

# Route de l'Innovation 3.0 Maraîchage

## *Etape 4 – Modèles socio-économiques*

*Ferme de Corroy, le 17 janvier 2022*



## Agenda

- 09h00 – 09h10 : **Accueil** par Xavier Delmon, RwDR
- 09h10 – 09h25 : **Etat du secteur et introduction** à la problématique (travaux de A. Dumont)  
Rémi Desmet, Fermes universitaires UCLouvain
- 09h25 – 09h40 : **Innovation et création de valeur** des modèles économiques en partant du BMC  
Hervé Léonard, conseiller en création d'entreprises - Groupe One
- 09h40 – 09h50 : **Les aides au maraîchage** dans le cadre de la PAC  
Timothée Petel, FUGEA
- 09h50 – 11h00 : **Témoignages** de maraîchers
- 11h00 – 12h15 : **Groupes de travail** animés sur les facteurs de progression
- 12h15 – 12h30 : **Restitution** synthétique des travaux
- 12h30 – 13h00 : **Lunch** sandwich





**Les Routes de l'Innovation = dispositifs** permettant de co-construire un environnement favorable à des systèmes agricoles/maraîchers/forestiers, etc. innovants

### **Objectifs :**

- **Rendre une innovation légitime**  
Quelles sont les conséquences et les bénéfices observés ? Est-il possible d'atteindre différents objectifs (autonomie, collaboration) à travers l'innovation sous toutes ses formes ?
- **Formaliser les processus et pratiques innovantes**  
Que peut-on apprendre **des pratiques** mises en œuvre ?
- **Identifier les problèmes-clés** qui peuvent permettre le **changement des systèmes**  
Quoi ? Avec qui ? Comment ?



## Une Route de l'innovation « Maraîchage » pour quoi faire ?

- Le maraîchage, dans la diversité de ses produits – production de fruits, de légumes, petit élevage éventuellement – et dans la diversité de ses pratiques – conventionnelles, bio, permaculture, etc. – s'inscrit dans une **perspective de développement agricole et rural durable**.
- Le maraîchage sur petites ou moyennes surfaces constitue une opportunité pour l'emploi local et pour une agriculture territoriale. C'est une **clé pour la relocalisation de l'alimentation** et un rapprochement entre agriculteurs et consommateurs (recommandation de la RI 2.0).



## Une Route de l'innovation « Maraîchage » pour quoi faire ?

**Nécessité de soutenir le développement** du maraîchage sur petites ou moyennes surfaces en Wallonie. **Afin de répondre de façon innovante aux nombreux enjeux** auxquels il doit faire face, notamment en matière de :

- Formation, d'accompagnement et de conseil;
- Accès à la terre;
- Modèles économiques (coût de revient et prix juste);
- Transformation – logistique – distribution – commercialisation;
- Communication vers les consommateurs

**La Route de l'innovation « Maraîchage » entend, de façon collégiale, élaborer étape par étape des réponses opérationnelles et des recommandations institutionnelles afin de soutenir ce développement du maraîchage sur petites et moyennes surfaces en Wallonie.**





## Un processus en 6 étapes - 6 thématiques :

- 1. Mise en réseau des maraîchers**  
14 octobre pm – Agricover à Gembloux
- 2. Formation, accompagnement, conseil**  
26 novembre am – Abbaye de Floreffe
- 3. Accès à la terre**  
14 décembre pm – Seucha à Wavre
- 4. Modèles économiques dont coût de revient, prix juste**  
17 janvier am – Ferme de Corroy
- 5. Logistique, distribution et commercialisation** dont systèmes alimentaires  
10 mars pm (à confirmer)
- 6. Communication** notamment sur les réalités du métier vers le grand public  
(à fixer)





## Agenda

- 09h00 – 09h10 : **Accueil** par Xavier Delmon, RwDR
- 09h10 – 09h25 : **Etat du secteur et introduction** à la problématique (travaux de A. Dumont)  
Rémi Desmet, Fermes universitaires UCLouvain
- 09h25 – 09h40 : **Innovation et création de valeur** des modèles économiques en partant du BMC  
Hervé Léonard, conseiller en création d'entreprises - Groupe One
- 09h40 – 09h50 : **Les aides au maraîchage** dans le cadre de la PAC  
Timothée Petel, FUGEA
- 09h50 – 11h00 : **Témoignages** de maraîchers
- 11h00 – 12h15 : **Groupes de travail** animés sur les facteurs de progression
- 12h15 – 12h30 : **Restitution** synthétique des travaux
- 12h30 – 13h00 : **Lunch** sandwich





