ».

³ « La simplicité volontaire est un courant social, un art de vivre ou une philosophie de vie qui privilégie la richesse intérieure par opposition à la richesse matérielle manifestée par l'abondance de la consommation » (<http://simplicitevolontaire.info>)

points de vente ainsi que leur accessibilité, et l'image dégradée du métier d'agriculteur (bien qu'il faille nuancer cette dernière critique suite à l'engouement positif qu'a suscité la crise du lait ces derniers mois).

6. Quels circuits courts dans le centre du Condroz-Famenne ?

Afin de sélectionner les types de circuit court les plus adaptés au centre du Condroz-Famenne, leurs avantages et inconvénients doivent être déclinés sur le territoire étudié. Certains sont déjà présents et développés, d'autres inexistants ou avortés, enfin, d'autres sont absents mais semblent prometteurs.

Les tournées ambulantes, ventes par correspondance, ventes à la ferme, tables d'hôtes et événements individuels sont déjà présents sur le territoire et semblent liés à la volonté personnelle d'une partie des agriculteurs. Une action extérieure n'aurait ainsi qu'une portée limitée. La commercialisation de paniers avec contrat en un lieu commun s'inscrit positivement dans le contexte actuel de sensibilisation au développement durable. De plus, le nord de la zone constitue un public cible assez large et aisé. Ce service est d'ailleurs déjà très présent sur notre territoire, et son extension est limitée par la faible offre en fruits et légumes.

Un certain nombre d'événements collectifs attire déjà de nombreux consommateurs. Il serait bon de les développer et éventuellement d'en proposer de nouveaux. L'approvisionnement de restaurants semble inexistant, et limité par le faible nombre d'établissements de ce type dans la zone.

La problématique des marchés est différente : le faible nombre de marchés sur la zone (uniquement à Ciney) incite un grand nombre de producteurs de la zone à sortir du centre du Condroz-Famenne pour vendre leurs produits sur d'autres marchés. De nouveaux comptoirs peuvent être ouverts dans les zones à haut potentiel touristique (Chevetogne, Samson) ou le long d'axes routiers fréquemment utilisés. Il est alors nécessaire d'insister sur l'aspect « terroir » et « local » des produits. Cependant, cette nouvelle concurrence ne doit pas nuire à la rentabilité des comptoirs préexistants. De plus, leur installation représente des investissements lourds et des risques conséquents.

La vente de produits locaux dans la petite et grande distribution présente des intérêts certains pour le consommateur et le producteur. En effet, la contrainte générale des circuits courts « perte de temps » est contournée. Le public visé est élargi et la faible diversité des produits n'est plus ressentie. La contrainte de prix est réduite dans les petites surfaces commerciales car les clients s'attendent à payer plus cher qu'en grande surface, quel que soit le type de produit. Ce type de

circuit court est donc déjà développé dans la plupart des petits commerces visités. Le secteur de la grande distribution n'est cependant pas encore touché, car les contraintes d'approvisionnement y sont plus fortes.

Proposer des produits locaux dans les cantines de collectivités permet d'atteindre facilement un type de consommateur très porteur : les enfants. Cette démarche pourrait s'associer à l'aspect éducatif d'un projet d'école à propos de l'alimentation de qualité et du développement durable.

7. Ecoles, petites et moyennes surfaces commerciales : des lieux prometteurs pour les circuits courts

La confrontation des caractéristiques de chaque type de circuit court au territoire analysé met en évidence deux secteurs prometteurs : la vente de produits locaux dans les commerces⁴, ainsi que leur distribution dans les cantines de collectivités telles que les écoles. Ils permettent en effet l'élimination des principales contraintes de la vente en circuit court (cf. Point 5).

Les aliments les plus adaptés à la vente dans la moyenne et petite distribution sont le beurre, les œufs, le fromage et le yaourt, ainsi que les fruits, à condition cependant que l'offre soit suffisante. Ces produits ont l'avantage de se conserver facilement et de ne pas demander d'infrastructure particulière autre qu'un frigo.

De nombreux produits locaux sont déjà en vente dans les commerces de la région. Les gérants affirment que la demande pour ce type de produits est croissante. Mais en général, les établissements ne mettent pas assez les produits locaux en évidence.

Afin d'améliorer la communication, une solution serait la mise en place d'étiquettes « Produit local » qui les mette en évidence par rapport aux autres aliments, au sein du magasin. L'aspect local doit être privilégié, dans le centre du Condroz-Famenne, par rapport aux autres appellations de qualité différenciée (cf. Point 4). De même, il serait opportun d'indiquer à l'extérieur de l'établissement qu'on y vend des produits locaux.

Les produits locaux adaptés aux cantines d'écoles sont moins nombreux : le fromage ayant un goût prononcé, le lait cru représentant un risque sanitaire et étant peu conservable, l'offre en fruits et légumes étant faible sur la zone étudiée et les œufs étant consommés en faible quantité, les yaourts aux fruits semblent être le produit le plus approprié.

⁴ « Les commerces » regroupent ici la grande et la petite distribution, ainsi que les établissements plus petits, tels que boucherie, boulangerie, etc.

D'un point de vue pratique, une entente budgétaire est possible grâce à l'existence d'une fourchette de prix arrangeant à la fois le producteur et les écoles. En effet, le budget « dessert » d'une école varie entre 0,10 et 0,30€. Or, le prix du yaourt livré en seaux fluctue entre 1,70 et 2,50 €/kg en fonction des producteurs. Les portions standards de 100 g par enfant coûtent alors de 0,17 à 0,25 € par élève, ce qui est acceptable pour les écoles. De plus, des subsides peuvent être obtenus pour la distribution de produits laitiers par les écoles, dans le cadre du programme « lait-école » (Annexe D).

D'autre part, il est possible pour les écoles de se faire livrer directement les yaourts. Les producteurs demandent alors que la distance entre la ferme et l'école soit inférieure à 20 kilomètres et que les quantités livrées à un groupe d'écoles – nécessairement proches l'une de l'autre – soient supérieures à 20 litres.

La mise en place du système nécessite également une sensibilisation préalable des écoles et des associations de parents d'élèves.

Certaines contraintes pratiques restent présentes : certaines écoles bénéficient directement de la livraison d'un traiteur, la livraison de yaourt par le producteur doit se faire à moins de 7°C, un appel d'offre est imposé aux écoles (principe de libre concurrence). Toutes contraintes comprises, nous estimons à court terme que la distribution de yaourt dans les écoles profiterait à cinq producteurs.

Les secteurs de la vente de produits locaux dans les commerces et la distribution de yaourts dans les cantines d'écoles sont des modes de circuits courts adaptés au territoire. Ils pourraient assurer, à moyen terme, le développement d'autres types de circuit courts.

8. Quelles stratégies de développement adopter ?

Le schéma suivant (Figure 1) présente les scénarios de développement de circuits courts sur la zone étudiée. Il indique notre volonté de ne pas se limiter à la distribution de yaourt dans les écoles et la vente de produits locaux dans la moyenne et petite distribution. Nous pensons en effet que ces interventions serviront de piliers pour développer d'autres types de circuits courts grâce à une série d'actions : sensibilisation dans les écoles, publicité à l'intérieur et au dehors des points de vente, liste des points de vente locaux dans le journal communal et sur le site internet de la commune, mise en valeur esthétique des exploitations. A plus long terme, la vente de produits laitiers pourrait se faire via l'école, dans le but de lever la contrainte de déplacement/accessibilité de la vente directe à la ferme, comme le fait « Hart en Boer », en Flandre. D'autres types de circuits courts pourraient être développés à condition d'accroître la production de fruits et légumes en

Condroz-Famenne. En outre, le développement à plus large échelle nécessiterait la création d'un label ou un rassemblement des producteurs en coopératives. En effet, les coopératives permettraient de réduire les investissements des producteurs individuels et donc de diminuer leurs risques.

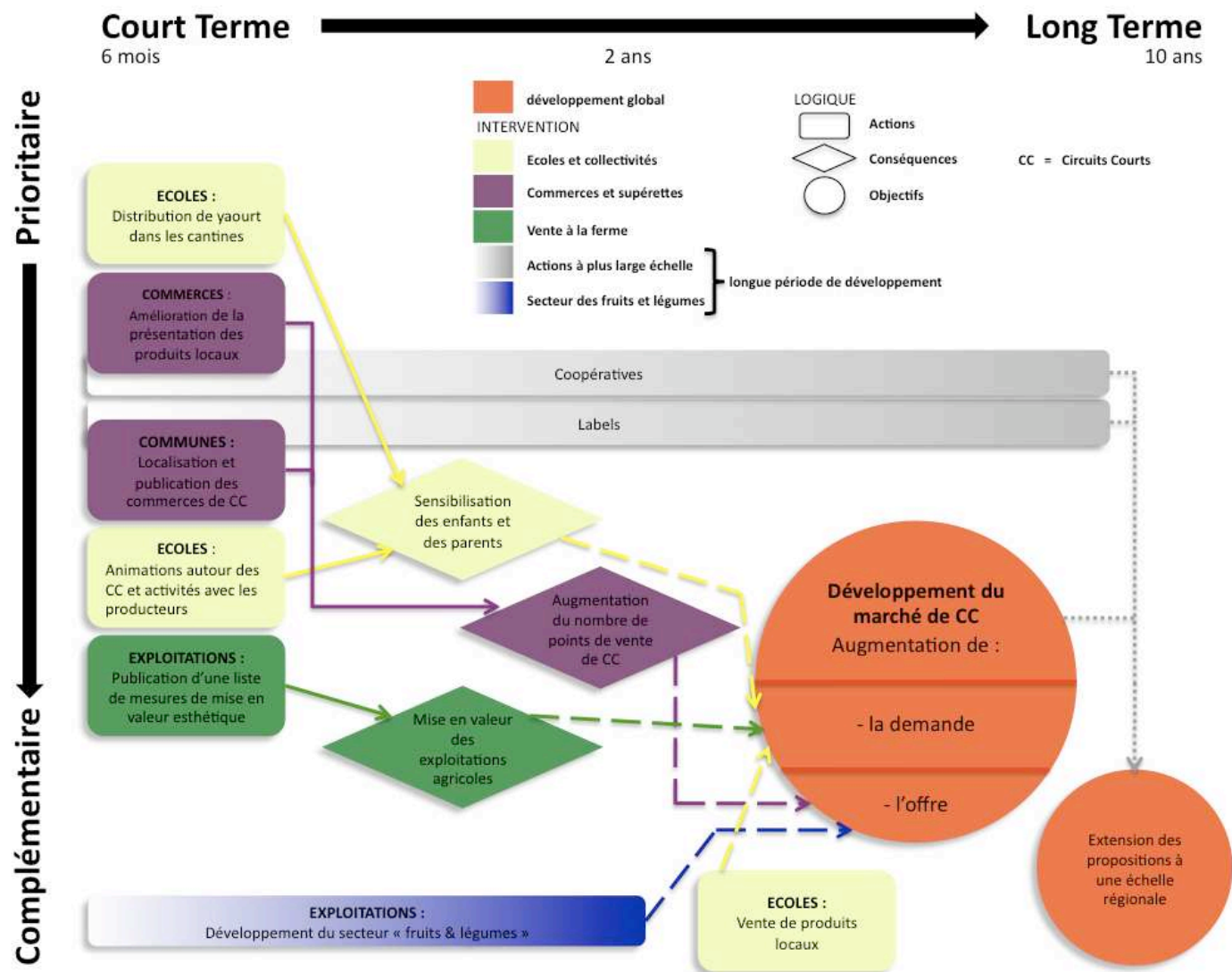


Figure 1: Schéma des scénarios de développement de circuits courts dans le centre du Condroz-Famenne

Conclusion : les circuits courts, un avenir pour le centre du Condroz-Famenne.

La distribution de yaourts dans les cantines d'écoles et l'organisation dans les établissements scolaires d'animations sur le thème du circuit court, la mise en évidence des produits locaux dans les surfaces commerciales et la publication par les communes d'une liste reprenant les commerces vendant des produits locaux, la publication d'une série de mesures de mise en valeur esthétique des exploitations agricoles sont des éléments qui nous semblent déclencheurs pour le développement du circuit court. En effet, l'avenir de la vente directe s'appuie sur une stratégie de mise en réseau de différents types de circuits courts ainsi que sur leur promotion à différents niveaux. Dans le centre du Condroz-Famenne, les piliers de cette stratégie sont la sensibilisation de la jeunesse au circuit court et à la problématique agricole dans une vision à long terme, ainsi que la vente de produits locaux dans la petite et moyenne distributions. Ces piliers serviront de base pour construire les fondements d'une consommation différenciée, équitable financièrement pour le producteur et garante d'une prise de responsabilité chez le consommateur.



Université Catholique de Louvain

Faculté d'ingénierie biologique, agronomique et environnementale

Projet intégré en aménagement du territoire

Les circuits courts : un avenir pour l'agriculture en Condroz-Famenne ?

Analyse détaillée

*Travail réalisé par Kevin Fontaine, Paul-Augustin Levy, Johan Riga, Olivier Terlinden, Senne Van Dyck,
Mélanie Vesters, Anne Wilmot*

Décembre 2009

Table des matières

1.	Introduction : les circuits courts, un moyen de diversification ?	4
1.1	Agriculture et milieux ruraux : contexte général	4
1.2	Les circuits courts, un mode de diversification	5
2.	Comment appréhender les circuits courts ?	7
3.	Circuits-courts : une demande croissante	8
4.	Approche territoriale : la zone étudiée est-elle appropriée au développement des circuits courts ?	10
4.1	Une offre agricole diverse	10
4.2	Une population périurbaine	16
4.3	Un potentiel touristique	19
4.4	Un territoire hétérogène	21
5.	Typologie des circuits-courts	24
5.1	Déplacement du producteur vers le consommateur	24
5.2	Déplacement du consommateur vers le producteur	24
5.3	Déplacement simultané du Producteur et du Consommateur en un lieu de rencontre commun	25
5.4	Intervention d'un intermédiaire	25
6.	Qualité différenciée : une notion confuse	27
7.	Quels circuits courts dans le centre du Condroz-Famenne ?	29
7.1	Circuits courts auto-soutenus	29
7.2	Circuits courts à développer prioritairement	30
7.3	Circuits courts peu prometteurs	31
8.	Ecoles, moyenne et petite distribution : des lieux prometteurs pour les circuits courts	33
8.1	Hypothèses	33
8.1.1.	Produits locaux dans la moyenne et petite distribution	33
8.1.2.	Yaourt fermier dans les cantines d'écoles	35
9.	Quelles stratégies de développement adopter ?	39
9.1	Actions prioritaires	41
9.2	Actions complémentaires	41
9.3	Scénario ambitieux	42
9.4	Changer d'échelle ?	43
10.	Les circuits courts, un avenir pour le Condroz-Famenne	44
11.	Références	46
	Annexes	48

Liste des figures

Figure 1: Proportion de la surface agricole utile en fonction de la surface totale (Recensement agricole 2007).....	10
Figure 2: Les entreprises agricoles par commune (INS 2005).....	11
Figure 3: Composition des cultures de terres arables dans la zone d'étude (A) et pour la Région Wallonne (B) (Recensement agricole 2007).....	12
Figure 4: Répartition spatiale de la production de légumes, y compris les cultures fruitières non permanentes, dans la zone d'étude (Recensement agricole 2007).....	12
Figure 5: a. Surface de cultures fruitières par commune b. Surface de vergers par commune (Recensement agricole 2007).....	13
Figure 6: a. Nombre de têtes de vaches laitières par commune b. Nombre de têtes de caprins par commune (Recensement agricole 2007).....	13
Figure 7: Nombre de bêtes à viande par commune (Recensement agricole 2007).....	14
Figure 8: Nombre total de poules pondeuses (en batterie ou au sol) par commune (Recensement agricole 2007).....	14
Figure 9: Les entreprises actives par commune (INS 2005).....	17
Figure 10: Schéma des scénarios de développement de circuits courts dans la périphérie namuroise condruzienne.....	40

Liste des tableaux

Tableau 1: Typologie et éléments clés des circuits courts.....	26
Tableau 2 : Informations sur les producteurs de yaourt.....	37
Tableau 3 : Prix des yaourts au Delhaize et au Aldi en €/kg.....	66
Tableau 4 : caractéristiques des filières de qualité différenciée en volaille.....	78
Tableau 5: caractéristiques des filières de qualité différenciée en porc.....	79
Tableau 6 : caractéristiques des filières de qualité différenciée en végétaux.....	80

1. Introduction : les circuits courts, un moyen de diversification ?

1.1 Agriculture et milieux ruraux : contexte général

Deux thèmes importants sont relevés lorsque, de nos jours, le sujet de la ruralité est abordé : la crise agricole européenne et les nouveaux ruraux. (Hanin 2008 ; Bodson 2008 ; Bruno Henry de Frahan 2008)

Au cours du siècle passé, le contexte agricole était en effet mouvementé. Le statut d'agriculteur a sensiblement évolué au cours des cinquante dernières années suivant les étapes du changement de l'agriculture : la révolution verte, la crise post choc pétrolier, la crise de confiance de la société et la « nouvelle PAC » pour la contrer.

Lors de la « révolution verte », l'agriculture se spécialise, se modernise et s'intensifie. Les agriculteurs s'endettent en achetant des terres agricoles, du matériel et des infrastructures afin de répondre à la demande de nourriture d'après guerre. Cette phase entraîne la mise en place, en 1962, de la Politique Agricole Commun (PAC), de la Commission Economique Européenne (CEE). Jusqu'en 1974, la PAC induit une période de croissance économique avec des besoins exponentiels : la grande distribution, l'agrofourriture (fertilisants, produits phytosanitaires) et tous les organismes para-agricoles (groupements de producteurs, coopératives, industries, instituts de recherche) se développent. Dans tous les secteurs, les rendements s'amplifient. Parallèlement, les exploitations doivent être de plus en plus productives, intensives, grandes et uniformes, réduisant fortement la population agricole en évinçant les fermes de petite taille.

Cette phase d'expansion laisse place à une remise en question du secteur agricole suite, entre autres, au choc pétrolier de 1973. Il dévoile la dépendance de l'agriculture au pétrole, causée par sa forte consommation d'intrants. De plus, l'augmentation de la production agricole européenne visant à assurer la suffisance alimentaire, produit alors des surplus. Ces excédents impliquent une baisse des prix généraux, menant de nombreuses exploitations à la faillite. Le secteur agricole est donc remis en question de manière générale.

Dans les années nonante, une crise de confiance éclate au sujet du système agricole. La crise de la vache folle et du poulet à la dioxine sont des causes de cette perte de confiance de la société. L'image de « l'agriculteur-nourrisseur » est entachée et entraînée vers celle de « l'agriculteur-pollueur ». Les consommateurs accordent dès lors plus d'importance à la qualité et à l'environnement, ainsi qu'au bien-être animal, demandant aux agriculteurs de produire autrement. La déconsidération du métier d'agriculteur leur mène la vie dure. C'est à cette époque que le concept « d'agriculture raisonnée » est lancé, avec un établissement pratique fort lent.

En 2003, la naissance de la troisième PAC marque un tournant dans l'histoire de l'agriculture moderne : l'Union Européenne, comptant alors 25 membres, ne peut plus subventionner son agriculture au même rythme. L'agriculture doit donc répondre à la réalité du marché : c'est la fin des quotas betteraviers et bientôt celle des quotas laitiers (prévue en 2013-2014). Certains exploitants ne peuvent s'en sortir et arrêtent leur activité. Ceci est dû notamment à la mise aux normes des bâtiments (investissements de plus en plus lourds), à la fin des soutiens au marché et au fait que le marché soit devenu très concurrentiel.

La seconde thématique liée aux territoires ruraux est l'augmentation de la « néo-ruralité », autrement appelée rurbanisation ou périurbanisation. C'est un phénomène de « retour » des citadins dans des espaces ruraux/périurbains. Depuis la fin des années 60, cet « exode inversé » (par rapport à celui que la société avait rencontré durant la révolution industrielle) est en forte augmentation. Une certaine envie de campagne, considérée comme un havre de paix, couplée avec une accessibilité grandissante et une augmentation de la mobilité individuelle, en sont les principales causes. Spatialement, ce phénomène correspond à une extension de la ville. Ce retour à la campagne illustre le souhait de retour à la nature, généralement causé par la préoccupation environnementale croissante de la société.

1.2 Les circuits courts, un mode de diversification

Face à ce contexte de ruralité en évolution, une solution pour les agriculteurs européens est de se démarquer, se différencier par rapport aux autres. Ainsi apparaît un développement de l'agriculture de proximité, soucieuse de la qualité de ses produits.

Une forme de différenciation est la diversification – « fait, pour une entreprise, de varier la gamme de ses produits et/ou de ses clients afin de se développer ou protéger son activité principale » (Yung 1992). En agriculture, elle est définie comme l'« introduction ou le développement, dans une exploitation agricole, de spéculations additionnelles aux spéculations existantes » (Moustier 1997). Afin de diversifier ses activités, l'agriculteur doit acquérir de nouvelles compétences techniques, ainsi que des compétences de planification et de gestion. Des exemples de diversification sont les gîtes à la ferme, les tables d'hôtes, la production de colza « énergétique » et l'extensification. Cette dernière vise à limiter la production, à occuper le territoire et à protéger l'environnement.

L'objet de ce travail est de développer la vente en circuit court permettant d'apporter un revenu complémentaire aux producteurs. Ceci est compatible avec le maintien de la cohérence territoriale en protégeant l'agriculture. Dans ce contexte, le maintien voire la reconstruction du tissu social fait également partie des objectifs.

Le circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par une vente qui nécessite un seul intermédiaire entre producteur et consommateur. Il est évident que dans ce cas, le producteur réalise une marge plus intéressante sur ses produits et augmente ainsi le rendement de son exploitation. Ce repositionnement de l'agriculture en opposition avec la mondialisation s'inscrit dans la prise de conscience environnementale actuelle et permet de revaloriser l'agriculture dans notre société, notamment en recréant le lien social entre producteur et consommateur.

Ce travail consiste en une analyse des circuits courts dans un territoire défini. De cette manière, les producteurs peuvent élargir leurs sources de revenus, tandis que les consommateurs ont accès à une nourriture dont ils estiment qu'elle augmente leur qualité de vie. Les solutions développées sont réalistes et simples à mettre en œuvre, de sorte que leurs effets se ressentent le plus vite possible.

Le territoire étudié, nommé centre du Condroz-Famenne, se situe dans une région entre les villes de Namur, Andenne et Marche-en-Famenne. La plus grande partie du territoire se situe dans la région agricole du Condroz, la partie Sud se situant en Famenne. Il s'agit d'une zone rurale (ou périurbaine) où le paysage est façonné par les nombreuses exploitations agricoles qui s'y trouvent (environ 700). Le territoire regroupe sept communes – Assesse, Ciney, Gesves, Hamois, Havelange, Ohey et Somme-Leuze. La zone d'étude bénéficie notamment des actions de deux Groupes d'Action Locaux (GAL), le « Pays des Tiges et Chavées » et le « Vrai Condroz ».

La diversité des circuits courts est grande. Une typologie simple, en relation avec le diagnostic territorial, permet d'identifier les différentes formes de ces circuits courts présents sur la zone. En effet, le caractère hétérogène de la zone étudié en combinaison avec la diversité des types de circuits courts permet d'identifier les types les plus porteurs en faisant le lien avec le territoire.

Dans ce cadre, la vente de produits locaux dans la moyenne et petite distribution ainsi que la promotion de yaourt dans les cantines d'écoles ressortent comme les principaux types de commercialisation à promouvoir à court terme. A partir de ces derniers, des stratégies de développement seront développées à moyen et long terme.

2. Comment appréhender les circuits courts ?

Répertorier les expériences réussies de circuit court, les tentatives avortées ainsi que certains types de produits « différenciés » qui existent à large échelle (Europe) est une première étape nécessaire. Ces recherches se sont ensuite focalisées plus spécifiquement autour de la zone d'étude. Des statistiques démographiques, agricoles et touristiques plus précises ont alors été collectées sur le territoire. Afin de compléter ces recherches par une connaissance pratique du territoire et de rencontrer les acteurs qui y vivent (producteurs, employés communaux, habitants, directeurs(trices) d'écoles, gérant(es) de supérettes), plusieurs visites de terrain ont été entreprises. (Annexe A)

Ces observations de terrain, couplées aux informations statistiques, ont été à la base d'un diagnostic territorial qui a permis de schématiser les différents comportements sur le territoire étudié, en termes de production agricole, de tourisme et de population. L'offre et la demande en produits agricoles a également été répertoriée dans cette optique de circuit court. Une typologie des circuits courts a été réalisée et ils ont été classés selon leur intérêt pour cette étude. Une justification des hypothèses de développement des circuits courts plus intéressants a été exécutée grâce à une confrontation à la réalité territoriale. Pour les options sélectionnées, les coûts ont été dimensionnés pour déterminer les revenus pouvant en être dégagés. Différents scénarios, plus ou moins ambitieux, ont alors été envisagés afin de projeter les hypothèses émises et les choix effectués à court et moyen terme.

Il nous a paru indispensable durant la rédaction de ce travail de définir précisément la notion de producteur. Celui-ci est un « agriculteur dont les revenus principaux sont issus de la production de denrée alimentaire ». Cette définition semble essentielle car plusieurs acteurs se croisent sur le territoire et certains sont considérés par les agriculteurs comme étant des concurrents déloyaux¹. Les autres structures ou groupes proposant des produits dans un but différent de celui de la rentabilité ne sont donc pas repris comme des « producteurs indépendants » dans notre travail. Ces producteurs indépendants sont considérés comme des agriculteurs, c'est-à-dire des « personnes qui cultivent la terre, qui ont une activité agricole comme la production de végétaux ou l'élevage des animaux ». C'est un synonyme de « fermier », qui est « quelqu'un qui exploite une ferme, qu'il en soit propriétaire ou non ». Le but réel de notre travail est de favoriser l'augmentation du revenu par diversification pour ce type de producteurs indépendants.

¹ La compagnie du Samson propose en collaboration avec le CPAS de Gesves des paniers de légumes de saison. Cette démarche bénéficie d'une main d'œuvre bénévole qui travaille dans un but de réinsertion sociale.

