

PWDR 2014-2020 MESURE 19 LEADER



GAL du Pays des 4 Bras

Intitulé du Projet : Initiatives de production, diffusion et promotion des produits locaux

RAPPORT FINAL D'ACTIVITES

Date : 26/01/2024

Code projet : 191402a

Arrêté Ministériel (date de signature): 13/10/2017- 16/12/2020 – 08/12/2021-
14/04/2023

Période concernée : du 01/01/2017 au 31/12/2023

Budget global (100%)

Budget phase1 : 178.971,66 € - Phase 2 : 58.580,32 € - Transition : 117.426,80 €

Bénéficiaire du projet : ASBL Pays des 4 Bras - Rue Jules Tarlier, 32 - 1495 Villers-la-Ville

Contact /chargé de mission : Alaerts Romain (21/11/17-19/06/18) ; Dumont Valérie-Anne (7/08/18-
04/01/21) ; L'Avis Antoine (20/09/22-28/02/23) ; Legrand Marie-Isabelle (01/05/23-30/09/23) ; Olivier
Servais (01/01/2023-31/12/2023)

Partenaire privilégié : Neant

Autorité responsable : SPW-ARNE

Personne de contact à l'administration: **Nicolas De Fotso / Katia MANGIONE**

Autorité responsable du suivi technique : SPW-ARNE

Personne de contact à l'administration: **Katia MANGIONE**

Intitulé du SDL : Atelier et vitrine des produits du terroir et du territoire

Communes de : Villers-la-Ville, Les Bons Villers, Genappe

1. OBJECTIFS DU PROJET

Le projet a poursuivi les objectifs suivants :

- Assurer le relais entre les producteurs et les citoyens qui veulent concrétiser des dynamiques de circuits courts sur le territoire.
- Allier agriculture, tourisme et développement durable.
- Renforcer la filière agro-alimentaire locale ainsi que développer des filières nouvelles, comme celle des plantes médicinales.

Le plan d'actions s'articulait autour de 5 axes :

1. Axe 1 : **promotion des produits locaux.**

Cette valorisation passe par plusieurs vecteurs : présence sur le web et les réseaux sociaux, dans les médias, dans la presse écrite ; représentation lors d'évènements ; réalisations d'outils promotionnels ; promotion chez des acteurs du territoire ; organisation d'évènements/d'ateliers.

2. Axe 2 : **diffusion des produits locaux grâce au développement de circuits courts.**

Dans cet axe, il convient de s'appuyer sur les dispositifs et initiatives existants sur le territoire : au niveau communal (opération de développement rural en cours sur Les Bons Villers et PCDR de Genappe) et au niveau provincial (2 projets complémentaires identifiés comme porte d'accès à un territoire supracommunal et un relais de leurs actions : Empreinte BW au niveau du Brabant Wallon et la Ceinture Alimentaire Charleroi Métropole au niveau du Hainaut).

Dans tous les cas, l'objectif est d'agir :

- au niveau de l'offre : en favorisant /soutenant les systèmes de vente/livraison entre producteurs sur un mode coopératif
- au niveau de la demande : cerner les besoins des consommateurs et les leviers d'actions ; soutenir les initiatives de citoyens (GAC, épiceries locales)
- au niveau de la logistique/distribution : soutenir les intermédiaires entre producteurs et consommateurs, travailler en synergie avec les acteurs en place (Made in BW), développer la distribution vers les restaurants et les collectivités.

3. Axe 3 : **développement de - et le soutien aux - filières innovantes.**

Poursuivre l'aide à la mise en place d'une filière de plantes médicinales

Fédérer des acteurs autour du concept de tiers-lieu nourricier, rassemblant producteurs, transformateurs et consommateurs.

4. Axe 4 : **développement d'activités de transformation.**

Durant la phase 1, le chargé de mission détectera des activités de transformation prometteuses et des endroits propices pour l'établissement d'ateliers partagés ou d'un hall relais. La phase 2 permettra la concrétisation d'un nouveau pôle circuit-court sur le territoire.

5. Axe 5 : **fermes en fête**

Organisation de 6 évènements festifs dans 6 fermes du territoire.

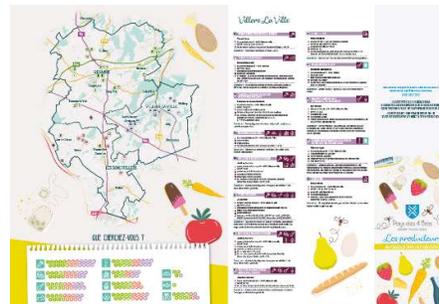
2. ACTIONS CONCRÈTES RÉALISÉES

2.1. DESCRIPTION DES ACTIONS

Axe. 1 : Promotion des produits locaux

La carte « les producteurs du carrefour des saveurs » :

Afin de mettre en avant les produits locaux, plus de 80 acteurs ont été approchés. Il s'agit d'agriculteurs pratiquant la vente directe ou souhaitant intégrer des canaux de circuits courts, des apiculteurs, des artisans alimentaires (boulangers, chocolatiers, poissonniers, bouchers, etc.), des GACs, des restaurateurs, traiteurs et épiciers. Une première édition a été diffusée largement (5000 ex) dès le second semestre 2018 lors de différentes manifestations, et dans des lieux fréquentés. Une mise à jour et une seconde édition a été réalisée et diffusée à partir de mai 2019.



La Gazette du GAL : Brochure semestrielle diffusée en toutes boîtes (17.000 ex) de 2018 à 2020, la Gazette du GAL fut exploitée pour la diffusion de nombreux articles présentant l'offre en produits locaux, à travers des recettes, la présentation de gammes de produits (les fromages locaux, les bières, ...), des portraits, des concours (paniers de produits locaux à gagner).

Présence sur les réseaux sociaux : Tout au long du projet, et en particulier durant la campagne « Je mange local », des dizaines de publications facebook mettant en avant les produits et producteurs locaux, les différents événements sur lesquels les produits locaux sont représentés,...

