

FP3 : LES PRODUITS LOCAUX DE A À Z :

INNOVATION, PRODUCTION, CONSOMMATION SUR NOTRE TERRITOIRE

L'identification du projet

Intitulé

Face à la conjoncture des crises (énergétique, économique, sociale, environnementale, ...) des citoyens-consommateurs ne veulent plus uniquement consommer sur une logique de prix mais souhaitent donner un sens à leur consommation en y intégrant les dimensions environnementales et sociales. Des producteurs souhaitent cultiver d'une manière innovante, plus respectueuse des gens et de la planète et se réappropriier la plus-value de leur production.

Il s'agit pour le territoire du GAL Meuse@campagnes de :

- Développer une identité commune autour des produits locaux
- Développer ou soutenir de nouvelles filières agricoles locales, créatrices d'emplois et valorisantes pour le territoire
- Inciter à l'échange des savoirs, des compétences
- Développer des filières intégrées
- Sensibiliser le public à la production locale
- Créer et maintenir des emplois locaux (non délocalisables)

Permettre aux citoyens de faciliter l'achat de produits locaux et de saison, de consommer local, en diminuant la consommation d'énergie et la charge environnementale liée au transport, de participer au maintien et au développement de l'agriculture et de l'horticulture et de contribuer à une juste rémunération du travail des producteurs.

Porteur de projet

Le porteur de projet est le GAL.

Bénéficiaire de la subvention et opérateur de terrain

Le bénéficiaire de la subvention est le GAL Meuse@campagnes
Siège social : Rue des Marais
11 à 5300 Andenne

Partenaires

- Les Jardins d'OO
- La ferme du Chant d'Oiseaux
- Le Safran de Cotchia
- La Cuisine des Champs
- Fournipac, SCRL à finalité sociale

- Olivier Gathy, agriculteur
- Influences végétales asbl
- Le restaurant bistrannique « Le goût de ma passion »
- Pommeraie du moulin
- Ferme du Vieux Tilleul
- A la mode de chez nous
- De bouche à oreille
- Nectar & co scrl

Partenaires identifiés

- Le restaurant Itinérances gourmandes
- Le potager de Wasseiges
- Les avettes du Mont des Frênes
- La Ferme du Gros Maillet
- La Ferme de Graux

- Le Ferme de Rouchat
 - Prophete Joseph sprl
- Le projet pourra bénéficier des conseils de
- SAW-B
 - Le BEP, BEP Expansion et BEP environnement
 - Le CQPF
 - Diversiferm
 - Regenacterre

Administrations fonctionnelles pressenties

- Direction Générale Opérationnelle de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et de l'Environnement - DGO3.

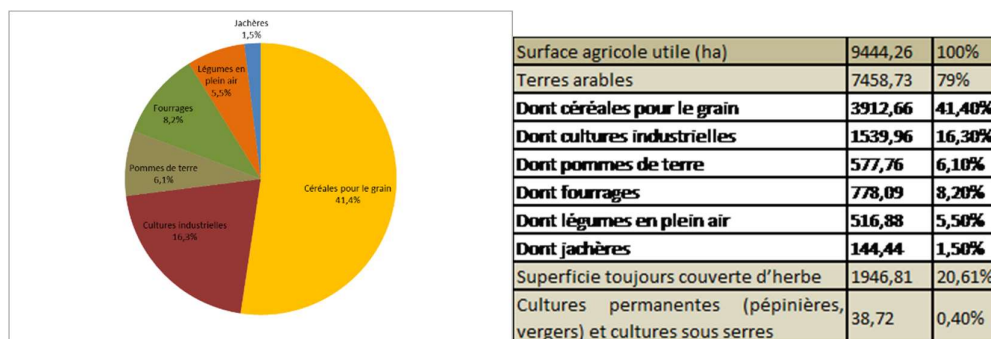
Objectifs de la stratégie rencontrés

Sous-objectifs	Contribution du projet
Promotion des produits locaux	Mise en valeur des producteurs locaux, promotion et distribution conjointe Développement de produits locaux reconnaissables et associés au territoire (melon dans un premier temps)
Relier et structurer nos atouts locaux afin d'améliorer la visibilité et la lisibilité du territoire.	Fédération des producteurs locaux par des outils de communication et intégration des filières Édition d'une brochure « Circuits courts et productions locales » sur le territoire
Mettre en commun les savoirs et les informations pour créer une « intelligence territoriale ».	Formation des agriculteurs souhaitant s'engager dans le projet de territoire des produits locaux Développer des outils, animations, lieux pour des échanges d'expertises entre les producteurs
Créer, transformer, valoriser et consommer les produits locaux sur notre territoire.	Aide à l'approvisionnement des producteurs en consommables locaux Analyse et fédération des outils de transformation existants Aide à l'installation de nouveaux agriculteurs ou à la diversification des anciens Soutien à la commercialisation
Prendre soin de la planète, en produisant, en consommant local et en recyclant.	Promouvoir la production et consommation locale en diminuant les intermédiaires, en permettant aux producteurs d'avoir un revenu décent, de s'approprier la valeur ajoutée de leur produit, en soutenant les productions respectueuses des sols et de la planète
Promouvoir l'inclusion sociale et la citoyenneté dans les zones rurales	Soutenir les jeunes producteurs au lancement de leur activité Mieux informer les citoyens, leur donner les outils pour s'impliquer dans l'action publique et faire émerger des projets issus de l'échange entre acteurs du territoire

