

SYNTHESE DE
L'ETUDE DE FAISABILITE POUR LA CREATION DE
FILIERES DE COMMERCIALISATION COLLECTIVES
DE PRODUITS LOCAUX

GAL de la Botte du Hainaut

Rance, le 10 octobre 2006

A decorative graphic on the left side of the slide, resembling the spiral binding of a notebook. It consists of a series of dark brown, teardrop-shaped rings connected by a thin metal wire, set against a light beige background.

Méthodologie

1. Etude diagnostic SWOT

- Analyse de l'offre
- Analyse de la demande
- Analyse SWOT
- Réalisation du diagnostic

2. Faisabilité et rentabilité du projet

Analyse de l'offre

1. Economie agricole de la zone

**2. Identification des producteurs de la Botte
potentiellement intéressés par le projet :
Enquête et résultats**



Analyse de l'offre

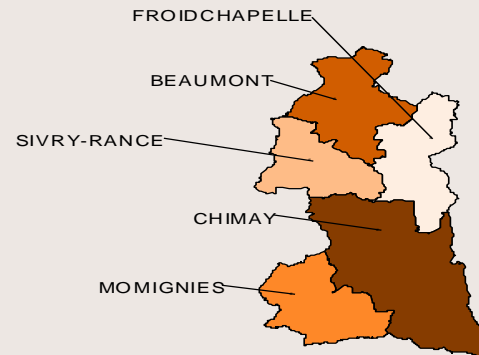
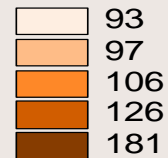
1. Economie agricole de la zone



Nombre d'exploitations

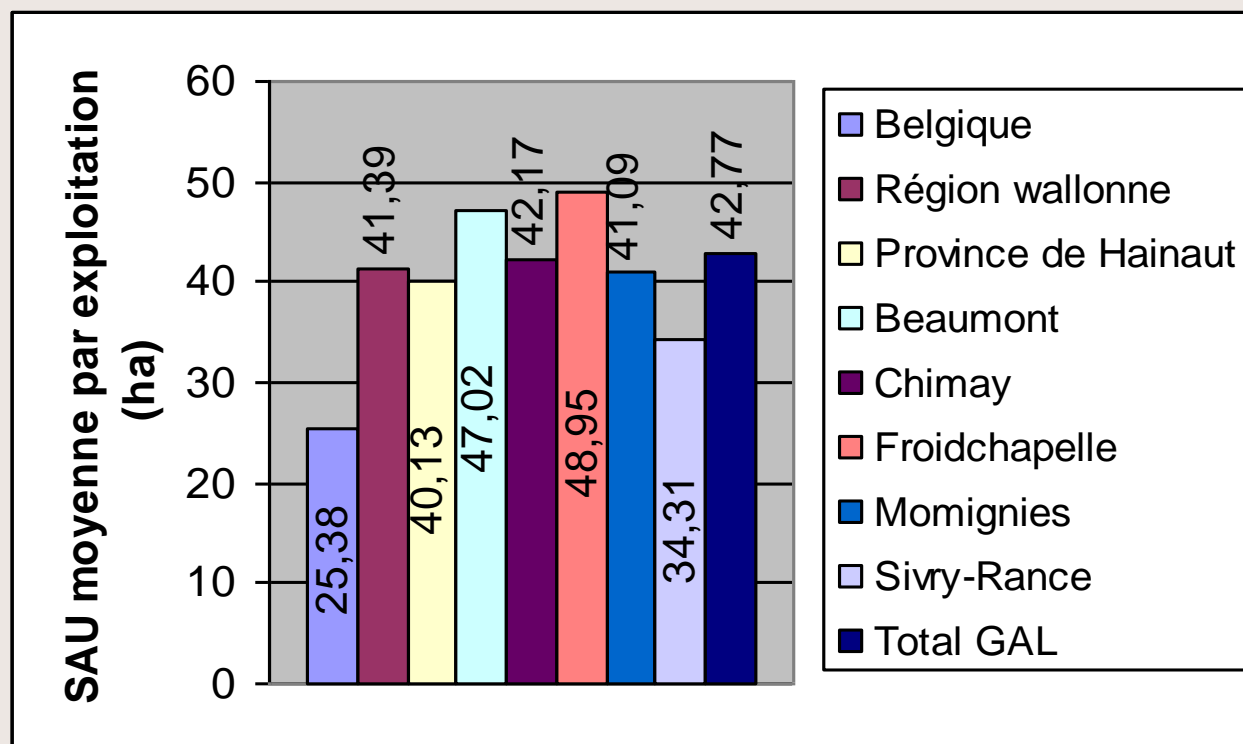
- 603 (11% Hainaut)
- (1015 en 1990 : - 60%)

Nombre d'exploitations



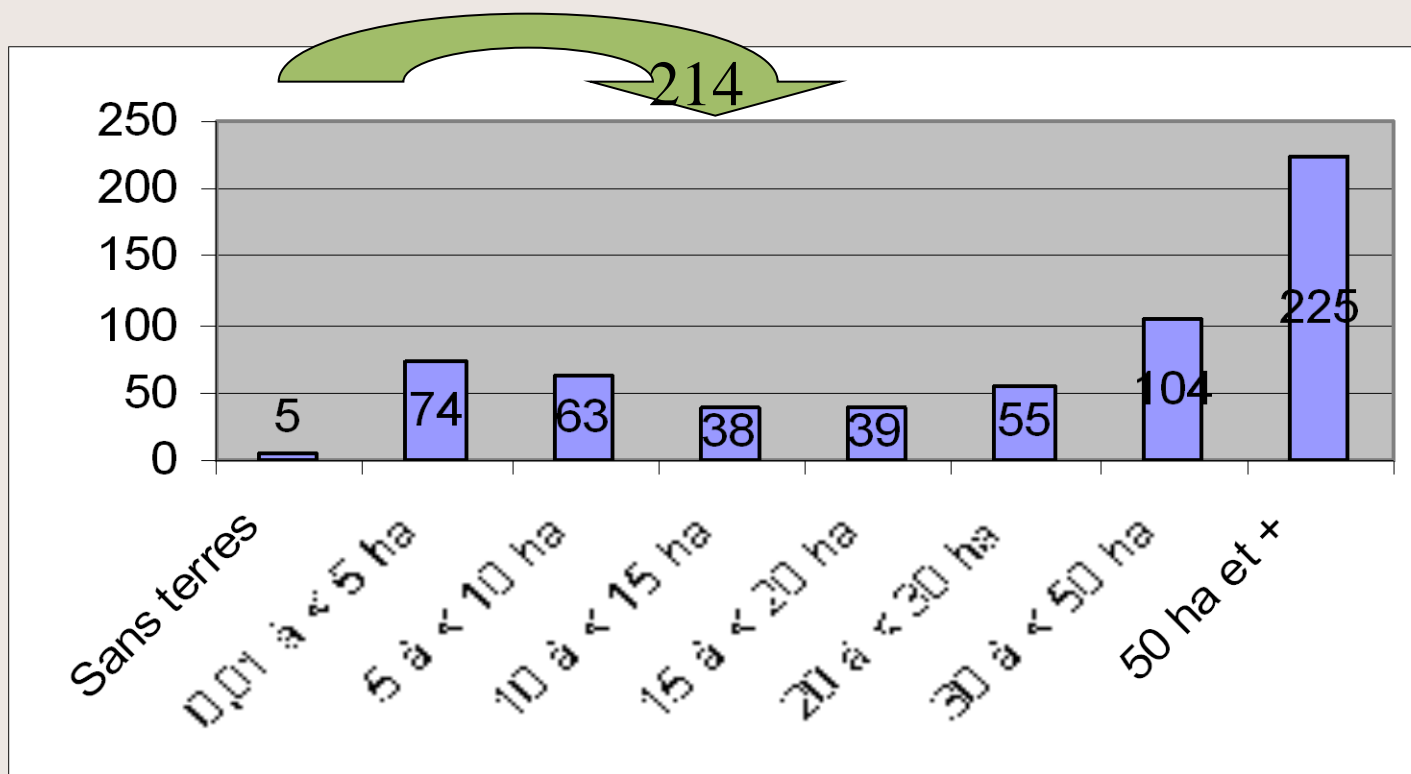
Superficie agricole utilisée

- 48,2 % du territoire du GAL (29,3% en Hainaut)
- Moyenne/exploitation: 42,8ha (26 ha en 1990)



Taille des exploitations du GAL

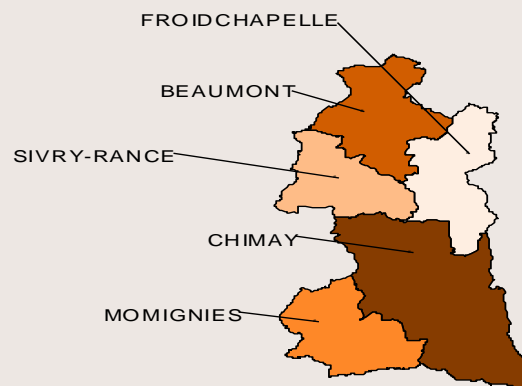
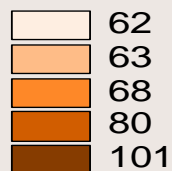
- 1/3 petites exploitations



Age et succession des exploitants

- 62% : moins de 55 ans
- 10%: successeurs et 50% :?