Répertoire des producteurs : Référencement des producteurs sur le site du GAL par la création de 60 fiches producteurs accessible via des filtres. Ces pages figurent parmi les pages les plus visitées du site web www.paysdes4bras.be

Promotion lors d'événements : Participation, organisation ou co-organisation de nombreux événements mettant en avant les produits locaux tout au long du projet tel que :

- Dégustation lors du Ciné-débat du CPAS de Les Bons Villers le 2 mai 2018
- Animation jus de fruits/légumes Fête de l'environnement à Villers-la-Ville (09/09/18)
- Dégustation de produits locaux 10 ans du Ravel à Bousval (15/09/18)
- Stands food au Salon de l'économie d'énergie Frasnés-lez-Gosselies (17/11/18)
- Dégustation Cycles du terroir avec Provelo au départ de l'Abbaye de Villers-la-Ville- 28/04/19 (100 inscriptions)
- Dégustation de bières locales et animation « fabrication de fromage lors de l'Apérobières à la tour médiévale de Mellet avec Le Relais du Visteur- 10/10/19

- Soutien et participation au marché des producteurs locaux de Genappe – 25/09/21

Tournée locale au Pays des 4 Bras : Organisée en partenariat avec la société « Vroumekes », mise en place d'une balade de 60 km en anciens Combi Volkswagen au travers des 3 communes du territoire avec 5 arrêts chez des producteurs locaux et un repas à la ferme. Deux éditions, en 2018 et 2019.

Autres évènements de rencontre entre producteurs et citoyens : Diffusion d'une pièce de théâtre au Monty « Nourrir l'humanité c'est un métier » le 18/05/19 , Evènement organisé en collaboration avec le projet « Espaces ruraux partagés », suivi d'un débat avec deux agriculteurs locaux (70 participants). Co-organisation de la Fête du Bio au Monty - 13/12/19 - Soirée de réseautage et de mise à l'honneur des acteurs du Bio du territoire initié par le chargé de mission espaces ruraux partagés (environ 60 participants). Participation à la réalisation de 4 portraits de producteurs bio du territoire (photos + textes explicatifs) à travers des interviews et l'organisation d'une séance photo en collaboration avec l'atelier photos de Genappe (Les lézards asbl), impression des photos en grand format et présentation sous forme d'une exposition le jour de l'évènement, état des lieux de la production et transfo bio sur le territoire en collaboration avec Biowallonie.



Sac d'accueil à destination des nouveaux habitants des 3 communes : En collaboration avec la chargée de mission tourisme, un sac en tissu imprimé d'un motif représentant la carte du territoire du Pays des 4 Bras avec les points touristiques principaux et la mise en valeur des produits locaux. 3000 sacs ont été imprimés : 2200 sacs ont été distribués aux 3 communes qui s'en serviront comme sac d'accueil pour les **nouveaux habitants**.



Logo « Je mange local » et campagne de promotion « Je mange local » : Dans le cadre d'une nouvelle campagne de promotion post-confinement et pour continuer à mettre en avant les circuits-courts et l'alimentation de qualité sur le territoire, mise en place de la campagne #jemangelocal lancée du 1^{er} novembre à mai 2021. Plusieurs outils ont été créés : 8 modèles de cartes postales représentant des produits que l'on trouve sur le territoire, des flyers, des circuits de promenades gourmandes à pied et à vélo en collaboration avec le Relais du Visiteur (en cours)



Axe 2 : Circuits courts

Diversifruits : Diffusion de l'appel à candidature Divestifruits 2018 auprès de producteurs du territoire, soutien à la présentation d'une candidature qui a été retenue et qui a pu bénéficier d'un accompagnement en 2018 (Ferme de l'Estangue).

Cellule Solidarité Emploi : Elaboration d'une candidature déposée par la Cellule solidarité Emploi en 2018 et obtention d'un subside (18.750 €) pour l'achat d'une camionnette de transport de produits locaux. Véhicule acheté en 2019 et utilisé pour la livraison de repas scolaires. Mise en contact avec des maraichers locaux pour un approvisionnement en légumes de saison et locaux.

Diversifications des débouchés locaux : De nombreux contacts ont été établis durant le projet pour identifier des nouveaux canaux d'écoulement (made in BW, Magasin bio à BXL, Ceinture Alimentaire de Charleroi Métroplôle, projet de cuisine centrale, Empreinte BW, Hainaut Développement, Coopérabio, GreenScope ...).

Soirée territoriale de networking (21/10/19) : Dans l'objectif de concrétiser des dynamiques de circuits-courts sur le territoire et de renforcer la filière agro-alimentaire locale, organisation d'une soirée B2B à destination des producteurs locaux, des agriculteurs, des entrepreneurs, d'acteurs du secteur horeca, du secteur du tourisme, de citoyens impliqués dans des initiatives de circuits-courts (groupes d'achats, épiceries collaboratives,...). 70 personnes ont participé à l'évènement, dont 22 étaient des producteurs locaux, 23 des agriculteurs, 2 des acteurs du tourisme/horeca. Pistes de travail résultantes de la soirée : identification de thèmes de formation, création d'un groupe de travail Plantes médicinales, identifier des débouchés potentiels et promouvoir les produits locaux auprès des collectivités et des restaurants, organiser un ou plusieurs évènements rassemblant les producteurs locaux du territoire (marché, foire,...), faire de la sensibilisation dans les écoles et organiser des ateliers pour les citoyens (culinaire,...)

Sondage « circuits-courts » sur Facebook (2020) : Un questionnaire visant à caractériser le profil, le comportement, les motivations et les freins des consommateurs à l'achat de produits locaux en circuit-court.. Plus de 400 personnes ont répondu au sondage.

Sondage d'intérêt « marchés du terroir » : En collaboration avec la commune de Les Bons Villers, sondage auprès de tous les producteurs locaux du territoire afin de sonder leur intérêt à participer à des marchés du terroir. 18 réponses parmi lesquelles 9 producteurs ont montré un intérêt pour participer à au moins un des marchés proposés.