La description du contexte

Les producteurs - une agriculture aux visages variés

Le territoire compte de nombreux agriculteurs principalement tournés vers des cultures à grande échelle (culture de céréales pour le grain, cultures industrielles) destinées à l'exportation. Parmi ceux-ci, se trouvent des exploitants plus ou moins grande taille.



Parallèlement, on assiste à une offre croissante de produits locaux.

Le territoire compte une large offre de produits locaux. Des produits bien implantés d'une part (safran de Cotchia, escargots petits-gris de Namur, jus de pomme de la Ferme du Chant d'Oiseaux, La ferme du Gros Maillet, etc.), dont la visibilité et la commercialisation dépassent les limites du territoire du GAL. La safranière de Cotchia comme la Ferme du Vieux Tilleul à l'origine de ces productions partagent leur savoir via des visites à la fermes et des stages de formation, leur permettant de partager leur savoir et leur passion. Le safran, les escargots et le jus de pomme sont des exemples de réussite de produits locaux sur le territoire. Des produits nouvellement créés d'autre part qui cherchent un coup de pouce en termes de visibilité : De bouche à Oreille, Nectar and Co, ...



Le territoire compte aussi des jeunes producteurs récemment installés ou en projet d'installation, souvent en recherche de terrain et/ou d'expériences et d'échanges : Les jardins d'oo, A la mode de chez nous, Le potager de Wasseiges, ... Enfin, d'autres producteurs, issus de l'agriculture conventionnelle mais sur de moyenne surfaces, pourraient se montrer enclins à la diversification de leurs activités. Le développement de circuits locaux pourrait être l'occasion de donner un coup de pouce à ces producteurs, en leur proposant de se lancer dans ces filières, en échange d'une assistance de la part du GAL.



Les transformateurs

Le territoire a la chance de compter plusieurs acteurs de la transformation (abattoir de Sclayn, Fournipac, la Cuisine des champs) et des restaurateurs qui portent déjà le souci des produits locaux (Itinérances gourmandes, Influences végétales, Le goût de ma passion...)

Les consommateurs ;

La question alimentaire, manger plus sainement et plus local, fait son chemin dans les mentalités. En sont pour preuves les quatre Groupes d'Achats Communs présents sur le territoire du GAL, le succès des ventes à la ferme et des marchés « produits du terroir ». Le circuit court est un mode de commercialisation de produits agricoles et horticoles, qu'ils soient bruts ou transformés, dans lequel au maximum un intermédiaire intervient entre le producteur et le consommateur. On parle donc de circuit court lorsque le producteur vend ses produits : - directement à la ferme, en complétant éventuellement sa gamme avec des produits d'autres agriculteurs ; - sur les marchés ; - à un groupement d'achats communs ; - par l'intermédiaire d'un système de dépôts de paniers ; - par le biais d'une coopérative ou en association avec d'autres producteurs ; - dans les magasins de proximité ; - à des restaurants ; - à des collectivités (hôpitaux, maisons de soins et de repos, écoles, cantines d'entreprises...).

Il est également ressorti des réunions citoyennes et des groupes de travail l'envie de voir se développer une autre forme d'agriculture, développant des produits originaux issus du terroir¹, pour faire rayonner le territoire. Ceci a été confirmé par les PCDR sur Andenne et Fernelmont.