Nombre d'exploitants ayant moins de 55 ans



Activités agricoles principales

1-Production animale-

- Exploitations détentrices:-Porcs:30 –Volaille:105 – Ovins:55 –Caprins:19 – Bovins: 543
- **Région d'élevage bovin** - Lait - Prairies(73,6% SAU)-
- Cheptel moyen:106
- Importance en % de la valeur de la production agricole totale
 - **Secteur laitier :entre 65 et 80%**
 - Viande : entre 10 et 20%
 - Porcs-volailles: 1 à 3 %

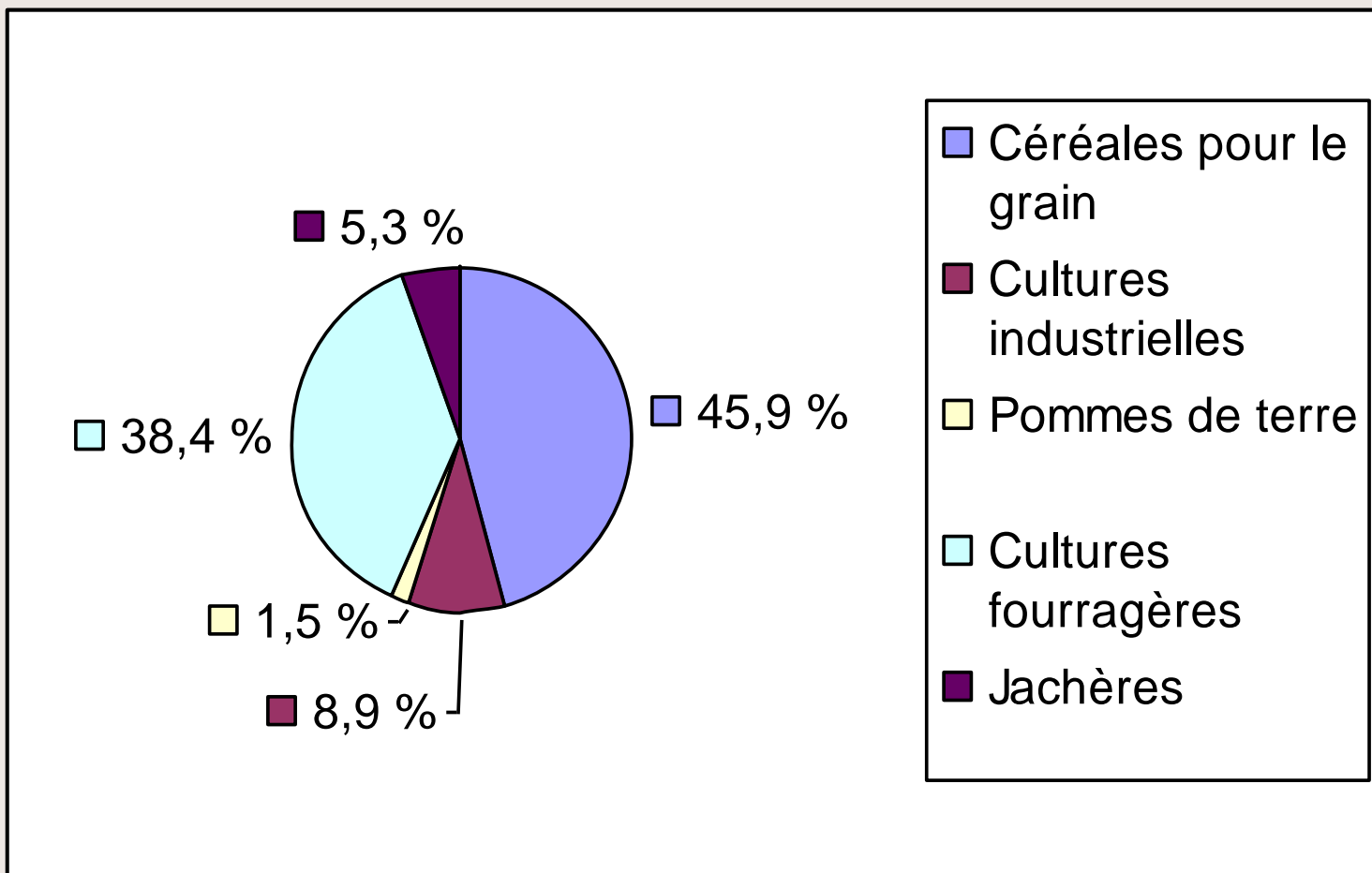
Activités agricoles principales

2- Cultures-

Superficie utilisée (ha)

- Terres arables : 6 813,52
- Prairies permanentes : 18 974,05 (76 %)
- Cultures permanentes : 4,36
- Cultures sous serres : 0,08
- Autres : 0,38

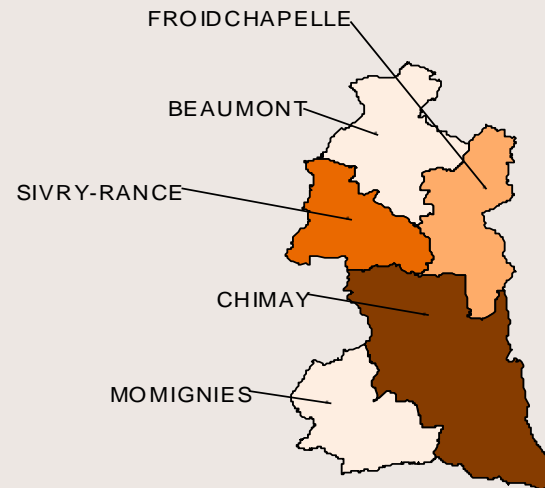
Les cultures



Les productions biologiques

- 19 agriculteurs certifiés

Nombre de producteurs bio certifiés



Analyse de l'offre

2. Identification des producteurs de la Botte potentiellement intéressés par le projet : Enquête et résultats



L'enquête auprès des producteurs

Mailing aux 600 agriculteurs

Poster et dépliants Foire de Sautin

Diffusion dans la presse



Seulement 15 répondants

Interviews en tête à tête

Résultats de l'enquête

- *Les responsables des exploitations*

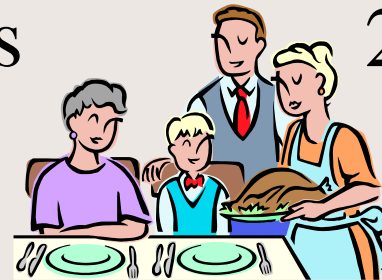


Hommes (13/15)

mariés

âge moyen 45 ans

2 à 3 enfants



Epouses

Repreneur



5 TP

2 Partiel

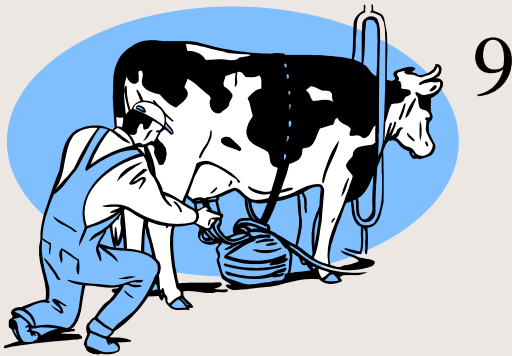


4 +

8 ?