Entretien auprès de maraîchers du territoire – 08/20. : Rencontre de 7 maraîchers sur les questions de transformation, les besoins et la mutualisation d'outillages, les besoins en formation et le soutien à la promotion.

Signature du Greendeal cantines durables – 07/02/20 : Le GAL signe le Greendeal à Namur en tant que facilitateur, en compagnie de l'échevine de l'enseignement des Bons Villers et du directeur de la Cellule Solidarité Emploi.

Lancement d'un appel à projets « Circuits-courts » - 15/12/20 : Afin de soutenir des porteurs de projet actifs dans la chaîne alimentaire ou dans le domaine de l'agriculture, le GAL a lancé un appel à projets « Circuits-courts » destiné à soutenir des personnes physiques, des sociétés commerciales (coopératives, SRL, etc.) ou des associations qui ont un projet dans le domaine de l'alimentation durable sur le territoire du Pays des 4 Bras (appel et dossier de candidature en annexe). Sélection de 6 producteurs/transformateurs en 2020 et accompagnement des porteurs en 2021, 2022 et 2023 dans le développement de leurs projets :

- Totebag Saveurs du Pays des 4 Bras
- Création identité visuelle pour la Brasserie des Beaux Jours
- Adaptation de l'identité visuelle, flyers et étiquette pour la Ferme de Berines
- Création identité visuelle pour Valobel (Producteurs d'œufs)
- Test de transformation de pommes de terre pour la Ferme du Passavent



Création de la coopérative EPICOEUR : Après une large mobilisation organisée par le GAL et un travail soutenu d'accompagnement, création en mai 2022 de la coopérative citoyenne Epicoeur rassemblant 30 producteurs, 35 bénévoles et plus de 400 consommateurs, 1000 produits référencés dans l'e-shop, 1200 abonnés FB, 2 points relais (Frasnes et Genappe). Le GAL a assuré la mise en place des premières réunions, l'animation, le financement du webshop et de l'identité graphique, le partage de bonnes pratiques et l'aide à l'installation (Agricoeur).



Axe 3 : Filières innovantes

Développement d'une filière « Plantes médicinales »

Contacts d'experts en 2018, enquête auprès de producteurs intéressés par cette filière (15 producteurs/porteurs de projets intéressés), identification de débouchés potentiels (9 acteurs intéressés). Identification de deux filières possibles : une filière industrielle (nécessitant des processus industriels de cultures/transformation/vente d'huiles essentielles, compléments alimentaires, cosmétiques) et une filière plus artisanale à petite échelle (séchage et 1^{er} transformation pour tisanes, herboristerie). A travers la mise en place d'un coaching de la chargée de mission et la constitution d'un groupe de travail, recherche d'informations techniques pour la 1^{ère} filière (Walagrism, participation à un salon, identification des étapes pour le développement de la filière, identification des concurrents en Belgique, réalisation d'une étude des tendances du marché, visite de sites de production (Celabor), recherche de sources de financement (Sowalfin) et identification d'une première liste de plantes potentielles. Une première réunion d'information a été réalisée le 10/02/2020, suivie d'une visite des jardins de l'Abbaye et d'un témoignage d'un producteur étranger.

En 2020, mise en route d'une étude de marché pour les 2 filières. Après la présentation des premiers résultats, suite à la crise sanitaire, à l'absence prolongée de la chargée de mission et au manque de réactivité du prestataire, la clôture de l'étude de marché a été reportée de mois en mois et le consultant n'a finalement pas délivré son rapport final en 2022.

En juin 2020, le GAL a installé sur le site d'Agricoeur une parcelle didactique présentant une trentaine de plantes médicinales, parcelle gérée par une porteuse de projet (Sacrees Végétales) dans la filière artisanale : production de tisanes et



de produits dérivés (sels aromatisé). Sacrées Végétales a par ailleurs installé son atelier de transformation et de stockage au sein du pôle circuit-court « Agricoeur » (Axe 4).

Agricoeur en tant que « filière intégrée »

Rassembler en un même lieu de la production, de la transformation primaire, de la transformation secondaire, de la commercialisation et finalement des services aux citoyens est selon nous une forme de filière intégrée et très innovante ! Cfr. Axe 4

Axe 4 : Transformation

De nombreuses contacts ont établi dès 2018 autour des enjeux de la transformation (Participation GT Légumerie Diversiferm, rdv de la Diversification, ...) et plusieurs pistes de travail ont été évoquées : développement de la liaison froide avec la CSE, freins liés à l'absence d'une légumerie, intérêt de plusieurs producteurs pour une cuisine partagée pour la transformation de légumes invendus, montage d'un dossier « hall relais », développement d'une filière céréale à travers la création d'une coopérative,

Mise en place d'un pôle Circuit-court (Atelier rural)

Mais c'est à travers l'opportunité de pouvoir bénéficier d'un bâtiment existant, l'Atelier rural d'Agricoeur (Frasnes-lez-Gosselies), qu'un projet concret autour des questions de transformation/logistique/écoulement pouvait enfin se dessiner. Amorcée dès février 2022, et après de nombreux échanges avec le propriétaire (la commune des Bons-Villers) et une étude de pré-faisabilité accompagnée par SAW-B, la dynamique portée par le GAL parvient à identifier des partenaires potentiels (transformateurs, logisticien, vente, accompagnement) et à aboutir à un business plan. En septembre 2022, le GAL récupérait la gestion d'un bâtiment de 1200 m² en tant que gestionnaire temporaire et en octobre 2022, une coopérative de gestion foncière était créée, rassemblant 10 partenaires prêts à faire vivre ce nouveau lieu porté par 5 acteurs de la transformation alimentaire, 2 acteurs de la distribution/vente et 3 acteurs du secteur de l'accompagnement. Depuis le 01/01/2023, la gestion du lieu est assurée par Agricoeur SC, avec une aide conséquente dans la mise en place du projet apportée par le GAL à travers le projet « Produits locaux ».