# Etat du secteur et introduction à la problématique

Rémi DESMET  
Fermes universitaires UCLouvain





# Etudes socio-économiques en maraîchage

- Thèse d'Antoinette Dumont sur les conditions de travail (UCLouvain)<sup>1</sup>
  - Echantillon de 34 fermes wallonnes (2013-2014)
  - Classification basée sur la surface et les pratiques (agroécologiques/AB ou conventionnelles)

**Tableau 1 : Classification des systèmes de production**

Système	Superficie brute de légumes [ha] <sup>3</sup>	Superficie moyenne développée par légume [ha]	ETP <sup>1</sup> /Exploitation	ETP/ha brut de légumes	Légumes typiques et nombre de légumes cultivés	Proportion d'opérations d'implantation et de récolte motorisées <sup>4</sup>
MPS	< 2,5	< 0,1	B <sup>2</sup> : [2–4] C <sup>2</sup> : [0,5–3]	B: [1,5–2,5] C: [0,25–2,5]	Multiple B: [25–45] C: [20–30]	B: 0 % C: [0–12,5] %
MMS	[2–10]	[0,1–0,5]	B: [8–12] C: [2–6]	B: [1,5–5] C: [0,5–2,5]	Multiple B: [30–45] C: [40–50]	B: [0–12,5] % C: [0–25] %
MGS	[12–38]	B: [0,25–0,75] C: [1–10]	B: [5–14] C: [8–10]	[0,25–1]	Multiple B: [25–35] C: [3–13]	B: [30–50] % C: [50–70] %
PGC	B > 25 C > 18	> 3	B: [3–5] C: [1–3]	B: < 0,20 C: < 0,10	Carottes, pommes de terre, haricots... B: [5–10] C: [2–8]	[50–100] %

A = agriculture biologique et agroécologique ; B = agriculture biologique et non agroécologique ; C = agriculture conventionnelle  
 MPS = Maraichage sur Petites Surfaces ; MMS = moyenne ; MGS = grande ; PGC = producteurs en grande culture



# Etudes socio-économiques en maraîchage

- Thèse d'Antoinette Dumont sur les conditions de travail (UCLouvain)<sup>1</sup>
- Références technico-économiques du CETAB en 2018-2019<sup>2</sup>
  - Echantillon de 21 fermes au Québec (2018-2019)
  - Classification basée sur la surface et le degré de mécanisation (production « intensive » ou « mécanisée »)

Superficies en production	Unité	Intensif de petite taille	Intensif de taille moyenne	Mécanisé de petite taille	Mécanisé de taille moyenne	Mécanisé de grande taille
Champs	ha	0,4	1,0	1,4	3,4	6,0
Tunnels	m <sup>2</sup>	258	387	387	559	1 720
Serres	m <sup>2</sup>	274	456	291	456	1 080
Engrais verts	ha	0	0	2	4	6
Équivalent UDP champs (facteur 1:1)	UDP	0,40	1,00	1,40	3,40	6,00
Équivalent UDP tunnels (facteur 3,5:1)	UDP	0,09	0,14	0,14	0,20	0,60
Équivalent UDP serres (facteur 8,5:1)	UDP	0,23	0,39	0,25	0,39	0,92
Nombre d'UDP totales	UDP	0,72	1,52	1,78	3,98	7,52



# Etudes socio-économiques en maraîchage

- Thèse d'Antoinette Dumont sur les conditions de travail (UCLouvain)<sup>1</sup>
- Références technico-économiques du CETAB en 2018-2019<sup>2</sup>
- Etude sur le maraîchage agroécologique sur très petites surfaces en zones périurbaines par Innoviris en 2017<sup>3</sup>
  - Maraîchers de l'espace-test « Graines de paysans » (2017)
  - Projets « en développement »

	MOYENNE
Période de vente (en mois)	8
Nombre d'heures travaillées par le maraîcher, aide comprise (en heures)	1.850
Surface cultivée (serres incluses, hors gros chemins) (en ares)	12



# Etudes socio-économiques en maraîchage

- Thèse d'Antoinette Dumont sur les conditions de travail (UCLouvain)<sup>1</sup>
- Références technico-économiques du CETAB en 2018-2019<sup>2</sup>
- Etude sur le maraîchage agroécologique sur très petites surfaces en zones périurbaines par Innoviris en 2017<sup>3</sup>

