

Thématique : Offre.....Promoteur : Mme Daniaux, filière caprine.....

Question de départ : Pourquoi manque-t-on de producteurs ?.....

1. Clarification et tour de la question

Pourquoi est-ce une question importante? Qui est concerné par cette question et pourquoi? Quels sont les problèmes identifiés ? Quelles en sont les causes ? Quelles sont les autres questions en lien avec la question de départ que nous pourrions nous poser ?

Pour certains produits, il y a plus de demande que d'offre de produits locaux. Pour d'autres non. Mais on ne sait pas toujours bien pour quels produits c'est le cas.

Une exploitante de viande de moutons explique alors ses difficultés. Quand on est une exploitation de petite taille et qu'on est déficitaire, c'est un cercle vicieux et c'est très difficile de s'en sortir. De plus, les gens croient que les produits locaux sont plus chers, alors que ce n'est pas forcément le cas. Il y a aussi le problème de sensibilisation du consommateur à la saisonnalité.

Quand on choisit de se lancer dans une production, il n'y a pas que des choix rationnels qui rentrent en jeu. Il y a par exemple aussi une question d'image. Dans le milieu de la production de viande, c'est par exemple beaucoup plus « mal vu » de produire du mouton plutôt que du boeuf. Elever du mouton est souvent considéré comme un hobby par les agriculteurs ; c'est la « vache du pauvre ».

4. Suite à la discussion, comment pourrions-nous reformuler cette question ?

Que faut-il produire ? Où y a-t-il de la demande de la part des consommateurs ?

2. Pistes d'actions - Tout est permis !

Quelles sont les pistes à explorer, les opportunités à saisir, les activités à mettre en oeuvre?

Même les plus folles !

- Mettre en place une **coopérative de transformation**.
- Une initiative de **conserverie mobile** va voir le jour. C'est un projet mené par la Promotion Sociale de Liège (Etienne Fiévez). Ce serait intéressant de le faire connaître aux producteurs locaux pour qu'ils puissent transformer leurs produits (et donc créer de la valeur) sans devoir avoir recours à des investissements hors de prix.
- Créer des **fiches informatives résumant la situation sur certains marchés** pour que les producteurs puissent prendre leurs décisions en connaissance de cause. Ces fiches découleraient d'études rigoureuses. Par exemple pour le secteur de l'agneau, dire que l'agneau consommé en Belgique vient à 90% de Nouvelle-Zélande, qu'il est notamment beaucoup consommé pendant les fêtes et qu'il y a une grosse demande des consommateurs pour ce produit. Le but de ces fiches serait entre autres de déterminer pour quels produits la demande n'est pas rencontrée (où les producteurs ont donc intérêt à se lancer) et pour quels produits le marché est « bouché »
- **La CATL pourrait devenir l'image de marque** des produits locaux liégeois. L'idée ici est celle de la mutualisation des coûts liés au marketing et à la promotion des produits.
- **Les écoles ont un rôle de sensibilisation à jouer**. Par exemple sur la consommation de lait de chèvre.

3. Arguments et points d'attention

Quels sont les critères et les conditions à réunir pour que ça se réalise ? Quels sont les leviers ? Les alliances ? Les parties prenantes ?

Idée(s) surprenante(s), verbatim(s) :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3 verbes clés

--	--	--

Thématique : Offre.....Promoteur : Mme Daniaux, filière caprine.....

Question de départ : Pourquoi manque-t-on de producteurs ?.....