3. Circuits-courts : une demande croissante

Parallèlement à l'évolution de l'agriculture européenne s'est déroulé un changement dans la mentalité du consommateur. Après la guerre, la population a d'abord adhéré au modèle de croissance économique productiviste afin de développer le niveau de vie. Dans un deuxième temps, le public a réalisé ses effets pervers, en termes de qualité et d'environnement par exemple, entraînant une contestation du modèle de base. Une prise de conscience générale a ainsi eu lieu sur le poids des menaces écologiques telles que le réchauffement climatique et les crises sanitaires. Une augmentation de la conscience de l'impact des choix alimentaires sur le développement durable amène les consommateurs vers de nouvelles attentes : les préoccupations sanitaires et environnementales. Cette prise de conscience sociale favorise l'émergence de concepts alternatifs de production et d'achat (Dr. Dusquesne 2008) : agriculture biologique (cf. 8. Qualité différenciée), marchés paysans, jardins urbains, Slow Food², commerce équitable, Groupe d'Achat en Commun (GAC) et voedselteams³. Comme le dit Emmanuel Bailly, « Acheter local, c'est contrôler et utiliser son pouvoir d'achat dans le but de maintenir en veille un espace sécurisé pour les générations futures. » (Dr. Dusquesne 2008)

Cependant, ces mouvements marginaux étaient encore considérés comme archaïques. Les crises ultérieures (vache folle en 1995, poulets à la dioxine en 1999) ont permis de justifier et « légitimer » ces modèles alternatifs. En Wallonie, l'évolution du comportement des consommateurs couplée à la problématique agricole a favorisé la valorisation des produits locaux à partir des années nonante. On observe depuis lors une re-création de la tradition par l'innovation, utilisant l'ancien en l'adaptant au moderne. Un phénomène de mode s'est ainsi répandu, mettant à l'honneur le savoir-faire des anciens, les traditions, le folklore (Dr. Dusquesne 2008). Par exemple, la ferme Galet a revendu sa nouvelle emballeuse afin de conserver l'aspect du beurre « à l'ancienne » de leur ancien moule.

L'ancien doit néanmoins se moderniser en s'adaptant aux nouvelles demandes des consommateurs, qui désirent une alimentation rapide, exotique, prête à réchauffer, vitaminée, variée, « light » ou à emporter. Pourtant, tous ces aliments contiennent des conservateurs, colorants, édulcorants, aspartame, et autres produits à connotation négative pour les consommateurs. De plus, ce genre de consommation génère de nombreux déchets.

² Association éco-gastronomique financée par ses membres dans le but d'enrayer les traditions gastronomiques locales et le manque d'intérêt des gens pour leur nourriture, ses origines, ses saveurs et les conséquences sur le reste du monde de nos choix alimentaires.

³ En Flandre, groupe de gens du même quartier qui achètent ensemble des légumes frais, des fruits, de la viande, du pain et autres produits auprès des producteurs de leur région.

Pour les consommateurs, le principal avantage de la vente en circuits courts est donc la traçabilité : il existe un lien de confiance par rapport à l'origine des aliments, une sécurité. De plus, leurs préoccupations environnementales sont comblées par le fait que le transport est réduit, les intermédiaires peu nombreux, les emballages plastiques quasiment inexistantes. Il existe également une simplicité volontaire, une nostalgie du passé qui pousse une partie de la population à rechercher une certaine qualité de vie par le biais d'actes simples, authentiques. La vente en circuit court permet également à ses adeptes de renforcer leur sentiment d'attachement, d'appartenance territoriale. Elle leur permet de sortir de la banalité en achetant des produits de caractère, tout en aidant à renforcer le tissu social au sein du territoire. La vente en circuit court permet également au consommateur d'exprimer son besoin de solidarité économique par rapport aux producteurs de son entourage. Enfin, le plaisir d'acheter des produits directement lors d'une balade chez le producteur est important pour une partie de la population.

Cependant, la vente en circuit court peut également être considérée comme une perte de temps et propose des produits relativement plus coûteux que ceux disponibles en grandes surfaces. De plus, le déplacement nécessaire et l'accessibilité des fermes rebutent de nombreux clients potentiels. La méconnaissance des produits ne joue pas non plus en faveur de la vente directe. En outre, une partie de la population possède une image détériorée de la ferme et des agriculteurs (cause de la boue sur les routes, des pesticides). Finalement, une partie de la population est rebutée par le goût prononcé et changeant des produits fermiers et par le caractère non-standard des produits (forme, calibre, propreté, goût).

La promotion de la commercialisation directe est donc un élément essentiel. Internet offre de nombreux avantages pour cette promotion. Pour les utilisateurs, la facilité d'accès, de mise à jour et de consultation présentent des atouts indiscutables. Les liens entre producteurs, les consommateurs voire les autorités communales sont également plus simples. Enfin, internet est également très facile d'utilisation pour commander un éventuel produit⁴.

⁴ Par exemple : « Hart en Boer », un système de commande à la carte par internet dans lequel les livraisons se font dans des points de dépôt (écoles, ...)

4. Approche territoriale : la zone étudiée est-elle appropriée au développement des circuits courts ?

Afin de mieux comprendre le territoire, un diagnostic territorial, analyse des différentes composantes du centre du Condroz-Famenné, est réalisé. Ces composantes peuvent être d'ordre économique, social, culturel et/ou environnemental. Afin d'avoir une vision plus précise du territoire, ces éléments sont reportés sur des cartes. L'analyse est divisée en quatre parties : la répartition de l'offre en produits agricoles, l'appropriation du territoire par la population locale, les comportements touristiques, et les principales tendances dégagées en combinant les différents points précédemment cités. Le but est de déterminer si le territoire est adapté au développement de circuits courts. Dans ce diagnostic, se détacher un maximum des frontières communales est nécessaire pour avoir une vue globale de la zone d'étude. Néanmoins, les données étant souvent fournies par communes, il n'est pas toujours facile de s'en écarter.

4.1 Une offre agricole diverse^{4bis}

Trois zones peuvent être délimitées en termes d'occupation du sol. Une première, proche de Namur, est riche en forêts. La seconde comporte une large proportion de terres arables, sur lesquelles on cultive surtout les « grandes cultures » (blé, maïs, betteraves, ...). La dernière zone délimitée se constitue majoritairement de forêts et de prairies (en proportions égales). La limite entre les deux dernières zones est assez proche de la limite officielle qui sépare les régions agraires du Condroz et de la Famenné (carte 1). La Figure 1 montre la proportion des surfaces agricoles utiles (SAU) selon les surfaces totales des communes. Cette figure permet de faire la distinction entre communes à grande surface agricole (ex. Ciney) et des communes à large proportion de surface agricole (ex. Ohey).

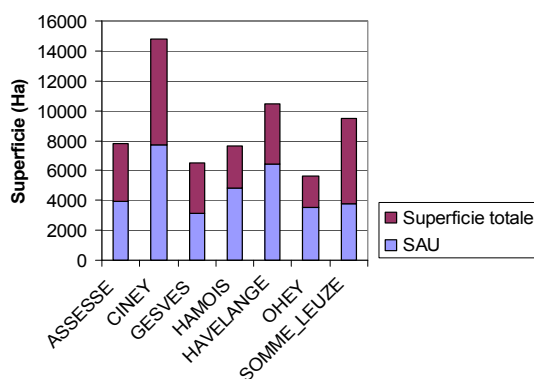


Figure 1: Proportion de la surface agricole utile en fonction de la surface totale (Recensement agricole 2007)

^{4bis} Les données présentées proviennent des statistiques de l'INS et des enquêtes de terrain. Les conseils de filière peuvent constituer également une source d'informations complémentaires (www.conseilsdesfilièresagricoleswallones.be – site opérationnel à partir de mars 2010)

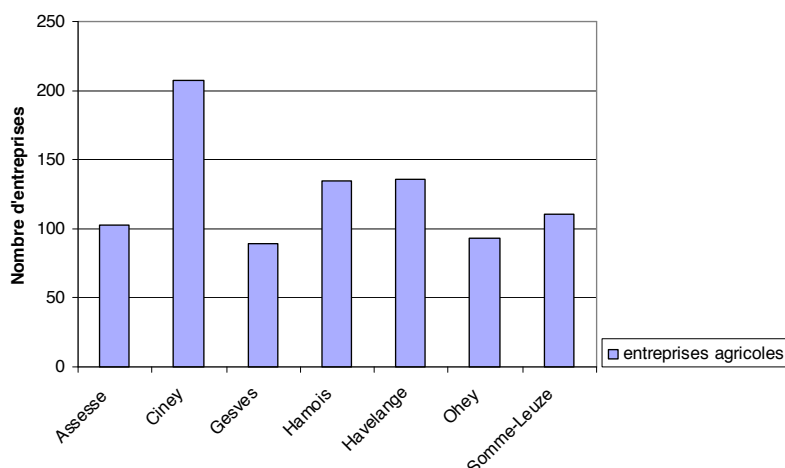
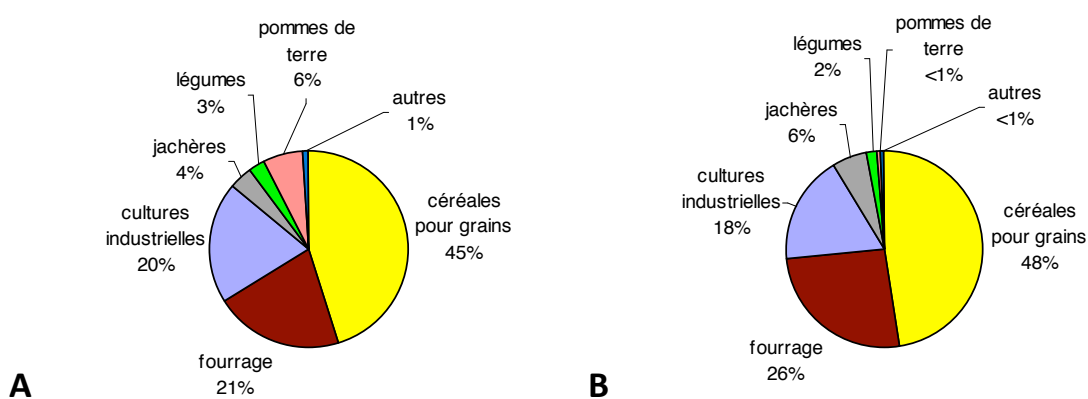


Figure 2: Les entreprises agricoles par commune (INS 2005)

A l'exception de Ciney, le nombre d'entreprises agricoles par commune est homogène sur la zone d'étude (Figure 2). La surface agricole utile de cette commune est la plus large sur le territoire. De plus, cette commune accueille un grand nombre d'éleveurs de bovins et de porcs qui ne nécessitent pas de surfaces très grandes.

Sur la carte 1, sont également représentées les fermes indiquées par l'IGN et les fermes réalisant actuellement des ventes par circuit court (liste non-exhaustive). Les circuits courts sont mieux développés dans les communes de Somme-Leuze et d'Havelange (en particulier autour du village de Maffe) que dans le reste de la zone. Quelques fermes réalisent aussi des ventes par circuit court autour de Ciney et le long de la nationale qui connecte Ciney à Andenne en passant par Ohey (village).

La Figure 3, qui montre la proportion de chaque type de cultures pour les terres arables de la zone en comparaison avec la moyenne de la Région wallonne, nous permet d'analyser l'offre en produits agricoles dans la zone d'étude.



**Figure 3: Composition des cultures de terres arables dans la zone d'étude (A)
et pour la Région Wallonne (B)
(Recensement agricole 2007)**

En analysant cette figure, nous constatons que la composition est proche de celle de la Région wallonne, sauf pour la culture de pommes de terre, qui est un peu plus élevée dans la zone d'étude. Au niveau des légumes de saison, nous constatons que l'offre n'est pas très conséquente, à l'exception de quelques fermes ou associations⁵ qui couvrent 4,5ha en tout. Au sein de la zone de « grandes cultures », se situe une zone dite maraîchère. Elle est située dans un cercle reprenant les villages de Perwez-Gesves-Havelange. Cependant, cette région est dite maraîchère car il n'y a pas de cultures de légumes dans le reste de la zone d'étude : même dans cette zone, la proportion de cultures de légumes est largement minoritaire.

La Figure 4 montre les surfaces concernées par la production de légumes selon les communes. Les communes de Gesves et Havelange dépassent la moyenne de la Région wallonne, affirmation à nuancer car il existe une grande disparité au niveau de la proportion de cultures maraîchères au sein de la Région. L'hypothèse selon laquelle l'offre en légumes est faible dans la zone d'étude peut donc être maintenue. Il est important de signaler que la grande majorité des surfaces cultivées pour des légumes observées par les données du SIGeC sont en réalité des productions de type industrielles et ne sont donc pas repris dans cette rubrique.

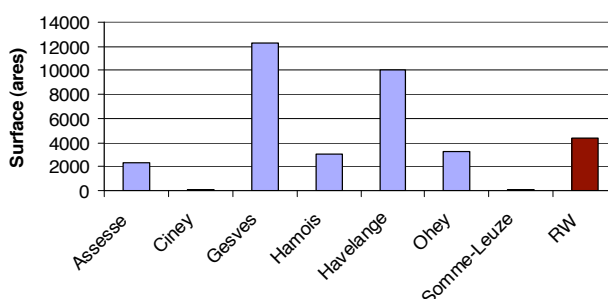
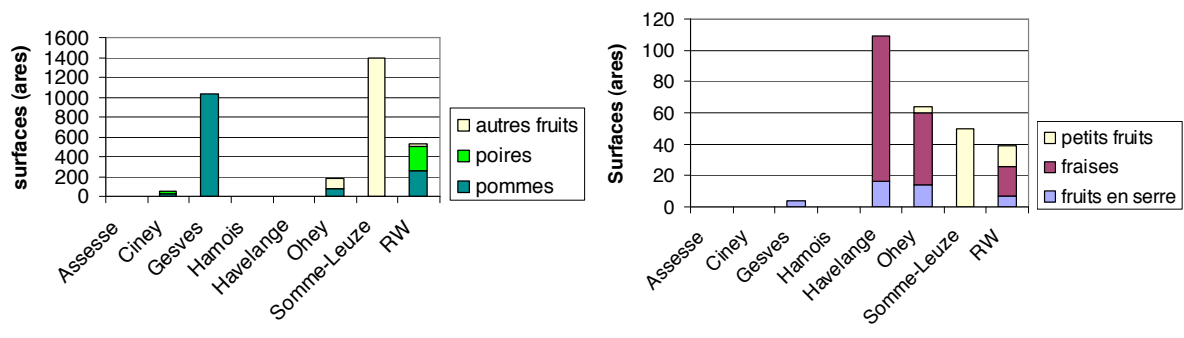


Figure 4: Répartition spatiale de la production de légumes, y compris les cultures fruitières non permanentes, dans la zone d'étude (Recensement agricole 2007)

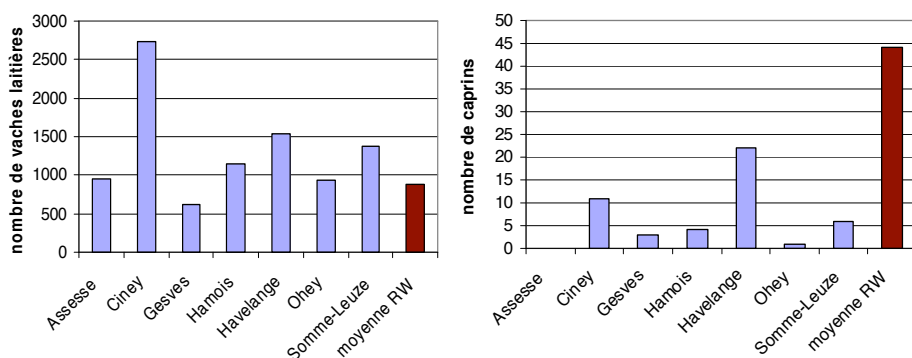
Une infime surface est consacrée à la production de fruits : moins de 3ha, soit moins de 1% des terres arables. Notons que les vergers ne sont pas repris dans ce pourcentage et représentent environ 26ha. La production de fruits se situe principalement à Somme-Leuze, Gesves et Ohey, comme le montre la Figure 5. D'un point de vue spatial, un potentiel fruitier apparaît sur Ohey-Ossogne-Bonsin, le long des nationales N983 et N638. En effet, c'est là que se trouvent « les vergers d'Ohey », les 93 ares de fraises de Mr Vranken à Ossogne (Havelange), ainsi que les 50 ares de myrtilles de Bonsin (Somme-Leuze).

⁵ « Le pré gourmand », situé à Heure (50 variétés) ; « les jardins d'antan » situé à Ossogne dans la commune de Havelange ; et « les compagnons du Samson », dépendant du Centre Public d'action sociale (CPAS) de Gesves.



**Figure 5: a. Surface de cultures fruitières par commune
b. Surface de vergers par commune
(Recensement agricole 2007)**

La proportion de prairies est importante dans toute la zone étudiée. Il n'est donc pas étonnant de constater que l'élevage est bien développé. Ceci se vérifie au niveau du secteur laitier tout comme le secteur de la viande bovine. Mis à part Gesves, les communes de la zone d'étude comprennent un nombre de vaches laitières supérieur à la moyenne wallonne (Figure 6a). Le nombre de caprins, quant à lui, est bien inférieur à la moyenne en Région wallonne (Figure 6b).



**Figure 6 a. Nombre de têtes de vaches laitières par commune
b. Nombre de têtes de caprins par commune
(Recensement agricole 2007)**

Le nombre de bovins à viande, de porcs et de volailles dans le territoire est supérieur à la moyenne de la Région wallonne (Figure 7). La production de porcs et volailles est assez hétérogène dans la zone avec des communes productives comme Ciney et Hamois pour le porc et d'autres très faiblement productives comme Gesves et Somme-Leuze pour le poulet.

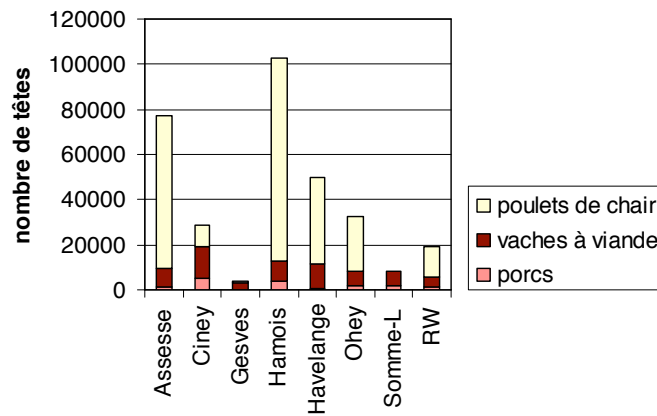


Figure 7: Nombre de bêtes à viande par commune (Recensement agricole 2007)

L'élevage des porcs plein air ou bio de même que l'élevage de poulets fermiers sont concentrés dans les communes de Somme-Leuze, Havelange et Ohey.

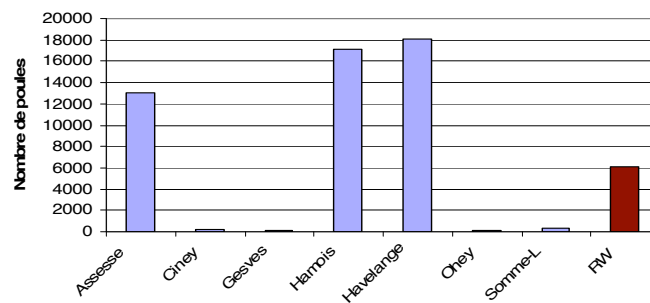
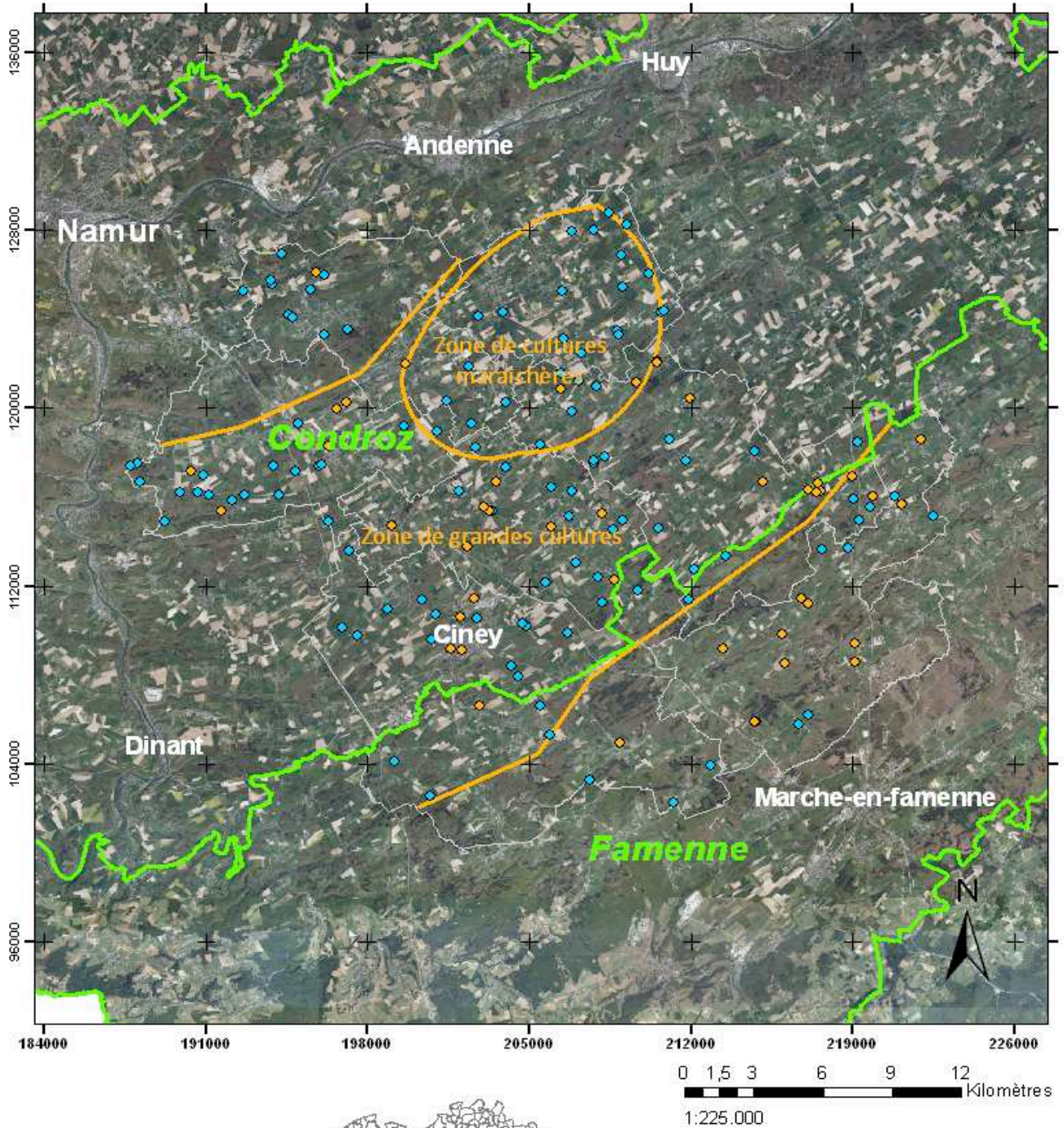


Figure 8: Nombre total de poules pondeuses (en batterie ou au sol) par commune (Recensement agricole 2007)

Centre du Condroz-Famenne - production agricole



- ◆ Activités en circuit-court
- ◆ Fermes reprises sur l'IGN
- Régions agricoles
- Zones agraires
- Limites communales de la zone d'étude



Système de coordonnées : Lambert belge 1972
 Projection : conique conforme Lambert
 Unité cartographique : mètre
 Sources :
 - Portail cartographique de Wallonie, novembre 2009
 - Sigec 2007
 - Vallées des saveurs, guide touristique, 2009
 - IGN 2008
 Auteurs : UCL/étudiants en aménagement du territoire/2009-2010
 Décembre 2009

Carte 1

4.2 Une population périurbaine

Le but du regroupement de données démographiques (population, revenus moyens) est de comprendre les dynamiques de la population. Ces informations sont reprises sur la Carte 2.

La population la plus élevée se trouve sur la commune de Ciney (environ 15 000 habitants). Une certaine influence de la ville de Namur est remarquable au niveau de la densité de population : la partie de la zone la plus proche de ce pôle urbain est également la plus densément peuplée. Au total, 50 335 personnes habitent sur l'ensemble de la zone d'étude (Carte 2).

Les communes concernées connaissent une forte croissance démographique (moyenne : 4.67%), supérieure à celle de la Région wallonne (1.43%) et à celle de la Province de Namur (2.5%). Les communes de Gesves et Somme-Leuze ont une croissance démographique très élevée (Gesves : 7.62%, Somme-Leuze : 9.06%). Pour Gesves, cette croissance peut être expliquée par la proximité de Namur et de la pression périurbaine qui en résulte.

Un premier zonage de cette population a été réalisé en observant le revenu moyen par commune. Ainsi, le centre du Condroz-Famenne est divisé en trois parties avec : au Nord-ouest, des communes proches de Namur ont un revenu moyen supérieur à celui de la Région wallonne ; au centre, le revenu est proche de la moyenne de celui de la Région wallonne ; et au sud, il lui est inférieur (Carte 2).

Cette population résidente se déplace sur le territoire, selon la localisation des lieux de travail, de loisirs, d'approvisionnement et des écoles. Les axes les plus empruntés sont la N4, qui relie Marche-en-Famenne à Namur en traversant toute la zone et l'E411 qui rejoint Arlon à Bruxelles en passant près de Namur, voie la plus rapide entre Ciney et Namur. Les habitants de Ciney l'utilisent également pour rejoindre Liège par l'E42. La N97 draine la majorité du trafic entre Hamois et Liège en passant par Havelange en offrant également un accès vers Huy. Un trafic relativement dense est observé sur la N921 (sauf la partie centrale) qui permet de rejoindre Andenne au Nord et Ciney au Sud. Finalement, la N63 reliant Marche-en-Famenne à Liège présente une fréquentation plus grande que la moyenne (Carte 2). Cet accès est surtout important pour les habitants du nord de la commune de Somme-Leuze qui se dirigent vers Liège.

Une seule ligne de chemin de fer traverse la zone. Il s'agit de la ligne Bruxelles-Namur-Arlon avec un arrêt « Intercity » (IC) à Ciney. Des trains « Locaux » (L) utilisent également cette ligne à raison d'un train tous les deux heures. Le réseau de bus TEC (Transport En Commun en Wallonie) est peu développé. Il existe 11 lignes (dont deux « Proxibus ») de bus mais elles sont peu desservies chaque jour.

55 écoles sont présentes sur la zone d'étude, et sont localisées sur la Carte 2. C'est dans la commune de Ciney que se trouvent les plus grandes écoles et où la densité d'écoles est la plus élevée (16 écoles).

