

08/04/2025

Gesves

# Compte-Rendu

Cycle 3 - Rencontre 4



Ensemble on va plus loin



**Date :** Mardi 4 février de 19h à 22h30 à Gesves

## Table des matières

Présences.....	2
Objectifs de la rencontre .....	2
Contenu de la séance.....	2
1. Actualités & Retours chantiers .....	3
2. Caractérisation offre & demande : analyse des besoins.....	3
3. Festival Nourrir le Cœur de Condroz .....	4
4. Kit de communication CPA .....	4
5. Table ronde de clôture (suite et retours).....	4
Journal du CPA.....	5
1. Devoirs des membres CPA.....	5
2. Prochaine Rencontre & Calendrier .....	5
Annexes .....	5
1. Résultat Atelier 1 – Caractérisation offre & Demande.....	5

## Présences

- **Membres CPA présents (8)**  
Aurélié Lainé, Clément Tournis, Elsa Wittorski, Françoise Ansay, Guillaume Fastré, Pierre Lhoas, Thibault Fiasse, Nina Legros
- **Excusés (10)** : Arnaud Deflorenne, Christine Deom, Damien Mahy,, Elodie Dony, Frédéric Mestach, Geoffrey Floymont, Huguette Vrancken, Julien Delfosse, Laura Dereze, Maureen Dervaux
- **Cellule coordination et facilitation (2)** : Adeline Léonet ; Sofia Baltazar

## Objectifs de la rencontre

Les objectifs de cette rencontre :

- Actualités et retour chantiers
- Caractérisation offre & Demande : analyse des besoins
- Festival Nourrir 2025
- Kit communication

## Contenu de la séance

Concernant le contenu de la présentation, veuillez-vous référer [aux slides de la rencontre](#) où l'ensemble des informations sont reprises de manière exhaustive. Les informations reprises dans le PV sont les

- Les informations sur lequel un accent particulier a été précisé durant la présentation
- Les questions soulevées en séance avec réponses en direct
- Le résultat des ateliers

Pour rappel, le contenu de nos différents ateliers sont consultables [sur cette page](#).

## 1. Actualités & Retours chantiers

Voir contenu dans [les slides de la rencontre](#).

## 2. Caractérisation offre & demande : analyse des besoins

Durant son premier cycle, le CPA avait répondu à l'appel à pré projet LEADER pour la programmation future du GAL Cœur de Condroz (qui est intégrée dans les missions de l'asbl du Parc naturel Cœur de Condroz). Les ateliers de co construction de ces fiches sont détaillées sur cette page [Ateliers Cycle 1 : 2022-2023](#). Une de leur fiche concernait le besoin de caractériser l'offre et la demande pour divers besoins et enjeux. Celle-ci a été sélectionnée et intégrée dans la [mission Circuit-court portée par Sofia Baltazar](#).

Sofia nous présente ses réflexions en l'état et demande au CPA d'affiner ensemble les objectifs, les segments à étudier, les éventuelles ressources existantes et les actions à mener. Ceci sera aussi affiné sur base des besoins des projets en cours..



### Mode opératoire de l'atelier

- Durée = ~1h
- Travail sur (1) les enjeux en lien, (2) la caractérisation de l'offre, (3) la caractérisation de la demande. 1 poster par sujet
- 4 dimensions : (1) Objectifs : pourquoi, (2) Segment : qui on étudie, (3) Ressources et partenaires : sur quoi et qui on s'appuie, (4) Actions : comment
- Echange pop-corn avec les participants puis 10 min de réflexion individuelle, idées notées sur post-it et ajoutées aux posters
- Animation : Adeline et Sofia

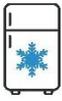
Les résultats de cet atelier sont disponibles [sur cette page](#) et sont résumés en annexe.



- Concernant le besoin des ventes lasagnes par exemple, voir les expériences de Liège qui aurait déjà fait l'exercice
- Quelle est l'échelle car Cœur de Condroz ne sera pas suffisant pour répondre aux besoins selon les filières ?

Certains sujets ont été mis au frigo afin de rester focus sur l'atelier.

### Frigo



- Disparition / Transmission des fermes (Recensement)
- Terres agricoles détournées de leur fonction première

### 3. Festival Nourrir le Cœur de Condroz

Présentation du programme ([disponible ici](#)), de l'inauguration par le CPA avec la conférence gesticulée, et du défi HoReCa du GT CPA.

Echanges en plénière.