Résultats de l'enquête

- *Les exploitations intéressées (13)*



Superficie moyenne 84ha

Cheptel moyen: 144

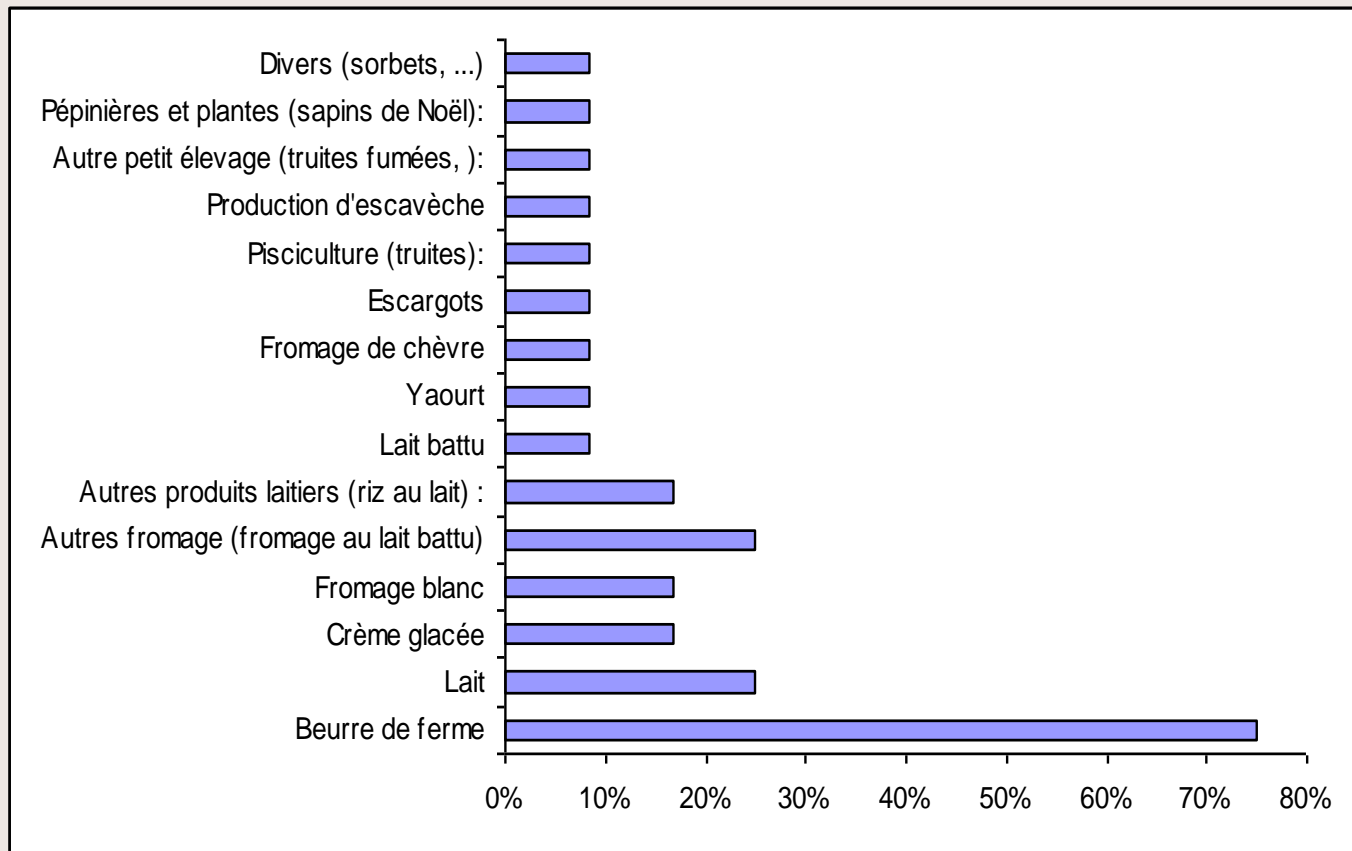
3 : + troupeau allaitant

Tous Transformation et
VD produits laitiers



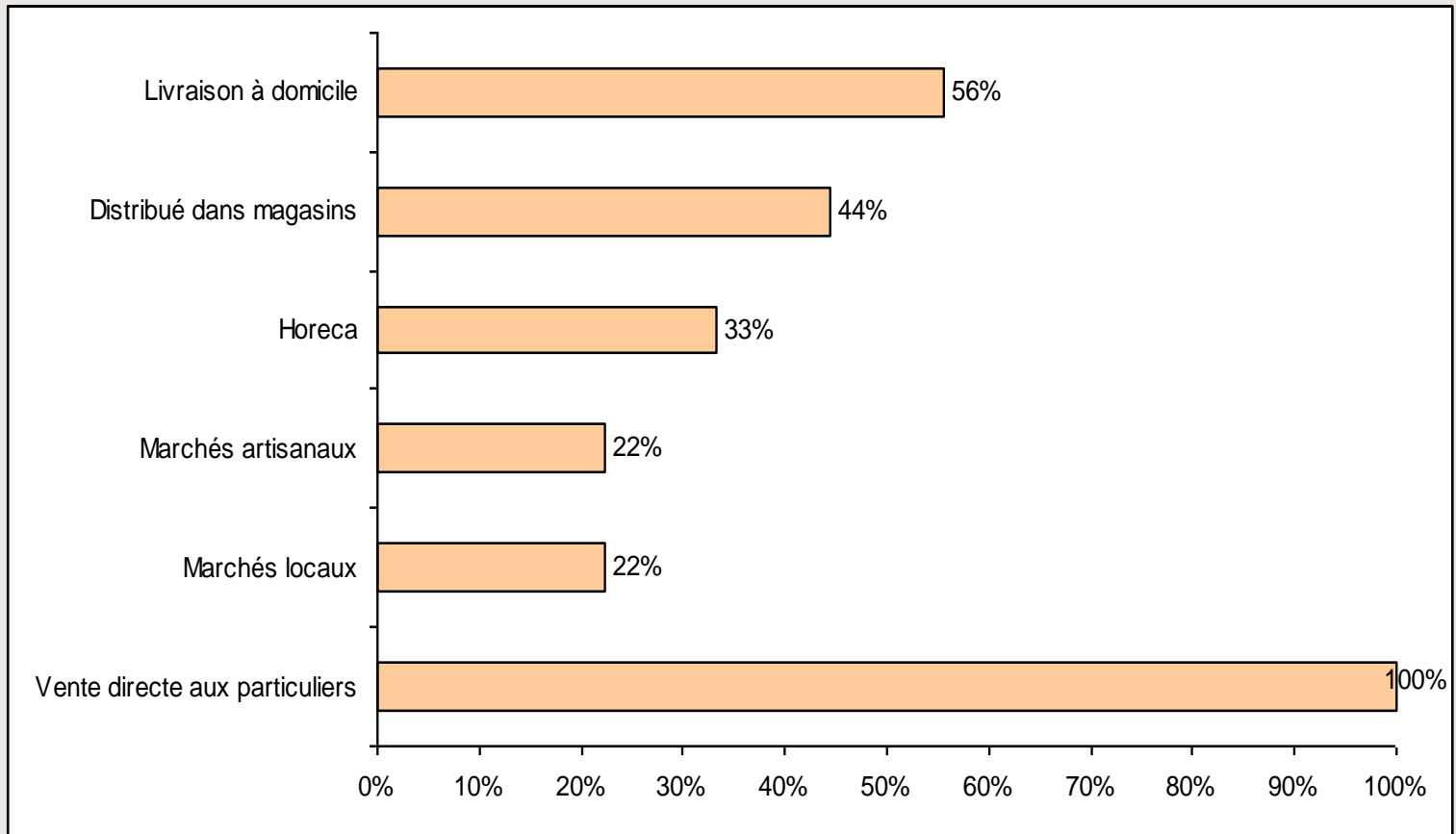
Résultats de l'enquête

- *Les produits identifiés*



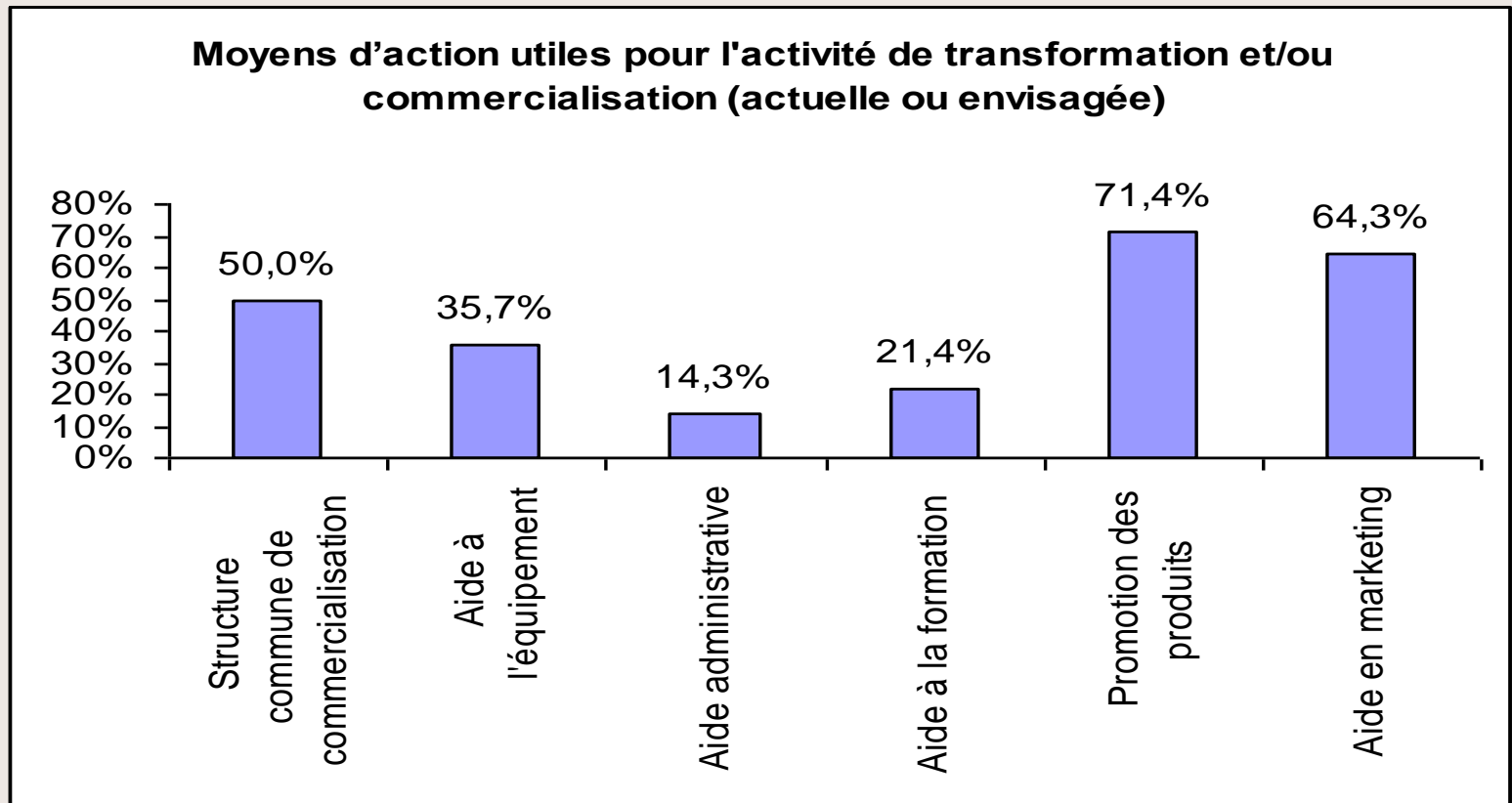
Résultats de l'enquête

- *Circuits de commercialisation*