## Constats

- Revenu horaire net **entre 5,5 et 8,5€/h** pour les modèles sur moins de 10 ha
- Revenu horaire net de **17€/h ou plus** pour les modèles de taille supérieure à 10 ha (mais crédit à rembourser et dépendance accrue aux aides)
- **Temps de travail fortement variable** pour les producteurs, compris entre 2.500 et 4.000 h/an pour les modèles de taille petite à moyenne
- Equilibre à trouver entre les dimensions sociales, économiques et environnementales



# Conditions de travail<sup>1</sup>

Systèmes	Dimensions - Conditions de travail							
	Marge de manœuvre et contrôle	Revenu et avantages sociaux	(In)sécurité au travail	Temps au travail	Expérience politique au travail	Bénéfices intrinsèques	Pénibilité au travail	Santé au travail
<b>Biologique</b>								
MPS	+	-	-	+	++	++	-	++
MGS	+	+	-	+	+	++	++	++
PGC	-	++	+	+	+	++	++	+
MMS	++	+	++	-	++	++	++	++
<b>Conventionnel</b>								
MGS	+	+	-	+	-	-	-	-
MPS	+	-	+	-	+	++	-	++
PGC	++	++	+	++	+	++	++	-
MMS	+	+	++	+	+	++	+	+

- Les maraîchers des systèmes MMS bénéficient de conditions de travail globalement plus agréables



# Perspectives d'évolution

- Penser à l'avance aux canaux de commercialisation  
→ Etape 5
- Communication auprès des consommateurs  
→ Etape 6
- Connaître le coût de revient de ses produits
- Se fédérer et porter des revendications communes
- Partager les connaissances entre acteurs



# Sources

<sup>1</sup> Dumont, Antoinette M. & Baret, Philippe. (2017). Why working conditions are a key issue of sustainability in agriculture? A comparison between agroecological, organic and conventional vegetable systems. *Journal of Rural Studies*. 56. 53-64. [10.1016/j.jrurstud.2017.07.007](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.07.007).

<sup>2</sup> Ménard, Geoffroy (2021). Références technico-économiques en maraîchage diversifié

<sup>3</sup> Innoviris (2018). Le maraîchage agroécologique professionnel sur petites surfaces en zones (péri-)urbaines





# Innovation et création de valeur des modèles économiques

Hervé LEONARD  
Groupe One









# Modèles Economiques maraîchers et Innovation

## Routes de l'Innovation

17 janvier 2022 – Hervé Léonard



# Le BMC pour structurer les éléments d'innovation

Modélisation de la création de valeur

La logique par laquelle une organisation crée et délivre de la valeur à ses clients/bénéficiaires

Découvrir comment fonctionnent nos organisations pour mieux comprendre comment elles réussissent



# Le Business Model Canvas

Réalisé pour :

Réalisé par :

Date :

Version :