Il apparaît qu'au niveau de l'emploi, une grande partie des personnes travaille en dehors de la zone dans les centres urbains tels que Namur, Marche-en-Famenne et Andenne. Notons qu'à l'intérieur de la zone, Ciney joue un rôle de pôle similaire, à moindre mesure. Une bonne partie des personnes qui ne quittent pas la zone pour travailler est employée par les administrations communales. Un certain nombre de personnes travaille également dans les villages ou encore dans les zonings industriels, certains de ces zonings employant un nombre important de personnes. Quatre zonings sont présents sur le territoire (dont un en construction sur la N63 dans la commune de Somme-Leuze), représentant au total 1805 emplois. Le plus grand zoning est situé dans la commune de Ciney. Très proche de la zone d'étude, il existe finalement un groupement de zonings à Marche-en-Famenne, où travaillent 1926 personnes, ainsi qu'un zoning à Naninne qui emploie 1763 personnes (Carte 2). Le nombre d'entreprises actives est homogène sur le territoire sauf dans la commune de Ciney où ce nombre est bien plus élevé (Figure 9). Ceci souligne encore le rôle de pôle local de Ciney.

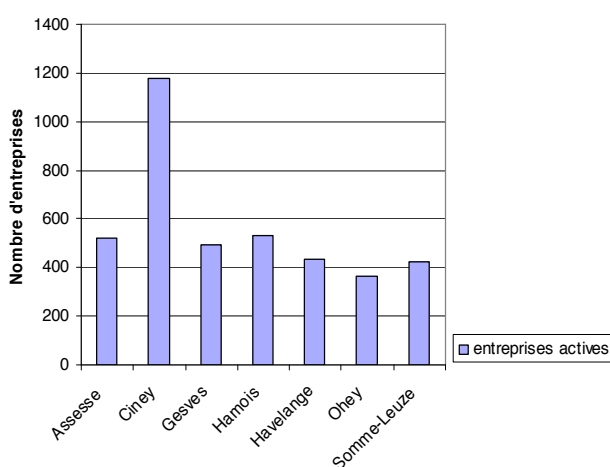
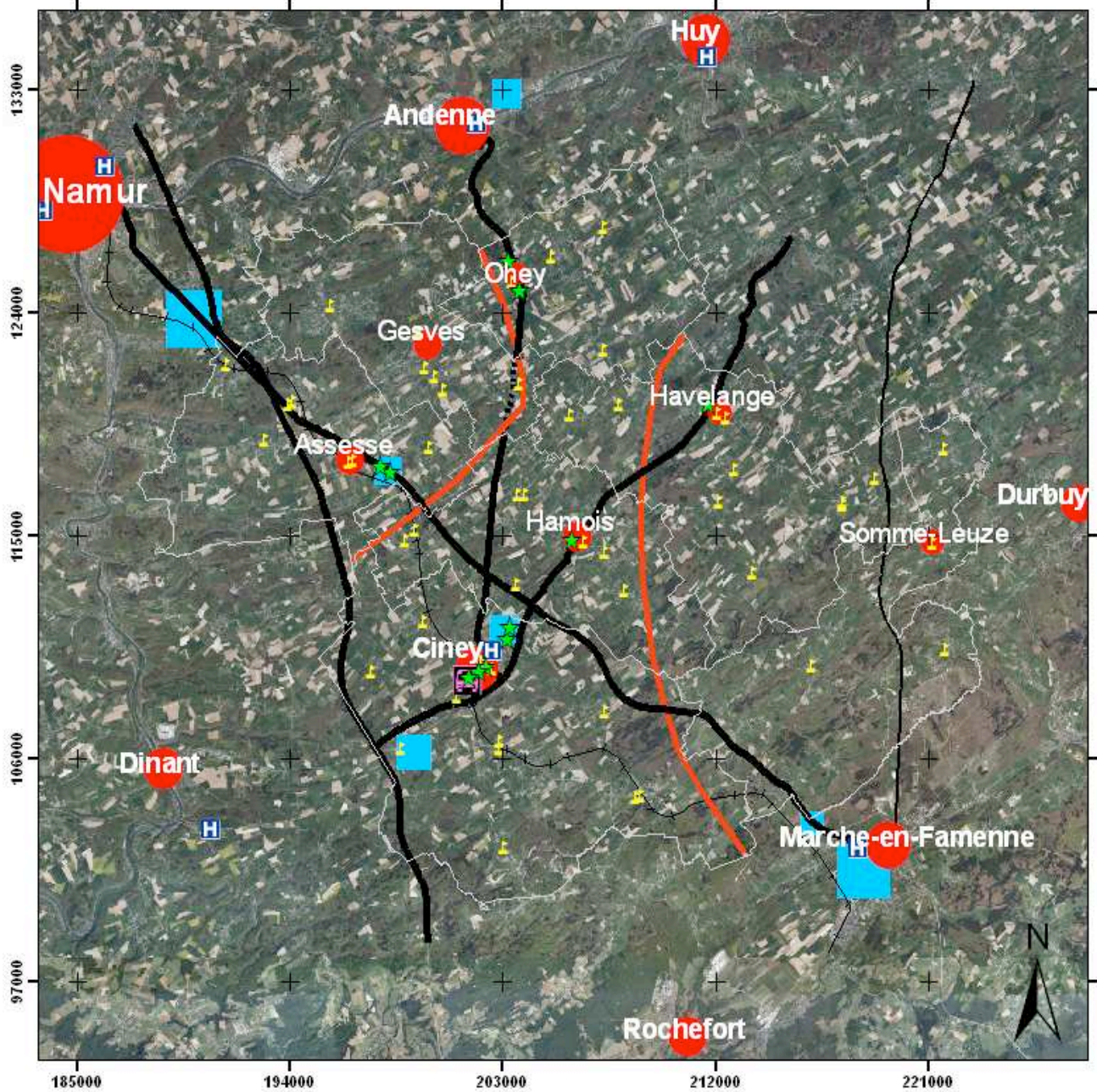


Figure 9: Les entreprises actives par commune (INS 2005)

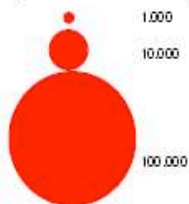
Afin de cerner les lieux d'approvisionnement, un récapitulatif des grandes marques de distribution est réalisé. Après nos visites de terrain, nous pensons qu'il n'est pas nécessaire de répertorier les petites surfaces commerciales⁶ car nous n'en avons pas observées. Les enseignes reprises que nous choisissons, de façon arbitraire, de représenter sur la carte 2 sont : Delhaize (AD, proxy, show), Carrefour (hyper, GB, GB express), Aldi, Champion, Intermarché et Ecomarché, Match, Colruyt, Spar, Louis Delhaize.

⁶ On entend par petite surface commerciale un magasin qui n'est repris sous aucune enseigne.

Centre du Condroz-Famenne - population



Population communes (nombre d'habitants)



Zonings (nombre d'emplois)



- Grande s'riboes
- Ecoles sur la zone d'étude
- Centres médicaux
- Gare IC sur la zone d'étude

- Routes
- Routes les plus empruntées
- Routes structurantes
- Zone moins dense et à trafic
- Chemins de fer
- Limites communales de la zone d'étude



0 1,5 3 6 9 12 Kilomètres
1:225.000

Système de coordonnées : Lambert belge 1972
Projection : conique conforme Lambert
Unité cartographique : mètre
Source :
- Portail cartographique de Wallonie, novembre 2009
- Réseau routier régional wallon MET (1998)
- INS, 2008
- google earth, 2009
Auteurs : UCL/étudiants en aménagement du territoire/2009-2010
Decembre 2009

Carte 2

4.3 Un potentiel touristique

Après recoupements de différentes informations reçues de sources diverses (attractions touristiques, communes, offices du tourisme), les centres touristiques dans/ou à proximité de la zone d'étude sont situés selon leur influence (Carte 3). Durbuy, Namur et Rochefort sont des centres touristiques internationaux et très fréquentés, tandis que Dinant, Chevetogne, Celles, Yvoir, Andenne, Modave, Huy et Marche-en-Famenne sont des centres touristiques régionaux. Un type de tourisme très porteur dans la région est le tourisme de vallée. Proche de notre zone se trouvent la vallée de l'Ourthe, de la Lesse et de la Meuse. A l'intérieur de la zone d'étude se trouve la vallée du Samson liée à un potentiel touristique conséquent. Enfin, des sites comme Ciney expo et Wallonie expo sont des pôles d'attraction plus ponctuels mais connus à l'échelle régionale. Trois villages présents sur la zone sont qualifiés de plus beaux villages de Wallonie (Crupet, Mozet, Chardeneux). Un RAVeL⁷ existe entre Ciney et Clavier-station et est en cours de prolongation jusque Huy (fin des travaux estimée pour la mi-2010). Quatre offices du tourisme sont présents sur la région (Heure, Ciney, Ohey et Hamois).

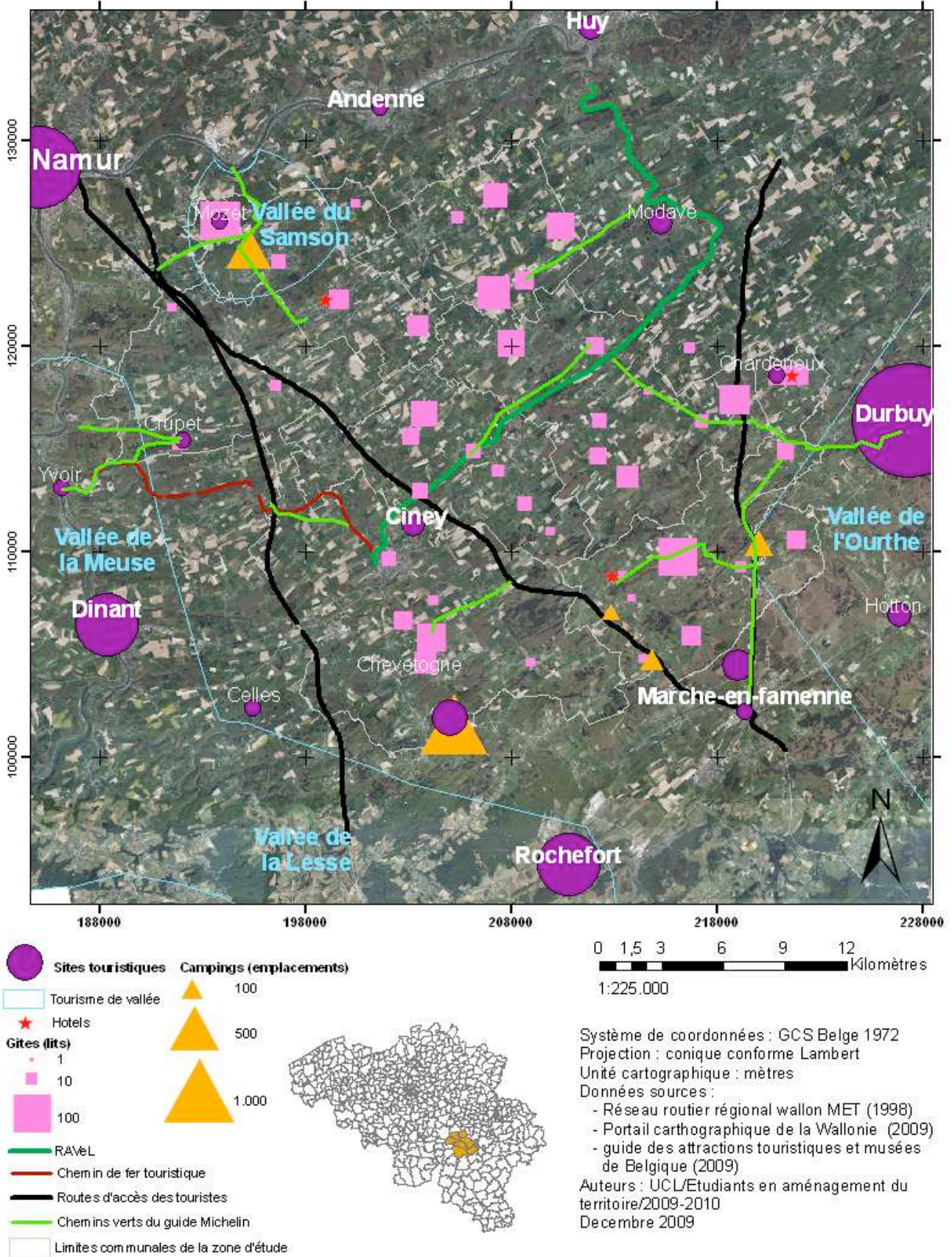
Il existe deux types de tourisms présents sur notre zone : le tourisme journalier et le tourisme prolongé⁸. L'offre en logement est fort développée sur le territoire étudié. Certaines parties sont particulièrement bien fournies en gîtes : à proximité de Durbuy (Méan, Bonsin, Heure et alentours), environ 25 y sont présents, certains avec un grand nombre de lits (270 lits au total) ; entre la N4, le RAVeL et la vallée du Samson se trouvent une quarantaine de gîtes (375 lits au total). En outre, cette zone ne se trouve à proximité directe d'aucune attraction touristique importante. Il est donc probable que les touristes utilisant ces gîtes sont intéressés par le calme et le cadre spécifique de la ruralité condruzienne. Trois hôtels se situent dans le territoire (Nettines, Bonsin et Gesves) ainsi que quatre campings, dont le plus important se trouve proche du domaine de Chevetogne. Il est important de noter que le Domaine de Mozet, dans la vallée du Samson, qui met à disposition une centaine de lits, est surtout utilisé pour les activités des mouvements de jeunesse.

Les touristes qui se rendent à Durbuy passent par la N4 et ensuite par la N929 lorsqu'ils viennent de Namur, Bruxelles et Flandre (sauf Limbourg) et en partie des Pays-Bas ainsi que par la N63 dans le cas où ils viennent de Liège, du Limbourg, d'une partie des Pays Bas ou d'Allemagne. Les visiteurs de Ciney expo, du domaine de Chevetogne et ceux qui continuent vers les Ardennes, passent plutôt par l'E411. Toutes ces routes ainsi que les chemins touristiques (paysages remarquables selon le guide Michelin) sont représentés sur la carte 3.

⁷ Réseau Autonome de Voie Lente

⁸ Nous entendons par tourisme prolongé le fait que le touriste loge minimum une nuit sur place ou dans les environs.

Centre du Condroz-Famennne - tourisme



Carte 3

4.4 Un territoire hétérogène

Après analyse de ces trois parties (production agricole, population et tourisme), il est possible d'affirmer que la zone d'étude est hétérogène. Il faudra tenir compte de cette hétérogénéité et tirer profit des nombreux atouts territoriaux de la zone afin de développer les circuits-courts.

Comme nous l'avons déjà souligné, le territoire est fortement influencé par des grands centres urbains autour de la zone. Ainsi, Namur influence toutes les communes (sauf peut-être Somme-Leuze), Marche-en-Famenne joue un rôle important surtout au niveau de l'emploi dans la partie Sud (Somme-Leuze et Ciney), et Andenne est incontournable pour les habitants d'Ohey et de Gesves. Huy, Dinant (et Liège) sont également des centres importants quoique plus éloignés. Les déplacements de la population vers ces centres urbains représentent un avantage pour le développement de circuits courts : un développement de points de vente le long des axes routiers est envisageable.

Au sein même du territoire, Ciney agit comme un pôle local. On y trouve des commerces, des emplois (y compris deux zonings industriels), des écoles et un accès à une gare IC. Les villages d'Hamois et Assesse se distinguent également soit par un centre un peu plus développé que la moyenne (Hamois), soit par la présence d'un zoning (Assesse). La présence de tels pôles dans le territoire étudié est très intéressante pour favoriser les circuits-courts, car la densité des clients potentiels y est plus élevée.

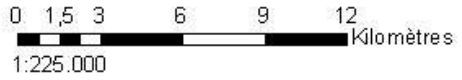
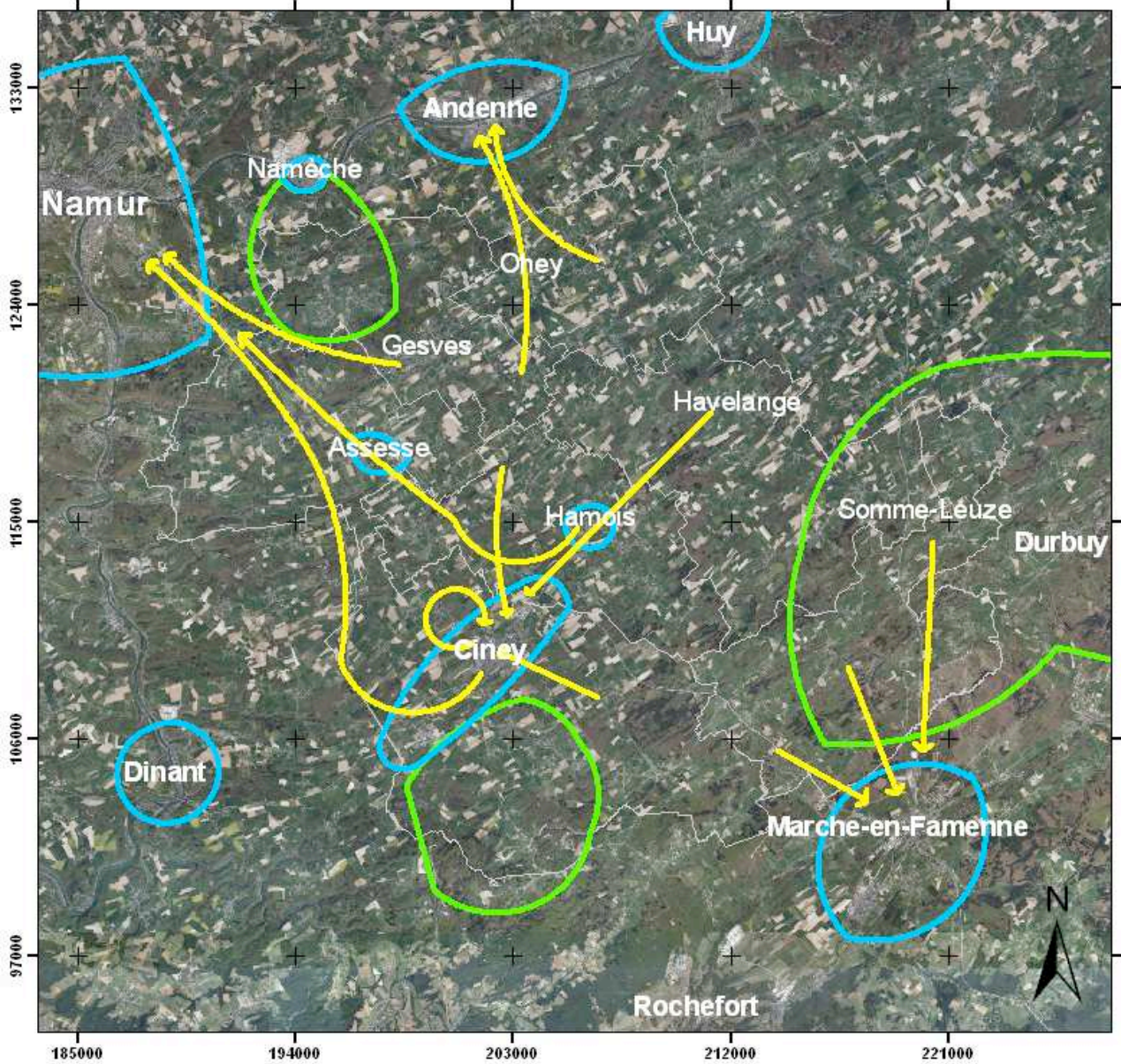
Certaines parties du territoire subissent une influence importante du tourisme, sous la forme de gîtes, résidences secondaires ou simplement par la présence fréquente de visiteurs. L'importance du pôle touristique de Durbuy est assez large pour toucher la zone étudiée : la quasi-totalité de la commune de Somme-Leuze et une partie de Havelange. Somme-Leuze en particulier est caractérisé par une large proportion de résidences secondaires (900 habitations pour 4000 habitants⁹). Dans le Sud de la commune de Ciney, autour de Chevetogne, se trouve une autre zone à caractère touristique. On y ressent fort la présence du domaine provincial sportif et la proximité de Rochefort. Finalement, la vallée du Samson est fort visitée, notamment par des visiteurs journaliers de Namur. Exploiter le potentiel touristique de la zone étudiée contribuerait au développement des circuits courts. En effet, le touriste est souvent intéressé par le territoire sur lequel il se trouve et est donc susceptible de consommer des produits locaux par circuits-courts.

En ce qui concerne la mobilité, une grande partie du territoire est dépourvu de voies d'accès rapides. De plus, le réseau de bus est peu desservi et une seule gare IC est présente. Il existe

⁹ Maison du tourisme Condroz-Famenne

néanmoins de nombreux flux, en général de et vers les centres urbains. Ces mouvements sont repris sur la carte 4.

Centre du Condroz-Famenne - dynamique territoriale



- Zones à caractère populaire
- Zones à caractère touristique
- Flux des personnes
- Limites communales de la zone d'étude



Système de coordonnées : Lambert belge 1972
 Projection : conique conforme Lambert
 Unité cartographique : mètre
 Source :
 - Portail cartographique de Wallonie, novembre 2009
 Auteurs : UCL/étudiants en aménagement du territoire/2009-2010
 Décembre 2009

Carte 4

5. Typologie des circuits-courts

Le circuit court est un type de commercialisation dans lequel il y a zéro ou un intermédiaire entre producteurs et consommateurs, se basant sur une économie locale.

Les différents types de circuits courts rencontrés peuvent être classés selon le mode de rencontre des différents acteurs. Cette rencontre s'obtient par le déplacement des producteurs ou des consommateurs, les uns vers les autres ou avec l'aide d'un intermédiaire.

Une description plus détaillée des différents modes de circuits courts se trouve en Annexe B.

Notons que la diversification par les circuits courts est considérée dans ce travail comme un revenu supplémentaire et non le revenu principal des producteurs.

5.1 Déplacement du producteur vers le consommateur

Dans ce premier cas, le producteur entreprend une « livraison à domicile ». Le mot « domicile » est pris au sens large du terme, dans la mesure où celui-ci est, par exemple, un lieu de travail. La livraison des produits constitue un avantage important pour les consommateurs à mobilité réduite (par exemple les personnes âgées). Cependant, la livraison des produits implique des coûts de transport qui sont à charge des consommateurs (ventes par correspondance).

Le désavantage principal pour le producteur est le fait que ce type de commercialisation nécessite beaucoup de temps et de travail. Afin que ce système fonctionne au mieux, une publicité adéquate est indispensable. En effet, le consommateur doit être au courant de la présence du service proposé. La publicité est ici d'autant plus indispensable que le producteur ne se lancera dans ce type de circuit court qu'à condition d'avoir un nombre minimum de clients, fidélisés si possible.

Les différentes déclinaisons de ce mode sont la distribution de paniers¹⁰ de manière contractuelle, la livraison par le producteur des produits aux domiciles des clients par des tournées ambulantes et la vente par correspondance.

5.2 Déplacement du consommateur vers le producteur

La contrainte du déplacement passe, dans ce cas-ci, du producteur aux consommateurs. Ces derniers se déplacent donc directement dans les exploitations. Une des caractéristiques de ce type de circuit court consiste en un aménagement adéquat, propre et accueillant du lieu de rencontre qui

¹⁰ Un panier est un assemblage de denrées alimentaires, variables selon la saison et les producteurs approvisionnant celui-ci.

est la ferme proprement dite. Elle demande donc un effort de présentation au producteur afin d'attirer une clientèle dans sa ferme.

Les clients se déplacent à la ferme pour différents types de circuits courts : vente de produits (ainsi que la libre récolte), restauration et différents types d'événements (qu'ils soient individuels ou collectifs).

5.3 Déplacement simultané du Producteur et du Consommateur en un lieu de rencontre commun

Les producteurs et les consommateurs se déplacent tous les deux pour se rencontrer sur un même lieu où les clients peuvent acheter et/ou consommer les produits des exploitants.

Ces marchés et événements collectifs permettent aux producteurs de vendre leur production à une plus grande concentration de clients, augmentant pour ces premiers le rapport rentrée financière/temps. De plus, l'encadrement organisationnel prévu facilite ainsi l'adhésion des producteurs.

5.4 Intervention d'un intermédiaire

Il existe également un type de vente sans contact direct entre producteur et consommateur mais qui est également repris sous la dénomination de circuit court. Ce dernier type de circuit court consiste en l'intervention d'un seul intermédiaire entre le producteur et le consommateur, par des comptoirs regroupant divers produits, par la restauration, les collectivités, par la petite et grande distribution ou encore par des paniers destinés aux touristes.

La présence d'un intermédiaire implique cependant une marge bénéficiaire moindre pour le producteur.

Le Tableau 1 résume les contraintes et avantages de ces différents types de circuits courts, classés selon les catégories énoncées ci-dessus. Pour plus de lisibilité, l'abréviation P désigne les producteurs, C les consommateurs et I les intermédiaires.

Tableau 1: Typologie et éléments clés des circuits courts

		Contraintes	Avantages	Exemple
P(s) → C	Panier avec contrat	Lourde organisation Difficulté de diversification des produits	Fidélisation des C	<i>Les compagnons du Samson, GAC</i>
	Tournée ambulante	Matériel (camion, frigo) Déplacements : coûts et temps + horaire	Fidélisation des C	<i>La Crémillère</i>
	Vente par correspondance	Système de livraison (poste, livreur... → prix)	Pas de déplacement pour P et C	<i>Les compagnons du Samson</i>
C → P	Vente à la ferme	Accessibilité et visibilité	Contact + Valorisation pour P	<i>Ferme Galet</i>
	Table d'hôtes, ferme gourmande	Mise aux normes Changement de métier	Valeur ajoutée du produit Bonne image de la ferme	<i>Ferme de la Bouverie (Profondeville)</i>
	Événement individuel	Capacité de mobilisation	Nouvelle clientèle potentielle à fidéliser	<i>Pierre Lhoas</i>
	Événement collectif	Nombre de producteurs Organisation	Collaboration entre les fermiers Nouvelle clientèle potentielle à fidéliser	<i>Route du fromage, Ferme ouverte</i>
P(s) → ← C	Marché	Contrainte horaire Déplacement, infrastructures, capacité de mobilisation	Contact Diversité de P	<i>Marché de Ciney</i>
	Panier avec contrat	Lourde organisation Difficulté de diversification des produits	Fidélisation des C Garantie	<i>AMAP, GAC</i>
	Événement collectif	Nombre de producteurs	Promotion des produits Fidélisation de C	<i>Fête de la ruralité de Gesves</i>
I	Comptoir	Main d'œuvre qualifiée Infrastructures Accessibilité et visibilité	Diversité des produits	<i>Fromagerie Samson, Délices à la ferme</i>
	Restauration	Nombre de restaurants approvisionnés	Valorisation de P Haute valeur ajoutée sur le produit	<i>Restaurant, « bistrot du terroir »</i>
	Restauration de cantine	Livraison en quantité suffisante	Quantité élevée + Fidélisation de C	<i>Ecole, homes divers</i>
	Grande distribution	Moins de valeur ajoutée pour le producteur Visibilité et régularité d'approvisionnement	Quantité élevée, Gain de temps Garantie	<i>Red market</i>
	Petite distribution	Moins de valeur ajoutée pour le producteur	Quantité assez élevée, Gain de temps, garantie	<i>AD Delhaize Havelange</i>

6. Qualité différenciée : une notion confuse

Le concept de qualité est difficile à cerner, chacun parlant de qualité en la définissant différemment : pour certain, la notion de qualité d'un produit vient de la proximité géographique du producteur ; pour d'autres un label dans une grande surface en est un gage suffisant. Les marques sont encore un autre point de repère en termes de qualité pour certains consommateurs. La notion de qualité fait appel à une perception personnelle, c'est pourquoi il n'est pas aisé de définir avec précision un produit dit « de qualité ».