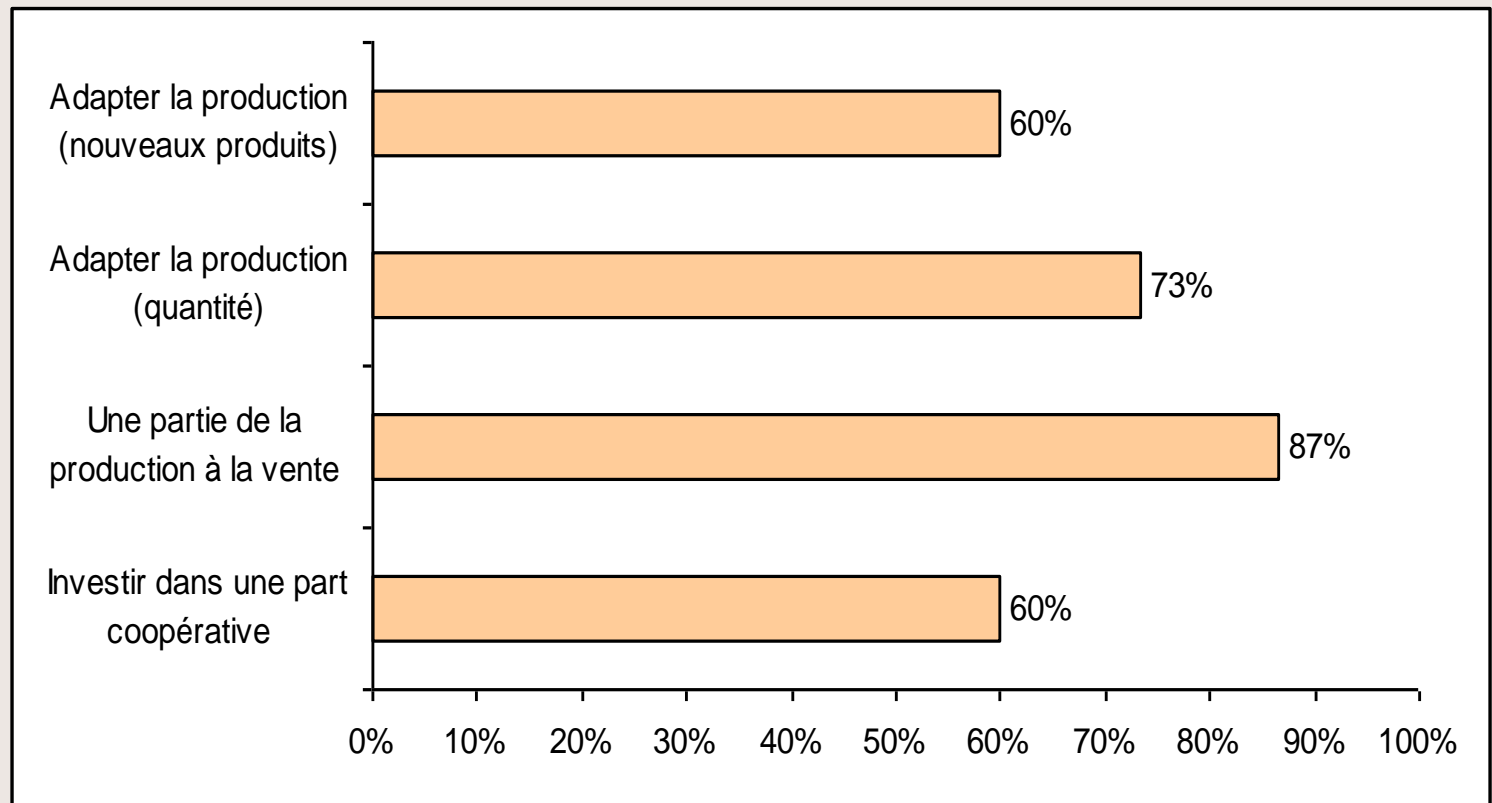
Résultats de l'enquête

- *Moyens d'action utiles*



Résultats de l'enquête

- Intérêt pour un projet de coopérative de vente



Analyse de la demande

- **1. Caractéristiques de la zone**
- **2. Clientèle potentielle**

Analyse de la demande

1. Caractéristiques de la zone

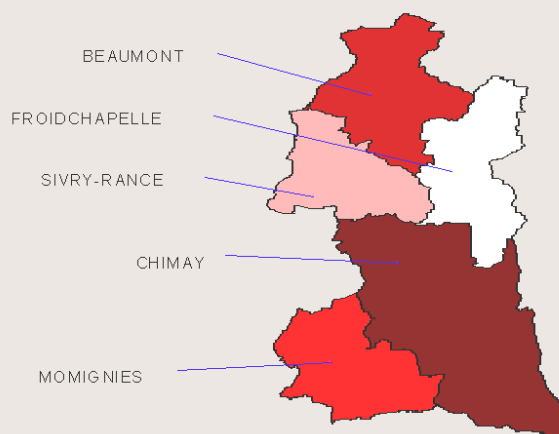
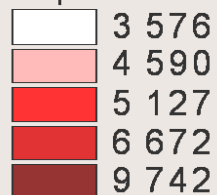