<p><b>Partenaires Clés</b> </p> <p>Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos fournisseurs clés ? Quelles ressources obtenons-nous auprès de nos partenaires ? Quelles activités clés réalisent nos partenaires ?</p> <p><b>OBJECTIFS DU PARTENARIAT</b> Optimisation et Economie Réduction de risques et incertitudes Acquisition des ressources ou activités spécifiques</p>	<p><b>Activités Clés</b> </p> <p>Quelles activités clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Notre relation avec les clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p><b>CATEGORIES</b> Production Résolution de problèmes Plateforme / Réseau</p>	<p><b>Propositions de Valeur</b> </p> <p>Quelle valeur apportons-nous au client ? Quel problème/attente client aidons-nous à résoudre ? Quelles combinaisons de produits et de services proposons-nous à chaque segment de clients ? A quels besoins clients répondons-nous ?</p> <p><b>CARACTERISTIQUES</b> Nouveauté Performance Personnalisation "Mission accomplie" Design Marque / Réputation Prix Réduction de coûts Réduction de risques Accessible Confort / Usable</p>	<p><b>Relations avec les Clients</b> </p> <p>Quelles relations chaque segment client souhaite-t-il que nous établissions et maintenions avec eux ? Lesquelles avons-nous établies ? Quel est leur coût ? Comment sont-elles intégrées dans notre modèle économique ?</p> <p><b>EXEMPLES</b> Assistance personnalisée dédiée Assistance personnalisée libre-service Services automatisés Communautés Co-creation</p>	<p><b>Segments de Clientèle</b> </p> <p>Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ?</p> <p>Marché de masse Marché de niche Marchés segmentés Marchés diversifiés Plate-formes multi-faces</p>
<p><b>Ressources Clés</b> </p> <p>Quelles ressources clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Notre relation avec les clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p><b>TYPES DE RESSOURCES</b> Physiques Intellectuelles (marques, brevets, droits, données) Humaines Financières</p>		<p><b>Canaux de Distribution</b> </p> <p>Quels sont les canaux préférés de nos clients ? Quels canaux utilisons-nous actuellement ? Nos canaux sont-ils intégrés ? Quels canaux donnent les meilleurs résultats ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment allons-nous les intégrer avec des routines de clients ?</p> <p><b>PHASES</b> 1. Sensibilisation Comment pouvons-nous mieux faire connaître notre offre ? 2. Evaluation Comment aidons-nous le client à évaluer notre proposition de valeur ? 3. Achat Comment permettons-nous aux clients d'acquiescer nos produits et services ? 4. Livraison Comment délivrons-nous notre proposition de valeur aux clients ? 5. Service après-vente Comment fournissons-nous un service après-vente ?</p>		<p><b>Structure des Coûts</b> </p> <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p><b>VOTRE MODELE ECONOMIQUE EST-IL PLUTOT :</b> Avec ses coûts (faible structure de coûts, parti fixe, automatisation maximale, sous-traitance intensive) ? Avec sa valeur (faible sur le coût de valeur, proposition de valeur haut de gamme) ?</p> <p><b>EXEMPLE DE CARACTERISTIQUES</b> Coûts fixes (salaires, locations, services publics) Coûts variables Economies d'échelle Economies de gamme</p>
<p><b>Structure des Coûts</b> </p> <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p><b>VOTRE MODELE ECONOMIQUE EST-IL PLUTOT :</b> Avec ses coûts (faible structure de coûts, parti fixe, automatisation maximale, sous-traitance intensive) ? Avec sa valeur (faible sur le coût de valeur, proposition de valeur haut de gamme) ?</p> <p><b>EXEMPLE DE CARACTERISTIQUES</b> Coûts fixes (salaires, locations, services publics) Coûts variables Economies d'échelle Economies de gamme</p>		<p><b>Sources de Revenues</b> </p> <p>Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre payent-ils actuellement ? Comment payent-ils ? Comment préféreraient-ils payer ? Quelle est la contribution de chaque flux de revenus à l'ensemble des revenus ?</p> <p><b>TYPES</b> Vente de biens Frais d'utilisation Abonnement Prix / Location / Châh-d'ail Frais de courtage Publicité</p> <p><b>PRIX FIXES</b> Prix fixes Dépendant des options du produit Dépendant du segment client Dépendant du volume</p> <p><b>PRIX VARIABLES</b> Négociation (marchandage) Coût de la prestation Marché temps réel</p>		<p><b>Structure des Coûts</b> </p> <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p><b>VOTRE MODELE ECONOMIQUE EST-IL PLUTOT :</b> Avec ses coûts (faible structure de coûts, parti fixe, automatisation maximale, sous-traitance intensive) ? Avec sa valeur (faible sur le coût de valeur, proposition de valeur haut de gamme) ?</p> <p><b>EXEMPLE DE CARACTERISTIQUES</b> Coûts fixes (salaires, locations, services publics) Coûts variables Economies d'échelle Economies de gamme</p>



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Traduction française par : BizIT Conseil  
<http://www.bizitconseil.fr>

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



# Le CSA – IKEA du légume

## Proposition de valeur :

Le prix : 1€ par jour et par personne !!!

Une expérience !

De la convivialité !

## Ressources :

Les consommateurs !

## Structure de coûts :

Délégation de la plupart des coûts : récolte, stockage, lavage, conditionnement, transport,...



# Les stratégies de niche

**Segment de client qui reconnaît une valeur spécifique à la production**

Valorisation plus importante

Solidarité

Termes d'échange plus favorable

Prix système et non prix produit

Risqué ?



# Innovation Technologique

## Réduction des coûts et de la pénibilité :

Automatisation de certaines fonctions liées à la commercialisation

Accessibilité de plus en plus grande d'outils commerciaux en ligne

Automatisation de fonctions de productions : irrigation, désherbage



Rendre ces outils les plus accessibles possibles ?



# Changement de paradigme de la chaîne de valeur

## Les modèles économiques hybrides :

Création de valeur non plus pour enrichissement mais pour un projet de société

Redistribution de la création de valeur entre différents maillons de la chaîne décidée par les acteurs (en lieu et place du marché)





# Stratégie de diversification des sources de revenus

## Commercialisation – formation - ...

Ne résout pas le problème de fond

Mais peut permettre de trouver un équilibre plus approprié entre valeurs nobles et valeurs économiques

Mais parfois le même manque de professionnalisme caractérise cette activité



# Changements du contexte économique et politique

## Peut-être un peu tôt....

Taxation différenciée

Nouvelles aides

## Mais aussi....

Variation climatique

Diminution du pouvoir d'achat





Retrouvez nos projets  
et contactez-nous !