Un autre concept est celui de la « qualité différenciée » qui est utilisé lorsque les producteurs tentent de démarquer leurs produits par rapport aux autres présents sur le marché, pour contrer la crise de confiance des consommateurs. Le producteur, au travers des démarches entreprises pour se démarquer, est aussi valorisé. Cette « différenciation » vers un produit « de qualité » permet d'apporter une valeur ajoutée aux produits dans un marché caractérisé par une offre considérable. Elle permet également d'augmenter l'attractivité des produits agricoles. Elle est basée sur une différenciation « technologique » (qualité sensorielle, hygiénique, nutritionnelle...) ainsi que sur une différenciation basée sur des critères « immatériels » (qualité environnementale, éthique...).

Cette notion fait l'objet d'un intérêt grandissant de la part des consommateurs, des producteurs, ainsi que des pouvoirs publics. Les denrées alimentaires faisant référence à une qualité différenciée sont de plus en plus abondantes dans nos magasins. Cette notion est exprimée de différentes façons. Depuis 2002, la définition officielle de « produit agricole de qualité différenciée » est la suivante : « tout produit présentant un intérêt de par un certain nombre de caractéristiques identifiables liées à son processus de production ou de transformation, en respectant un cahier des charges qui intègre notamment des critères d'emploi et d'environnement approuvés par le Gouvernement ». (wallex 2002)

Malgré cette définition officielle, les consommateurs éprouvent des difficultés pour s'y retrouver face aux nombreux concepts, logos, marques et autres labels.

En effet, lors d'enquêtes sur le terrain, une constatation faite est qu'il existe un amalgame entre produits « locaux », « naturels » et « bio » dans la tête des consommateurs. Ceux-ci associent toutes ces dénominations à la même chose : un produit de qualité. Après avoir sondé les consommateurs du territoire, il est apparu que l'image porteuse était le produit « local », de proximité, car l'image qu'ont les consommateurs est celle d'un produit naturel, de provenance connue et donc de qualité.

L'image du Condroz ne nous a pas semblé porteuse, et les habitants de la zone d'étude ne semblaient pas intéressés par les différents labels. Indiquer le nom du GAL ou du Condroz ne paraît donc pas nécessaire, contrairement à l'image de proximité.

Néanmoins, l'obtention d'un label est une manière de regrouper les producteurs. Une collectivité ainsi créée permet de passer à une autre échelle, plus large. Par exemple, les producteurs catalans se sont regroupés sous une marque commune, ce qui leur permet de s'élargir à la Catalogne entière, plutôt que de se confiner aux villages et villes alentours. Par conséquent, si ce projet de circuits courts est à élargir à la Wallonie, les labels et autres marques seraient une aide précieuse.

7. Quels circuits courts dans le centre du Condroz-Famenne ?

Cette section reprend une brève étude de faisabilité des différents types de circuits courts rencontrés dans la zone d'étude. Les circuits courts auto-soutenus représentent ceux qui se développent actuellement sans soutien extérieur. Y sont également repris les types de circuits courts dont le soutien a été testé sans succès. Les types de commercialisation à développer prioritairement semblent les plus porteurs dans la zone d'étude tandis qu'une troisième catégorie est à négliger car peu prometteuse.

7.1 Circuits courts auto-soutenus

Les ventes à la ferme. A part organiser un circuit passant par quelques fermes, ou améliorer leur visibilité, nous ne pensons pas que des démarches volontaristes seraient fort utiles pour améliorer ces ventes. De plus, les bénéfices que font les producteurs sur ces ventes ne représentent qu'une petite partie de leur chiffre d'affaire (jusqu'à 10 % pour les exploitants interrogés) Une politique d'encouragement de la part des autorités n'est pas nécessaire : les fermes qui ne vendent pas leurs produits à la ferme ont vraisemblablement de bonnes raisons de ne pas le faire (mauvaise accessibilité par exemple).

Les tables d'hôtes à la ferme et les fermes gourmandes. L'investissement représente pour le producteur un réel changement de métier, ainsi que beaucoup de frais d'infrastructure pour répondre aux normes.

De nombreuses tentatives pour développer des *marchés* ont déjà été réalisées dans la zone d'étude, mais aucune d'entre-elles n'a réussi à percer. La cause principale de cet échec est, selon Mr. Migeotte et Mme. Dessy, le besoin continu d'une association supervisant les commerçants et se chargeant de l'organisation ainsi qu'une bonne la publicité. Selon Mr. Vrancken, producteur de fraises ayant participé à divers marchés (notamment le marché estival d'Assesse-Gesves en 2001), la cause principale du départ des producteurs est le manque de rentabilité. Le seul marché vraiment rentable situé à proximité de la zone d'étude, cité par plusieurs producteurs ayant participé aux circuits courts, est le marché villageois artisanal de Marcourt (entre Marche-en-Famenne et La Roche-en-Ardenne). Ce type de marché, qui a lieu une fois par semaine en juillet-août, attire surtout les touristes. Ce genre de marché pourrait éventuellement être développé autour d'événements collectifs déjà existants.

Les livraisons à domicile sont assez contraignantes et seraient difficile à développer : d'une part à cause de la motivation du producteur face aux contraintes de temps, d'investissements, de main d'œuvre ; d'autre part car il semble difficile pour le producteur de s'approprier une clientèle

assurant la rentabilité de la tournée dans la zone d'étude. Il devrait donc parcourir un long trajet, ce que certains sont prêts à faire (exemple de Madame Dessy qui livre à Dinant, ce qui représente une tournée de 100-150 km).

Les *événements individuels*, tel que la « fête de la courge », nécessitent une organisation lourde pour peu de producteurs concernés. Les événements de ce type existants sur notre zone sont rentables, mais il n'est pas évident de convaincre des particuliers de s'investir dans la mise en place de nouveaux événements de ce type.

7.2 Circuits courts à développer prioritairement

Les *événements collectifs*, qui sont des activités ponctuelles attirant un public nombreux et intéressé requièrent en général l'aide d'une organisation capable de les chapeauter – qui peut par exemple être la commune. La « route du fromage » et les journées « fermes ouvertes » sont des exemples d'événements collectifs qui existent déjà dans la zone d'étude. Il serait utile de développer les événements existants, voire d'en proposer de nouveaux comme des balades centrées sur le terroir.

Un ou plusieurs *comptoirs* pourraient être installés dans des zones visitées ou traversées régulièrement par des touristes. En effet, ces derniers sont les clients principaux visés par ce type de vente. Il convient de veiller à ce que cette nouvelle concurrence ne compromette pas la rentabilité des comptoirs préexistants. Notons également que l'installation de nouveaux comptoirs demande des investissements lourds et présente des risques conséquents.

Certaines *cantines* d'écoles servent des produits locaux. C'est une piste à développer, et à élargir aux homes et autres collectivités (par exemple, le domaine de Mozet : formation de mouvement de jeunesse, événement ponctuel mais rassemblant un grand nombre de personnes). L'avantage de ce système est que le produit est apporté directement au consommateur (l'enfant) et ceci en quantités qui permettent de réduire légèrement le prix. Finalement, l'aspect éducatif n'est pas à négliger. La plupart des cantines visitées emploient une cuisinière. Il est donc nécessaire de s'arranger directement avec chaque école pour les fournir en produits locaux. De même, pour les produits laitiers, il est directement possible de fournir les écoles pour les collations, grâce entre autre au programme « Lait-école ». Cette idée peut être lancée même dans des petites écoles – une cinquantaine d'écoles de la zone d'étude sont des écoles fondamentales, regroupant une petite centaine d'élèves chacune¹¹. Il serait intéressant de commencer par proposer un repas par semaine à base de produits locaux. En effet, au niveau de la quantité à livrer, il serait difficile de proposer plus.

¹¹ (Assesse 2009) (Ciney 2009) (Gesves 2009) (Hamois 2009) (Havelange 2009) (Ohey 2009) (Somme-Leuze 2009)

Si ce projet rencontre du succès, il est possible d'élargir cette formule dans la commune de Ciney, où les écoles sont plus grandes. Le grand avantage de ce type de circuit court est qu'il est possible d'y faire intervenir le monde politique.

La vente de produits locaux dans les *petites et grandes distributions* est certainement à développer. En effet, le public visé est large, vu la diversité de produits proposés dans ces magasins. De plus, la contrainte d'une perte de temps est contournée par cette formule. Pour les magasins de proximité, la concurrence au niveau des prix est moins forte par rapport aux autres produits. Il reste néanmoins encore des réponses à apporter, telles que les intérêts et exigences d'application dans ces types de commerce. Ce type de circuit court risque d'apporter des contraintes supplémentaires. Il faudrait ici fournir une plus grande quantité de produits.

Les *paniers avec contrat*, que les consommateurs viennent acheter dans un lieu commun, nécessitent une grosse organisation. Il faut s'assurer de la bonne livraison des produits et prévoir une grande diversité de ces derniers. Néanmoins, une fois les contraintes d'organisation levées, il existe clairement un public cible. Ce type de commercialisation est en croissance et assez médiatisé actuellement. Les difficultés d'approvisionnement des paniers en hiver poussent à mettre en avant des paniers d'été. Il existe déjà un service de ce type proposé par le CPAS qui vend des paniers dans les communes d'Assesse et de Gesves, ainsi que le « Pré gourmand », « A Coup de Pousse », « D'un jardin à l'autre », la ferme Wéron (Wépion), et « Jardin d'antan ». Ces producteurs couvrent déjà les villes et villages alentours à Havelange, Somme-Leuze, Ciney et Heure. Le système peut être développé dans les communes citées ci-dessus, et initié dans la seule commune non couverte : Hamois. Une partie des distributeurs de paniers de légumes ne sont en outre pas des producteurs indépendants. Si leur production venait à réduire pour quelconque raison, la demande en paniers avec contrats augmenterait pour les agriculteurs, à condition qu'ils augmentent l'offre en fruits et légumes.

7.3 Circuits courts peu prometteurs

Les *ventes par correspondance* seraient difficiles à lancer car il semble malaisé de mettre en place une publicité efficace ciblée sur la région. De plus, l'impact d'une politique volontariste serait a priori assez faible.

Les ventes de *paniers pour touristes*. Il faut en effet privilégier la piste du tourisme, car le terroir fait partie intégrante du territoire visité. Ce type de circuit court serait néanmoins à développer dans une région à forte concentration en nuitées en gîtes et pendant la saison touristique. Un intermédiaire est également nécessaire pour la gestion logistique. Les contraintes semblent donc fort élevées par rapport à d'autres types de circuit court.

Enfin, pour la *restauration* stricte (pas à la ferme), les produits locaux primaires semblent offrir peu d'intérêts : les produits locaux transformés intéressent plus les restaurateurs (attirance particulière des produits du terroir) que les légumes/produits laitiers locaux qui devraient approvisionner entièrement les restaurants. De plus, l'impact économique serait assez faible vu le petit nombre de restaurants présents dans les villages de la zone d'étude.

8. Ecoles, moyenne et petite distribution : des lieux prometteurs pour les circuits courts

8.1 Hypothèses

La confrontation des caractéristiques de chaque type de circuit court au territoire analysé met en évidence deux secteurs prometteurs : la distribution de produits laitiers dans les cantines d'écoles, ainsi que leur vente dans les commerces locaux (de la grande distribution aux petits points de vente tels qu'une boucherie).

En effet, la faible offre en ce qui concerne les fruits et légumes amène à ne pas développer actuellement les paniers avec contrats. En ce qui concerne les comptoirs, les produits présents sur la zone étudiée sont rarement des produits transformés (sauf fromage), alors que ceux-ci sont plus attirants pour la vente en comptoirs. De plus, créer un comptoir de toute pièce nécessiterait de gros investissements, sans grande certitude de rentabilité. Les évènements collectifs demandent aussi beaucoup d'organisation et leur réussite dépend de beaucoup de facteurs aléatoires tels que la météo.

8.1.1. Produits locaux dans la moyenne et petite distribution

8.1.1.1. Avantages généraux

Bien que la filière des produits locaux dans les commerces n'offre pas de lien direct entre producteur et consommateur, il respecte de nombreux avantages des circuits courts (préoccupation environnementale, confiance par rapport à l'origine, attachement territorial, solidarité économique et, éventuellement, fourniture de produits de caractère) ; mais surtout, il échappe aux principaux inconvénients reprochés aux circuits courts dans le Chapitre 3.

Les contraintes de temps et d'accessibilité sont fortement réduites par la localisation des produits locaux dans un commerce comprenant d'autres fournitures, l'essentiel de la perte de temps pour les consommateurs de produits locaux provenant généralement du déplacement.

La contrainte de prix est également réduite dans les distributions de proximité et les petits points de vente. En effet, dans ce type de commerces, les aliments sont plus chers que dans les supermarchés. Ainsi, les écarts de prix entre les produits locaux et les autres aliments y sont réduits (Annexe A) ; et les clients s'attendent à payer plus cher qu'en supermarché, que les produits soient locaux ou non.

Enfin, la méconnaissance du consommateur pour les circuits courts serait amoindrie par la mise en évidence des produits locaux dans les commerces.

8.1.1.2. Analyse de faisabilité (par aliment)

Les aliments les plus adaptés à la vente en moyenne et petite distribution sont le beurre, les œufs, le fromage et le yaourt, ainsi que les fruits, sous condition de la suffisance de l'offre.

- Les fruits et légumes: la faible offre sur le territoire limite cette filière (cf. Chapitre 5)¹². Toutefois, quelques fruits et légumes locaux sont déjà présents dans certains commerces, comme les fraises de Mr Vranken (le Louis Delhaize de Maffe doit se faire livrer matin et début d'après-midi en saison).
- Les œufs: le problème principal de ce produit est l'obtention du cachet de l'AFSCA¹³. En effet, tous les œufs vendus hors de la ferme doivent être cachetés pour indiquer leur provenance, la date de production et le type d'œuf (www.asfca.be). Le problème vise surtout les producteurs marginaux qui ont un faible nombre de poules et qui ne veulent pas s'alourdir la tâche avec le cachetage pour un faible nombre d'œufs. Ils ne peuvent donc vendre leurs œufs qu'à la ferme. Notons que la plupart des moyennes et petites distribution vendent déjà des œufs de ferme, mais leur provenance n'est que rarement indiquée.
- Produits laitiers: les produits laitiers les plus adaptés à la vente dans les commerces sont le beurre, le fromage et le yaourt.
 - Lait: la vente de lait en distribution moyenne et petite est assez marginale. En effet, le temps de conservation du lait ni pasteurisé, ni UHT¹⁴, n'est que de trois jours au frigo. Il est donc difficile pour les gérants de s'occuper du stockage de ce produit. De plus, le goût prononcé du lait de ferme amène une certaine réticence du consommateur.
 - Yaourt: ce produit a une meilleure conservation, qui va jusqu'à trois semaines. De plus, il touche un public plus large, de par son goût plus standardisé que celui du lait de ferme. A notre connaissance, au moins cinq producteurs produisent du yaourt. Ils affirment être dans la mesure d'augmenter leur production, et donc fournir une quantité suffisante pour alimenter les magasins des environs.
 - Fromage: la conservation de ce dérivé du lait est encore meilleure que celle des yaourts. De plus, ce produit est plus identitaire d'une région, et sa diversité sur la zone analysée est élevée. Son problème majeur est l'essoufflement de l'offre: la fromagerie du Samson et celle du Gros-Chêne sont débordées par rapport à leur disposition en main d'œuvre et capacité de stockage, et doivent refuser de nouvelles propositions commerciales.

¹² Remarque: les vergers de la faculté de Namur sont plutôt utilisés pour la conservation de la biodiversité (pommiers hautes tiges) et pour la fabrication de jus avec les pommes ramassées lors de la maraude. Les autres vergers de pommes et poires ont une production marginale. La conservation de jus de pommes est meilleure, mais le problème de l'offre reste le même.

¹³ Agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire

¹⁴ Ultra-Haute Température

Cependant, les fermes productrices de fromage pourraient directement s'arranger avec les moyennes et petite distributions pour y commercialiser leurs produits.

- Glace : la vente de glace ne peut se faire qu'à condition de posséder un congélateur, ce qui n'est pas le cas dans tous les petits points de vente. Même dans les commerces de grande taille, cela nécessite de la place dans les congélateurs présents.
 - Beurre : ce produit est déjà présent, même en supermarché, car il y existe une demande importante pour le « beurre de ferme ». Cependant, les grands magasins ne mettent pas toujours la provenance locale de ces produits en évidence.
- Poulet : Pour les circuits courts, le poulet doit être élevé en plein air, l'image des batteries étant perçue comme négative par le consommateur. L'inconvénient du secteur de la viande est la rigueur des règles sanitaires, qui limite fortement son application aux circuits courts.

De nombreux produits locaux sont déjà en vente dans les magasins alimentaires de la région. Les gérants affirment que la demande pour ce type de produits est croissante. Par exemple, le Louis Delhaize de Maffe vend en moyenne 400 œufs de ferme par semaine (100% des ventes en œufs), ainsi que 15 Kg de beurre de ferme (25% du total de la vente en beurre) et 20 Litres de lait cru (10% de la vente totale), venant de producteurs locaux. Plus de la moitié des produits vendus dans ce commerce de proximité sont des produits locaux. Mais les points de vente ne mettent pas toujours assez en valeur le fait qu'elles proposent des produits locaux. Afin d'améliorer la communication, une solution serait l'arrangement d'étiquettes « produit local », qui les mette en évidence par rapport aux autres aliments, au sein du magasin. L'aspect local doit être privilégié, dans le centre du Condroz-Famenne, par rapport aux autres appellations de qualité différenciée (cf. Chapitre 6). A l'extérieur de l'établissement, il serait également intéressant d'indiquer qu'on y vend ce genre de produits, par exemple par l'apposition d'un écriteau mentionnant cela.

8.1.2. Yaourt fermier dans les cantines d'écoles

8.1.2.1. Avantages généraux

Tout en offrant les avantages des produits locaux, le yaourt fermier dans les cantines d'écoles échappe également aux principaux inconvénients reprochés aux circuits courts.

Comme il sera discuté dans la section suivante, la contrainte de coût est fortement réduite par l'existence d'une fourchette de prix arrangeant à la fois le producteur et les écoles.

Les contraintes de temps et d'accessibilité sont amoindries par la livraison des yaourts directement dans les écoles. Cela demande néanmoins une certaine organisation.

La méconnaissance et le manque d'intérêt du consommateur pour les circuits courts ne posent pas de problème puisque le yaourt ferait partie du menu proposés par les cantines. La mise en place du système demande néanmoins de sensibiliser les écoles et les associations de parents.

Enfin, le goût prononcé reproché à certains produits locaux par une partie des consommateurs est éliminé dans le cas des yaourts aux fruits.

Une discussion de la faisabilité de distribution d'autres produits que le yaourt dans les cantines d'écoles est reprise à l'annexe E. Dans certaines écoles, une organisation de collation est déjà mise en place sans frais pour l'école : un système de tournante où les enfants amènent une collation. Remplacer ce genre d'habitude par une collation payée par l'école n'est pas aisé, d'après les directeurs.

8.1.2.2. Analyse pratique

Le budget « alimentation » est une des grandes problématiques, surtout dans le sud de la zone étudiée. Selon les écoles visitées, le budget dessert varie entre 0,10 et 0,30€. Or, le prix du yaourt chez le producteur est de 0,50€ par pot de 100 grammes, ce qui reviendrait à 5€ par kilo. Néanmoins, ce prix peut être réduit selon le conditionnement : le prix du yaourt en seau fluctue entre 1,70 et 2,50 €/kg (Tableau 2) en fonction des producteurs¹⁵, transport non-compris. Pour des portions de 100g par enfant, cela revient à 0,17-0,25€ par élève, ce qui est acceptable pour les écoles. De plus, dans le cadre du programme « Lait école » de la Communauté européenne, les écoles peuvent bénéficier de subsides pour l'achat de lait et de ses dérivés. (Annexe D)

Les prix proposés peuvent augmenter dans une certaine mesure selon que le producteur doive, ou non, livrer l'école. Or, dans certaines écoles, la cuisinière n'est pas chargée de faire les courses (Annexe A). La livraison est alors nécessaire. Cependant, pour être rentable, les producteurs ne livrent que pour des quantités supérieures à 20 litres environ par livraison, ce qui équivaut à 200 portions de 100 grammes. Ainsi, les petites écoles doivent être plusieurs à se faire livrer sur un territoire restreint, ou se faire livrer pour plusieurs semaines et stocker le yaourt jusqu'à consommation. Il est donc nécessaire pour ces écoles de disposer d'assez d'espace de stockage réfrigéré, ce qui n'est pas toujours le cas. De plus, lorsque la cuisinière va acheter des yaourts en grande surface ou chez le producteur, elle n'est pas soumise aux réglementations de l'AFSCA. Par contre, un producteur qui livre les écoles doit garder les yaourts à une température inférieure à 7°C et donc posséder l'infrastructure adéquate.

¹⁵ Cette fourchette de prix a été évaluée en reprenant les prix de vente proposés par six producteurs interrogés, extrêmes non comprises (Tableau 2). Dans cette évaluation, un supplément de 0,20€ a été ajouté pour estimer le prix de yaourts aux fruits pour les producteurs ne produisant actuellement que des yaourts nature. Ces producteurs ne voient pas d'inconvénients à y ajouter des fruits si cela peut augmenter leur ventes.

Tableau 2 : Informations sur les producteurs de yaourt

		Producteurs compris dans notre zone					Producteurs hors zone
coordonnées	Nom	<i>Dessy (la Crémière)</i>	<i>Galet (Ferme Francesse)</i>	<i>Leboutte (Le p'tit Moressée)</i>	<i>Tasiaux (Ferme Tasiaux)</i>	<i>G&F. Vrancken (Ossogne)</i>	<i>Daco</i>
	Village	<i>Evelette (Ohey)</i>	<i>Sorée (Gesves)</i>	<i>Heure (Somme-Leuse)</i>	<i>Nattoye (Assesse)</i>	<i>Ossogne (Havelange)</i>	<i>Amonines (Erezée)</i>
Prix de base	Prix/litre yogourt nature (TVA comprise)	<i>1,50 €</i>	<i>2,65 €</i>	<i>1,60 €</i>	<i>1,30 €</i>	<i>2,00 €</i>	<i>2,50 €</i>
	Prix/litre yogourt aux fruits (TVA comprise)	<i>/</i>	<i>2,65 €</i>	<i>/</i>	<i>1,50 €</i>	<i>2,40 €</i>	<i>2,50 €</i>
Livraison	Prêts à livrer ?	<i>oui</i>	<i>oui</i>	<i>oui</i>	<i>oui</i>	<i>oui</i>	<i>oui</i>
	Qtté min.	<i>0 si ds circuit</i>	<i>50 €(20 L)</i>	<i>30 € (20 L)</i>	<i>10 L</i>	<i>50 L</i>	<i>20 L</i>
	Distance max	<i>Circuit (Assesse, Ciney, Dinant)</i>	<i>20-30 km</i>	<i>20 km</i>	<i>20-30 km</i>	<i>15 km</i>	<i>20 km</i>
	Prix de livraison	<i>0 € si sur le circuit</i>	<i>0 € si qtté vendue élevée</i>	<i>+ 6 € / 40 km parcourus</i>	<i>Forfait à calculer</i>	<i>0 € si qtté vendue élevée</i>	<i>Forfait à calculer</i>
Quotas de vente directe		<i>Non- problématique</i>	<i>Non- problématique</i>	<i>Non- problématique</i>	<i>Non-problématique</i>	<i>Problème : investissement</i>	<i>Non- problématique</i>
Camion réfrigérant ?		<i>Oui</i>	<i>?</i>	<i>?</i>	<i>Non (mais bac thermostatique)</i>	<i>Non</i>	<i>?</i>
Remarques		<i>Fait de la vente ambulante</i>	<i>Gentleman farmer ; primes : trop d'administratif</i>		<i>Yaourt depuis 2 mois ; estimations incertaines</i>	<i>Yaourt depuis peu ; estimations incertaines</i>	

NB : proches de la zone (non-exhaustif) : Daco (Amonines, à 25 km de Somme-Leuze), De Nijs-Lekane (Tihange, à 20 km d'Ohey)...

Il existe deux autres contraintes : certaines écoles se font livrer directement en plats préparés et ne disposent donc pas de matériel suffisant pour se faire livrer en seau de yaourt et le répartir par la suite ; les écoles doivent réaliser un appel d'offre¹⁶. Afin d'espérer que les producteurs locaux remportent le marché, il est possible de faire un cahier des charges reprenant certaines caractéristiques des produits locaux. Le lien avec un projet pédagogique nécessitant le déplacement du producteur à l'école peut être un point de ce cahier des charges.

A court terme, la distribution de yaourt dans les cantines d'écoles profiterait à cinq producteurs. Cependant, elle pourrait ouvrir de nouvelles portes à d'autres types de circuits courts.

¹⁶ Selon la politique de la concurrence, section marché public ; seule les écoles privées non subventionnées ne sont pas soumises à l'appel d'offre.