En octobre 2022, le GAL dépose un dossier de candidature « Relocalisation de l'alimentation » et en novembre 2022 une candidature en tant que Tiers-lieu rural. Les deux projets seront retenus fin 2022/début 2023, permettant d'obtenir des financements complémentaires pour le bâtiment

(200.000 € attribués à Agricoeur SC) et pour l'animation et le développement du lieu (440.000 € attribués au GAL et à ses partenaires). Le projet Produits locaux a assuré l'accompagnement de la mise en place du projet entre 2021 et 2023 : mobilisation des partenaires, animation des nombreuses réunions, accompagnement (sous-traitance SAW-B), réalisation d'un plan financier, élaboration des plans d'aménagement, demande de devis « travaux », rédaction des statuts, recherche de financement, développement des premiers outils de communication (site www.agricoeur.be), participation aux réunions de mise en place, coordination d'une série de petits travaux d'aménagement en chantier participatif (cloisonnement d'espaces de production/logistique), et le suivi technique du projet jusque fin 2023 et le soutien à l'organisation de divers évènements sur le site. Dès mars 2023, le financement d'un des chargés de mission « Produits locaux » (A. L'Avis) a été assuré par le subside Tiers-lieu, l'autre chargé de mission (O. Servais) assurant le travail d'accompagnement de mise en route du projet et le soutien aux évènements.



Axe 5 : Fermes en Fête

Organisation de six fermes en fêtes en 2022 et d'un évènement de plus grand ampleur et fédérateur en septembre 2023.

Les **Fermes en fêtes** auront mobilisé 6 fermes bien différentes (de la ferme pédagogique à la ferme bovine conventionnelle en passant par une ferme spécialiste en grande culture et cultures industrielles de pdt et betterave), reflétant ainsi la diversité et la richesse de l'agriculture de notre territoire. Chaque évènement a connu une affluence entre 100 et 800 personnes, plus d'une centaine de repas ont été écoulés par les partenaires, permettant ainsi d'évaluer l'affluence à chaque évènement. Les retours du public comme ceux des hôtes agriculteurs ont, à chaque fois, été très positifs, que ce soit sur l'organisation ou le déroulé de l'évènement (visite des fermes, activités, horaire). L'organisation a mobilisé l'ensemble de l'équipe du GAL, à différents titres. Les animations culturelles (prises en charge par le centre culturel de Genappe -spectacle, théâtre, bonimenteur, etc) ont, à chaque fois, été appréciées pour la vision décalée qu'elles apportaient sur l'agriculture en général, mais en plein cœur de celle-ci, dans ses fermes.



En 2023, l'évènement « **Au cœur de nos campagnes** » mobilisa un groupe d'agriculteurs et de partenaires locaux d'avril à septembre 2023 pour aboutir à l'organisation d'un weekend festif (14-15-16/09/2023). Exposition de matériel agricole, démonstration de battage, élevage, théâtre, débat, épreuves ludiques, marchés de producteurs et repas de terroir ont remporté un franc succès auprès de plus de 2500 participants. L'évènement a réussi à mobiliser des partenaires qui ne se connaissaient pas et à établir un programme innovant pouvant toucher à la fois le public agricole et le public familiale éloigné de l'agriculture. L'évènement a été conçu pour pouvoir être reproduit, sans une implication aussi forte du GAL. Le projet « Produits locaux » assuré la coordination et l'organisation logistique de l'évènement, l'élaboration de la programmation (contact des intervenants, des producteurs, des partenaires), l'aménagement des lieux (décoration, éclairage, sonorisation, conception d'outils d'animation originaux, ...) et la communication (bâches, affiches, flyers en toutes-boîtes, publi FB, vidéo, ...).



2.2. INDICATEURS DE SUIVI DU PROJET

Indicateurs de réalisation	Au 31/12/2022	Au 31/12/2023	Objectif FINAL 2023	Commentaires
Nbre de restaurants/traiteurs approchés par le chargé de mission	12	14	10	Ma Terre Nourricière, Flexifood, M. Darquenne
Nbre d'événements/ateliers organisés	14	16	6	6 fermes en Fêtes, Festi'printemps, Foire agricole, ...
Nbre d'événements où le GAL est représenté	13	13	6	
Nbre de producteurs nouvellement référencés sur les sites renseignés (clic local, ...)	14	13	30	Miel de Rigenée
Nbre d'événements où les produits locaux ont été mis en valeur	23	25	10	festi'printemps, Foire agricole, festi'noel,
Nbre de supports réalisés (capsules video, carte, ...) et ensuite actualisés	6	9	5	Capsule Foire, Capsule Epicoeur, Capsule Agricoeur
Nbre de références aux produits locaux du territoire dans la presse (y compris bulletins communaux)	13	15	14	Articles foire
Etude de faisabilité sur le développement sur le territoire d'une filière « plantes médicinales »	1	1	1	
Nbre de rencontres organisées avec les producteurs animées par des partenaires	7	7	6	Réunions Agricoeur
Nbre de producteurs sollicités pour des rencontres collectives	50	50	25	Atelier Défis du GAL
Nbre de producteurs sollicités pour des rencontres individuelles par le GAL ou des partenaires	75	80	60	Nouveaux producteurs approchés pour la foire