Données démographiques

Zone du GAL : 535 km² - 29 707 habitants

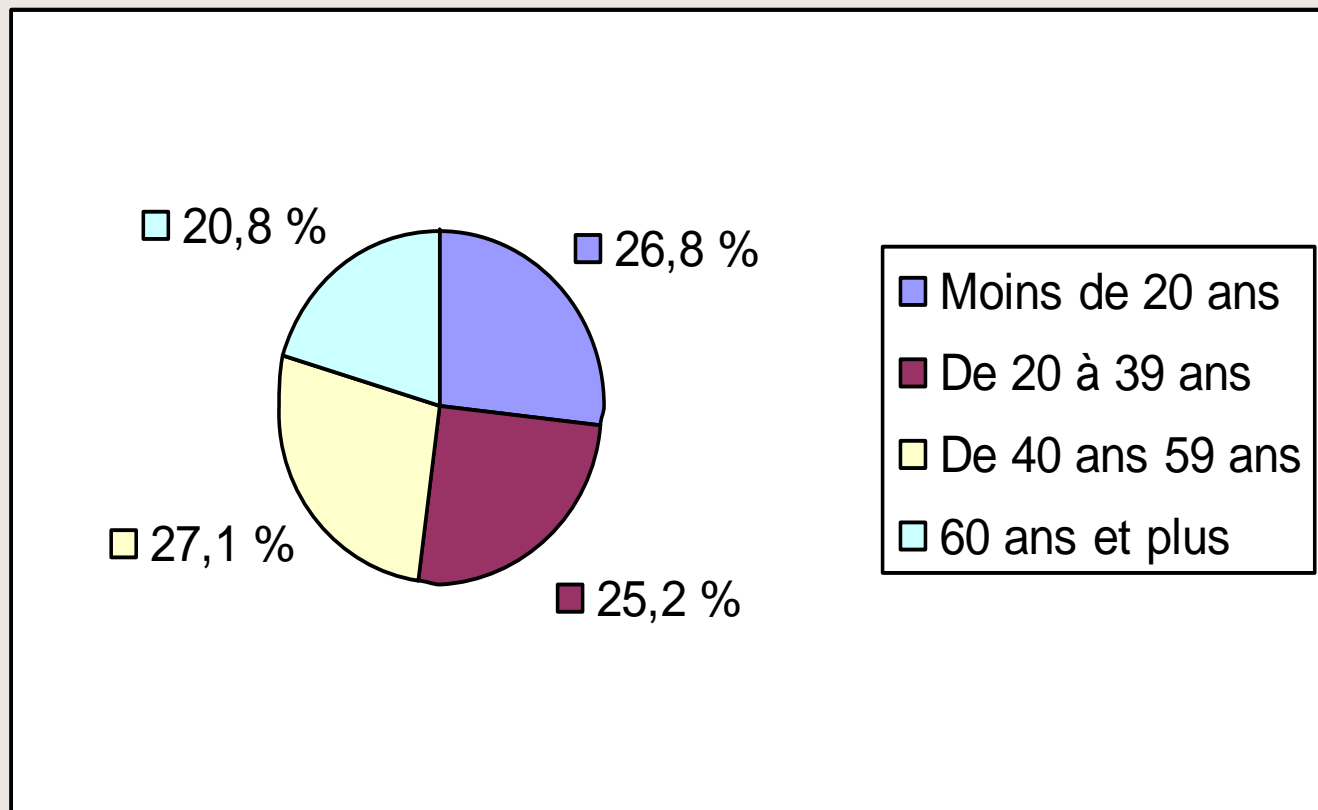
Densité faible (57 hab/ km²) – Zone rurale

Population au 01/01/04 (hab.)



Données démographiques

- Population jeune



Données démographiques

- Taille des ménages : 2,48
- Logement : 90% maison individuelle
mais 3,3% en caravanes, chalets
- Revenu /hab : 9911 € (<Reg: 11343 et <Prov: 10822)
- Taux de chômage : 16,3% (> Reg: 14,9 % et
>Prov:10,1%)

Infrastructures d'enseignement et sociales

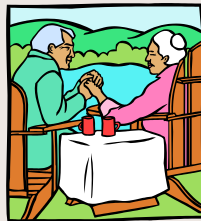
Enseignement fondamental: 37

secondaire: 6

spécialisé :2



8 Homes



3



2



1

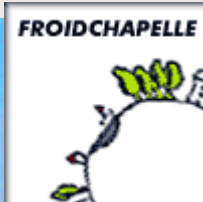


1

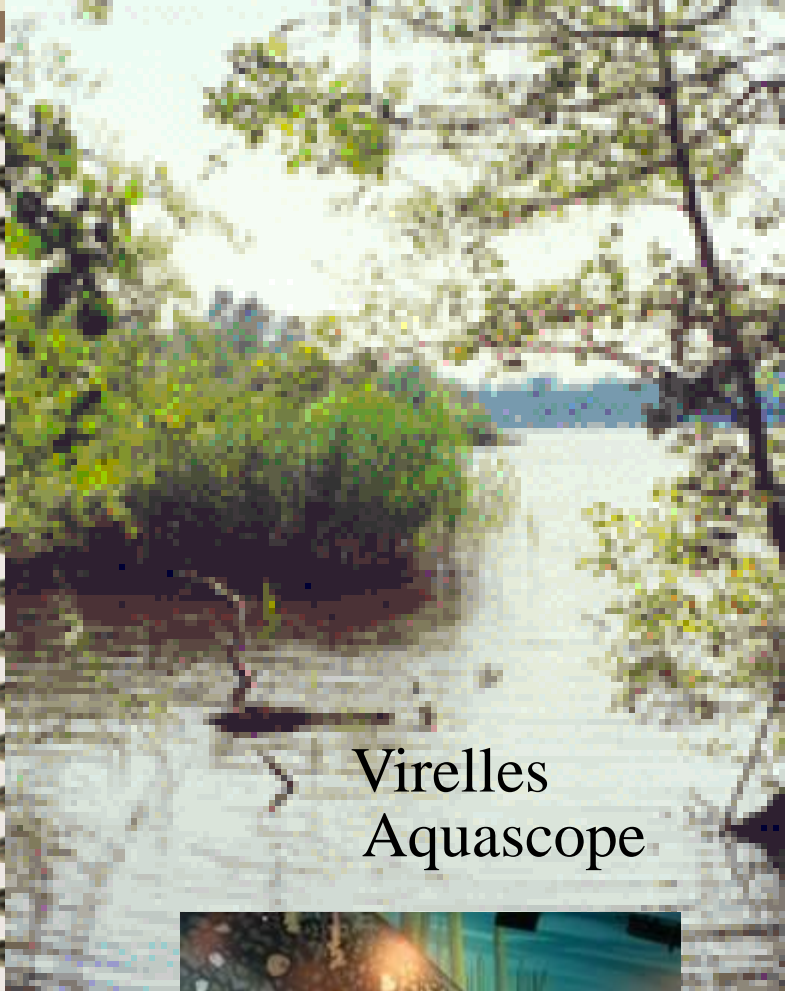


Vocation touristique

Nature



Détente



Virelles
Aquascope



Grange aux papillons



Aquacentre

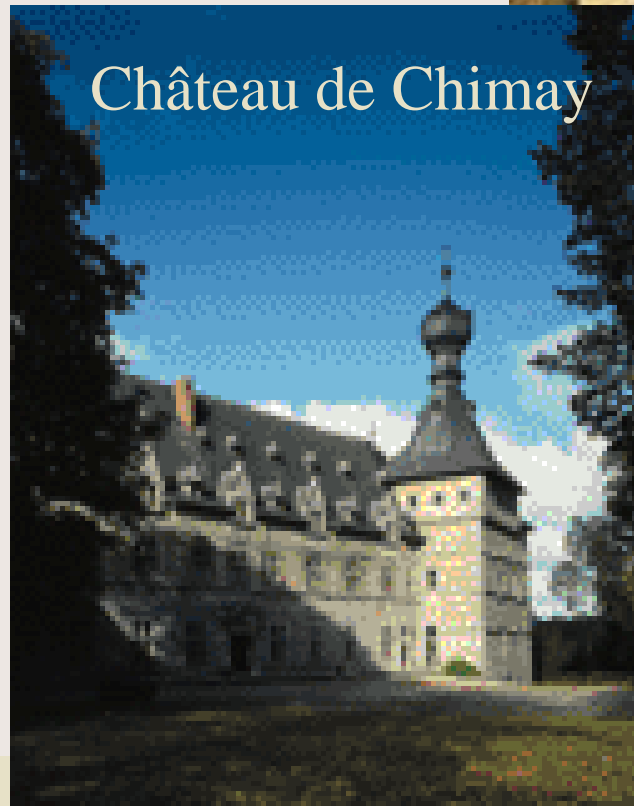
Musées- Patrimoine



Musée du Marbre - Rance



**Tour salamandre –
Beaumont**



Château de Chimay

Commerces

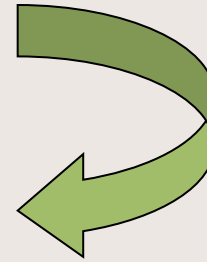
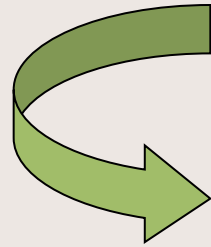
- 15 magasins d'alimentation générale
- magasins de proximité
- GD:Match (3), AD Delhaize (1), OKAY (1), Inter Battard (1), Courthéoux (1), Spar (1), Louis Delhaize (1) et Proxi Delhaize (1).
- commerces de tradition (9) proposant des produits artisanaux issus de la région