9. Quelles stratégies de développement adopter ?

La Figure 10 présente une description de l'effet projeté des leviers d'action. Il se décline en deux dimensions : l'axe horizontal place les éléments sur une échelle temporelle, alors que l'axe vertical les situe sur une échelle de priorité. Les ensembles contigus sont considérés comme équivalents dans leur degré de priorité ou de temps. De plus, ce schéma est additionnel au niveau temporel, c'est à dire qu'une action proposée à court terme est prévue pour perdurer à plus long terme.

Les actes à mener à court terme sont les actions à développer dans les mois qui viennent. Les projections sur le moyen terme sont des perspectives pour les années prochaines. Le long terme est estimé, quant à lui, pour un impact visible d'ici une dizaine d'années¹⁷.

Les réalisations considérées comme prioritaires sont celles qui nous paraissent plus importantes à développer dans l'immédiat, contrairement aux hypothèses complémentaires. Ces dernières risquent également de demander plus d'investissements.

Le sillage précédant certaines actions signifie qu'il nous semble utile de les développer dès à présent, mais que leur effet ne se marquera pas directement.

¹⁷ Choix arbitraire des périodes

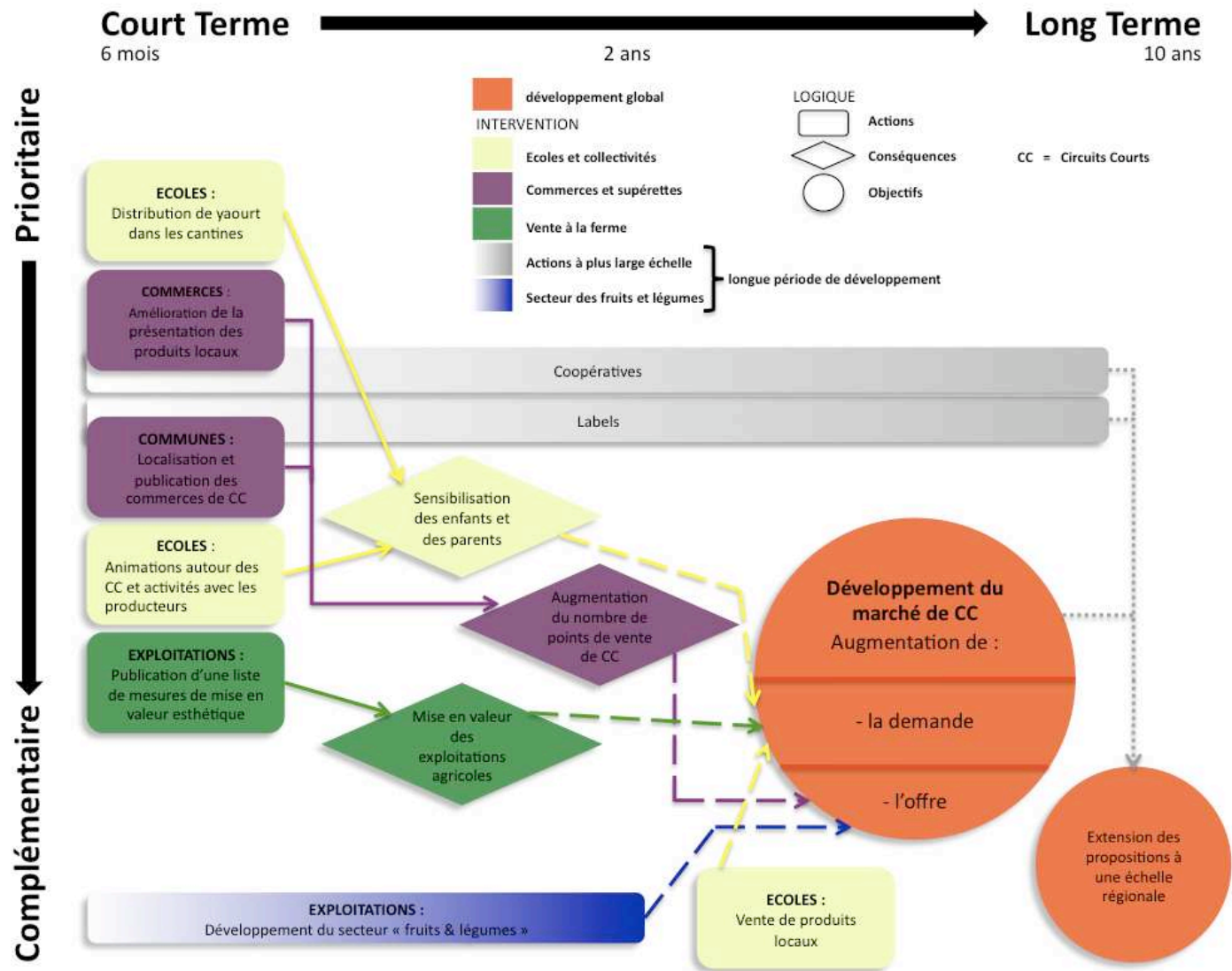


Figure 10: Schéma des scénarios de développement de circuits courts dans la périphérie namuroise condruzienne

9.1 Actions prioritaires

Les stratégies les plus importantes à développer dans l'immédiat sont la distribution de yaourt dans les cantines et l'amélioration de la présentation des produits locaux dans les commerces. Ces actions sont assez simples à réaliser et fournissent un bras de levier important pour le développement des circuits courts.

La distribution de yaourts à l'école vise à développer l'intérêt pour les produits locaux. Les parents seraient mis au courant de la provenance des yaourts distribués à leurs enfants. Cette communication de base permettrait, à moyen terme et dans un scénario plus optimiste, de sensibiliser les consommateurs aux circuits courts et ainsi d'augmenter la demande.

La mise en valeur des produits locaux dans les points de vente pourrait débiter par de simples panneaux indiquant la provenance de ces produits. Un signe extérieur pourrait également prévenir le client que des produits locaux sont disponibles à l'intérieur. L'indication des différentes marges sur le produit permettrait aux consommateurs de se rendre compte de la marge bénéficiaire du producteur par rapport aux intermédiaires. Malgré des investissements nécessaires plus conséquents, cette mesure permettrait au client d'accepter la différence de prix.

9.2 Actions complémentaires

Les actions complémentaires sont moins importantes ou plus difficiles à mettre en œuvre que les prioritaires, mais sont néanmoins utiles à l'amplification de l'effet de ces dernières. Il s'agit des actions suivantes :

- Mise en évidence, par les communes et les GAL, des commerces réalisant la vente en circuit court. Au niveau communal, une publicité sous forme de liste – ou mieux, d'une carte – des points de vente de produits locaux (magasins alimentaires, comptoirs, épiceries, boucheries, fermes) serait incorporée chaque année dans le journal communal. Dans un scénario plus optimiste, un site internet serait créé et mis à jour régulièrement avec le type de produits vendus, et reprenant un lien vers le site internet du producteur. Cette publicité inciterait les autres commerces à vendre des produits locaux. En outre, l'action des GAL est importante car elle lie plusieurs communes en un territoire cohérent, et touche les touristes, complétant ainsi l'action des communes, qui vise plutôt les habitants.
- Animations autour des circuits courts dans les écoles et activités avec les producteurs. En effet, un point important pour assurer la durabilité du système est la sensibilisation des enfants. L'action des yaourts distribués dans les cantines serait donc appuyée par différentes animations en classe, à propos des circuits courts. Dans un scénario optimiste, la réalisation d'une activité commune avec le producteur se ferait une fois par an, afin de ne pas alourdir le planning du

producteur. Au niveau des écoles, cette sensibilisation se ferait lors d'une année scolaire (par exemple la 4^{ème} primaire), afin de toucher tous les élèves au même âge, et une seule fois sur leur cursus primaire. Le déplacement des élèves à la ferme est une arme à double tranchant : la publicité peut être positive, mais elle peut également se révéler négative. Le déplacement des producteurs à l'école leur permet de faire connaître leurs produits et méthode de production aux enfants.

- Publication auprès des agriculteurs d'une liste de mesures possibles de mise en valeur esthétique des exploitations. Un bon aménagement de l'exploitation et ses alentours favorise l'image positive du produit qui y est fabriqué. De plus, certains de ces aménagements sont subsidiés par l'Union européenne dans le cadre du programme MAE¹⁸.

9.3 Scénario ambitieux

A moyen terme, le secteur « fruits et légumes locaux » devrait être développé. En effet, l'offre actuelle est faible, contrairement à la demande. Il serait donc possible de développer des types de circuits courts dépendant du secteur fruits et légumes. Néanmoins, le développement de ce secteur demanderait un travail d'encouragement d'envergure, à commencer dès à présent, et dont les effets ne seraient ressentis que dans plusieurs années.

De plus, à moyen ou long terme, une vente de produits locaux est envisageable à l'école, s'inspirant du système des paniers de « Hart en Boer¹⁹ ». Dans cette organisation, la réservation se fait par internet ou via une feuille de commande confiée aux élèves et remplie par leurs parents. Cependant, de nouvelles contraintes apparaîtraient, telles que le stockage des produits frais. En effet, l'emploi du temps des producteurs ne leur permettrait pas de passer dans les écoles à la sortie des cours et de remettre les paniers de produits laitiers en main-propre aux parents. Les institutrices que nous avons rencontrées ne souhaitent pas se charger de cette tâche. Il faudrait donc que l'école dispose d'espace suffisant dans un réfrigérateur afin que les parents viennent s'approvisionner directement. Ce système de distribution permet aux consommateurs de s'affranchir d'une sortie supplémentaire au supermarché et réduit également la contrainte liée aux horaires.

¹⁸ Mesures Agro-Environnementales

¹⁹ www.hartenboer.be

9.4 Changer d'échelle ?

Deux outils semblent essentiels à l'extension de ces actions à une échelle régionale :

Le premier est l'utilisation de labels. Malgré leur importance limitée au niveau local (cf. Chapitre 6), ils permettent de regrouper les agriculteurs et de promouvoir leurs produits à une échelle régionale. Ils renforcent l'image des produits de qualité par l'émergence de marques fiables.

Le second est le retour aux coopératives. La création de mini-coopératives permet aux agriculteurs de limiter leurs investissements en infrastructure et de bénéficier plus facilement d'aides (création de « syndicats »). Les petits exploitants sont mieux représentés et plus forts. Les coopératives permettent par ailleurs, tout comme les labels, de promouvoir l'image de produits de qualité à l'échelle régionale. Philippe Duvivier, vice-président de la FUGEA²⁰, a ainsi affirmé lors d'une conférence à Louvain-la-Neuve (17 novembre 2009), que le retour aux coopératives était un élément essentiel pour redévelopper le secteur agricole. Cependant, la coopération entre agriculteurs n'apparaît pas toujours aisée : certains agriculteurs y sont réticents et des problèmes d'organisation ainsi que de budget se posent lors des différents investissements.

Ainsi, pour le territoire étudié, les labels et les coopératives pourraient étendre la vente en circuits courts aux grandes villes alentours (Namur, Marche-en-Famenne, Dinant, Rochefort, Andenne et Huy), et potentiellement aux autres provinces de la Région wallonne. Les conditions de cette extension sont de vérifier la saturation du marché en circuits courts, et la compatibilité des leviers d'actions avec ces nouveaux territoires.

²⁰ Fédération Unie de Groupements d'Éleveurs et d'Agriculteurs

10. Les circuits courts, un avenir pour le Condroz-Famenne

Le développement de circuits courts constituerait un système efficace de diversification pour le développement du secteur agricole dans le centre du Condroz-Famenne. Ils offrent un revenu complémentaire au producteur et satisfont un certain nombre de besoins des consommateurs.

La demande en produits locaux est en effet en croissance, parce qu'une partie des consommateurs recherche une traçabilité des aliments, un mode de consommation respectueux de l'environnement, une certaine simplicité volontaire, une appartenance territoriale, des produits de caractère, un renforcement du tissu social, une solidarité économique par rapport aux producteurs locaux ou, dans une certaine mesure, un aspect récréatif. Cependant, certains circuits courts imposent au consommateur des contraintes de temps, de coût et d'accessibilité. De plus, le manque d'information, l'image parfois détériorée de la ferme et la recherche de produits standards par certains commerces et consommateurs compliquent l'extension de la demande.

Il existe dans le centre du Condroz-Famenne des exemples de chaque type de circuits courts présentés dans la typologie, mais leur répartition spatiale est fonction de la disparité du territoire. Ils ont des degrés de développement et d'efficacité variés. Le développement des circuits courts peut bénéficier du potentiel touristique de la vallée du Samson, du domaine de Chevetogne ainsi que de la proximité de Durbuy, mais elle doit s'adapter également au profil de l'habitant, mobile, qui travaille généralement dans les villes proches telles que Namur, Marche-en-Famenne et Andenne, et dont le revenu moyen est spatialement contrasté.

Ainsi, deux types de circuits courts sortent du lot. La vente de produits locaux dans la moyenne et petite distribution et la distribution de yaourt fermiers dans les cantines d'école. Le premier se libère de la contrainte de temps et d'accessibilité par la localisation des produits dans des établissements fréquentés par le consommateur. Dans le centre du Condroz-Famenne, les produits locaux sont déjà présents dans de nombreuses surfaces commerciales, mais ils sont souvent noyés parmi l'ensemble des marchandises. Il est donc nécessaire de mieux les mettre en évidence.

La distribution de yaourts locaux dans les cantines d'école est rendue possible par l'existence d'une fourchette de prix acceptable pour le producteur et le consommateur. Cela demande néanmoins une adaptation à certaines contraintes pratiques, telles que la livraison et le stockage des produits. Ces contraintes peuvent toutefois être levées par une partie des producteurs et des écoles.

A long terme, ces actions permettraient, par l'amélioration de la communication et la sensibilisation des élèves et de leurs parents, de développer d'autres types de circuits courts dans le

centre du Condroz-Famenne. Elles devraient cependant être soutenues par des interventions complémentaires telles que la publication par les communes d'une liste répertoriant les commerces, l'organisation d'animations sur le thème des circuits courts dans les écoles, ainsi que la publication d'une liste de mesures de mise en valeur esthétique des exploitations agricoles. En outre, un soutien aux coopératives et une utilisation judicieuse des labels constitueraient un support pour l'extension des circuits courts à une échelle régionale.

11. Références

- Assesse, commune d'. *Enseignement*. 2009. www.assesse.be/commune/services-communiaux/enseignement (accès le novembre 10, 2009).
- Ciney, Administration générale de. *Ciney*. 2009. www.ciney.be (accès le novembre 10, 2009).
- Delhaize, groupe. *aldi delhaize*. www.proxy-delhaize-nivelles.com/pdf/aldi_delhaize.pdf (accès le novembre 2009).
- fermes gourmandes*. 03 mars 2009. www.fermegourmande.be (accès le octobre 2009).
- Gesves, commune de. *Les écoles*. 2009. www.gesves.be/pages/gesves212.asp (accès le novembre 10, 2009).
- Hamois, commune d'. *Enseignement communal*. 2009. www.hamois.be/vie-pratique/enseignement/lenseignement-communal.be (accès le novembre 10, 2009).
- Havelange, commune d'. *Etablissements scolaires*. 2009. www.havelange.be/index_good.php?page=551 (accès le novembre 10, 2009).
- Portail de l'agriculture wallonne*. 2009. http://agriculture.wallonie.be/apps/spip_wolwin/article.php3?id_article=77 (accès le octobre 2009).
- «Recensement agricole.» 2007.
- samson, compagnons du. *Les compagnons du samson*. 09 novembre 2008. www.lescompagnonsdusamson.com (accès le octobre 2009).
- Somme-Leuze, commune de. *L'enseignement communal*. 2009. www.somme-leuze.be/index.php?s=2&rs=9&uid=634&lg=fr (accès le novembre 10, 2009).
- wallex. *Décret relatif à la promotion de l'agriculture et au développement des produits agricoles de qualité différenciée*. 19 décembre 2002. <http://wallex.wallonie.be/index.php?doc=14> (accès le novembre 16, 2009).

Ancion, Frédéric, Olivier Harmignie, et Bruno Henry de Frahan. *Filières de qualité différenciée en Wallonie : Etat des lieux et analyse*. Louvain-la-Neuve: Unité d'Economie Rurale, Faculté d'Ingénierie Biologique, Agronomique et Environnementale, Université Catholique Louvain-la-Neuve, 2004.

Bodson, D. «Sociologie rurale et aménagement du territoire.» *Cours BRAT 2103*. Louvain-la-Neuve, 2008.

Burny, Philippe, Damien Winandy, et Guy Spoiden. «Dossier qualité différenciée.» *Les nouvelles de l'automne*, 4e trimestre 2003: 11-26.

Dr. Dusquesne, B. «Des appétits nouveaux pour les produits de terroir ?» *Observatoire de la consommation alimentaire*, 2008.

Hanin, Y. «Aménagement des espaces ruraux et périurbains.» *Cours BRAT 2101*. Louvain-la-Neuve, 2008.

Henry de Frahan, Bruno. *Politique agricole et rurale, manuel de cours*. Louvain-la-Neuve: Diffusion universitaire CIACO, 2008.

Moustier, P. «La diversification comme réponse au marché. Illustration par le cas du maraichage en Afrique sub-saharienne.» Dans *Place de l'agriculture fruitière et de l'horticulture dans la diversification agricole*, de P Moustier. Montpellier: cirad-fhlor, 1997.

Ohey, commune d'. *Enseignement*. 2009. www.ohey.be/vivre.php (accès le novembre 10, 2009).

Sylvander, B. «Avis sur la notion de qualité.» Dans *Rapport pour le Conseil National de l'Alimentation*. 2002.

Sylvander, Bertil, interviewer par Virginie Amilien. *Antropology of food* (4 mai 2005).

Yung, J.M. «Les stratégies des producteurs.» Dans *Le développement agricole au Sahel*, de P.M. Bosc, 277-295. Montpellier: Cirad, 1992.

Annexes

Annexe A : Comptes-rendus des sorties sur le terrain

1	Compte rendu de la visite du 02/09/09	52
1.1	Ciney.....	52
1.2	Ohey.....	52
1.3	Gesves	53
1.4	Assesse	53
1.5	Rencontre avec une agricultrice d'Evelette (Ohey)	54
1.6	Les délices fermiers - Petry à Nettinne (Somme-Leuze)	54
1.7	Informations supplémentaires.....	54
1.7.1	La vallée des saveurs (Ciney, Hamois, Havelange et Somme-Leuze)	54
2	Compte rendu de la visite du 07/10/09	55
2.1	La crèmière	55
2.2	La ferme Galet.....	57
2.3	Pierre Lhoas et ses 200 cucurbitacées	57
3	Compte rendu de la visite du 10 novembre 2009	58
3.1	«Cheval, entre raison et passion ».....	58
3.2	Ecoles	58
3.2.1	Constats généraux	58
3.2.2	Visites.....	58
3.2.3	Magasins :.....	59
4	Compte rendu des visites du 20 et 23 novembre 2009	61
4.1	Ecole Communale de l'Envol (Faulx-les-Tombes)	61
4.2	Ecole Libre St Joseph (Gesves)	62
4.3	Ecole Communale Sart-Bernard, EC Assesse, EC Maillen (Sart-Bernard, Assesse, Maillen)	63
4.4	Institut St Joseph (Ciney)	63
4.5	Ecole Fondamentale Communale spécialisée (Ciney)	64
4.6	Ecole Fondamentale Barsy Flostoy (Flostoy)	65
4.7	Ecole Les capucines (Ciney).....	65
4.8	Ecole fondamentale d'Ohey (Haillot, Perwez, Evelette).....	65
4.9	Ecole communale de Natoie	65
5	Prix des yaourts	66

Annexe B: Description des différents modes de circuits courts

1	Déplacement du producteur vers le consommateur	67
1.1	Le panier avec contrats	67
1.2	La tournée ambulante.....	68
1.3	La vente par correspondance	68
2	Déplacement du consommateur vers le producteur	69
2.1	La vente à la ferme et libre récolte	69
2.2	La restauration à la ferme.....	70
2.3	Les événements individuels	70
2.4	Les événements collectifs	70
3	Déplacement simultané du Producteur et du Consommateur en un lieu de rencontre commun.....	71
3.1	Les marchés.....	71
3.2	Les événements collectifs	71
4	Intervention d'un intermédiaire.....	71
4.1	Les comptoirs	71
4.2	La restauration	72
4.3	Les collectivités	72
4.4	La petite ou grande distribution	73
4.5	Les paniers touristiques	73

Annexe C: Les différentes indications de la qualité

1	Marque collective.....	74
2	Signe de qualité, ou label	74
1.1	Signes « officiels » de qualité.....	74
1.2	Signes « non officiels » de qualité.....	76
1.3	Marques commerciales.....	77
1.4	Marque « de qualité » de distributeurs et de producteurs par filière.....	77
3	Démarche de qualité et certification	77
4	Les filières.....	78
4.1	Secteur volaille	78
4.2	Secteur porcin	79
4.3	Secteur bovin	79
4.4	Secteur végétal	80

Annexe D: Subsidés

1	Lait école.....	81
2	Fruits et légumes à l'école.....	82

	Annexe E : possibilité de développement de produits fermiers dans les cantines d'écoles.....	83
--	---	-----------

Annexe A : Comptes-rendus des sorties sur le terrain

Cette annexe est constituée de notes des interviews prises à la volée sur le terrain, d'impressions sur l'ambiance des villages, d'observations directes, de remarques de personnes ressources. Elle constitue une première base pour des recherches ultérieures, et a été complétée par de nombreuses informations récoltées à l'aide d'appel téléphonique. Ainsi, parmi les producteurs de yaourt, nous avons contacté Me Dessy, Mr Galet, Mr Leboutte, Me Daco, Mr Tasiaux et Mr G. Vrancken. Parmi les autres producteurs, nous avons téléphoné à Mr Remacle, Mr H. Vrancken, la ferme Kallen, Mr Lefèvre, Mr Szöke, les saveurs paysannes, Mr Me Pirsoul, Mr J. Jansens, le pré gourmand et Mr Rocheux. Diverses personnes ont également été consultées : un représentant des vergers de la Faculté universitaire Notre-Dame de la paix, Pascal du jardin de pascal, le grossiste Rondeaux, Mr De Schryver, le gérant de la ferme gourmande, un responsable de la caserne militaire de Marche-en-Famenne ainsi que Me Deprete (échevine de Ciney)

Cette annexe n'est pas rédigée de manière formelle.

1 Compte rendu de la visite du 02/09/09

1.1 Ciney

- Marché couvert : c'est un marché aux bovins, organisé tous les vendredis au Marché couvert de Ciney. En général, il y a 3000 bêtes à vendre. Aujourd'hui il y en a 2582, juste des vaches et taureaux ! Le public est belge ou hollandais. On remarque la présence de beaucoup d'hommes, quelques femmes (relativement jeunes !), pas mal de jeunes (même de notre âge !). Ce sont surtout des habitués, qui reviennent chaque semaine.

- Ville : Nous remarquons la présence d'un zoning commercial en périphérie (Aldi, Colruyt, Décorama, ...), de quelques pharmacies, boulangeries, restaurants,... Egalement une école humanité (général, technique et professionnel, en internat ou externat), un centre culturel et sportif, un bureau de poste, un château,...Le marché se fait un lundi sur deux sur la place de l'église. Il y a une « route de la guerre de la vache » et un « circuit Charlemagne ». Notons également la présence d'énormément de lotissements et nouvelles maisons en périphérie.

1.2 Ohey

- Arrivée : en périphérie, il y a beaucoup de belles grosses fermes, masses boisées, lotissements, nouvelles maisons,...

- Ville : Nous comptons 4 lignes TEC mais beaucoup de restrictions (passage juste le mercredi,... et peu !). Nous remarquons également une Pizzeria, un « écomarché », un vétérinaire, une pharmacie, une pépinière, un poste de police, la poste, un café, un centre sportif, un hôtel, une boulangerie,...mais ça reste un village ! Présence de belles grosses maisons de maître. Il n'y a pas de marché (le plus proche est à Andenne le vendredi matin ou Jambe ou Namur), y a eu des tentatives de marché à Ohey il y a 3-4 ans mais y avait pas assez de produits.

- Commune : Nous avons rencontré deux jeunes conseillères en environnement, ainsi qu'un forestier qui s'occupe du tourisme,... ce qui est quand même beaucoup de personnes consacrées à ce thème pour une petite commune ! Il existe pas mal de produits locaux mais ils ne sont pas beaucoup commercialisés, il n'y a pas de stratégie mise en place (y a juste 1 ou 2 projets de paniers de légumes qui fonctionnent ainsi qu'un potager communautaire)

Produits : la boulette de Huy (fromage), la bière de filée, la forestine, les jus de fruits (une personne qui a des vergers fait des jus avec son surplus), ferme calène à Jalhay (boucherie), fermier Bio (= Mr Devillers), courges du jardin de Berthure (Pierre Loahs), poulets de ferme à la filée, foie gras,...

Logement : une centaine de lits occupés toute l'année, surtout des gîtes (ruraux ou agricoles, pas mal de fermiers qui se diversifient)

Restauration : une pizzeria et un snack-frite.

1.3 Gesves

- o Arrivée : Il y a également beaucoup de lotissements et de nouvelles maisons (situées loin du centre...le village est fort étendu, ce n'est pas facile de s'y retrouver, il n'y a pas beaucoup de cohérence au sein du village, ni beaucoup de monde dans ces quartier lointains,...), et beaucoup de terrains à vendre !

- o Ville : la Poste, 5 lignes de bus (mais restrictions), une Dexia, ...

Produits : Il y a beaucoup de produits locaux (une balade trappiste par exemple) et la commercialisation est pas mal avancée (comptoir de produits frais (légumes, fruits) et charcuterie artisanale en face de la maison communale) mais le marché du terroir d'il y a 4 ans n'a pas fonctionné par manque de diversité dans les produits proposés.

Nous remarquons un haut taux d'immigration de gens urbain mais avec un goût pour le retour partiel au rural (panier bio, ...)

Agence de Développement Local : il existe les paniers du CPAS (depuis 20 ans et ça marche, avant c'était déposé devant les portes, maintenant il faut aller les chercher. Ils ont parfois des excédents de légumes et ne savent qu'en faire...), il y a également des produits laitiers à la ferme de Francesse à Sorée (lait, beurre, fromage, œufs,...), elle a un camion-frigo de vente ambulante et apporte aux commerçants locaux ! (!! produits extérieurs mais transformation locale !!), il y a aussi du miel en vente directe et aux petits commerces, ...

Il n'y a pas de vente directe avec la viande parce que les conditions de l'AFSCA sont trop contraignantes. Mais y a une forte demande ! Mme MF Paulet et son mari ont un nom « Meritus » et aimeraient faire de la découpe locale mais y a beaucoup de contraintes officielles (contrôle, sanitaire,...)