[www.groupeone.be](http://www.groupeone.be)

**Groupe One Bruxelles :**

+32 (0)2 537 44 44

[info@groupeone.be](mailto:info@groupeone.be)

**Groupe One Wallonie :**

+32 (0)67 87 80 17

[Secretariat.wallonie@groupeone.be](mailto:Secretariat.wallonie@groupeone.be)

  @groupeone





# Les aides au maraîchage dans le cadre de la PAC

Timothée PETEL  
FUGEA



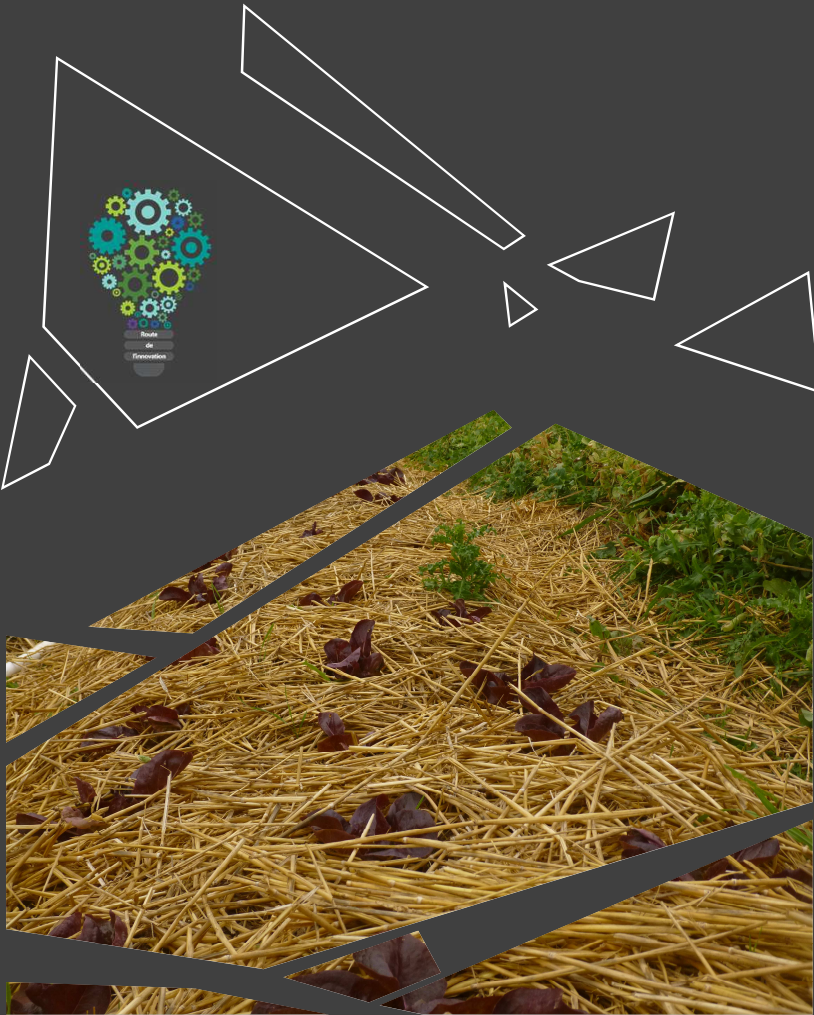
# La PAC et les aides pour les maraîchers et maraîchères



Route de l'innovation du 17.01.2022

# Plan de la présentation

1. Accès aux aides
2. Aides du Pilier 1
3. Aides du Pilier 2
4. Bilan P1 et P2 et propositions FUGEA/GMDB
5. Aides à l'installation et à l'investissement



# Accès aux aides

## Critères de base pour accéder aux aides PAC

- Avoir un numéro d'entreprise (inscription à la BCE)
- Obtenir un numéro de producteur (« de partenaire »)



Navigation menu: ACCUEIL | JE M'INSTALLE | JE SUIS AGRICULTEUR-TRICE | TRANSMETTRE MON EXPLOITATION | ACCÈS À LA TERRE | CONTACTEZ-NOUS | SOURCES | SE CONNECTER

### Numéro de partenaire

Une fois votre activité débutée, vous pourrez demander un numéro de partenaire (anciennement numéro de producteur).