Les objectifs à atteindre

- Promouvoir les produits locaux et en faciliter l'accès pour le consommateur
- Développer une culture locale innovante : le melon
- Développer des outils de communication, notamment numérique, entre producteurs (échanges d'expertises/équipements), créer des réseaux
- Appuyer le développement de filières intégrées : semences, production, transformation, commercialisation dans une logique d'économie circulaire

Les publics cible

- Les producteurs du territoire : actuels ou futurs. Les candidats à l'installation
- Les citoyens des trois communes
- Les visiteurs du territoire (voir fiche tourisme)

Les actions soutenues par le projet

Le projet articule différentes actions autour de quatre volets complémentaires. :

- I. Mise en réseau des parties prenantes
- II. Création d'une image et renforcement de l'identité du territoire
- III. Intégration de filières : amont/transformation/commercialisation
- IV. Soutien aux producteurs : innovation, appui, mise en réseau

¹ « Un terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs et de pratiques, fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition ». Définition de l'UNESCO

- Mise en réseau des parties prenantes

Le territoire brille par son dynamisme et son investissement sur la question agricole. Cependant, peu de concertation existe à ce jour entre les producteurs d'une même commune et a fortiori entre les trois communes. La première attente des producteurs vis-à-vis du GAL est de faciliter cette concertation, favorisant ainsi l'échange de savoirs, d'outils, de légumes et la synergie sur des actions précises.

L'objectif est avant tout de fédérer les producteurs afin qu'ils puissent mutualiser leurs efforts, échanger leurs savoirs, et profiter d'une visibilité conjointe. Le circuit-court étant fortement investi sur le territoire tant par les acteurs privés que publics, ce sera le rôle du GAL de coordonner les efforts pour aboutir à un résultat satisfaisant pour tous.

Etapas de mise en place de l'action

La première étape consiste en un recensement de toutes les parties prenantes du projet :

- Les producteurs
- Les transformateurs
- Les groupes de consommateurs ou organes de commercialisation

Pour chaque groupe, il s'agit d'identifier le profil avec précision : quels types de produits, quelle ampleur, quels canaux de distribution ou de fourniture, quels besoins et quelles possibilités de synergies. Cette étape permettra parallèlement de promouvoir la dynamique du projet auprès des acteurs non encore contactés.

La deuxième étape est l'identification des collaborations possibles et la mise en réseau des intervenants concernés. Le Gal organise des temps d'échange adaptés aux besoins. Un outil numérique est développé pour permettre la mutualisation des ressources (valorisation de surplus, commercialisation conjointe, planification de cultures, ...). Le Gal organise une fois par an un événement qui réunit tous les producteurs pour créer un sentiment d'identité commune.

Le GAL est par ailleurs membre du CA de l'ASBL 5C - Collectif des coopératives citoyennes pour les circuits-courts dont l'objectif est de mutualiser certains équipements et services, mais aussi d'échanger savoir-faire et expériences en vue d'améliorer l'organisation et les stratégies des associations membres. Cet apport sera également partagé avec les acteurs du territoire.

- Création d'une image et renforcement de l'identité du territoire

1. Promotion des produits locaux

Un rapide tour d'horizon des producteurs locaux sur les trois communes nous permet d'identifier un panel varié de produits : Fruits, légumes, miel, bière, vin de fleurs, vin de miel, petits gris, safran et dérivés, produits laitiers/glaces/beurre/œufs, boucherie, poulet, quinoa, asperges, caramels. Chaque producteur a développé ses propres canaux de distribution et de promotion. L'objectif du GAL est de développer une promotion commune et un accès aisé à ces produits pour le consommateur.

Etapas de mise en place de l'action

- Edition d'une brochure « circuits courts et productions locales »
- Identification et alimentation des points de distribution.
- Création de packs touristiques centrés sur les produits locaux (fiche tourisme)
- Appui à la commercialisation (voir III)

2. Création d'un produit identitaire phare, bio et durable pour le territoire

Les produits locaux sont un atout pour la qualité de vie sur le territoire lui-même, mais également un potentiel de rayonnement externe. On peut définir cinq attentes des consommateurs vis-à-vis des produits locaux ² :

- Sécurité alimentaire : « le circuit court est perçu comme présentant de meilleures garanties sur le plan sanitaire ».

- Typicité : « les produits dits « du terroir » sont des produits qui doivent présenter des caractéristiques particulières, qui leur sont propres et permettent leur identification ».

- Fabrication artisanale : « l'entreprise est de taille modeste, ..., le circuit de distribution est court... »

- Qualité gustative : « un produit du terroir possède un goût plus prononcé (que les produits standardisés), et en tout cas nettement identifiable » - Image « Campagne » : « les produits standardisés présentent un aspect «industriel», lié à l'essor des villes, alors que le produit du terroir fait penser à « l'ordre éternel des champs », cher à Maspétiol, à la douceur supposée de la vie à la campagne ».

Nous proposons d'ajouter à ces cinq caractéristiques celle de l'originalité, puisque les appels à idée et groupes de travail ont fait émerger un produit à fort potentiel pour le territoire : le melon. Le développement de ce produit sera dans un premier temps soutenu par le GAL, avant d'éventuelles autres productions. Le quinoa est également en amorce d'implantation sur le territoire, cependant le marché n'est pas encore mûr pour absorber une augmentation de production. Ces deux produits sont en grande majorité importés en Belgique.