### CPA



- Chouette initiative pour le défi HoReCa
- Thibaut cherche encore 2 classes pour l'atelier « Révolte ou potager » destiné aux classes secondaires : à partir de 16 ans pour l'après-midi
- Prévoir des visuels pour le CPA

### 4. Kit de communication CPA

Voir le résumé de l'existant et des besoins dans [les slides de la rencontre](#).



#### Mode opératoire de l'atelier

-  2 tables – 2 thématiques (2\*15' ; 1 rapporteur par table)
  -  **Table 1 : Conception du flyer explicatif du CPA**
    -  Objectif : Identifier les messages clés, les types de contenu, le ton et les visuels à utiliser.
  -  **Table 2 : Amélioration du site web existant du CPA**
    -  Objectif : Revoir la clarté, le contenu et l'attractivité du site actuel.

Les résultats de cet atelier sont disponibles [sur cette page](#) et sont résumés en annexe.

Adeline réalise rapidement le flyer sur base de ces ateliers pour Municipalia et le festival.

Le site sera adapté au fil de l'eau.

Le nouveau flyer [est disponible ici en format numérique](#).

### 5. Table ronde de clôture (suite et retours)

Durant la table de clôture :

Les (+) : Du concret, chouettes sujets, connaît plus les gens, programme diversifié du festival, l'engouement, écoute du ministre, on continue à avancer, écoute sur des sujets existentiels du

groupement, les choses avancent, impressionnée par intelligence collective, exercice flyer intéressant, passé très vite

Les (-) : il est tard, dissipé et en retard, on veut trop faire sur une réunion, je me disperse, peu de personne aujourd'hui en plénière

## Journal du CPA

### 1. Devoirs des membres CPA

#### **Devoir 1. : Sans retour, considéré comme validé et sera publié après 7 jours**

- Validation du compte-rendu
- Si souhaité, n'hésitez pas à envoyer vos propositions pour compléter les travaux réalisés en plénière

#### **Devoir 2. : Avant la prochaine plénière**

- Se manifester pour l'un ou l'autre chantier si envie d'y participer
- Partager vos actualités & événements pour relais

### 2. Prochaine Rencontre & Calendrier

23 au 25 mai 2025	Festival Nourrir le  de Condroz
Mardi 3 juin 2025, 19h à 22h	Rencontre CPA en plénière 5
Mercredi 18 juin 2025, 10 à 12h	Cantine- Séance info Marchés publics à destination des communes et associations soumis aux règles MP

## Annexes

### 1. Résultat Atelier 1 – Caractérisation offre & Demande

## Poster 1 - Enjeux

Quels sont les enjeux et projets pour lesquels la caractérisation de l'offre et de la demande sont importantes ?

Enjeux	Qui
La relocalisation des filières en cours (ex: maraîchage B2B ...)	PNCC
L'approvisionnement des cantines en circuit court et produits locaux	PNCC
La mise en réseau des acteurs du <u>circuit-court</u>	PNCC
Des campagnes et défi de sensibilisation tel que le challenge <u>horeca</u> – promotion des produits locaux	PNCC
Opérations de vente par des associations (ex: lasagnes)	PNCC
Identification des habitudes et des freins à passer au local pour voir comment faire changer les habitudes aux GMS?	Françoise
Identité bassin de production (spécificité sol/climat)	Pierre
Cœur du projet le client = consommateur	Pierre

## Poster 2 - Offre

Objectifs : pourquoi caractériser la demande ?	Qui
Répertorier les producteurs et leurs produits	PNCC
Soutenir acteurs du circuit court (freins, besoins...)	PNCC
Vue sur le panier Cœur de Condroz	Pierre
Cartographie secteur primaire et secondaire, mise à jour. Version utilitaire	Pierre
Potentiel nourricier	2 personnes
Connaître le potentiel de production des matières premières du territoire	Guillaume
Répertorier les outils de transformation du territoire	Guillaume
Connaître les lieux où trouver l'alimentation	Guillaume
Question existentielle financière	Pierre
Rentabiliser le travail des agriculteurs	Françoise
Identifier les synergies possibles pour des demandes plus conséquentes (réponse à un marché public des cantines, vente de lasagnes ...)	Adeline

Segment : qui on étudie	Qui
Producteurs locaux (inclus transformateurs)	PNCC
Autres acteurs du circuit court	PNCC
Par filière déjà en place (Cocoricoop, Dici, Paysans-artisans) : avoir une vue sur leurs flux, leurs producteurs...	Pierre
Légumes : juste frais (pas les légumes plein champ pour surgelés)	Pierre
Producteurs hors contrat ? (n.b. producteurs inclus dans le répertoire seraient ceux qui ne travaillent pas avec des contrats)	Pierre
Points de vente (horaire) – en lien avec répertoire	Pierre