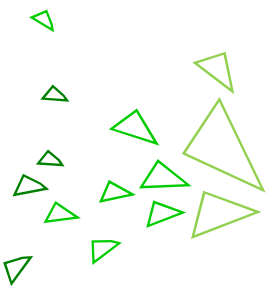
## OBTENIR UN NUMÉRO DE PARTENAIRE

Les démarches s'effectuent auprès de la Direction extérieure du département de l'agriculture wallonne. C'est elle qui sera en charge de votre dossier, et qui sera le plus souvent votre point de contact.

-> [guichet-agricole.be](http://guichet-agricole.be)

# Accès aux aides

## La déclaration de superficie – Cas du maraîchage sur petite surface





# Aides du Pilier 1

## Les différents régimes d'aides du pilier 1



	Montant moyen (€)*	Conditions
Paiement de base	108	par ha activé par droit
Paiement vert	102	par ha activé par droit respect de 3 règles environnementales
Paiement redistributif	115	pour 30 premiers ha par actif
Paiement jeune	63	pendant 5 ans avec première demande au plus tard à 40 ans + conditions de qualifications professionnelles

\* Chiffres pour l'année 2019 (Source: SPW)

**Pour la PAC 2023-2027: disparition du paiement vert remplacé par les Eco-Régimes (aides conditionnées à la mise en place de pratiques vertueuses déterminées par chaque Etat Membre)**

# Aides du Pilier 2

## Agriculture biologique



Groupes de cultures	Aides octroyées par tranche de superficie (€ / ha)					
	Superficies en agriculture biologique			Superficies en conversion		
	0 à 60 ha	Au-delà du 60 <sup>ème</sup> ha		0 à 60 ha	Au-delà du 60 <sup>ème</sup> ha	
Cultures fourragères et Prairies	200	120		350	270	
Autres cultures annuelles	400	240		550	390	
	0 à 3 ha	Du 3 <sup>ème</sup> au 14 <sup>ème</sup> ha	Au-delà du 14 <sup>ème</sup> ha	0 à 3 ha	Du 3 <sup>ème</sup> au 14 <sup>ème</sup> ha	Au-delà du 14 <sup>ème</sup> ha
Arboriculture, Horticulture et Production de semences	900	750	400	1050	900	550



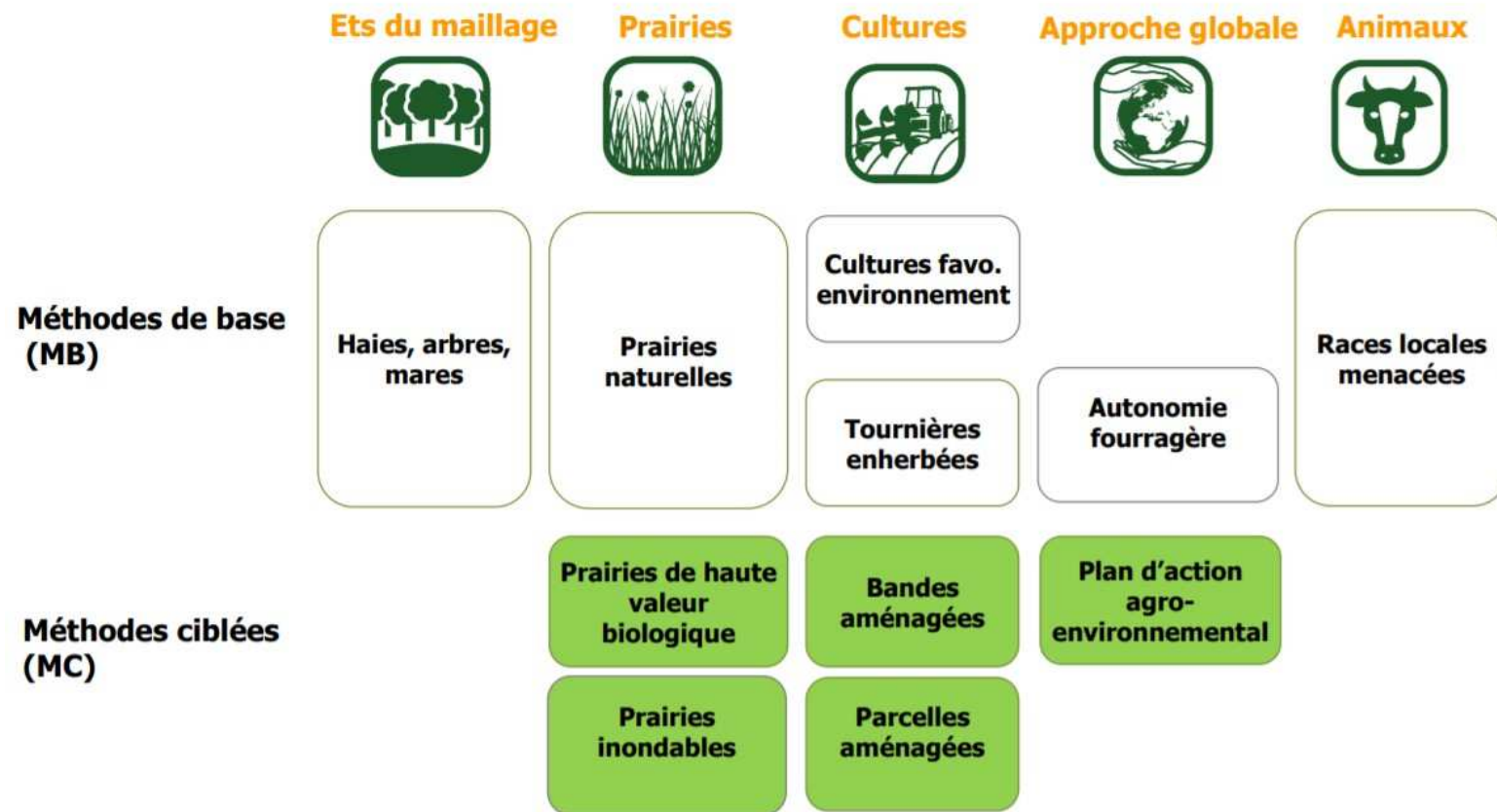
**Ne couvre pas le coût de certification bio pour exploitation < 40 ares**