On nous donne l'idée de faire un cahier de charge avec toutes les contraintes réelles pour rassurer les producteurs, car beaucoup de ceux-ci se font des idées/peurs... pareillement au niveau des gîtes (extincteurs,..) parce que beaucoup pensent que c'est difficile et contraignant (couts fiscaux, contrôles,...) !!!

Le 3^{ème} dimanche d'octobre, il y a la maraude au centre d'Ogimont (libre récolte gratuite de fruits dans les vergers) => ils font des jus avec, distribués gratuitement, remplis dans bouteilles sous vide qui se conservent 1 an !

1.4 Assesse

La maison communale était fermée, il n'y a pas de friterie, plein de nouvelles maisons...

1.5 Rencontre avec une agricultrice d'Evelette (Ohey)

Nous avons été attirés par une pancarte affichée sur l'exploitation le long de la voirie. Ce panneau stipulait la possibilité d'acheter du beurre et du lait sur l'exploitation. Nous avons ainsi rencontré la propriétaire de la ferme. Elle et son mari travaillent à temps plein sur l'exploitation. Elle ne dispose d'aucun label pour ses produits. Elle ne souhaite pas avoir de problèmes avec l'AFSCA si elle diversifiait son activité. Pour elle, l'AFSCA exige une gestion administrative trop compliquée, il y a trop de « paperasse » à remplir. La ferme est assez rustique. Le matériel présent a été acheté au début des années 80. Ils ne comptent plus faire de gros investissements d'autant plus qu'ils n'ont pas d'enfant susceptible de reprendre l'exploitation et qu'ils ne souhaitent ni s'agrandir ni diversifier leur production.

Ils ne vendent que du beurre et du lait à la ferme. Cette activité ne leur rapporte que 5 à 10% de son revenu total et cela leur convient amplement. La clientèle de cette vente directe est composée essentiellement de touristes de passage. Ils vendent donc majoritairement leurs produits le week-end ou en période de vacances scolaires. Ils pensent que les récentes manifestations suite à la crise du secteur laitier ont redoré le blason des agriculteurs auprès de l'opinion publique. Elle espère que ce sentiment va perdurer le plus longtemps possible.

1.6 Les délices fermiers - Petry à Nettinne (Somme-Leuze)

Le magasin « aux délices fermiers » se situe au sein d'une jolie ferme dont l'aménagement extérieur est soigné. Il a ouvert en août 2009. De grands investissements ont été consentis pour que le magasin soit aux normes exigés. Un frigo de stockage à 4°C, un étalage frigorifié à 12°C, la pose d'un carrelage adéquat, un point d'eau... Madame Petry était institutrice à temps plein mais elle s'occupait également de la comptabilité de la ferme. Elle a toujours eu l'envie d'ouvrir un commerce. Sa perte de motivation pour l'enseignement et l'envie de diversifier encore les ressources de l'exploitation ont entraîné le choix d'ouvrir ce magasin qu'elle appelle elle-même « épicerie du terroir ». En effet, outre les produits issus de son exploitation (porc plein air, produits laitiers...) elle propose de vendre des produits dits de terroir venant d'autres exploitations : beurre, miel, poulet fermier, biscuit, œufs, foie gras, alcools... Elle regrette cependant ne pas savoir se fournir en pain car elle estime que c'est un produit phare pour lequel les gens seraient amenés à revenir à l'épicerie.

Un gîte rural dont le taux de réservation est assez conséquent surtout pendant les vacances d'été est encore une autre source de revenus. Elle signale que les agriculteurs sont vraiment à bout de nerf pour le moment que le grand public les considère de moins en moins. La crise du lait et les grèves qui en découlent ont apporté un regain pour les produits fermiers et elle veut profiter à tout prix de cette publicité. Elle compte faire de la publicité avec ses dépliants d'information sur les marchés et vient de remettre à jour son site internet : www.delicesfermiers.be

1.7 Informations supplémentaires

1.7.1 La vallée des saveurs (Ciney, Hamois, Havelange et Somme-Leuze)

1. Nombreuses balades gourmandes organisées par les collectivités de la région (ex : école de Bonsin le 27/09, la confrérie du tilleul à Somme-Leuze...)
2. Fête du fromage de Maffe : elle commence à prendre de l'ampleur même hors du territoire communal
3. RAVeL qui passe au Sud du territoire étudié pour ce projet qui relie Ciney à Somme-Leuze

4. Brasserie du Bocq : elle se situe à Spontin, juste à la limite du territoire étudié. Visites possibles

5. Golfermier : les propriétaires de la ferme de la Bourgade à Heure ont créé un golf au milieu des vaches et ont ouvert un gîte à la ferme ainsi qu'un restaurant aux produits locaux. Ils vendent aussi leurs produits laitiers directement à la ferme.

6. Les délices fermiers : Magasin à la ferme de produits locaux et/ou fermiers situé à Evelette

7. Plusieurs exemplaires du petit journal du GAL (initiative aujourd'hui à l'arrêt)

8. Guide de la vallée des saveurs : introduction sur les 4 communes qui composent le GAL. Guide assez complet comprenant une liste des fermes, des confréries locales ou autres collectivités fournissant voire produisant des produits du terroir (+ apiculture, bière, glace artisanale...) Il comprend également un lexique reprenant de nombreuses ballades, d'activités spécifiques à chaque commune (marché, fête de village...), des musées et un listing complet des différents lieux d'hébergement (camping, chambres d'hôtes, gîtes ruraux et hôtels). Une liste reprenant les sites et bâtiments intéressants au niveau du patrimoine.

9. Guide VTT au pays des vallées : 5 grandes randonnées sur le territoire de la province de Namur (une particulièrement dans la région qui nous intéresse)

10. Fromage BIO en Wallonie : 3 fromages recensés aux alentours du territoire étudié (dont un à la fromagerie du Méan)

11. deux folders de chambres d'hôtes avec diverses activités proposées (randonnée à cheval par exemple); des menus ou des paniers pour pique-niquer avec des produits dits du terroir sont même proposés

2 Compte rendu de la visite du 07/10/09

2.1 La crèmière

Mme Dessy et son mari ont repris l'exploitation existante il y a 11ans. Ils sont hébergés gratuitement (sauf charges) dans un ancien presbytère à Evelette sur la commune d'Ohey. Mme Dessy a suivi une formation en cours du soir dans le domaine agricole. Au départ, elle vendait des glaces préparées à base du lait issu de son exploitation laitière sur les marchés de Crupet et de Gesves. Vu le succès encouru par cette première expérience, et suite aux demandes de certains de ses clients, elle se lance alors dans la vente de produits laitiers qu'elle amène directement aux consommateurs avec une camionnette. Pour constituer sa première tournée, elle a fait du porte à porte pour susciter l'intérêt des clients potentiels et a du vérifier qu'elle ne se mettait pas en concurrence avec les agriculteurs voisins qui avaient, eux aussi, leurs tournées et leurs clientèles. Au départ, cette tournée ne s'effectuait uniquement que dans quelques villages pour s'agrandir progressivement.

Actuellement, le parcours de sa tournée totalise plus de 100km et traverse les villages de Florée, Assesse, Spontin, Evrehailles, Warnant, Anhée, Wespain, Dinant, Sorinnes, Foy-N-Dame, La Plante et la ville de Ciney. Elle complète cette activité avec une vente ponctuelle sur les marchés de La Plante et de Sombreffe. Une fromagerie et une boucherie de Ciney ainsi qu'une épicerie à Gesves sont encore des commerces où ses produits sont vendus. Les nouveaux clients apparaissent, au départ, par curiosité ; puis, le « bouche-à-oreille » permet de toucher de plus en plus de gens. La fidélisation, selon elle, ne peut se faire que si le produit est de qualité constante. En effet, elle ne

peut se permettre de vendre une marchandise de moins bonne qualité sous peine que sa réputation soit atteinte et que la publicité via ce même « bouche-à-oreille » ne soit alors négative. En circuit court, les clients doivent être satisfaits tout de suite pour qu'ils reviennent. Il n'existe pas de droit à l'erreur sinon ils ne retournent plus acheter ses produits.

D'un point de vue organisationnel, Mme Dessy nous témoigne alors qu'il devient de plus en plus difficile de combiner une tournée de plus en plus longue, son travail à la ferme et son rôle de maman de 6 enfants. Heureusement, son deuxième garçon âgé de 20 ans suit des études d'agriculture à Ciney et l'aide environ 3 jours par semaine sur l'exploitation. Elle ne veut pas non plus engager un ouvrier pour effectuer les tournées à sa place car elle a peur que ses clients ne s'habituent pas à ce changement. Une perte de visibilité entre le producteur et le consommateur est aussi évoquée par Mme Dessy pour réfuter ce choix.

Mme Dessy possède un quota laitier de 200000 litres dont 50000 sont écoulés en vente directe. L'idéal, selon elle, serait d'écouler l'entièreté de ses quotas en vente directe mais, plus raisonnablement, elle se fixe le but de 100000l en vente directe. Il faut, en effet, savoir que le litre de lait vendu aux laiteries rapporte aux alentours de 20 cents alors qu'un litre de lait écoulé en vente directe vaut 80 cents. De plus, Mme Dessy réalise elle-même d'autres produits transformés au départ de son lait comme du beurre, du fromage, du riz au lait ou encore de la crème fraîche. Ces produits présentent alors une plus grande valeur ajoutée mais nécessitent une mise aux normes adéquate pour le transport et la conservation (AFSCA). En effet, au départ, elle ne disposait pas d'un camion frigorifique. Mais pour s'adapter à certaines exigences, elle a du investir dans l'achat d'un tel moyen de transport.

Mme Dessy nous a alors expliqué que son exploitation était « naturelle » et ses différences d'avec une exploitation biologique ou industrielle. Elle ne souhaite pas disposer d'un label bio. Elle n'en éprouve pas le besoin car elle estime que son mode de production respecte l'environnement et permet de fabriquer un produit sain de qualité. Elle regrette, cependant, la mauvaise information sur ce genre d'exploitations. En effet, les fermes biologiques et industrielles sont pour elle une minorité en comparaison de toutes celles qui produisent au naturel. Les médias ne relèvent généralement que le côté négatif du monde agricole. L'image des agriculteurs est alors bafouée aux yeux du public. Heureusement, pour Mme Dessy, la crise a apporté une autre vision de la situation. Le public s'intéresse de nouveau aux produits fermiers. Elle espère que cet élan positif va pouvoir perdurer dans le temps.

L'AFSCA est aussi pointé du doigt par l'agricultrice. Elle trouve qu'il est nécessaire que cette agence existe mais elle dénonce également certains abus. A terme, elle projette d'ouvrir un magasin en vente directe à la ferme. Elle propose déjà des produits d'autres producteurs de la région wallonne (pommes, fromages...) qui diversifient son offre. Les consommateurs sont sensibles à cette diversification. Cependant, ils attachent plus d'importance sur le fait que le produit est wallon, que sur l'aspect vraiment local d'un produit fabriqué dans une commune avoisinante de l'exploitation. Ces mêmes produits pourraient achalander son futur magasin. Mais la première cause actuelle, outre l'aspect financier, de la « non-réalisation » de ce projet est la mise aux normes et les dossiers administratifs de l'AFSCA. Elle envisage également une coopération avec les écoles du village pour écouler certains produits et peut-être toucher de nouveaux clients. Elle nous relate enfin sa déception sur le manque d'encadrement à la suite du lancement du marché de Gesves et Assesse organisé par le GAL du pays des tiges et chavées.

2.2 La ferme Galet

La ferme de Mr Galet est assez imposante. Les dimensions de son exploitation avec ses terrains agricoles recouvrent 250ha dont 200ha de cultures. Mr Galet possède aussi d'autres terrains agricoles en France qu'il exploite également. Le quota laitier dont il dispose s'élève à 526 000 litres. Il a cependant reloué des quotas à d'autres agriculteurs car il n'a pas encore reçu l'autorisation de construire sa nouvelle infrastructure de stockage alors qu'il détient déjà les vaches laitières. Mr Galet travaille dans son exploitation en plus de sa femme, sa fille, son beau-fils ainsi que 2 ou 3 ouvriers à temps plein selon les saisons.

De récents travaux ont été effectués pour l'aménagement d'un magasin en vente directe. L'achat d'un nouveau pasteurisateur permet aujourd'hui la fabrication de yaourts. 5 saveurs sont déjà vendues (1nature + 4 aux fruits) en plus d'un fromage typique, « la boulette », qui se décline en 3 variétés, ainsi que des traditionnels fromages blancs, lait et autres beurres. Le foie gras d'une exploitation de la région (Ohey) est également en vente. Il livre également directement des magasins aux alentours.

Des contacts avec le bourgmestre ont aussi été pris, de son initiative, pour vendre des yaourts aux écoles de l'entité. Un marché qui représente 2000 élèves. Mr Galet est, de manière générale, régulièrement en contact avec les autorités locales, le GAL des tiges et chavées et même l'AFSCA. Il a d'ailleurs contacté cette dernière avant de commencer la construction du magasin de vente directe pour qu'il soit directement aux normes. Pour sa fille, l'AFSCA ne se présente pas comme un frein administratif pour la réalisation de leurs projets. Il n'y a généralement qu'un simple formulaire en plus par an à remplir pour se mettre aux normes.

Ils ne souhaitent cependant pas en rester là et comptent encore se développer. Mr Galet nous parle ainsi de son souhait de vendre directement ses produits en grande surface, sans pour autant devoir passer par la maison mère. En effet, ils voudraient se mettre directement en relation avec le gérant du magasin afin de ne pas perdre une marge importante de revenus sur le produit vendu. Cela imposerait alors que chaque producteur, ou chaque groupe de producteurs pour ceux d'entre eux qui voudraient s'associer, possède sa propre étiquette.

2.3 Pierre Lhoas et ses 200 cucurbitacées

Pierre Lhoas est un horticulteur résidant à Ohey le long d'une route fréquentée (Chaussée de Ciney). La situation de son exploitation est beaucoup plus centrale que les deux autres fermes dont on parle ci-dessus. Il cultive essentiellement des cucurbitacées pour lesquelles il voue une véritable passion. Son activité tourne autour de la fête de la courge qu'il organise lui-même le dernier week-end de septembre. Il en est à la 9ème édition qui a, cette année, attiré plus de 4000 personnes sur son domaine. Au départ, il a fonctionné avec le « bouche-à-oreille » puisque la première édition n'avait compté qu'une centaine de personnes. Il aménage et crée également des jardins. 75% de son chiffre d'affaire est d'ailleurs issu de ce travail. La vente de cucurbitacées ne représente donc que les 25% derniers et se réalise essentiellement le week-end de la fête de la courge. Il ne constate pas un effet Halloween sur ces ventes. L'entreprenariat de jardin est donc une activité vitale pour lui.

Mr Lhoas est très attaché aux valeurs écologiques qu'il tente de transmettre lors de la visite de nombreux groupes scolaires qu'il accueille régulièrement dans son exploitation. Il est très proche de ses terres et est très fier du travail qu'il a accompli surtout que sa situation familiale au départ était assez difficile. Il est aussi très critique en général sur les modes de production et de consommation

des produits issus de l'agriculture. Il souhaiterait un retour aux anciennes pratiques de consommation des produits à la ferme bien qu'il soit sceptique sur la réussite du circuit court. Il parle des difficultés de mise en place des différentes propositions émanant du GAL des tiges et chavées. Le festif est pour lui la seule démarche rentable qui permet de sensibiliser et de décaler un maximum de personnes. Cependant, il aimerait arrêter l'année prochaine l'organisation de la fête de la courge en nous signalant que c'est beaucoup d'énergie et d'efforts pour pas grands choses d'un point de vue économique. La réalisation de parcs et de jardins est beaucoup rentable pour lui et moins éreintante que la production de courges.

3 Compte rendu de la visite du 10 novembre 2009

3.1 «Cheval, entre raison et passion »

Séminaire du Réseau wallon de Développement Rural organisé avec la collaboration et sur le site de l'Ecole provinciale d'Élevage et d'Équitation de Gesves.

Selon Elodie Dispaux (Fédération du Tourisme de la province de Namur), la filière équestre est surtout développée au niveau sportif, compétitif, mais pas encore beaucoup point de vue loisir...L'idée de développer des paniers en lien avec les balades équestres n'est donc pas à développer.

3.2 Ecoles

3.2.1 Constats généraux

- Les écoles ne peuvent normalement pas vendre de produits, sinon elles doivent avoir une caisse noire...Les produits doivent donc être payés à la base, soit par l'association des parents, soit par la commune, soit par des subsides, ...
- On constate un manque flagrant d'information ; certaines écoles ont « entendu parler », d'autres même pas du programme « lait école »
- Souvent, ce sont les parents qu'il faut convaincre et pas écoles, ni élèves...
- Distinction de 2 zones : au nord, communes plus riches => la question du budget n'est pas abordée (programme lait-école,...) ; au sud, c'est le principal frein !

3.2.2 Visites

- St Joseph (Gesves) : ils distribuent déjà une fois par semaine de la soupe, faite par une mère (elles se relayent à plusieurs), avec les légumes qui proviennent du CPAS de Gesves, payés par l'association des parents ;
Tous les jours : collation collective ; un élève apporte la collation pour toute la classe (selon un thème imposé: fruit, laitier, salé, sucré, ...), local ou pas local, ce sont les parents qui choisissent.
- Ecole fondamentale (Gesves) : ils ne font rien de spécial...ils parlent d'un manque d'info sur ce qui existent...ils sont intéressés par être mis au courant et faire éventuellement quelque chose... (sans caisse noire !)
- L'envol (Faulx-les-Tombes) : ils participent à la « journée pomme » (organisée par ASBL « green » : « apprendre à vivre durablement ») depuis 3 ans...la première année, ils sont allés cueillir dans un verger proche ; la suivante ils ont payé un producteur proche pour qu'il amène

des pommes ; mais cette année, c'était simplement chaque élève apporte sa pomme (donc, plus du tout local...) par manque de temps, difficulté d'organisation

A la cantine, ce sont des produits de la région (de la boucherie, boulangerie, endroits du coin), mais la directrice est nouvelle et nous dit elle-même qu'elle n'est pas trop dans les règles... Elle pense qu'il vaut mieux faire vivre les gens aux alentours...

Ils ont déjà essayé de distribuer des produits bio aux enfants, mais le frein provient des parents, qui pensent que « bio = écolo », et donc les parents qui ne sont pas écolos freinent...

- Internat (Ciney) : 2 grossistes livrent tout : Valfrais va chercher la viande directement de l'abattoir de Ciney. Rondeaux (Hamois mais produits de grossistes éloignés) livre les fruits et légumes (1 fois par semaine). Ils utilisent du lait tous les matins pour le petit déjeuner de 50 internes (matin et soir) mais sont serrés au niveau du budget.
- Ecole Jules Delot (Ciney) : 2 cuisines (Ciney + Havelange), 350 repas/jours sur 950 élèves. Ils ont un fournisseur, mais le cuisinier fait des études de marché pour voir le rapport qualité/prix. (Le fournisseur de fruits et légumes est Mr Rondeaux de Hamois)
Programme Lait-école : contrat avec la RW, faut des fournisseurs agréés et cherchent le moins cher (Flandre). => commande à part de leur fournisseur habituel.
La commune de Ciney (grâce à l'échevine Christine Deprette) propose des subsides pour distribuer de la soupe gratuite une fois par semaine dans les écoles communales (0,18€ par enfants). L'école Jules Delot le fait déjà pour les maternelles (pas plus pour le moment car trop compliqué logistiquement) depuis 1 mois, pour la collation de 10h, 1 jour par semaine.
Programme « Fruits et légumes à l'école » : pas mis en place mais ils organisent déjà 1 fois par semaine la journée fruit (chacun amène un fruit de chez lui pour le 10h).
Problème pour toutes ces idées : Coût ! C'est la crise pour tout le monde...
Idée : créer un projet d'école, tous les cours tournent autour,... ça empêcherait les parents de râler ou d'empêcher (allergies inventées,...), MAIS il sera nécessaire de motiver et sensibiliser les enseignants (ils en ont 35) pour changer les habitudes...
Plus d'informations (quantités,...) à l'administration de l'école (083/220445)
- Ecoles de Somme-Leuze (Heure) : même fonctionnement pour les 4 écoles de Somme-Leuze : 1 cuisinière engagée par la commune (l'école ne la paye pas, donc tout l'argent donné par la coopérative des parents va dans l'achat de matières premières) fait les courses (grandes surfaces en complément des livraisons), les menus,... pour une soixantaine d'enfants, avec des menus renseignés aux parents à l'avance (feuille d'inscription aux repas pour le mois). La viande est livrée par la boucherie « Chez Bebet » de Bonsin qui se livre en viande d'un fermier de Chardeneux ; les légumes livrés par Rondeaux (pour l'école de Heure mais les autres vont au Colruyt car Rondeaux ne va pas livrer si loin).
Programme « Lait-école » : Ils ont reçu des informations à la rentrée au moment où ils étaient submergés mais plus après => ils ont laissé passer... Ils sont intéressés mais sont serrés au niveau du budget (1.5€ par repas en maternelle et 1.75€ par repas en primaire).
Programme « Fruits et légumes à l'école » : Idem, mais ils font déjà une journée fruit dans les 4 écoles depuis 4-5 ans (comme à Ciney).

3.2.3 Magasins :

- Ecomarché (Ohey) : Nous n'avons pas pu rencontrer le gérant (voir le jeudi après-midi ou vendredi matin). Ils possèdent déjà du beurre et œufs locaux dans leurs rayons, mais sans indication...pourquoi ?

- Proxy (Ohey) : gérant absent
 - Spar (Gesves) : gérant absent. Selon un employé, la demande des clients est grande mais les producteurs ne suivent pas...
 - Boucherie Yves Bourgeau (Gesves) : ont beaucoup de produits locaux dans leurs rayons (œufs, maquée, crème de la ferme Franscesse), miel de la région...sinon produits d'Aubel, Gibier d'Ardenne, ... ainsi que beaucoup de produits préparés sur place. Ils essayent de faire vivre les « locaux » (large...) plutôt que d'aller à Bruxelles. Quand un producteur leur propose un produit, ils essayent, si ça marche, ils gardent...
 - Fromagerie du Samson : ils possèdent une quinzaine de fromages fabriqués par eux (le lait de vache provient d'Havelange, le lait de chèvre vient de Villers-le-Bouillet)
Vendent également miel, jus de pommes de la région...Si proposition de produits dans la gamme de produits qui les intéresse et dans la politique du magasin, ils essayent...il parlait aussi de la difficulté pour la production (hygiène, etc...)
 - Louis Delhaize (Ciney) : Gérant (081/302674) absent. Le fournisseur est ALVA (011/280828)
 - La gaillarde (Ciney) : magasin de fruits et légumes (et petite alimentation locale : miel,...). Le gérant va se fournir lui-même au marché de gros 5 fois par semaine (75000km/an).Aucun produit ne l'intéresse dans la région car l'offre en fruits et légumes est trop faible (il va juste chercher les fraises de Wépion). Si l'offre était suffisante il serait intéressé pour réduire son kilométrage à l'année. De plus, les clients aiment que les produits soient locaux.
 - Supra (Hamois) : gérant absent mais œufs de la ferme « Lehaire » à Assesse vendus.
 - Fromagerie du gros chêne (086/322763 ou 086/323860) : ils n'ont pas d'élevage donc font venir le lait : lait de chèvre local (Hayot, Philippeville,...) et lait bio wallon (livré par des camions flamands). Ils livrent leurs fromages dans beaucoup de points de vente (Delhaizes,...), à des restaurants (jusque Bruxelles, 2X/semaine), crémèries, distributeur bio de Gesves, vendent au marché de Namur, participent à des concours, gagnent des médailles, ont intégré la route du fromage depuis une dizaine d'années,...Ils sont ici depuis 1986, après avoir déménagé de Rixensart. Ils ne se diversifient pas plus car manquent de main d'œuvre et d'espace de stockage... Ils font déjà tout ce qu'ils peuvent avec ce qu'ils ont, et ça leur suffit.
 - Fermière (Méan) : pas ouvert (que vendredi) mais fromagerie et petit magasin avec miel, confiture,...086/322343
 - Les semences de kokopelli : personne
 - Louis Delhaize (Maffe) : la gérante est indépendante franchisée (comme la plupart des louis Delhaize) depuis 14 ans. Cela implique une grande liberté par rapport aux produits vendus (officiel). Elle vend déjà du fromage, des œufs, du lait, de la glace, des fraises (Hossogne/Mr Vrancken → très réputé, les gens se ruent dessus, elle se fait livrer matins et midis en saison !), du beurre, des pommes de terre,... Tous ces produits proviennent de sa famille (oncles, cousins,...) mais elle se ferait quand même livrer si ce business n'était pas familial car beaucoup de clients ne viennent que pour ce type de produits (« Une fois qu'ils ont goûté, ils reviennent »). Elle a aussi des scouts qui viennent grâce aux subsides pour les produits du terroir de l'APAQ-W. Elle a remarqué une évolution positive de la demande.
Niveau quantité : - œufs frais du jour : 400-500/semaine (à 0,25€/œuf à la vente) ;
- 15kg beurre de ferme
- 20L lait (frais non pasteurisé, non-UHT,...) /semaine
- Les prix sont à peu près pareil que les produits non-locaux car ils sont de toute façon plus chers que dans les supermarchés. => Prix égaux et qualité supérieure

- Les Vergers d'Ohey (Ohey) : vend poires, pommes, fraises et fruits de saison
- Le petit Moressée (Moressée) : Glaces, traiteur, vente, tournée de produits laitiers

4 Compte rendu des visites du 20 et 23 novembre 2009

Cette partie est constituée des réponses aux entretiens semi-directifs dans les écoles

4.1 Ecole Communale de l'Envol (Faulx-les-Tombes)

- 307 élèves sur l'établissement (et pas beaucoup qui rentrent manger chez eux à midi)
 - Entre 110 et 160 élèves qui dinent chaud (en fonction du repas ; + le jour des macaronis...)
 - Distribuent un peu de yaourt, pour le goûter, plusieurs fois par mois (goûter = pour enfants de maternelle, il faut faire au + simple (yaourts aux fruits))
 - Une partie des produits sont livrés. D'autres proviennent du Colruyt, dans ce cas, un ouvrier communal se rend dans le magasin.
 - Si ils devaient se déplacer : en fonction du temps, pas du nombre de km...L'idéal serait que l'ouvrier communal qui va au Colruyt puisse aller à la ferme, sinon, c'est compliqué pour la directrice (sauf s'ils sont flexibles, et qu'elle ne doit pas aller par exemple tous les 3èmes jeudis du mois...).
- Autre idée : une institutrice, un parent qui n'habite pas loin du producteur apporterait en allant à l'école ou conduire son enfant...
- Prix par repas : 2€ par maternelle et 2,5€ par primaire (ils ne se font pas de bénéfices, c'est donc le prix à ne pas dépasser)
Pour plat et boisson, pas de dessert
 - Point de vue coût, ça peut être un peu plus cher si circuit court, la directrice est prête, tant que le prix du repas n'est pas dépassé.
 - Ne fait pas d'appel d'offre
 - Aime bien les circuits courts (patates de Mozet, viande d'un boucher pas trop loin, les légumes proviennent d'un légumier à Gesves (au départ, ils prenaient des légumes du CPAS et le légumier mettait le surplus, mais pas beaucoup CPAS))
 - Soupe à 10h (provient du Foyer St Antoine à Mozet)
 - Importance de l'équilibre du repas pour la direction, le choix du menu n'est pas économique mais en fonction de l'équilibre alimentaire
 - Les circuits courts ont déjà fait l'objet de projets de classe
 - Sont prêts à acheter du lait (mais ne servent pas en grande quantité), ainsi que du yaourt (pas en quantité énorme, mais sont prêts à le faire)
 - Ils préféreraient du yaourt aux fruits
 - Ils seraient intéressés par une rencontre avec le producteur (par exemple une information en classe)
 - Au niveau communal, ils n'ont jamais été sollicités par le pouvoir politique,

- Ils ont fait un projet sur l'équilibre alimentaire et la mobilité (vélo, ...), grâce à un subside de 25000€ de fondation Roi Baudoin.
Le projet était initié par le comité de parents, qui soutiennent souvent les projets.
Ils ont installé fontaine à eau dans la cour et ont supprimé les distributeurs
Ils travaillent beaucoup sur les enfants, par exemple, plus de collation chips, coca
- La directrice est très motivée et prête à témoigner de son expérience avec d'autres directeurs
- Une maman avait proposé une cuisine communale pour les 4 écoles de la commune, qui proposerait du bio, du local...mais la directrice pense que ce sera difficile à mettre en œuvre et que ce n'est pas dans les priorités de la commune
- Ils engagent deux personnes à mi-temps pour la cuisine
- Miel : dur à faire manger aux enfants, mais pourquoi pas une rencontre avec un apiculteur, après, plus simple de faire manger miel ?
- La directrice serait intéressée par avoir un listing de qui fait quoi dans la commune et les environ. Pour des courses, des visites, ...

