

## Réseau wallon pour une alimentation durable

Construisons ensemble notre vision de l'alimentation durable

### Compte-rendu de la rencontre/échange n°3 :

#### Alimentation et production

22 septembre 2009 (Morlanwez) : atelier de l'après-midi

### Comment permettre le rapprochement entre les producteurs et les consommateurs?

---

**Pour répondre à cette question, nous avons utilisé la grille SWOT, permettant d'identifier les freins et les forces internes et les menaces et opportunités externes au réseau wallon pour une alimentation durable.**

Les réponses sont formulées à la fois sous forme d'objectifs (opérationnels) et de projets.

0. Quelles sont les forces INTERNES (économique, social, environnemental) qui permettent/permettraient le rapprochement entre producteurs et consommateurs

- Les produits wallons sont de qualités
- Les exploitations sont relativement petites et diversifiées sur un petit territoire, la Wallonie
- Développement de palettes de produits à la ferme (pour que les gens ne doivent pas visiter 5 fermes pour faire leurs achats)

1. Quelles sont les opportunités EXTERNES (économique, social, environnemental) qui permettent/permettraient le rapprochement entre producteurs et consommateurs

- Créations des rayons spécifiques « produits fermiers bios et conventionnels » dans les grandes surfaces
- Développement les politiques régionales adéquates: favoriser la diversification des produits, développer des aides financières. L'APAQW est un organisme existant qui fait la promotion des produits wallons. Mais les politiques sont tenus de respecter les règles de l'OMC (point menaces externes)
- Développement de l'étiquetage « d'origine » simple tant pour les produits de bases que pour les produits transformés, étiquetage de CO2.
- Développement d'« Union » des producteurs pour fabriquer des produits transformés. Ce qui pourrait aboutir à la création de filières
- Développement de GAC avec offres variées mais attention à la logistique (rupture de chaîne du froid)
- Utilisation des SELS (systèmes d'échanges locaux) pour favoriser

- Développement des Halles et des Marchés
  - Le profil des consommateurs est diversifié. Il existe une frange de plus en plus importante de la population désireuse de s'alimenter « durable » et notamment bio et « proches » de chez eux. Citons à titre d'exemple les « créatifs culturels », qui représentent 17% de la population en France. L'Eurobaromètre du citoyen indique également qu'il est prêt à consommer mieux. Mais attention, le citoyen européen est souvent plus ouvert que le consommateur européen.
  - Sensibilisation du grand public, des enfants aux adultes, des acteurs de la restauration collective, ...
2. Quelles sont les faiblesses / freins INTERNES (économique, sociale, environnementale) qui permettent/permittraient le rapprochement entre producteurs et consommateurs
- L'étiquetage est lacunaire: on ne sait d'où viennent les produits
  - Segmentation de la transformation
  - L'offre générale en produits wallons ne correspond pas à la demande. Nous importons des ...
  - Le marketing, la communication pour favoriser l'achat des produits wallons n'est pas assez développé.
  - La professionnalisation des GAC n'est pas assez poussée; ce qui empêche parfois leur maintien sur la durée, le manque de fraîcheur des produits, une mauvaise gestion des déplacements.
  - Il y a trop peu de main d'œuvre agricole (emplois saisonniers, peu reconnus, )
3. Quelles sont les menaces / freins EXTERNES (économique, social, environnemental) qui permettent/permittraient le rapprochement entre producteurs et consommateurs
- Les politiques internationales (OMC), européennes et fédérales favorisent l'ouverture des marchés et la libre concurrence, ce qui défavorisent la relocalisation des marchés de la production et de la consommation alimentaires.
  - La rentabilité est négociée sur le marché européen
  - L'AFSCA impose des normes qui peuvent occasionner des coûts importants et donc qui sont défavorables au maintien de la production locale
  - Pour des raisons de sécurité alimentaire, il y a une tendance à la standardisation, et à homogénéisation des produits
  - De nombreux produits transformés (biscuits, ...) utilisent maintenant des huiles végétales (non produites localement) à la place de beurre (produit localement)

- La culture de la consommation. Une proportion de gens aiment aller faire du shopping dans les grandes surfaces et ne voient aucun intérêt à aller acheter des produits à la ferme. Ils achètent plutôt spontanément des produits bons marchés, privilégient la quantité, et ne s'intéressent pas forcément à l'origine des produits ou à sa qualité.