# Aides du Pilier 2

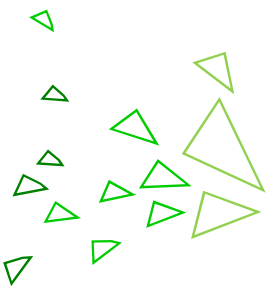
## Méthodes Agro-Environnementales et Climatiques (MAEC)



### 11 méthodes en 5 axes



Source du visuel : Présentation de Natagriwal



## Bilan P1 et P2 et propositions FUGEA/GMDB



### Les maraîchers sur petites surfaces : les oubliés de la PAC

- **Montant d'aide très faible car système PAC basé sur la superficie agricole cultivée et sans mesures réellement adaptées**
- **Pour le pilier 1 : un maraîcher sur 1 ha touche 400€ contre en moyenne 20.000€ par ferme en Wallonie**

## Bilan P1 et P2 et propositions FUGEA/GMDB



### Les maraîchers sur petites surfaces : les oubliés de la PAC

- **Montant d'aide très faible car système PAC basé sur la superficie agricole cultivée et sans mesures réellement adaptées**
- **Pour le pilier 1 : un maraîcher sur 1 ha touche 400€ contre en moyenne 20.000€ par ferme en Wallonie**

### Les revendications du GMDB et de la FUGEA

- **Code culture spécifique**
- **Mise en place du programme « petit agriculteur »**
- **Revalorisation du régime d'aide bio**
- **MAEC adaptées**

# Aides à l'installation et à l'investissement

## Cadre



Aide à l'installation	Aide à l'investissement
<ul style="list-style-type: none"><li>- Forfait de 70.000€ par agriculteur installé (payé par tranches)</li><li>- Un dossier et un suivi de fin de plan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Investissement de min. 5.000€ pour un matériel</li><li>- Dossier pour un matériel neuf repris dans une liste</li><li>- Aide entre 20 et 40% du montant d'investissement</li></ul>

# Aides à l'installation et à l'investissement

## Conditions



Aide à l'installation	Aide à l'investissement
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Conditions de base pour accéder aux aides</b></li><li>- <b>Conditions de qualifications professionnelles</b></li><li>- <b>Avoir moins de 41 ans</b></li><li>- <b>Rentrer le dossier au maximum 24 mois après installation</b></li><li>- <b>Etre agriculteur à titre principal</b></li><li>- <b>Travailler moins de 900h à l'extérieur</b></li><li>- <b>Garder la ferme minimum 3 ans après la recevabilité (compter 5 ans)</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Conditions de base pour accéder aux aides</b></li><li>- <b>Conditions de qualifications professionnelles</b></li><li>- <b>Etre agriculteur à titre principal ou secondaire</b></li><li>- <b>Travailler moins de 1170h à l'extérieur et min 35% du revenu issu de l'activité agricole</b></li><li>- <b>Garder l'investissement 7 ans en faisant une comptabilité de gestion</b></li></ul>