4.2 Ecole Libre St Joseph (Gesves)

- 250 élèves, de maternelle jusqu'à 6ème primaire (sur deux implantations)
- Cantine : dîner complet à midi, mais n'ont pas de locaux pour préparer les repas, c'est une société (API restauration, dans le Hainaut) qui livre → Cuisine industrielle.
Livraison froide → arrive en froid et est réchauffé dans un four
- Livré par plateaux (pratique pour école), l'école a les couverts
- 20% des élèves qui prennent repas tous les jours
Les parents financent → les enfants s'inscrivent (par ex, tous les lundis), et parents payent à la fin du mois.
- L'école vend à prix coutant, c'est un service (intéressant pour parents dans la concurrence entre écoles, donc intéressant d'offrir des services)
- Repas = potage, plat, dessert
- Peuvent moduler, par ex : tous les mardis, l'école fournit de la soupe, donc ils ne prennent pas la soupe de API. Cette soupe est payée par l'association des parents. C'est livré par une mère qui s'occupe de ça (les légumes proviennent du CPAS de Gesves)
- Donc ils pourraient imaginer un yaourt comme dessert une fois par semaine, si subside !!
MAIS, les desserts API sont pas mal : souvent fruits, yaourts...
- Ils ont aussi un système de dagoberts pour les 3-4-5-6, 80 sandwichs par semaine. Dame qui prépare tous les matins (ça provient de boucher du coin)
- Ils préfèrent un yaourt aux fruits qu'un yaourt nature
- Problème logistique s'ils doivent mettre dans des petits pots, ils préfèrent le petit conditionnement
- Problème si ce n'est pas livré (pas de personnel pour ça), à moins que parent ou instituteur qui habite près du producteur puisse aller chercher
- Le directeur est intéressé par une rencontre avec le producteur
- Intéressé par commande de yaourt pour une occasion spéciale (par exemple, le 19 mars, c'est la St Joseph, l'école offre un repas sandwich aux enfants)...Pourquoi pas rajouter un yaourt, et pourquoi pas avoir un producteur qui en parle ?

- Ils ont déjà essayé, quand la crise du lait était à son plus haut point, de faire de la crème vanille (c'est une institutrice dont le mari est producteur laitier qui a fait ça, mais très compliqué, et difficile car pots en verre...beaucoup trop grosse organisation !)

4.3 Ecole Communale Sart-Bernard, EC Assesse, EC Maillen (Sart-Bernard, Assesse, Maillen)

- Sart-Bernard : 28 élèves maternelle / 28 élèves primaire
Repas chaud le vendredi, fait par les bénévoles
Potage frais tous les jours
- Maillen : 31 élèves maternelle / 31 élèves primaire
Repas chaud tous les jours, mais pas diététique ni complet (hamburger, ...)
- Assesse : 25 élèves maternelle / 45 élèves primaire
Potage frais tous les jours
- Les produits proviennent de grandes surfaces
- Les enfants n'adhèrent pas aux produits diététiques
- Collation saine tous les jours (en maternelle), 2 jours par semaine (en primaire) → fruits, yaourt, céréales
les parents apportent pour tout le monde chacun leur tour
- Contact avec échevine enseignement, pour repas avec traiteur, mais toutes les décisions doivent être prises par le Pouvoir Organisateur (PO)
- Ils sont intéressés par producteurs qui viennent à l'école, ou aller sur place mais à pieds (pour une sortie pédagogique + dégustation...) (par de transport scolaire)
- Si enfants, parents connaissent la personne qui habite près → bénéfique pour tout le monde, intéressant car tout le monde vient du village, donc fort pouvoir identitaire
- Yaourt aux fruits également
- Avant, les instituteurs organisaient un déjeuner vitamine tous les mois, mais c'était trop d'organisation
- Sinon, les enseignants ont déjà beaucoup à faire, préfèrent les pots individuels, n'ont pas le temps de faire +

4.4 Institut St Joseph (Ciney)

- En tout, maternelle + primaire + secondaire = 1740 élèves
- Personnel, cuisine de collectivité
- +- 100/120 repas chauds complets par jour
50 pour l'internat, +- 30 repas primaire, +- 20 repas maternelle, reste = professeurs, gens qui viennent, réunions, ...
deux services : un à midi et un à midi et demi
- 3,5€ pour repas en secondaire, 3€ pour primaire et maternelle
- Raccourcir le circuit : Ok si aussi bien (prix) avec mieux (qualité), mais pas mettre 1 sous + cher !
- M. Baudouin fait les menus, c'est une personne de l'internat qui commande.
- Gros fournisseurs pour le frais,
boucherie près du marché couvert
légumes proviennent de la région (large)

- Moins de 4 mi-temps pour s'occuper de ça (sans formation)
- Changement = compliqué... Les cuisinières participent à des recyclages, reviennent pleines d'idées, veulent changer les choses, mais la commande doit passer par l'internat puis l'économat qui gère le tout...
- Elèves font la commande par semaine : tickets
- Font aussi petite restauration (pâtes, sandwichs...)
- Mais majorité des élèves avec tartines
- Label Manger/bouger depuis 2008 (par ex, fontaines à eau pour diminuer les sodas)
- Primaire : collation saine, exemple : 1 élève apporte la collation pour tout le monde, ou par exemple, chacun apporte un fruit un certain jour
- Préfère yaourt nature, quitte à mettre cassonade ou sucre
- Ils ont une journée santé, avec ateliers cuisines etc
Petits déjeuner : 350€ de subside WAP (difficile de trouver des fournisseurs à ce prix...), verger mozant n'a déjà plus de fruits à cette époque, donc font appel à Materne pourraient être intéressés dans le cadre de cette journée, mais c'est uniquement 1x/an
- Attention au suivi des producteurs
- Attention au stockage (possèdent chambre froide de 2m³)
- Attention, à prix compétitifs !
- Rien ne vient du communal (la commune (Ciney) fait beaucoup pour les écoles communales, mais peu pour les autres)
- N'amènera jamais de lait cru à l'école par soucis de sécurité !!

4.5 Ecole Fondamentale Communale spécialisée (Ciney)

- 240 élèves
- 90 repas chauds (= potage, plat, dessert)
les autres prennent leurs tartines
- Sur l'autre site (fondamental), 150 repas (2 cuisines séparées)
- Milieu fort différent, les parents ne s'intéressent pas beaucoup à ce que les enfants mangent,...
- Matières premières arrivent, ils préparent repas
- Dessert : 1 prépa maison par semaine, 1 Danone par semaine, 1 fruit par semaine, 1 crasse par semaine
- 0,20€ pour le dessert, donc facile quand c'est une crasse...
- Contrat avec Danone
- Problème avec le lait = règles de l'AFSCA
- Ils sont tenus de faire 1 assiette test (même si ils ne le font pas)
- Avant, l'AFSCA pouvait débarquer à n'importe quel moment, maintenant, elle ne vient que si plainte
- Livraison : Danone et une légumière
- 1 temps ¾ pour les 90 repas
- 2 temps plein pour les 150 de l'autre site
- Il faut minimum pour avoir une livraison camion (minimum 250) mais pas de quoi les stocker
- Pourquoi ne pas remplacer 1x par yaourt, MAIS être dans les règles AFSCA et prix intéressant !!

- Au fondamental, les instituteurs voudraient revoir le menu...mais compliqué, ont essayé de faire souper à 10h avec légumes de saison, mais les élèves en ont eu marre de manger des poireaux pendant 4 semaines pendant la saison...
- Yaourt aux fruits également
- La section hôtellerie avait regardé le menu il y a 2 ans...ils n'étaient pas du tout équilibrés...mais quand ils font des menus équilibrés, les élèves rajoutent du sucre, ...
- Intéressés par cacao en hiver à la récré (mais pas en grande quantité)

4.6 Ecole Fondamentale Barsy Flostoy (Flostoy)

- 22 primaire, 12 maternelle = enfants du village
- PO communal Havelange : 3 écoles, 6 implantations...En tout, 310 élèves
- Chaque enfant vient avec ses propres collations
les profs essayent d'avoir un esprit critique (pas de chips, ...)
- Ne font rien pour le moment (manque de temps), mais sont intéressés.
- Aiment bien quand les produits viennent avec une présentation, le pourquoi et comment des choses
par exemple, les enfants ont été marqués par l'épandage du lait proche...
- Attention normes AFSCA
- Tasse de lait : ne marchera pas
Lait chocolaté, lait vanillé : pourquoi pas
yaourt nature : non, sauf si avec pots de confiture
yaourt aux fruits, oui
- CC en milieu rural → 15/20 km de déplacement
- SEL (service échange local) d'Havelange pour réduire les trajets etc...

4.7 Ecole Les capucines (Ciney)

- Il y a 83 élèves – environ 35 repas par jour – 1 yaourt par semaine en dessert (Danone)
- La cantine ne dépend pas de l'école. L'école achète ses repas au prix de 2€ à l'école communale de Leignon. Contact : Mr Dumont 083 21 49 74
- Il y a un magasin de collation ouvert pendant la récréation mais le problème souvent rencontré est le stockage. Il y a environ 25-30 élèves qui vont à ce magasin régulièrement mais on n'y vend pas des produits de supère qualité. Cependant ils essaient de vendre des pommes de temps en temps mais le problème est qu'il faut les acheter en (trop) grande quantité pour avoir un prix supportable.
- Le directeur n'est pas contre les yaourts et est même prêt à essayer d'en vendre dans le petit magasin de l'école mais il a un doute sur le succès.

4.8 Ecole fondamentale d'Ohey (Haillot, Perwez, Evelette)

- Directeur ne s'est pas présenté au rendez-vous
- Contact par téléphone, on peut lui retéléphoner ou repasser.

4.9 Ecole communale de Natoie

- +/- 200 élèves – 160 repas + 30 pour l'école d'Emptine.

- Un producteur du village (Luc Tasiaux) a déjà proposé des yaourts mais les prix étaient trop élevés donc l'école a refusé l'offre. (0,50€ par pot)
- L'école préfère être livrée dans la mesure du possible.
- L'école a déjà participé au programme lait-école. Elle a arrêté car trop de papiers à remplir pour seulement quelques litres utilisés en cuisine.
- L'école travail déjà un peu avec les gens du coin : la viande vient de Ciney, ...
- Les repas sont préparés sur place et vendus entre 1,60 et 1,70€. Le budget consacré au dessert en d'environ 0.25€ par dessert avec un grand maximum à 0.30€.
- La plus grande consommation de lait (14L) est faite lors de la préparation de crème vanille une fois par semaine. En général 1-2L par jour.

5 Prix des yaourts

Tableau 3 : Prix des yaourts au Delhaize et au Aldi en €/kg

	LLN ²¹ & Nivelles ²²				Circuit Court
	Fromage maigre 365 & Aldi	« 365 » & Aldi	Marques Delhaize	Bio Delhaize	Communes & environs (livraison non-comprise)
Nature	0,90 - 1,10	1,50	2,80 - 3,40	3,50	1,50 - 2,65
Fruits	1,35	1,45 - 2,60	2,75 - 3,60	-	2,50 - 2,65

²¹ Delhaize de l'Esplanade et Aldi des Bruyères, novembre 2009

²² (Delhaize s.d.)

Annexe B : Description des différents modes de circuits courts

1.1. Déplacement du producteur vers le consommateur

9.5 Le panier avec contrats

Une manière de fidéliser des clients est de proposer une distribution régulière de paniers de façon contractuelle. Les consommateurs doivent être regroupés sur une zone plus ou moins étendue en fonction du nombre de paniers à livrer.

La régularité du service apporte certains avantages au niveau de l'organisation du ménage du consommateur. Cela permet également au producteur de mieux gérer sa production, il sait quelle quantité livrer chaque semaine. En contrepartie, le manque de choix dans les paniers et la monotonie des produits pourraient, à terme, avoir un effet dissuasif ou lassant. Pour le producteur, ce système nécessite une certaine organisation pour parvenir à une logistique efficace : hiérarchie d'organisation, commandes, réunions,...

Les paniers peuvent également s'acheter sur un lieu commun livré par le producteur : épicerie, marché, magasin spécialisé, antenne OXFAM... Le consommateur doit dans ce cas se déplacer, supprimant l'attrait pour la facilité de la livraison à domicile. Le producteur, quant à lui, peut se permettre dans ce cas de livrer quelques points de ventes sans devoir faire du porte à porte. « Le pré gourmand », une ABSL cultivant 65 ares de légumes divers dans le village d'Heure, vend chaque semaine une trentaine de paniers bio pour 2 personnes ainsi que des semences. Chaque panier contient minimum 4 légumes, et l'ASBL cultive au total une cinquantaine de « légumes oubliés » (crosnes, topinambours, pâtissons, arroche, patidou, ...). Toutefois, cette ABSL n'est pas autosuffisante financièrement, car une grande partie de ses revenus provient de subsides pour la réinsertion sociale de personne handicapées. Notons également la présence « des jardins d'Antan » dans la commune de Somme-Leuze et « a coup de pouce » dans la commune de Gesves. Deux autres producteurs situés hors de notre zone d'étude mais effectuant des livraisons sur cette même zone sont aussi répertoriés : la ferme de Vevy-Weron à Wépion et « d'un jardin à l'autre » à Gonoy St-Gérard.

Il faut aussi mentionner la concurrence dans ce secteur avec le CPAS de Gesves. En effet, celui-ci propose des paniers de ce type avec un certain succès. 250 paniers remplis de produits issus de l'agriculture biologique (fruits et surtout légumes) sont vendus chaque mois. Lorsque les consommateurs habitent près de l'exploitation, ils doivent se déplacer à un lieu de récolte commun. Les consommateurs qui ne résident pas à proximité de Gesves peuvent être livrés à domicile mais

lorsqu'ils vivent hors d'une certaine zone²³, un arrangement individuel doit être consenti avec les organisateurs. Cet exemple recoupe donc plusieurs types de circuits courts qui seront présentés dans ce document.

9.6 La tournée ambulante

La tournée ambulante consiste en la livraison de la marchandise du producteur aux domiciles des clients. Ce type de démarche comprend un certain nombre de contraintes pour le producteur ; il doit investir dans un matériel spécifique (véhicule motorisé approprié, frigo...) et se mettre en ordre au niveau des normes en vigueur à respecter (AFSCA). En outre, le temps nécessaire à la préparation et à la réalisation de cette tournée durent au strict minimum une demi-journée. L'emploi de main d'œuvre pour effectuer cette tournée peut aussi être envisagé mais engendre alors des coûts supplémentaires.

Pour le consommateur, l'apport hebdomadaire de ces produits lui permet de s'organiser plus facilement. Cependant, la présence au domicile au moment de la livraison présente une contrainte supplémentaire pour les travailleurs absents de leur domicile jusqu'en début de soirée. La livraison tardive peut alors être envisagée ce qui alourdit d'autant plus la tâche du producteur.

Citons comme exemple, Madame Dessy, que nous avons rencontrée dans la commune d'Ohey. Elle réalise des tournées avec ses propres produits laitiers et des produits d'autres producteurs (fruits) sous le nom de « la crémière ».

9.7 La vente par correspondance

Le consommateur établit sa commande à l'avance et se fait livrer. La commande peut s'effectuer par internet, par téléphone ou encore au moment de la livraison pour la semaine d'après. Ce système est plus impersonnel que les autres puisque le contact direct, de visu, entre producteur et consommateur ne s'établit pas. Il requiert également un mode de livraison efficace. Ce type de vente est facilité pour des produits non périssables, comme le jus de fruit, le vin ou autres alcools. Néanmoins, les « Compagnons du Samson », association du CPAS de Gesves, organise la vente de ses légumes « on-line », ainsi que ses commandes de paniers bios,... (samson 2008). L'avantage de la vente par correspondance est la diminution de la main d'œuvre. La vente par correspondance reste néanmoins marginale pour des produits classiques.

D'un point de vue logistique, Internet présente l'avantage de commander les produits désirés à toute heure du jour ou de la nuit, évitant ainsi le problème de l'heure de fermeture des magasins,

²³ Cette zone regroupe Gesves, Haut bois, Haltinne, Faulx les Tombes, Soree, le grand Ohey, Andenne, Seilles, Coutisse, Vezin, Namêche, Mozet, Goyet, Thon, Assesse, Courière.

et épargnant du temps au producteur et au consommateur. Il serait donc dommage de délaissier ce moyen de communication en constante expansion.

1.2. Déplacement du consommateur vers le producteur

2.1 La vente à la ferme et libre récolte

La vente à la ferme consiste en la vente de produits spécifiques de la ferme que le client vient chercher sur place. Dans ce contexte, le lien entre producteur et consommateur est renforcé. Les contraintes pour le producteur proviennent ici de l'aménagement de la ferme et plus particulièrement du point de vente où l'activité commerciale a lieu. Les consommateurs ciblés par ce mode de vente sont principalement les habitants de la région et accessoirement des touristes. La ferme de Francesse de la famille Galet, par exemple, dans la commune de Gesves, propose ce type de vente deux jours par semaine le mercredi et le samedi.

Le consommateur qui s'arrête à une ferme pour acheter quelques produits réalise un effort important. En échange, le client espère trouver des produits traditionnels locaux d'excellente qualité avec un rapport qualité/prix élevé ou encore intéressants pour son bien-être. Le manque de diversité des produits et le temps « perdu » lors de l'achat constituent les désavantages principaux. En effet, le temps nécessaire pour réaliser toutes ses courses de cette manière, allant de producteur en producteur pour chaque type de produit, est largement supérieur au temps écoulé au supermarché où tous les produits (alimentaires ou non) sont présents au même endroit.

D'un point de vue économique, la vente à la ferme peut apporter quelques « extras » pour le producteur mais la part sur le chiffre d'affaire total de l'exploitation réalisée par ces ventes reste généralement marginale (<10%). La vente requiert, en plus, beaucoup de travail et de disponibilité pour le producteur lors des heures d'ouverture du magasin qui doivent s'étaler sur plusieurs jours pour toucher un maximum de clients. Le travail sur l'exploitation est ralenti voire totalement à l'arrêt si aucune main d'œuvre n'est engagée sur l'exploitation lorsque le magasin est ouvert.

En parallèle avec la vente à la ferme, il existe une autre démarche qui demande moins d'effort pour le producteur, il s'agit de la libre récolte. Le principe de la libre récolte est que les clients viennent directement chercher les produits dont ils ont besoin dans les champs, les cultures ou encore les vergers. Le producteur vend ainsi certains produits, qui nécessitent beaucoup de main-d'œuvre pour la récolte, notamment les fraises, en demandant au client de réaliser la récolte lui-même. Le produit est monnayé pour un prix plus intéressant pour le consommateur et évite au producteur le coût de la récolte. Le consommateur est conscient, dans ce cas, de la longueur du temps nécessaire à sa récolte. Par exemple sur notre zone : la maraude d'Haugimont (Gesves) où l'on peut récolter des pommes et des poires.

2.2 La restauration à la ferme

Les clients consomment sur place des produits fermiers transformés. Les tables d'hôtes et les fermes gourmandes²⁴ entrent notamment dans cette catégorie de circuit-court. La table d'hôte permet au consommateur de (re)découvrir le monde rural, puisque aux produits locaux se combinent recettes typiques du terroir. La restauration à la ferme implique un savoir faire et des infrastructures coûteuses, ainsi que la conformité aux normes sanitaires.

Il existe également des producteurs qui proposent un hébergement en plus de la restauration, tel que le gîte à la ferme de la « Bouverie » à Profondeville. Cette ferme est également reprise sous l'appellation « ferme gourmande », ce qui permet à ce producteur de valoriser sa production de blanc-bleu-belge.

2.3 Les événements individuels

Ceci consiste en l'organisation d'un événement particulier, individuel (un seul producteur) et occasionnel. La sélection dans la date de l'évènement est un élément important afin d'en assurer le succès. Le producteur doit également disposer d'espace, d'infrastructures adéquates, ainsi que de main d'œuvre. Pierre Lhoas, par exemple, organise chaque année la fête de la Courge qui rassemblait environ 5000 personnes pour la 9^{ème} édition en octobre 2009.

2.4 Les événements collectifs

Enfin, il existe des événements collectifs durant lesquels les consommateurs peuvent passer de ferme en ferme, où ils ont l'occasion de déguster et d'acheter des produits.

Dans le cas d'un événement festif autour de la ferme, l'avantage pour le consommateur se trouve essentiellement dans le divertissement que cet événement lui apporte. La consommation des produits n'est généralement pas la priorité. Les événements collectifs répondent au manque de diversité des produits des fermes seules, et peuvent permettre aux consommateurs de mieux combiner loisirs et achats de produits agricoles.

L'organisation d'un événement festif peut apporter des bénéfices importants, mais requiert une organisation conséquente et des prises de risques parfois considérables (entre autres, liés au choix de la date). Par contre, elle permet une meilleure mise en valeur de la production. Le grand avantage des événements collectifs par rapport aux individuels est qu'un encadrement existe : soutien pour la logistique, promotion et publicité.

²⁴ Les fermes gourmandes sont des restaurants dans des fermes en activité qui proposent des menus composés principalement de produits de saisons issus de l'agriculture wallonne et recettes du terroir wallon. (fermes gourmandes 2009) (Accueil champêtre en wallonie 2009)

La route du fromage de Maffe permet aux visiteurs, durant le mois de septembre, de découvrir cinq établissements, dont deux fermes et une fromagerie (les autres étaient, en 2009 un lieu d'exposition et un lieu d'attractions pour enfants), autour d'un produit spécifique.

1.3. Déplacement simultané du Producteur et du Consommateur en un lieu de rencontre commun

3.1 Les marchés

Lors des marchés, le consommateur est face à une grande diversité de produits. Néanmoins, une forte concurrence avec le secteur de la grande distribution, où la diversité de produits et de prix est plus élevée. Le producteur est soumis à des contraintes de disponibilité vis-à-vis des horaires imposés par les organisateurs des marchés et doit parfois se déplacer loin de son exploitation. De plus, le producteur doit avoir du matériel répondant aux normes sanitaires (frigos). Des organisateurs sont nécessaires pour soutenir la manifestation afin d'essayer d'éviter un essoufflement qui peut aussi bien provenir des producteurs que des consommateurs.

Un point fort des marchés et des événements collectifs est la diversité proportionnelle au nombre de producteurs participant. Cependant, malgré le contact aisé, le caractère agréable de cette rencontre entre consommateurs et producteurs, et malgré l'attrance pour l'aspect festif d'événements collectifs, la date ou les horaires ne sont pas toujours compatibles avec les disponibilités de travailleurs ou en concurrence directe avec d'autres manifestations.

La main d'œuvre et le temps nécessaire à l'organisation de ses manifestations constituent un frein de participation pour les producteurs. Du matériel adapté et les mises aux normes sont également à prendre en considération.

3.2 Les événements collectifs

Il existe aussi dans ce cas des événements collectifs durant lesquels producteurs et consommateurs se rencontrent, tel qu'à « La journée du monde rural » de Louvain-la-Neuve ou la « Fête de la ruralité » de Gesves. Dans ce cas précis, le consommateur ne doit pas se déplacer de ferme en ferme pour trouver les produits dont il veut disposer car tous les producteurs se retrouvent concentrés sur un même lieu commun.

1.4. Intervention d'un intermédiaire

4.1 Les comptoirs

Un comptoir regroupe les produits de plusieurs producteurs. Le vendeur présent au comptoir doit être au courant des spécificités et de la provenance des produits proposés. Un sens de la communication est aussi un atout non négligeable afin de promouvoir plus facilement les différents

produits auprès des consommateurs. Le comptoir est caractérisé par une plus large gamme de produits locaux, ce qui lui donne un avantage sur le circuit de type vente à la ferme. Cependant, sa faiblesse principale est qu'il ne fournit pas énormément de produits de consommation journalière. Il subit donc une concurrence importante de la grande distribution.

Des exemples de comptoirs dans notre zone d'étude sont « Les Délices Fermiers » à Nettinne qui propose une grande variété de produits locaux à hautes valeurs ajoutées ; et la « Fromagerie du Samson » à Gesves, qui regroupe différents fromages issus ou non de la région.