Ressources disponibles & Partenaires : avec qui et/ou quoi ?	Qui
Diagnostic CPA	PNCC
Etudes de marché filières (maraîchage, céréales)	PNCC
Etudes de marché autres filières (viande, bières, vin, œufs)	Pierre
APAQ-W (liste produits)	PNCC
Nicolas Biot	2 personnes

Actions : Comment ?	Qui
Compilation infos	PNCC
Enquête/sondage	PNCC
Rencontre(s)	PNCC
Comment maintenir / actualiser un répertoire ?	Françoise et Aurélie
Définir <u>circuit-court</u> (! lexique), durable/rural	Plusieurs
Visiter d'Ici, PA...	Pierre
Boîte à outils à créer pour la communication des producteurs vers consommateurs – communication <u>ultra-locale</u>	Elsa
« Forum » numérique, « Petites annonces » avec demandes B2B	Elsa
Visite exploitations des voisins (tournante chaque année) à destination des autres producteurs locaux	Elsa
Créer un répertoire des producteurs/transformateurs coopératif: chacun encode/met à jour ses propres infos avec catégories à cocher (circuit court, bio...)	Elsa
Créer un répertoire par commune mais avec ensembles des communes dans le doc à destination des communes qu'elles envoient aux assos quand demande pour festivité	Nina
Communiquer sur la robustesse du territoire	Clément
Symbole: avion. J'ai voyagé sur... km dans le territoire	Pierre

## Poster 3 - Demande

Objectifs : Pourquoi caractériser la demande ?	Qui ?
Comprendre pourquoi consommateurs ne consomment pas plus local (freins et leviers)	PNCC
Proportion consommation brut/transformé	Guillaume
Sur quel(s) produits, primaires ou secondaires, le consommateur est prêt à faire effort acte achat	Aurélie
Trouver/identifier pistes ou/et freins à la consommation en circuit court: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Culturel/valeurs</li> <li>• Prix</li> <li>• Connaissance de ce qui existe</li> <li>• Logistique pour consommateur</li> </ul>	Elsa
A quel niveau de transformation l'alimentation est achetée	Guillaume
Multiplier les lieux et modes d'achat des produits locaux	Françoise
1Connaître la quantité d'aliments nécessaire pour nourrir le territoire	Guillaume
Qui sont les mangeurs qui veulent ne plus dépendre de la GMS	Pierre
Quel besoin et avec quelles contraintes (délai, type de prod, découpe...) pour les acteurs (cantines, <u>asbl</u> , <u>assoc.</u> , club sportif)	Amélie

Segment : qui on étudie	Qui
Consommateurs – mangeurs	PNCC
Collectivités, <u>horeca</u>	PNCC
Inventaire cantines	PNCC
Tourisme (gîte...)	Pierre
Les entreprises – réfléchir comment associer les courses avec le lieu de travail	Nina
Milieu associatif (asso de parents, club sportif, <u>asbl</u> ...)	Aurélie

Ressources disponibles & Partenaires : avec qui et/ou quoi ?	Qui
Maison du tourisme	Pierre
Union des entreprises	Nina
BEP	Nina et Pierre
Secrétariats sociaux	Nina
Juristes UVCW data mining	Françoise
Un expert/consultant	Pierre

Actions : Comment ?	Qui
Augmenter la demande même si le prix diminue ?	
Voir comment intégrer les avantages pour les travailleurs (type chèque repas) à utiliser directement sur le lieu de travail	Nina
Inventaire des besoins des cantines et déduire offre nécessaire + échéance contrats	2 personnes
Cahier des charges type événement public (= communes) avec produits locaux	Françoise
B2B pour les grandes surfaces du territoire	Françoise
Etudier les possibilités légales d'imposer du local dans les GMS du territoire	Françoise
Intégrer des distributeurs dans les villages	Nina
Créer une <u>video</u> pour les habitants de la commune « Bienvenue dans la commune de... » découvrez les artisans alimentaires (on peut aussi faire le même genre de <u>video</u> pour découvrir les associations de la commune) car les gens qui n'ont pas de contrainte économique achètent souvent pour l'histoire	Nina
Sensibilisation des acteurs qui offre des possibilité d'achat de produits locaux à ce qu'on peut faire avec les produits (recettes...)	Aurélie
Projet cantines très précieux <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solution court terme pour avoir prix rémunérateur pour producteur</li> <li>• Facilite logistique pour le producteur</li> <li>• A long terme sensibilisation et éducation des générations futures avec visites de fermes</li> </ul>	Elsa
Besoins de caractériser l'offre et la demande pour les grandes cultures	Plénière C3R4