# Aides à l'installation et à l'investissement

## Analyse du dossier



Aide à l'installation	Aide à l'investissement
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Installation par développement = personnaliser votre projet existant</b></li><li>- <b>Respect d'une Production Brute Standard minimum</b><ul style="list-style-type: none"><li>- <b>25.000€</b></li><li>- <b>12.500€ si vente directe</b></li></ul></li><li>- <b>Critères de viabilité</b><ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Revenu viable et fonctionnel dès la 1<sup>ère</sup> année</b></li><li>- <b>Revenu de 15.000€/unité de travail après 3 ans</b></li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Critères de viabilité : revenu 15.000€ / unité de travail après investissement</b></li></ul>



# Aides à l'installation et à l'investissement : bilan et propositions FUGEA/GMDB



Accès difficile pour maraîchers sur petites surfaces :

- **Souvent exclus de l'aide installation avec passage à titre complémentaire**
- **Critères de rentabilité difficiles à atteindre**
- **Liste matériel et montant min. des aides à l'investissement inadaptés**

## Aides à l'installation et à l'investissement : bilan et propositions FUGEA/GMDB



Accès difficile pour maraîchers sur petites surfaces :

- **Souvent exclus de l'aide installation avec passage à titre complémentaire**
- **Critères de rentabilité difficiles à atteindre**
- **Liste matériel et montant min. des aides à l'investissement inadaptés**

Les revendications du GMDB et de la FUGEA

- **Installation progressive**
- **Révision critères de PBS et rentabilité (p.ex. durée de développement de 5 ans)**
- **Adaptation liste matériels et regrouper plusieurs matériels par dossier**



Merci de votre  
attention





# Témoignages des maraîchers

- **François Sonnet**, Au champ des possibles (CSA/auto-cueillette sur petite surface)
- **Gwénael Dubus**, Fermier du Peuplier (maraîchage diversifié sur grande surface)
- **Cédric Saccone**, Ferme au Moulin (diversification des activités de la ferme)
- **Gilles Grévisse**, Ferme de Bio-Vallée (mécanisation sur 1 ha)
- **David Errera** (spécialisation dans certains légumes et très petite surface) ?





# Travail en sous-groupes



## Thèmes de travail

- **Groupe 1 : *Innovations commerciales***  
Animateurs : Hervé Léonard et Jean-Noël Degeye
- **Groupe 2 : *CSA***  
Animateurs : François Sonnet et Virginie Detienne
- **Groupe 3 : *Maraîchage diversifié sur grande surface***  
Animateurs : Gwénael Dubus et Xavier Delmon
- **Groupe 4 : *Diversification des activités***  
Animateurs : Cédric Saccone et Timothée Petel
- **Groupe 5 : *Mécanisation***  
Animateurs : Gilles Grévisse et Daniel Wauquier





## Outil d'analyse

- **Business Model Canevas**

Les « subsides & aides » = critère transversal

## Organisation

- 6 à 8 personnes par groupe
- 2 rounds



<b>Partenaires clés</b> Qui sont vos partenaires clés ? Qui sont vos fournisseurs clés ? Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ? Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?	<b>Activités clés</b> Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l'offre ? (logistique, marketing, production...) Quel lien avec les canaux de distribution ? Quel lien avec la relation client ? Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?	<b>Offre (proposition de valeur)</b> Quelle proposition de valeur pour les clients ? Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ? Quelles solutions l'offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ? Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?  Bio	<b>Relation client</b> Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l'entreprise ? Lister les types de relations client. Comment la relation client s'intègre-t-elle au reste du modèle économique ? Quel en est le coût ?	<b>Segments de clientèle</b> Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ?
	<b>Ressources clés</b> Quelles ressources clés la production de l'offre requiert-elle ? Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?  Temps		<b>Canaux de distribution</b> A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ? Comment les différents canaux s'intègrent-ils ? Quel est le canal privilégié ? Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?	
<b>Structure des coûts</b> Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés par le modèle économique ? Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?		<b>Sources de revenus</b> Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ? Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ? Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ?  Subsidés & aides		





Réseau wallon  
de Développement Rural

# Compte-rendu synthétique des travaux en plénière



# Route de l'Innovation 3.0 – Maraîchage

## Invitation à la 5<sup>ème</sup> étape

**Logistique, distribution et commercialisation**

**Jeudi 10 mars 2022 PM (lieu à confirmer)**

Avec le soutien de  
la



Wallonie



Fonds européen agricole pour le développement rural:  
l'Europe investit dans les zones rurales.



Fermes universitaires  
**UCLouvain**



# Route de l'Innovation 3.0 – Maraîchage

## Merci pour votre participation ;-)