Indicateurs de résultats			Objectif FINAL	Commentaires
	Au 30/06/23	Au 31/12/23		
Nbre de mise en réseau de producteurs avec GAC, GASAP, magasins à la ferme, fournisseurs, gîtes à la ferme, épicerie locales, collectivités	8	8	4	2 réunions de préparation Point Relais Epicoeur / P'tits Pots / Nespa
Nombre d'essais démonstratifs réalisés	5	5	7	
Nbre de lieux identifiés pour axe transformation	7	7	8	Agricoeur
Nbre de restaurants mettant en valeur les produits du terroir sur leur carte depuis 2018	1	2	5	Taverne de l'Abbaye
Nbre de magasins mettant en valeur les « produits des 4 Bras » (+ magasins à la ferme)	11	11	15	
Nbre de producteurs ayant développé 1 activité de transformation ou s'étant associés à des activités existantes de transformation	10	8	5	BBB, LPC
Nombre de lieux d'activités de transformation nouveaux ayant démarré sur le territoire	2	2	3	Agricoeur
Nbre de producteurs ayant diversifié leur production	6	6	7	
Nombre d'émissions TV (TV locales)	0	0	4	
Nombre d'émissions radio	0	0	4	
Nbre d'opérateurs culturels mettant en valeur les produits locaux	2	2	5	
Nbre d'opérateurs/sites touristiques mettant en valeur les produits locaux	4	4	8	
Nbre de solutions logistiques trouvées pour les producteurs/acheteurs	4	4	3	Point relais P'tits Pots à Genappe
Nbre de producteurs/acheteurs ayant adhéré à 1solution logistique	300	230	8	Epicoeur (10 producteurs, 200 consommateurs)
Nbre de « contrats » conclus avec CACM	1	1	2	
Nbre de lieux de transformation mis sur pied	1	1	3	Agricoeur

2.3. INDICATEURS TRANSVERSAUX LEADER

Indicateurs de résultats - RAMO	Objectif FINAL	Total cumulé fin 2018	Réalisé Au 31/12/21	Réalisé Au 31/12/22)	Réalisé Au 31/12/23 (Cumulé)	Commentaires
Nombre d'agriculteurs/producteurs du territoire du GAL participant au(x) projet(s) du GAL en matière de transformation et de commercialisation (transformation de produits agricoles, circuits courts, groupements de producteurs, produits de qualité, marchés locaux, commercialisation des produits,...)	38	50	75	95	105	Nombre de producteurs/agriculteurs ayant participé aux actions de promotion des produits locaux et/ou ayant montré un intérêt dans la mise sur pied d'actions
Ratio du nombre d'agriculteurs participant au(x) projet(s) du GAL en matière de transformation et de commercialisation/nombre d'agriculteurs potentiellement concernés par le projet (valeur cible identifiée par le GAL) ou nombre total d'agriculteurs du territoire	19%	32%	37,5%	37,5%	37.5 %	Territoire GAL : 177 exploitants, c'est le dénominateur
"Part moyenne approximative dans le chiffre d'affaire ou économies réalisées sur les charges variables (- de 30% ,environ 50%, + 50%) des agriculteurs participant au(x) projet(s) du GAL en matière de transformation et de commercialisation (transformation de produits agricoles, circuits courts, groupements de producteurs, produits de qualité, marchés locaux, commercialisation des produits,...) Estimation a établir sur base d'entretiens avec un échantillon d'agriculteurs"	nd	<30%	<30%	<30%	<30%	A ce stade du projet l'impact sur le chiffre d'affaires ou les économies réalisées n'est pas encore mesurable donc cet indicateur n'est pas pertinent à l'heure actuelle.

3. ANALYSE DES RÉSULTATS

3.1. BILAN DU PROJET AU REGARD DES OBJECTIFS FIXÉS (progression, évolution, adaptation)

Obj Assurer le relais entre les producteurs et les citoyens qui veulent concrétiser des dynamiques de circuits courts sur le territoire.

Obj Allier agriculture, tourisme et développement durable.

Obj Renforcer la filière agro-alimentaire locale ainsi que développer des filières nouvelles, comme celle des plantes médicinales.

La lecture de la plupart des indicateurs nous invite à affirmer que les objectifs semblent atteints à travers l'ensemble des actions menées : les nombreuses actions de promotion ont permis de mobiliser plus de trente producteurs et de faire connaître l'offre locale auprès de nombreux citoyens : dégustations de produits locaux, balades gourmandes, dégustation de bières locales, édition et distribution de 5000 exemplaires de la carte des producteurs, réalisation d'un répertoire reprenant 60 producteurs et diffusion sur le site web (12.000 visites/an), ...

La structuration des circuits-courts à travers la création des deux coopératives (Epicoeur et Agricoeur) a permis de mettre en relation plus d'une trentaine d'acteurs de l'économie alimentaire du territoire. Par leurs activités respectives, ces deux nouvelles structures sur le territoire offrent au circuit-court une toute nouvelle visibilité auprès des citoyens et consom'acteurs : nouveau canal de vente proposant chaque semaine plus de 1.000 produits issus du territoire via des commandes en ligne et des points-relais. Ce nouveau canal de distribution permet de toucher plus de 300 ménages qui fréquentent peu les points de vente existants (manque de temps, gamme trop restreinte, ...). Avec un chiffre d'affaires annuel prévu de 150.000 €, c'est toute une série de producteurs et artisans qui bénéficie d'un nouveau canal de distribution.

La mise en place des Fermes en fête et de la foire agricole fut l'occasion de toucher plus de 4000 citoyens qui purent apprécier les savoirs-faire locaux à travers la découverte des points de vente à la ferme, des repas proposés basés sur les produits du territoire et lors des petits marchés des producteurs.

Les différentes réunions de mise en réseau des producteurs ont permis de renforcer les liens entre eux, débouchant parfois par des échanges de produits leur permettant d'étoffer leur gamme dans leurs points de vente. La structuration d'une filière céréale panifiable, malgré les nombreuses réunions organisées par le GAL en vue de créer une coopérative « céréales », n'a malheureusement pas abouti (difficulté d'aligner les producteurs sur une vision commune, sur un agenda commun). Ce travail n'a cependant pas été vécu comme un échec, les producteurs ayant tissé des relations interpersonnelles positives. La structuration de la filière « plantes médicinales » n'a cependant pas abouti, hormis le développement d'une offre locale et artisanale (tisanerie). La mise en place d'un pôle de transformation permet déjà à 3 producteurs de transformer leur production et permettra dès 2024/2025 à terme à d'autres producteurs et artisans de bénéficier d'un lieu de production. L'accompagnement de la Cellule Solidarité Emploi a permis de renouer le contact avec certains producteurs locaux et de réintégrer une palette plus large de produits locaux dans leur préparation de potages.