Analyse de la demande

2. Clientèle potentielle



Clientèle potentielle



Clientèle locale
de type rural

Et

Collectivités locales

Résidents
occasionnels -
Touristes

1. Clientèle locale





Clientèle locale: ➡ rurale

➡ revenus modérés

Pourcentage de ménages consommateurs de « produits de base », traditionnels >> en zone rurale et dépenses à domicile pour ces produits plus importantes

2. Collectivités locales

Mess, cantines...



Horeca




Mess, cantines...

Enquête téléphonique : 23 établissements

- 15 structures d'enseignement
- 3 maisons de repos
- 1 clinique
- 2 crèches
- 2 centres pour personnes handicapées



Tous proposent des repas
50% préparation sur place



Types de repas servis	Nombre d'établissements proposant ce type de repas	Nb moyen de repas /j/établissement
<i>Petit-déjeuner</i>	10	72.4
<i>Dîner</i>	23	92.7
<i>Souper</i>	10	70.4

Approvisionnement en produits locaux : Nb d'établissements

- 1 (6,7%) : totalement
- 10 (66,7%) : partiellement
- 4 (26,7%) : pas du tout

Pq ? 

- Prix trop élevés
- Manque d'information sur les produits disponibles
- Manque de traçabilité

A decorative graphic on the left side of the slide, resembling the spiral binding of a notebook. It consists of a vertical metal spiral on a brown background, with the spiral extending through a white rectangular area that serves as the background for the text.

Approvisionnement en produits locaux : types de produits achetés

- 1: Viande et produits laitiers
- 2: Légumes et fruits : manque de disponibilité citée
- 3: Boulangerie, boissons

Motivations d'achat

- Politique qualitative globale : 27%
- Offrir une qualité supérieure : 18%
- Répondre à une demande des consommateurs: 9%
- Autres : 81%
 - ✓ Faire vivre la région, le commerce, les agriculteurs
 - ✓ Proximité = facilité d'approvisionnement
 - ✓ Education des enfants, respect de l'équilibre alimentaire

A decorative graphic on the left side of the slide, resembling the spiral binding of a notebook. It consists of a series of dark brown, teardrop-shaped rings connected by a thin metal wire, set against a light beige background.

Intérêt pour un approvisionnement en produits locaux?

- OUI : 22 %
- Eventuellement : 44,5%
- NON : 33,5%

Collège Saint-Joseph - Chimay



Secteur Horeca

Enquête téléphonique : 20 établissements

- 1 hôtel, restaurant ;
- 12 restaurants de cuisine française et / ou régionale ;
- 2 traiteurs ;
- 3 campings ;
- 1 centre de vacances ;
- 1 sandwicherie - crêperie.

Approvisionnement en produits locaux : Nb d'établissements

- 53 % : partiellement
- 47 % : pas du tout

Pq ?



- Manque d'information sur les produits disponibles
- Facilité d'approvisionnement auprès des fournisseurs traditionnels : qualité constante et sécurité d'approvisionnement

A decorative graphic on the left side of the slide, resembling the spiral binding of a notebook. It consists of a series of dark brown, teardrop-shaped rings connected by a thin, light-colored line, set against a light beige background.

Approvisionnement en produits locaux : types de produits achetés

- 1: Produits laitiers (78%) et viande (66%)
- 2: Fruits (22%) et légumes (11%) : manque de disponibilité citée
- 3: 78% : Boulangerie, boissons, truites (escavèche), escargots et chocolat

Motivations d'achat

- Offrir une qualité supérieure : 33 %
- Politique qualitative globale : 22%
- Répondre à une demande des consommateurs: 11%
- Autres : 78%
 - ✓ Faire vivre la région, le commerce, les agriculteurs
 - ✓ Lien avec le terroir et les traditions locales
 - ✓ Proximité = facilité d'approvisionnement



Intérêt pour un approvisionnement en produits locaux?

NON catégorique : moins de la moitié (44%)

Intérêt marqué pour les fruits et légumes
(mais peu disponibles), truites et escargots
ainsi que pour les produits laitiers.

« Shopping liste »

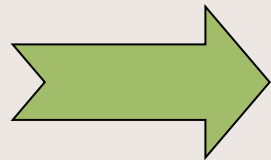
<i>Produits laitiers :</i>	<i>Viande :</i>	<i>Œufs**</i>	<i>Fruits* :</i>
▪ lait	▪ bœuf		▪ fruits rouges
▪ beurre	▪ veau (sous le mère)	<i>Truites</i> <i>(escavèche)</i>	▪ melons
▪ fromages :	▪ agneau		
▫ <i>fromage à pâte dure</i>	▪ porc	<i>Escargots</i>	<i>Jus de fruits*</i>
▫ <i>fromage blanc</i>	▪ volailles* :		
▫ <i>boulette</i>	▫ <i>poulet</i>	<i>Miel</i>	<i>Confitures*</i>
▫ <i>fromage de chèvre</i>	▫ <i>oie</i>		
▪ desserts :	▫ <i>canard</i>	<i>Chocolats</i>	<i>Légumes* :</i>
▫ <i>yaourts</i>	▫ <i>pintade</i>		▪ pommes de terre
▫ <i>riz au lait</i>	▪ lapin	<i>Pain</i>	▪ haricots verts
▫ <i>glaces</i>			▪ choux
▫ <i>sorbets</i>	<i>Foie gras*</i>		

3. Résidents occasionnels



Type de clientèle

Tourisme proche de la nature , nombreux hébergements en gîtes ruraux et camping



Enquêtes téléphoniques auprès des propriétaires (25 dans la zone) de gîtes, chambres d'hôtes et meublés de tourisme

+ Clientèle d'un jour (800 000 touristes – Lacs de l'Eau d'Heure en 2004)

15 établissements contactés :
13 gîtes ,1 chambre d'hôtes et 1 meublé de tourisme.

Gîtes et chambres d'hôtes se retrouvent pour moitié à la ferme. Le seul meublé de tourisme échantillonné n'a pas pour cadre une exploitation agricole.



Quel type de touristes?

Type de clientèle

Familles: 12

Familles relativement nombreuses et dont les enfants sont encore jeunes. Ce public s'oriente principalement vers un hébergement en gîte.

Couples : 4

Age moyen = 41 ans . Hébergement en gîtes et chambres d'hôtes (25%)

Groupes : 3

*Aussi bien composés d'adultes que de jeunes.
En moyenne une quinzaine de personnes*

A decorative graphic on the left side of the page, resembling the spiral binding of a notebook. It consists of a series of dark brown, teardrop-shaped rings connected by a thin, light-colored line, set against a light beige background.

Occupation du logement touristique

Les gîtes sont occupés aussi bien le week-end que pendant les vacances scolaires, et ce toute l'année tandis que les chambres d'hôtes se limitent à un accueil de courte durée pendant les week-ends.

Le nombre moyen de nuitées est de 4,6 nuits, avec un minimum de 1 et un maximum de 10.

A decorative graphic on the left side of the slide, resembling the spiral binding of a notebook. It consists of a series of dark, circular loops connected by a thin line, set against a light brown background.

Intérêt pour les produits locaux

- Vente de produits locaux : production propre dans gîte à la ferme (20%)
- Publicité pour ce type de produits (46%) : prospectus ou cartes de visite des producteurs de la région
- Dans plus de la moitié des cas d'hébergement, les touristes ne demandent aucun renseignement sur les produits locaux

Quels touristes demandent de l'information sur les produits locaux disponibles dans la région?