4.2 La restauration

Les produits peuvent également être livrés pour le secteur HORECA : les restaurants classiques, les restaurants dits « spécialisés »²⁵ ou encore les « bistrots du terroir ». Cette dernière appellation est née de la réflexion de Benoît Lutgen, ministre de l'Agriculture et du Tourisme, qui a décidé d'octroyer ce label aux cafés qui développent une démarche de qualité et valorisent le tourisme local et les produits régionaux. Ils doivent notamment garantir un accueil convivial, exposer des cartes séduisantes en minimum deux langues et être en mesure de fournir des informations touristiques détaillées sur les atouts et les potentialités locales et régionales. Le consommateur bénéficie de produits de qualité transformée valorisant les produits fournis par le producteur. Cette démarche peut redorer l'image du producteur lorsque ses produits sont associés avec la bonne image d'un restaurant.

4.3 Les collectivités

Les produits sont aussi consommés par des collectivités : école, résidences pour personnes âgées ou handicapées... Dans ce cas, la diversité et la quantité de marchandise à livrer au traiteur, ainsi que la régularité des livraisons sont des contraintes majeures. Le producteur capable de lever ces contraintes est gagnant, car il peut écouler une grande partie de sa production. Le circuit-court passant par les écoles permet en outre de sensibiliser les plus jeunes au monde de l'agriculture.

Il faut ici mentionner que l'Union européenne octroie déjà des aides financières pour promouvoir le lait (aides « Lait-école » déjà exploité en Flandre et à Bruxelles, mais pas encore en Wallonie) et les fruits (programme « Fruits et légumes à l'école » (Annexe B.1)) dans les écoles primaires de Wallonie. Elles permettent d'organiser des gouters, petit-déjeuner, collations saines à moindre prix pour les écoles. (Portail de l'agriculture wallonne 2009)

²⁵ Dans la restauration spécialisée, les produits locaux doivent être mis en valeur dans le menu du restaurant, afin que le consommateur puisse voir directement qu'ils sont présents

4.4 La petite ou grande distribution

Certains producteurs ont un contrat avec la petite ou la grande distribution. Ils apportent alors leurs produits non transformés dans des magasins. Il faut, pour ce type de circuit court, être en contact avec un(e) (chaîne de) magasin intéressé(e) par l'image que représente la présence de ces produits locaux dans ses rayons. Dans ce cas, la publicité des produits et la mise en valeur de ceux-ci dans un rayon spécifique du magasin pour les démarquer des produits ordinaires est un atout majeur pour le producteur. Les normes sanitaires entre les petites et grandes distributions sont identiques, mais les exigences des gérants (calibrage et aspect des produits) de petite distribution sont moins contraignantes pour les producteurs. Elles sont donc plus adaptées aux petits producteurs. En effet, la grande distribution favorisera les producteurs capables de fournir en grande quantité et aux prix demandés par ce secteur.

Dans la distribution, la marge bénéficiaire est moindre pour le producteur. Le producteur, comme lors de l'approvisionnement des cantines, doit pouvoir fournir régulièrement sa marchandise en grande quantité. L'obstacle, qui entraîne souvent la réticence des producteurs, se situe au niveau des exigences, de l'aspect des produits – la taille des fruits par exemple – qui importe plus que la qualité interne de ces produits.

Les exemples de la grande distribution sont le magasin Red Market à Gembloux et Colruyt pour son lait pasteurisé ; et pour la petite distribution, citons le « Louis Delhaize » d'Hamois.

4.5 Les paniers touristiques

Il existe aussi des paniers touristiques. Dans ce cas-ci, un intermédiaire regroupe des produits différents pour préparer des paniers destinés aux touristes.

Les propriétaires d'un gîte se situant le long d'un itinéraire de balade qui mène de tiges (crêtes) en chavées (vallées), faisant découvrir les multiples facettes de la région condruzienne proposent des paniers regroupant des produits locaux au début de la balade. Parfois, ces paniers sont même inclus dans le prix de location d'un gîte pour un week-end : « Le Condroz à cheval », avec logement 2 nuits à « La maison d'à côté » à Méan ou à « La pierre d'avoine » à Hamois.

Cibler le public touristique pose néanmoins problème aux agriculteurs puisque les dates auxquelles les touristes se déplacent ne correspondent pas toujours aux creux de l'agenda agricole des agriculteurs (juillet-août,...). Une déclinaison de ce système est de proposer des paniers touristiques aux locataires des gîtes. Ces paniers contiennent des produits qui proviennent de la ferme du gîte ou des fermes aux alentours.

Annexe C : les différentes indications de la qualité

1 Marque collective

Les produits proviennent de différentes exploitations, et sont rassemblées sous une même marque. Les exploitants peuvent utiliser leur propre marque indépendamment de cette marque collective. Pour déposer une marque collective, les producteurs doivent répondre à un certain nombre d'exigences qui seront contrôlées. Par exemple, la marque collective « pays des collines ».

2 Signe de qualité, ou label

Les produits doivent répondre à trois conditions afin de disposer d'un label :

- être une marque collective ;
- disposer d'un cahier des charges rassemblant les caractéristiques du produit et de son mode de production ;
- être contrôlés et certifiés par un organisme indépendant et compétent.

Il faut aussi remarquer que deux catégories de signe de qualité coexistent sur les différents marchés : les signes officiels de qualité et les non officiels.

1.1 Signes « officiels » de qualité

Ces signes officiels sont la propriété de l'Etat qui établit le cahier des charges à remplir pour recevoir le label de qualité. En Belgique, les compétences en matière d'agriculture sont régionalisées. Le gouvernement wallon dispose donc de ses propres labels de Qualité Wallon. Il n'en existe plus que 3 depuis la disparition, en 2002, du label Escargot Fermier, à savoir : le Blanc-Bleu-Belge Fermier, le Porc Fermier et le Poulet de chair.

Au niveau de l'Union européenne, trois systèmes cohabitent afin de promouvoir et protéger les dénominations des produits agricoles et denrées alimentaires de qualité : (Burny, Winandy et Spoiden 2003)

- les appellations d'origine protégées (AOP)
- les indications géographiques protégées (IGP)
- les spécialités traditionnelles garanties (STG)

Ces différents systèmes encouragent la diversification de la production agricole, protègent les dénominations de produits non seulement contre les usurpations de nom de produits mais également leurs imitations. Par ailleurs, ils aident les consommateurs en les informant sur les caractéristiques propres des produits :

- **AOP** : Elle désigne un produit dont la production, la transformation et l'élaboration doivent se tenir dans une aire géographique bien délimitée. Le savoir-faire quant à la réalisation du produit doit être constaté et reconnu.
- **IGP** : Elle indique des produits agricoles et des denrées alimentaires étroitement liés à une zone géographique, dans laquelle se déroule au moins leur production, leur transformation ou leur élaboration.
- **STG** : Elle met en valeur la composition traditionnelle d'un produit ou son mode de production traditionnel.

L'octroi d'une de ces dénominations accorde un droit d'utilisation exclusif aux producteurs sur les produits concernés. L'obtention de cette protection se fait au moment de l'enregistrement de la dénomination. Il est nécessaire de déposer alors un cahier des charges qui détermine les conditions sous lesquelles l'appellation protégée peut être utilisée : aire géographique, mode de production requis, éléments prouvant que la qualité du produit est en lien avec l'environnement géographique...

La demande doit être déposée par un groupement national de producteurs ou de transformateurs du produit concerné. Tout producteur qui remplit toutes les conditions objectives du cahier des charges aura le droit d'utiliser l'indication protégée. Ces dénominations sont présentes pour l'intérêt collectif aussi bien du côté des producteurs que des consommateurs.

L'enregistrement s'opère en deux parties ; Les régions sont d'abord compétentes pour accepter ou refuser une indication, ensuite, la Commission européenne réalise un second examen et décide de la reconnaissance ou non de l'indication. En Belgique, les différentes A.O.P sont : Beurre d'Ardenne, Fromage de Herve, Vlaams-Brabantse tafeldruif («raisin de table du Brabant flamand»). Les différentes IGP, quant à elles, sont : Pâté gaumais, Jambon d'Ardenne, Geraardsbergse Mattentaart (tarte au maton de Grammont), Brussels grondwitloof (chicon de pleine terre)

Enfin, les différentes STG de produits belges sont des bières fabriquées de manière traditionnelle : Gueuze, Gueuze vieille, vieille Kriek, Faro...

- **Autres démarcations rencontrées**
 - *la production biologique*

Des réglementations strictes et normes précises sont imposées pour le mode de production « biologique », essentiellement basé sur le respect de l'environnement (biodiversité, bien-être animal, etc.)

- *les appellations vitivinicoles / les boissons spiritueuses*
 - VQPRD : vin de qualité produit dans une région déterminée (« Côtes de Sambre et Meuse »)
 - VMQPRD : vin mousseux de qualité de Wallonie et crémant de Wallonie
 - Vin de table avec indication géographique : « Vin de pays des jardins de Wallonie »
 - Les boissons spiritueuses : appellation avec indication géographique (Peket de Wallonie)
- *les modes d'élevage alternatifs pour les volailles*
 - Poules pondeuses : « oeufs de poules élevées en cage », « oeufs de poules élevées au sol », « oeufs de poules élevées en plein air »...
 - Poulet de chair : modes d'élevage « élevé à l'intérieur - système extensif », « sortant à l'extérieur », « fermier - élevé en plein air » ou « fermier - élevé en liberté »
- *la « qualité différenciée régionale »²⁶*

1.2 Signes « non officiels » de qualité

Cette catégorie contient des produits dont les marques collectives sont détenues par des opérateurs privés. Ainsi, contrairement aux marques officielles, elles ne font pas l'objet de textes de lois. La Pomme de terre « Terra Nostra »²⁷ constitue un exemple en Wallonie. « EQWALIS », nouvelle marque collective propriété du gouvernement wallon, est aussi considéré comme un signe non officiel de qualité car l'état est représenté à titre privé dans ce cas précis. « EQWALIS » est donc une marque et non un label. Ils peuvent de ce fait recevoir en plus un label particulier. Les 4 produits labellisés autrefois « Labels de qualité wallon » ont profité de cette marque (porc fermier, du poulet de chair, du blanc bleu fermier et de l'escargot fermier), les produits AOP et IGP également.

²⁶ Décret du 19/12/2002 relatif à la promotion de l'agriculture et au développement des produits agricoles de qualité différenciée

²⁷ « Terra Nostra » : marque collective. La filière est guidée actuellement par l'APAQ-W. Un GET (Groupe d'Encadrement Technique) est présent afin d'aider les producteurs inscrits. Ce groupe est formé de différents centres de recherche agronomique, d'un syndicat agricole, ...

1.3 Marques commerciales

Tous ces produits issus pour la plupart de grandes entreprises de transformation se retrouvent dans le secteur de la grande distribution. Les consommateurs sont généralement très confiants pour ces produits. L'importante publicité qui accompagne généralement la commercialisation de ces produits n'est sans doute pas étrangère à cette confiance des consommateurs.

1.4 Marque « de qualité » de distributeurs et de producteurs par filière

Ces marques se différencient des signes non officiels de qualité par le fait que le produit est issu de la même filière. C'est une démarche privée d'indication de la qualité pour des filières spécifiques. Il existe des exemples de ces marques qui sont déposées directement par le producteur ou par le distributeur :

- Distributeurs : viande bovine « Promeat » du Groupe Mestdagh, « Engagement Dès l'Origine » du groupe CORA...
- Producteurs : « Poulet Val Dieu », « Carotte de Hesbaye », « Porc des Prairies d'Ardenne »...

Une grande variété d'autres labels de qualité existent encore. En effet, lorsque la réglementation et les droits des tiers sont respectés, chacun peut indiquer la qualité ou la provenance de ses produits, grâce à certains signes. Il faut par exemple respecter les règles d'étiquetage et de publicité, ainsi que le droit des marques.

3 Démarche de qualité et certification

La démarche de qualité apporte la preuve que l'entreprise ou le producteur fait tout en œuvre afin d'assurer la satisfaction des clients. La certification est, d'ailleurs, définie comme telle : « Action par laquelle une tierce partie démontre qu'il est raisonnablement fondé de s'attendre à ce qu'un produit, un processus ou un service dûment identifié soit conforme à une norme ou à un autre document normatif spécifié »²⁸

En Belgique, ce sont des organismes spécifiques qui sont chargés de contrôler les filières de qualité différenciée. Ces organisations doivent recevoir une accréditation de la part des régions. Les organismes présents en Belgique sont les suivants : Promag, Procerviq, Ecocert (pour l'agriculture biologique), Integra/Blik, SGS, Quality Control.

²⁸ Selon les normes de la série EN 45000

4 Les filières²⁹

Une filière est « l'ensemble des activités liées à la production, la transformation et la distribution d'un produit agricole ou d'une gamme de produits agricoles »³⁰. En Wallonie, Il existe différentes filières selon le secteur agricole, par exemple, la filière volaille, porcine, bovine, végétale...

Différentes coopératives ou sociétés regroupent des agriculteurs, et les aident dans une part du processus, de l'approvisionnement à la commercialisation (par exemple la coopérative Coprosain, qui commercialise divers produits).

4.1 Secteur volaille

- La coopérative Coprobel qui utilise plusieurs marques :
 - « Poulet Village » destinée aux grossistes
 - « Coq Errant » et « Poulet d'Aubel », à la demande d'acheteurs
 - « Poulet Fermier belge », appartenant au groupe Carrefour
- La coopérative Poulet Hesbaye
- La société Val Dieu
- La société CoqArd, qui travaille avec 14 éleveurs dans la moitié ouest de la Wallonie
- La coopérative Coprosain, qui commercialise divers produits
- « Coucou de Malines » (*CARREFOUR Belgium*)
- « Belplume » (*BELPLUME a.s.b.l.*)

Tableau 4 : caractéristiques des filières de qualité différenciée en volaille

Filière :	Coprobel	Coprosain	Val Dieu	Poulet Hesbaye	Coqard
Statut	SCRL	SCRL	SA	SCRL	SA
Marque	Poulet Village	Coprosain	Val Dieu (Les Elevages du Moulin)	Poulet Hesbaye	Coqard –Columbus
Label officiel	Poulet de Chair (LQW)	-	-	-	-
Début de commercialisation	1999	1975	Janvier 2002	Septembre 2000 (pour la SCRL)	Mars 2003
Origine de la filière	Eleveurs	Eleveurs	Producteur d'aliments	Eleveurs	Privé et université (spin-off)
Abattoir associé	Ciney	Pipaix	Bertrix	Géré par la filière	Ciney
Fournisseur d'aliments	SCAR (aliment label)	Si possible produits dans l'exploitation	Moulin Hick	SCAR (aliment label)	Moulin Hick (avec BELOVO)
Organisme de contrôle	Promag et Procerviq	Promag	Procerviq	Procerviq (à partir de juin 2003)	Procerviq
Principaux acheteurs	Carrefour et grossistes	Magasins et marchés gérés par la coop.	Colruyt	Collectivités, boucheries, moyennes surfaces	Carrefour
Nombre de poulets/semaine	1500	500 à 800	2500	500	2500
Nombre de poulets/an	78.000	26.000-41.600	130.000	26.000	130.000
Nombre de producteurs	8	3	4	10	14
Moyenne : nombre de poulets/producteur/an	9750	8666-13866	32500	2600	9285
Prix au producteur (par Kg de poids vif)	1,61 €	2,22 €	1,24 €	1,50 €	2,486 €
Prix de vente au détail	5,99 €	6,95 €	6,57 €	5,65 €	7,95 €
Différence de prix avec un prix de référence : 3,73 Euros (en %)	+ 60	+ 86	+ 76	+ 51	+ 113

²⁹ (Ancion, Harmignie et Henry de Frahan 2004)

³⁰ Décret du Conseil régional wallon du 19 décembre 2002 (wallex 2002)

4.2 Secteur porcin

- La coopérative Coprosain
- La coopérative Porc Qualité Ardenne
- « Porc Fleuri »
- La coopérative Cobelvia
- La société « Porc des prairies d'Ardenne »
- La coopérative Coop'pass
- ASBL Promobel (Aubel)
- « Porc Filière Qualité Carrefour », « Porc Filière Qualité GB » (*CARREFOUR*) et « Z-Pork » (Firme *DERWA*)

Tableau 5: caractéristiques des filières de qualité différenciée en porcin

Filière :	PQA	Corposain	Cobelvia	Porc des Prairies d'Ardenne	Porc Fleuri	Coop'pass	Promobel
Statut	SCRL	SCRL	SCRL	SA	Association de fait	SCRL	SA Detry et asbl Promobel
Marque	PQA	Coprosain	Cerevia	Porcs des Prairies d'Ardenne	Vert-Bocage / Porc Fleuri	Pass'por	Porc Aubel
Label officiel/marque privée	Porc Fermier	Porc Fermier	-	-	-	-	-
Début de commercialisation	1989	1976	1999-2000	1999-2003	2000	2001	1995
Objectifs de mise en place de la filière	Développement de la production de porcs fermier (LQW)	Développement d'une agriculture durable, familiale, et saine	Projet économique, confiance du consommateur	Alimenter l'abattoir, développement du porc plein air	Développer la production de porcs en RW, préserver la race	Projet économique développer la production de porcs en RW	En réponse à une demande des clients (grande distribution)
Elaboration de la filière	CER Marloie avec fermiers et boucher	Producteurs	Coopérative, fournisseur d'aliments	SA Porc des Prairies d'Ardenne	ULg et FUSAGx	CERVA, Goemaere, et éleveurs	SA Detry
Abattoir associé	Marquet à Fléron	Abattoir communal de Ath	Marquet à Fléron	Appartient à la société (faible capacité)	Aubel et Charleroi	Goemaere	Abattoir communal d'Aubel
Fournisseur d'aliments	SCAR et Qwates	Si possible produits dans la ferme	SCAR	Talbot	Moulin Hick (Val Dieu)		Camipor (Detry)
Organisme de contrôle	Promag	Promag	Procerviq	Auto-contrôle	Procerviq	Contrôle interne	Procerviq (depuis 2002)
Principaux acheteurs	Boucheries	Magasins propres et marchés	(boucheries)	Boucherie propre	Grandes et moyennes surfaces	Grandes et moyennes surfaces	Grandes et moyennes surfaces
Nombre de porcs abattus / semaine (2003)	450	45	(12 en 1999-2000)	23	45	850	2500
Nombre de producteurs	54	11	3	11	18	32	95
Moyenne porcs/producteur/an	433	Env. 212	Env. 208	109	130	1381	1368
Mode de détermination du prix au producteur	Prix fixé	Prix varie dans des limites fixes	Prix du marché majoré	Prix fixé par an	Prix du marché majoré	Prix du marché majoré	Prix du marché majoré
Différence de prix avec un prix de réf.* (en %)	+ 7	+ 36	Pas commercialisé actuellement	+ 64	+ 12	- 15	Commercialisé sous d'autres marques

4.3 Secteur bovin

Il existe beaucoup de filières organisées, entre autres, celles dont les cahiers des charges sont contrôlés et certifiés par PROCERVIQ spécialisé dans le secteur bovin:

- « Blanc Bleu Qualité Supérieure » (*PROWALBEEF*)
- « Bleue des Prés » (*PROANIWAL*)
- « Bœuf Filière Qualité Carrefour » et « Bœuf Filière Qualité GB » (*CARREFOUR*)
- « Bœuf EDO » (*CORA*)
- « Promeat » (*GROUPE MESTDAGH-CHAMPION*)

- « Dufrais » (*DETRY*)
- « Veau Filière qualité Carrefour » et « Veau Filière Qualité GB » (*CARREFOUR*)

4.4 Secteur végétal

Trois filières sont recensées dans ce secteur :

- Pomme de terre « Terra Nostra »
- « Fruitnet » (fruits à pépins)
- « Carotte de Hesbaye », issue de la coopérative de l'Yerne

Tableau 6 : caractéristiques des filières de qualité différenciée en végétaux

Filière :	Fruitnet	Terra Nostra	Carotte de Hesbaye
Opérateur	Fruitnet et GAWI	Groupe d'Encadrement Technique (GET)	Coopérative de l'Yerne
Statut	Fruitnet : SCRL et GAWI : asbl	Association de fait	SCRL
Produits	Pommes, poires	Pommes de terre	Carottes
Label officiel / Marque	Label officiel : « <i>production intégrée de fruits à pépins</i> » et marque Fruitnet	Marque collective	Marque
Agréé Eurep-Gap	préconisé	oui	oui
Début de commercialisation	1991	1998	1995 (dépôt de la marque)
Origine de la filière	Arboriculteurs	Pouvoirs publics avec tous les échelons de la filière	Agriculteurs
Organisme de contrôle	SGS et Intégra	Promag	Procerviq
Principaux acheteurs	Delhaize	GMS ³⁹	GMS
Nombre d'hectares (2002)	1816	399	200
Nombre de producteurs	86	Environ 25	40
Moyenne : nombre d'hectares par producteur	21,1	Environ 16	5

Ce sont, en fait, les filières les moins établies en Région wallonne qui sont les plus actives, excepté les produits issus l'agriculture biologique et ceux de l'agriculture intégrée (Fruitnet). En effet, il n'y a pas encore de produit de qualité différenciée ni en production laitière, ni en viande bovine, alors que celles-ci sont des filières fort développées en région wallonne et notamment dans notre zone d'étude.

Annexe D : subsides

1 Lait école

Qu'est ce que le programme « **lait école** »³¹ ?

Le programme « lait école » est une mesure européenne (lancée en 1977) qui vise à encourager les élèves à consommer du lait et des produits laitiers auprès des élèves des établissements scolaires, grâce à des subsides.

Ce subside « lait école » est strictement réservé aux élèves mineurs des établissements scolaires, faisant parties d'une des catégories suivantes :

- école fondamentale (maternel et primaire)
- école secondaire
- établissement pour personnes handicapées, établissement de rééducation - ou institut médico-pédagogique
- depuis août 2008, les crèches ou établissement d'éducation pré-scolaire peuvent également être subventionnés.

Les subventions sont octroyées en fonction de la catégorie du produit³² :

- Catégorie I, subvention de 0,1815 € / kg
- 2. lait traité thermiquement, y compris les boissons au lait sans lactose
- 3. lait traité thermiquement au chocolat, jus de fruits ou autres saveurs, contenant au moins 90 % du lait indiqué au point 1 et contenant un maximum de 7 % de sucre ajouté et/ou de miel ;
- 4. produits à base de lait fermenté ou sans jus de fruits, aromatisés ou non, contenant au moins 90 % du lait indiqué au point 1 et contenant un maximum de 7 % de sucre ajouté et/ou de miel ;
- Catégorie II, subvention de 0,1634 € / kg

Produits à base de lait fermenté aromatisé ou non avec des fruits, contenant au moins 80 % du lait indiqué dans la catégorie I.1 et contenant un maximum de 7 % de sucre ajouté et/ou de miel.

- Catégorie III, subvention de 0,5445 € / kg

Fromages traités et frais, aromatisés ou non, contenant au moins 90 % de fromage.

- Catégorie IV, subvention de 1,6314 € / kg

³¹ (Portail de l'agriculture wallonne 2009)

³² Vade-mecum subside « Lait école », septembre 2008, Service public de Wallonie, Direction générale opérationnelle Agriculture, Ressources naturelles et Environnement (D GARNE) – Département des Aides – Direction des Droits et Quotas

Fromage Grana Padano et Parmigiano Reggiano.

- Catégorie V, subvention de 1,3885 € / kg

Formages aromatisés ou non, contenant au moins 90 % de fromage et n'appartenant pas aux catégories III et IV.

Les subsides sont versés aux fournisseurs qui distribuent ces produits dans les écoles. Ces fournisseurs doivent donc proposer des prix aux écoles en tenant compte de ces subsides.

Les fournisseurs, ainsi que les écoles doivent obtenir un agrément pour profiter de ces subsides. En Région Wallonne, cet agrément provient de la Direction générale opérationnelle Agriculture, Ressources naturelles et Environnement (DGARNE) du Service Public de Wallonie (SPW).

Le fournisseur doit pour être agréé signer un engagement, qui reprend le numéro unique d'entreprise de la Banque Carrefour des Entreprises (BCE), le numéro de compte à utiliser, les membres habilités à signer les demandes de subsides, les états mensuels justificatifs (EMJ) ainsi que quelques informations complémentaires.

Les contraintes les plus importantes pour le fournisseur sont la comptabilité à tenir ainsi qu'être préparé à toute mesure de contrôle (vérification de la comptabilité et contrôle de qualité).

2. Fruits et légumes à l'école³³

L'Union européenne et la Région wallonne financent un programme de distribution gratuite de fruits et légumes à l'école.

Pour entrer dans le programme, une école s'engage à distribuer gratuitement à ses élèves des 6 années de primaires un fruit ou un légume par semaine, préparé ou non, durant maximum 30 semaines.

Le subside octroyé est de 10,5 € par élève par an (0,35 € par portion).

³³ Les modalités pratiques du programme « fruits et légumes à l'école » sont accessibles sur <http://agriculture.wallonie.be/fruitecole> et sur www.apaqw.be

Annexe E : possibilité de développement de produits fermiers dans les cantines d'écoles

- Les fruits et légumes : comme énoncé plus haut, l'offre en fruits et légumes est faible et ne permettrait donc pas de fournir les cantines. Certaines écoles distribuent déjà de la soupe, dont les légumes proviennent du CPAS de Gesves, ou d'un distributeur d'Hamois (Rondeaux).
- Lait : Le lait cru est légalement interdit dans les écoles. Il y a par contre deux possibilités de circuit court pour le lait thermisé dans les écoles : l'utilisation en cuisine et la distribution d'un verre de lait comme collation. Au niveau de la demande, l'utilisation en cuisine est à laisser de côté au vu des quantités négligeables de lait utilisées par les écoles interrogées (maximum 5l une fois par semaine s'ils font de la sauce). De même, bien que l'hypothèse de la ration de lait à l'école semble pertinente au niveau de la demande, il y aurait un problème au niveau de l'offre, car les fermes ne disposent généralement pas d'un dispositif de thermisation du lait.
- Fromage : même si ce produit se conserve très bien, son goût prononcé en fait un produit peu apprécié pour beaucoup de jeunes enfants.
- Yaourt : le goût de ce produit laitier est plus apprécié par les enfants. ce serait donc un produit plus intéressant à apporter dans les écoles. De plus, il peut conserver 3 semaines au frais. Il demande néanmoins des infrastructures pour la conservation au frais.