Les liens réalisées avec le projet Abbayes et sites cisterciens a indirectement contribué à cet axe dont l'itinéraire vélo "La route des granges" tracé dans le cadre du projet emmène les visiteurs à la découverte de certains producteurs tels que viticulteur, fermiers (magasins à la ferme), brasseurs...

3.2. CONTRIBUTION DU PROJET AUX OBJECTIFS DE LA SDL (INDICATEURS TRANSVERSAUX DE LA FICHE)

Objectif 1/ Développer une économie locale et circulaire

Objectif atteint avec la création de 2 coopératives : plus de 30 producteurs, de nouveaux canaux d'écoulement créés ainsi que des synergies entre citoyens et producteurs et ce malgré la crise actuelle (chiffre d'affaire actuel de 150.000 €/an). Si cet objectif a été largement atteint, les acteurs locaux estiment que la dynamique naissante doit impérativement être poursuivie pour augmenter encore la part du circuit-court, occupant encore une place trop petite par rapport à l'industrie agro-alimentaire, et garantir un revenu décent aux producteurs. La mise en place de dégustation, de repas, de nombreuses actions de promotion et de moments conviviaux ont certainement contribué à **valoriser la qualité des produits (Obj 1.2)** issus du territoire au sein de la population. A travers les formations organisées et le soutien à l'installation, les projets ont également contribué à **développer des niches d'emploi (Obj 1.3)** ainsi qu'à **développer de nouvelles productions et des activités à haute valeur ajoutée (Obj 1.4)** : nouvelle gamme de produits transformés, nouvelles installations sur le territoire (tisanes, vins de fleurs, bières, œufs forestiers, ...). Les différentes réunions de mise en réseau des producteurs ont permis de renforcer les liens entre eux, débouchant parfois sur des échanges de produits leur permettant d'étoffer l'offre de leurs points de vente, et par ce biais de **développer les échanges locaux au sein des trois communes (Obj 1.4)**. L'organisation des Fermes en fête constituent certainement le projet qui a le plus contribué à **améliorer la communication entre les agriculteurs et le public (Obj 1.7)**, tout comme l'organisation de spectacles (Nourrir l'Humanité Acte 1 (2019) et 2 (2022)), de débats et de rencontres, tant au sein des fermes qu'au Monty. L'organisation d'un événement de grande ampleur en septembre 2023 (Foire agricole), aura permis de considérer cet objectif comme pleinement atteint. Mais vu le fossé toujours présent entre le monde agricole et les citoyens, cet objectif devrait être poursuivi au cours des prochaines années.

3.3. IMPACT DU PROJET

3.3.1. Sur le public touché (au regard du public ciblé initialement, répartition géographique)

L'ensemble des agriculteurs (+/- 200) et la plupart des producteurs/artisans (50) du territoire ont été touchés par l'une ou l'autre action menée durant le projet. Les producteurs engagés dans les circuits-courts ont pu bénéficier au minimum d'une meilleure visibilité à l'échelle du territoire (via la carte des producteurs, la gazette, le site web ou les nombreux marchés), dans certains cas, à une aide financière directe ou d'un accompagnement (à travers les appels à projet) ou encore d'une possibilité de ventes ou d'écoulement direct de leur production lors des événements organisés dans le cadre du projet (marchés de producteurs, dégustation, assiettes gourmandes, ...).

3.3.2. Sur le territoire et sa population

A travers les actions de promotion, (relayées entre autre par la Gazette diffusées en toutes-boîtes à 9 reprises), les actions de rapprochement entre agriculteurs et citoyens (moment de rencontre, spectacle-débat, fermes en fête et foire agricole) et le développement de nouveaux canaux de vente,

c'est l'ensemble du territoire et des 35.000 citoyens qui a pu bénéficier à un moment ou un autre du projet. A noter, la dénomination d'un des derniers vignobles installés sur le territoire : le domaine des 4 Bras.

3.3.3. Sur la dynamique des acteurs du territoire : développement de nouveaux partenariats et collaborations, coopération transcommunale, réseau interpersonnel (nouveaux acteurs émergents sur le territoire suite à la mise en œuvre du projet)

Au niveau de la dynamique des acteurs, le projet aura apporté beaucoup d'impact. De nombreux nouveaux partenariats ont pu émerger, bien qu'il soit difficile de les quantifier : des producteurs qui échangent leur produits pour leurs points de vente, qui ont appris à travailler ensemble suite à une rencontre lors d'un marché de terroir, qui se parlent d'avantage (au niveau des coopératives Epicoeur et Agricoeur notamment). Un exemple illustre parfaitement le potentiel : la Brasserie des Beaux Jours développe des bières et soft à partir de produits issus du territoire : la Petit ballot lancée lors de la foire agricole (bière au foin issu d'une ferme du territoire), la Basilic Instinct (à base de balisique d'un maraicher), la Fantagette (à base de tagette locale), ...

La foire agricole en particulier fût l'occasion de mobiliser un grand nombre de partenaires qui collaboraient peu ou pas ensemble, dont une première collaboration réussie entre services communaux (trois équipes mobilisées pour le montage/démontage), entre nouveaux producteurs permettant de casser un certain nombre de préjugés.

3.4. CARACTÈRE INNOVANT DU PROJET (innovation technique, sociale, organisationnelle)

Au delà de toute une série d'actions qui peuvent être considérées comme innovantes pour le territoire mais relativement classiques (actions de promotion, spectacles-débat, répertoire de producteurs,...), le caractère innovant du projet est d'avantage lié à l'innovation sociale et organisationnelle. La création d'une dynamique collective et citoyenne d'écoulement des produits locaux (coopérative Epicoeur) est une première sur le territoire, mobilisant l'intelligence collective et créant des plus-values importantes en matière de capital social (réseautage, entraide, ...). Agricoeur, en tant qu'écosystème réunissant une grande diversité d'acteurs de l'alimentation dans un même lieu, nous semble particulièrement innovant et peu fréquent en Wallonie.