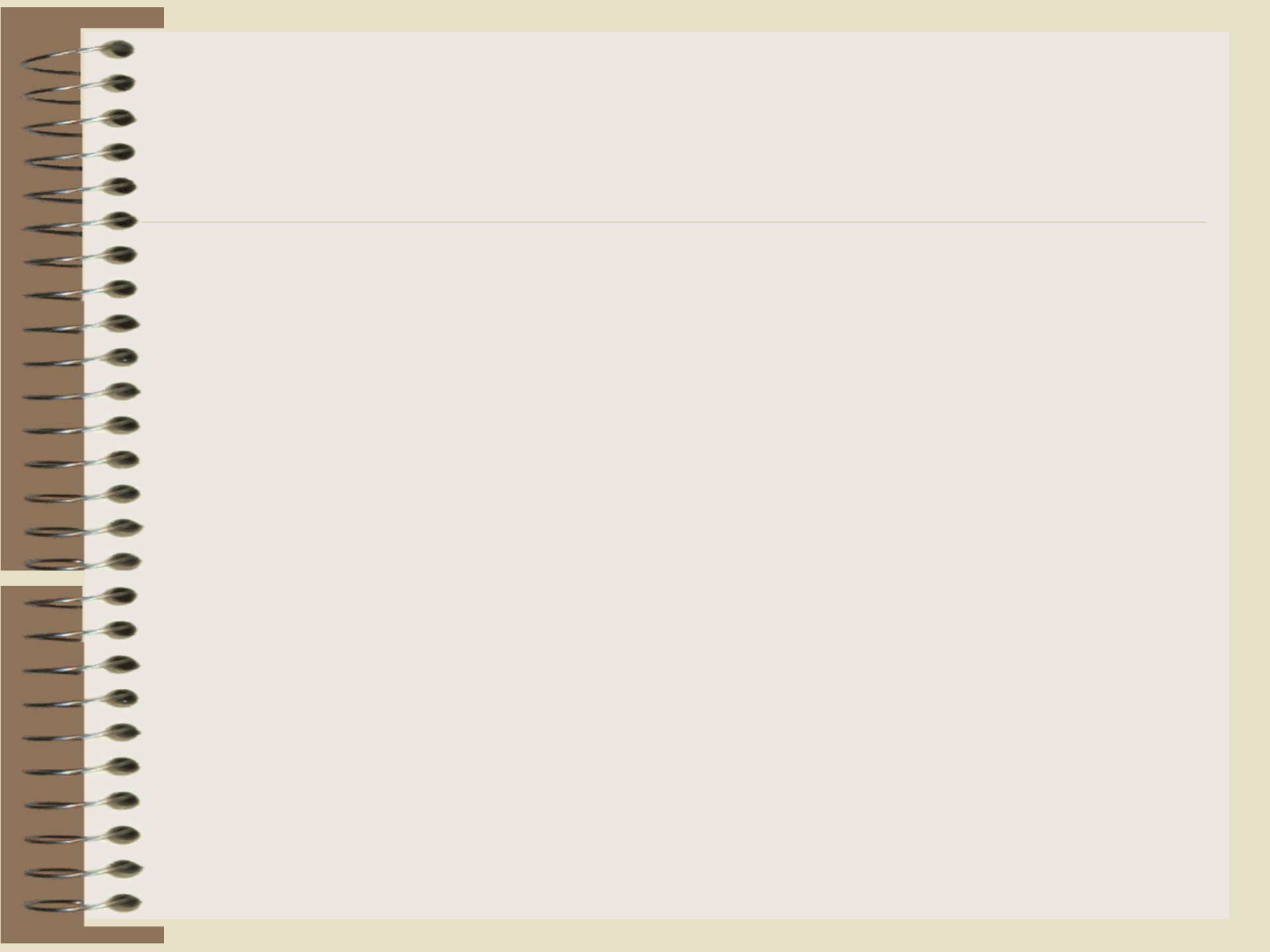
- Type d'hébergement: chambre d'hôte et gîte à la ferme
- Nationalité : Belges + étrangers
- Les plus intéressés: les couples ;
les moins : les groupes
- Demande : produits laitiers , bières et apéritifs régionaux.

Habitudes de restauration des touristes

- Tous les gîtes et meublés de tourisme (sf chambres d'hôtes) disposent d'une cuisine bien à très bien équipée
- Mais la cuisine reste peu utilisée :
 - Utilisation fréquente : 28%
 - peu fréquente : 57%
 - rare: 14%

Conclusion : deux types de touristes

- Des familles nombreuses avec jeunes enfants qui privilégient le logement en gîte et, pour des raisons budgétaires, limitent les repas pris à l'extérieur. Leur intérêt pour les produits locaux est très variable selon les cas.
- Des couples (40 ans en moy) qui logent préférentiellement dans des chambres d'hôtes. Ils sont également les plus intéressés par les productions locales. Ils s'informent et cherchent à s'approvisionner. Ils prennent tous leurs repas à l'extérieur, dans des restaurants et sont soucieux de la qualité du repas.



Opportunities

Opportunités

Strength

Forces

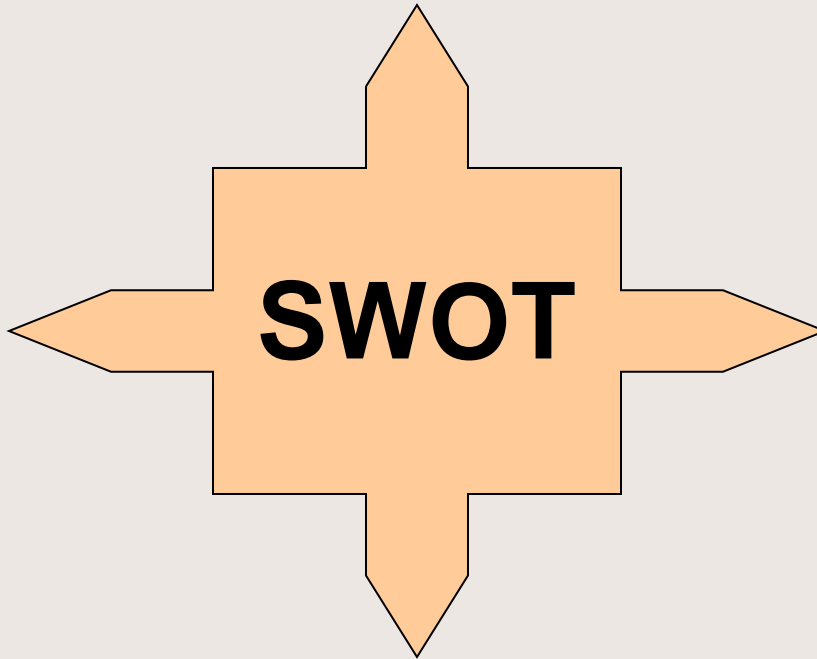
SWOT

Weakness

Faiblesses

Threats

Menaces



FORCES

- Image de « Chimay »
- Dynamisme et soutien promotionnel d'Accueil Champêtre
- Assouplissement des mesures

AFSCA

- Motivation de certains producteurs

OPPORTUNITES

- Secteur Horeca
- Contacts avec les jeunes dans les écoles
- Collectivités
- Touristes en nombre croissant dans la zone
- 15 GAL en Wallonie : réflexions et pistes communes d'action
- Fermes pédagogiques
- Promotion de certains produits concours-prix ex « Coq de Cristal – Libramont »
- Pénétrer la GD
- Marchés – Foires

FAIBLESSES

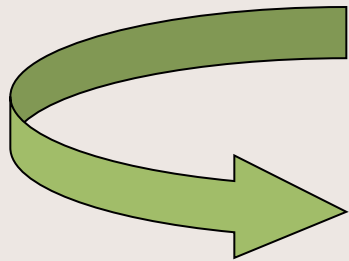
- Individualisme des producteurs
- « Monopole » de la brasserie-fromagerie présente dans la zone
- Manque d'enthousiasme des petits producteurs
- Manque de promotion des produits fermiers

MENACES

- Image « Produit de terroir » récupérée par l'agro-alimentaire
- Méconnaissance des véritables produits fermiers
- Prix de revient en hausse coût de la main d'œuvre, des emballages
- Nouvelles exigences (sanitaires ou autres)

Faisabilité du projet de commercialisation collective

- Offre et demande trop faibles pour envisager une nouvelle structure de commercialisation (250 m²= 150 000€)



Identification des structures de commercialisation présentes

Petites et moyennes surfaces de la zone

Proxy Delhaize Rance	Lait (Bossart) Œufs (Chimay groupe) Escavèche (Clos Normand)
Match Beaumont	Beurre (Mersh) Escavèche
Delhaize Chimay	Beurre (Beaumont – Froidchapelle – Seloignes) Chimay Group – Poussart – Fontenelle Fromage à pâte dure (Chimay) Fromage blanc (Leroy) Boulette (Degrand) Œufs (Chimay Group) Escavèche (Cendron) Escargots (Sohy) Pain (Chauvaux)
Spar Strée	Beurre (Mersh) Escavèche
Vincent Forges	Beurre (Gotteaux) Pain (Carenjot - Pierre qui tourne)
Guiot Froidchapelle	Beurre (Bernard Guiot – P. Nicolas Beaumont) Bœuf (Barbençon) Escargots (Seloignes)
Leners Momignies	Beurre (Gotteaux) Bœuf (Routice-Renaux / Gotteaux) Escavèche Escargots
Match Chimay	Beurre (Leroy) Fromage à pâte dure (Chimay) Fromage blanc (Leroy) Escavèche (Cendron-Macquenoise-Virelles)

QUIOT & CIE S.A.