Les Fermes en fête et la foire agricole, par leur approche transversale et les outils de dialogue et de convivialité mis en place nous semble assez original et répondant bien aux enjeux de la Ruralité.

3.5. PÉRENNISATION DU PROJET (emplois pérennes créés, création d'outil économie, de structure juridique)

Les actions de promotion et de dialogue sont difficiles à pérenniser mais à travers la création des deux structures juridiques, ces dernières assureront en partie la pérennité d'une série d'initiatives portées et développées dans le cadre du projet : Agricoeur SC et Epicoeur SC : vitrine dynamiques des produits locaux, lieux et événements favorisant les échanges (Festi'Printemps, Festi'Noel, ...). Les financements complémentaires obtenu par ces deux structures (Relocalisation alimentaire et Bourse coopérative) devraient contribuer à leur pérennisation en apportant une aide précieuse au démarrage.

Ces deux structures ont permis de mettre en route une dizaine d'emplois mais dont la pérennité

n'est pas encore assurée à ce stade et dépendant de la conjoncture économique : emplois liées à des entreprises en création (mais dont la rentabilité n'est pas encore atteinte) ou emplois subventionnés. A terme, le développement des activités projetées sur le site pourrait aboutir à la création de 5 emplois complémentaires.

La pérennisation de la Foire agricole a été évoquée avec les partenaires à travers la création d'une ASBL mais celle-ci n'a pas encore pu se mettre en place. Un soutien du GAL en 2024 est fortement attendu pour une nouvelle édition.

4. DIFFICULTÉS RENCONTRÉES ET SOLUTIONS APPORTÉES

Le turn-over important dans les chargés de mission (lié en partie au management, à l'ambition de la mission, à la crise Covid, ...) et l'absence de la chargée de mission de près d'un an n'a pas facilité la mise en œuvre du projet (beaucoup de temps perdu dans la prise en main du projet). Des solutions en interne ont pu être trouvées pour assurer la mission mais avec dans certains cas une perte d'efficacité. Le remplacement de chargé de mission a par contre été l'occasion de faire évoluer les compétences au sein de l'équipe, permettant de relever de nouveaux défis.

Le projet poursuivait des objectifs fort diversifiés et forts larges par rapport aux moyens disponibles. La mise en place de la filière « Plantes médicinales » aurait pu faire l'objet d'un projet en tant que telle ! Une priorisation a donc dû être menée. Au moment où le projet entamait les démarches liées aux collectivités, la crise sanitaire vint marquer un brusque arrêt. La crise COVID a obligé un arrêt ou un report de nombreuses activités.

La dynamique territoriale a été parfois difficile à enclencher, avec des communes qui ne se connaissaient pas bien. A travers un événement très concret, la Foire Agricole a permis de renforcer la dynamique territoriale.

Certains partenaires potentiels se sont peu engagés dans la mise en œuvre du projet, obligeant le GAL à se tourner vers d'autres partenaires. Un prestataire n'a pas assuré entièrement sa mission (Etude Filière plantes médicinales), et avec le départ de la chargée de mission, c'est un pan du projet qui a été arrêté mais pour être réorienter les moyens sur une opportunité qui s'est présentée.

Le budget Transition a permis de renforcer les moyens et d'innover vers des actions plus transversales et plus porteuses (Fermes en fête, Foire agricole, Agricoeur/Epicoeur, ...)

5. CONCLUSIONS, RECOMMANDATIONS ET PERSPECTIVES

Malgré des difficultés internes, et donnant suite à une approche fort classique des produits locaux en début de projet, le projet a réussi à bâtir de solides bases pour étendre la dynamique des circuits-courts, que ce soit en termes de partenariat, d'acquisition d'une certaine légitimité de l'approche trans-communale, d'outils économiques mis en place et de notoriété du Pays des 4 Bras.

Le projet aurait mérité un meilleur encadrement dès le départ, permettant de cibler plus précisément les objectifs et les résultats attendus, mais l'équipe a su saisir les opportunités qui se sont présentées.

Les outils mis en place sont encore fragiles et nécessitent d'être encore soutenu à travers des synergies à l'échelle du territoire pour se consolider (Epicoeur, Agricoeur) ou pour être pérenniser (la Foire Agricole).

Le développement d'une filière « collectivité » est attendue par de nombreux acteurs mais a du mal à aboutir sur le territoire. Cet un chantier dont le GAL pourrait s'emparer et qui a été retenu dans le cadre de la prochaine programmation.

BILAN FINANCIER DU PROJET (Adéquation des budgets demandés et justification de leurs utilisations, tableaux commentés)