Place Albert 1er 19
6440 Froidchapelle
Tél 060/41 19 97
Fax 060/41 25 50
TVA BE 440 023 177 RCC 165 63f
FORTIS 271-0353271-29

SUGGESTI

VIANDES

- Rôti de porc
 - Rôti de bœuf
 - Rôti de dindonneau
 - Pâté de campagne
 - Pain de veau
 - Jambon cuit, asperge
 - Jambon fumé
 - Jambon de Parme
 - Saucisson, salami
- 1,2,3,4

TARIF SERVICE TRAITEUR

A partir de 10 EUR/adulte et 6 EUR/enfant

Buffet froid :

- ± 10 sortes de charcuterie, rôti bœuf, rôti de porc, pilons de poulet, pâté, etc avec pêches au thon
- Féculeux : Pommes de terre, riz, pâte, taboulé
- Crudités : ± 8 sortes au choix
- Sauces : ± 4 sortes au choix

Option :

BOUCHERIE-CHARCUTERIE
ALIMENTATION
FRUITS ET LEGUMES
SERVICE TRAITEUR

VINCENT

DEILHES Vincent 143, rue Barbette
6464 FORGES (Chimay) TEL.:060/51.39.29.

Boucherie - Charcuterie
Rue St. Michel, 21
6464 Bourlers
Tél. boucherie : 060 / 21 28 98

" La Petite Ferme "

Heures d'ouvertures
Mercredi, jeudi et vendredi,
de 14 h. à 18 h.
Samedi de 9 h. à 13 h.
Dimanche de 10 h. à 12 h. 00
Fermé le lundi et le mardi.

Vente directe du producteur au consommateur.
Toutes les viandes vendues dans notre boucherie

COLIS 1

- 1 Kg. Rôti de porc.
 - 1 Kg. Côtes de porc
 - 1 Kg. Saucisse.
 - 1 Kg. Haché porc-bœuf
 - 1 Kg. Escalopes ou filets
- 27.20 €

COLIS 4 (Barbecue)

Boucherie du Lac
Rue du Lac 18 • 6461 Virelles
060/21.16.94

Boucherie de l'Eau d'Heure
Rue de la Station 96 • 5650 Walcourt
071/61.13.81

COLIS 2

- filet.
- haché porc-boeuf.

COLIS 3 (Barbecue)

- 1 Kg. Saucisse barbecue.
 - 1 Kg. Brochettes de porc.
 - 1 Kg. Côtes de porc marinées.
 - 1 Kg. Merguez.
- 4 Kg. 25.00 €

COLIS 6



MAISON
du tourisme
de la botte
DU HAINAUT

LA
PYRAMIDE
II



PITTA
KEBAB
RESTAURATION
RAPIDE

Record

ING
INSURANCE

docteur
RENAUD



CHIMAY
CHIMAY
CHIMAY

CHIMAY
CHIMAY
CHIMAY

CHIMAY
TRIPLE

Les Pralines

CHIMAY
CHIMAY
CHIMAY



Auberge de Poteaupré



Auberge de Poteaupré
CHIMAY
Brasserie
Café
Hôtel
Restaurant

Les Riches Pâturages

Lait - Beurre
Fromage - Bière - Jus
Pommes de Terre
Farine - Salaisons...







Pays de l'Eau d'Heure

Havre des Ardennes

— VITRINE DE PAYS —

PRODUITS D'ARTISANAT REGIONAUX
ATELIERS DE FABRICATION

ENTREE LIBRE

HB
1974



VITRINE DE PAYS
PRODUITS DU TERRITOIRE

fermé
le Dimanche
2 Juillet

OUVERT
TOUTE L'ANNEE

LE VENDREDI DE 10H A 18H

LE SAMEDI DE 10H A 18H

LE DIMANCHE DE 9H A 12H

Protégé
Système d'alarme



Ce b

La Vitrine d
qui accue
Aucune p

La vent



BUT DU PROJET :

Mise en place d'actions de promotion et de sensibilisation,
renforcement des filières de commercialisation.

MISE EN ŒUVRE :

Réalisation d'une enquête auprès des agriculteurs producteurs-
transformateurs afin de dresser un inventaire des
produits et des filières.

Vous produisez des produits de bouche de qualité?

Vous souhaitez les faire connaître?

Prenez contact dès à présent avec le Groupe d'Action locale
qui se fera un plaisir de répondre à votre appel.

Contact :

Stéphanie AMANT
GAL de la Botte du Hainaut
Place Albert 1er, 38
6440 Froidchapelle
Tél : 069/411.407
GSM : 0474/208.876









St. Thomas

17-12-04



St. Thomas

17-12-04

17-12-04



0

cher
re

18-12-97
E. 4.3

Pachere
NS
15-12-97
E. 4.3

18-12-97
E. 4.3

Bière régionale
La Dorée
du Mont des Erènes

Bière régionale au miel
La Dorée
du Mont des Erènes

Bière régionale



Charolais et Saison
Artisanale
Maison de l'Élevage

Escavèche du
Cendron
Centre de la Région



LA CHAVEE

L'Atelier de la Poterie de Meuse

LA CHAVEE LA CHAVEE


LA CHAVEE
APÉRITIF

LA CHAVEE
L'APÉRITIF TRADITIONNEL
D'ARDENNE

Brûlée de
Toute de...



Escavèche du
Cendron



*Charcuterie et Salaisons
Artisanale :*

saucisson, pâté, rillettes, jambon, etc.

Marc Botte



20

5,80

11,70

ESCARGOTS

DE S'LOGNES

Rentabilité

- Estimation d'un chiffre d'affaires
- Frais d'investissement
- Frais de fonctionnement
- Achat des produits
- Bénéfice

Estimation d'un chiffre d'affaires

- Consommateurs: 3300 ménages (40-59ans)-
1895€
- Achats: 1/3 hors GMS et 4 magasins différents
- Niche :X 5% → 165 ménages qui
dépensent 1895€/4

→ 78 000€ /an

Autre exemple

- CA d'un magasin de produits de terroir (Etude FUSAGX-2003): 40 clients/j le WE + 15 /j en semaine (4J) et une dépense moyenne de 10€/client → 70 000 €/an
- Rem : Avec rayon boucherie : CA X10



Ho minimale : CA = 75 000€

FRAIS

- Investissement : 150 000€ (en 20 ans):

7500€/an

- Fonctionnement : 35 000 €

- Achats des produits :

avec marge de 30% : 57 700 €

avec marge de 10% 68 180 €

Investisst

Fonctionmt

Achats M

Achats M

Bénéfice

Bénéfice

10%

30%

Ho1

Ho2

Ho1

Ho2

7.500 €

35.000 €

68.182 €

57.692 €

-35.682 €

-25.192 €
184 167€

467 500 €

Chiffre d'affaires min pour couvrir les charges

0 €

35.000 €

68.182 €

57.692 €

385 000€

-28.182 €

151 667 €

-
17692 €

Un chiffre d'affaire de 400 000€ ?

- 75 000€ = hypothèse minimale!
- Y ajouter la clientèle de touristes
(ex: Eau d'Heure 800 000 * 2% = 7000 ménages * 10€ = 70 000€)
- Certains produits pourraient bénéficier d'une marge > 10%!
- Nouvelles voies de commercialisation et de promotion..

Quelques pistes...

- Comptoir de produits de terroir + service « buffet », livraisons de paniers pique-nique...
- Participation à des événements culturels
- Site Internet