SITUATION AU 30/09/2023

BUDGET PREVU PDS		BILAN FINANCIER										solde (90%)			
POSTE	montant	montants à 100%										solde (100%)	solde (90%)		
		BUDGET MODIFIE	Dépenses réintroduites jusqu'au 31/03/2021	Dépenses réelles + non réelles depuis le début du projet	Montants refusés depuis le début du projet	Dépenses subventionnées jusqu'au 31/03/2021	Dépenses subventionnables depuis le début du projet	Région	FEADER	dépenses de la subvention des 10%	dépenses de la subvention des 10%			recettes depuis le début du projet	part locale
Personnel	250.047,00	250.047,00	0,00	117.776,88	3.089,45	117.646,62	232.879,90	119.467,39	90,124,52	0,00	0,00	0,00	26.377,44	17.767,10	15.990,39
Coût total	250.047,00	250.047,00	0,00	117.776,88	3.089,45	117.646,62	232.879,90	119.467,39	90,124,52	0,00	0,00	0,00	26.377,44	17.767,10	15.990,39
Fonctionnement	35.090,58	35.090,58	0,00	16.488,76	432,52	16.470,53	32.603,19	16,725,43	12,617,43	0,00	0,00	0,00	3.692,84	2.487,39	2.238,65
Coûts indirects 4%, personnel	35.090,58	35.090,58	0,00	16.488,76	432,52	16.470,53	32.603,19	16,725,43	12,617,43	0,00	0,00	0,00	3.692,84	2.487,39	2.238,65
Promotion	31.941,44	31.941,44	1.077,23	16.085,64	2.570,18	15.754,57	33.209,73	17,936,59	12,852,16	0,00	0,00	0,00	5.891,16	-1.368,29	-1.144,46
Publication	26.941,44	26.941,44	820,81	10.175,51	1.305,48	9.855,90	25.473,50	13,057,91	9,658,25	0,00	0,00	0,00	3.652,83	1.467,94	1.321,14
Site internet	0,00	0,00	0,00	148,63	0,00	148,63	1,938,22	994,31	750,09	0,00	0,00	0,00	193,82	-1.938,22	-1.744,40
Autres activités	5.000,00	5.000,00	285,42	5.761,70	1.264,70	5.654,04	5.798,01	2.974,38	2.243,83	0,00	0,00	0,00	1.844,50	-798,01	-719,21
Consultance	18.748,14	18.748,14	0,00	6.719,79	8,14	6.711,65	16.541,46	8,485,77	6,461,55	0,00	0,00	0,00	1.662,29	2.206,68	1.996,01
Etude	0,00	0,00	0,00	3.599,75	0,00	3.599,75	3.599,75	1,846,67	1,933,10	0,00	0,00	0,00	359,98	-3.599,75	-3.239,78
Mission de concertation	18.748,14	18.748,14	0,00	3.520,94	8,14	3.111,90	12.941,71	6,639,10	5,008,44	0,00	0,00	0,00	1.302,31	5.806,43	5.225,79
Partenariat	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Partenariat_1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Partenariat_2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Partenariat_3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Action	57.693,90	57.693,90	512,65	8.259,97	3.916,69	8.591,14	47.448,41	24,541,65	16,829,69	0,00	0,00	0,00	8.656,63	10.544,49	9.209,64
Animation	25.169,90	25.169,90	0,00	7.534,47	3.324,00	7.669,59	41,483,94	21,271,00	16,945,54	0,00	0,00	0,00	7.670,48	-16.294,04	-14.664,64
Action - Publication	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Autres	32.524,00	32.524,00	512,65	1.295,50	586,60	1.221,55	5.965,47	3,070,55	2,216,38	0,00	0,00	0,00	1.185,15	26.538,53	23.884,68
2. Dépenses d'investissement	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investissement 1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investissement 2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investissement 3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investissement 4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investissement 5	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	394.121,06	394.121,06	1.589,88	165.501,24	10.010,99	165.174,50	362.663,68	186.056,73	140.356,59	0,00	0,00	0,00	46.279,36	31.437,38	28.293,64

6. ACTIONS DE COMMUNICATION MENEES DANS LE CADRE DU PROJET (relevé des actions et présentation des extraits les plus représentatifs).

Dates	Description des actions de communication
4 mai 2018	1 page dans la gazette du GAL
Octobre 2018	1 page dans la gazette du GAL
Novembre 2018	Publication d'un évènement sur facebook « Tournée locale »
Novembre 2018	Publication Gagnant panier de produits locaux (concours gazette)
01/2019-06/2019	Promotion sur facebook des différents évènements du GAL, de producteurs locaux, ou autres évènements sur lesquels les produits locaux sont représentés, publication de photos et vidéos de la « Tournée locale au Pays des 4 Bras »
02/2019	Présentation du gagnant du panier de produits locaux (concours sondage) et détail de chacun des producteurs participants sur la page Facebook du GAL
04/2019	Réalisation et/ou diffusion des affiches et flyers pour la tournée locale, les Cycles du terroir, « Nourrir l'humanité, c'est un métier »
04/2019-05/2019	Participation à la communication autour du printemps du GAL
04/2019	Rédaction de trois articles dans la Gazette du GAL – avril 2019 : un article sur les résultats du sondage circuits-courts, un article sur la tournée locale 2e édition et un article sur la promotion de la pièce de théâtre « Nourrir l'humanité, c'est un métier ».
10/2019	Invitations évènement networking (400) (visuel)
10/2019	Article dans la gazette du GAL
11/2019	Publications facebook pour la promotion de l'apéro dynamique sur le bio
12/2019	Impression grand format photos et carte producteurs (visuel)
01/2020	Invitations 1ere séance d'information sur les plantes médicinales (par lettre, à chaque agriculteur du territoire)
03/2020	Diffusion de la liste des producteurs locaux ouverts durant le confinement (horaires adaptés, livraison possible,...)
05/2020	Articles dans la gazette du GAL
03/2012-06-2020	Divers publications facebook pour la promotion des circuits-courts (2/semaine)
09/2020	Appui à la communication sur les évènements proposés lors de la semaine de l'environnement à Genappe
11/2020	Diffusion de l'appel à projet « Circuits-courts » par e-mail, newsletter, facebook, partenaires
12/2020	3 Articles dans la gazette du GAL
08/2020-12/2020	Divers publications facebook pour la promotion des circuits-courts (1/semaine)
Mai 2021	Gazette n°7 + site web
Juin 2021	Flyers Atelier d'Agricoeur
Juillet 2021	Invitation soirée info Pôle circuit-court
Novembre 2021	Invitation soirée info Coopérative Circuit-court
De mars à novembre 2022	Communication sur les Fermes en fêtes (bulletins communaux, sites web, FB, affiches, flyers, ...)
Mai 2022	Lancement d'Epicoeur (FB)
Juin à sept 2023	Communication sur la foire agricole
Sept 2023	Lancement Site web et FB Agricoeur
Dec 2023	Baches et visuels Agricoeur