Le développement de la production de ces produits sur le territoire prend pour modèle une autre culture originale existant déjà sur le territoire du GAL : le safran de Cotchia à Wasseiges. Le safran de Cotchia a fabriqué sa renommée et est devenu une véritable marque, gage de qualité. Les producteurs proposent des visites de l'exploitation, de la vente directe et des formations à l'adresse de personnes souhaitant se lancer dans la production du safran.

Pourquoi le melon ?

Le melon de Fernelmont, comme la fraise de Wépion, pourrait devenir un fruit emblématique du territoire du GAL. Basé sur une expérience déjà menée à Fernelmont par les Jardins d'OO, qu'il serait possible de reproduire à plus grande échelle, sur le territoire des trois communes.

Le melon est un produit importé en Belgique, dont le bilan carbone est alourdi en raison du transport (même bio, il n'est pas local). Bien que d'origine tropicale, le melon s'adapte à une large gamme de sols, peut être cultivés sous serre et apprécie une température située entre 18 et 24°C.

Un produit qui n'est pas naturellement associé au territoire belge, mais qui pourrait devenir une marque.

Etapes de mise en place de l'action

La première étape est celle de l'étude de marché (quelle clientèle serait intéressée ? Clientèle locale ? Résidents occasionnels ? Collectivités locales ? Secteur Horeca ?). Cette première étape permettra de déterminer le potentiel des produits. Cette étude peut être menée par le chargé de mission appuyé par l'AEI.

Cette première étape validée, un appel à producteurs intéressés sera lancé. Il devra toucher à la fois les producteurs installés sur le territoire, mais aussi les jeunes agriculteurs cherchant à s'installer. Le GAL assurera le soutien des agriculteurs désireux de se lancer dans cette filière (6 agriculteurs sur 4 ans).



Un cahier des charges « le bon melon de Fernelmont » à respecter par les agriculteurs souhaitant se lancer dans la production sera rédigé, fixant :

- Les objectifs du GAL et sa philosophie sur cette thématique (développer des produits locaux à haute valeur ajoutée, bénéficiant aux habitants du territoire mais pouvant aussi être exportés)

- Conditions pour cultiver le melon (bio, etc.)

² Burny Ph., attaché scientifique au Centre Wallon de Recherches agronomiques et maître de conférences à la Faculté universitaire des Sciences agronomiques de Gembloux (2005). « Valorisation des produits du terroir : expérience de la Région wallonne de Belgique ». Actes de la conférence thématique : Les produits du terroir : outil de développement ? Organisée par le Centre européen d'Entreprise et d'Innovation, Bourgen-Bresse (France).

- Conditions de commercialisation (vente à la ferme, un intermédiaire maximum, produits mis à disposition sur stand produits locaux, voir point « Valoriser les produits locaux »)
- Conditions de communication
- Conditions d'échanges d'information

Le cahier des charges est un moyen de garantir la lisibilité et la traçabilité des produits. Il est gage d'une démarche sérieuse (production et origine) et devient une référence pour le consommateur. L'objectif est de rassembler les producteurs sous un référentiel commun de production mettant en évidence les valeurs portées par le territoire.

Les agriculteurs retenus bénéficieront d'une formation à la culture du melon soit via une coopération intergal (Gal Mont-Ventoux par exemple) soit via consultance.

Un suivi sera organisé par le GAL afin de s'assurer de la continuité de l'engagement des producteurs vis-à-vis des cahiers des charges.

Les producteurs verront leurs produits valorisés par le GAL avec les autres produits locaux.

- Intégration de filières : amont/transformation/commercialisation

Afin que toutes les étapes du cycle de vie des produits locaux soient présentes sur le territoire, le projet s'attachera à soutenir la transformation des produits ainsi que leur commercialisation. Le Gal accompagnera les parties prenantes d'une part en aidant à identifier les ressources et besoins du territoire et d'autre part en mettant les acteurs en relation.

- Amont : Consommables pour les producteurs locaux

Les producteurs locaux désirant se tourner vers le bio sont actuellement dans l'obligation de se fournir en Région flamande pour ce qui concerne leurs consommables pour la production (plants, semences, pots, plastiques, outils, etc.). Le rayonnement d'une telle plateforme de distribution sera bien plus large que le seul territoire du GAL puisqu'elle pourra intéresser tous les maraichers bio de la Région wallonne. Elle est cependant d'abord utile aux producteurs du territoire et s'inscrit dans la logique de réappropriation de la chaîne de production voulue par les producteurs.

Le Gal étudiera les besoins et les potentialités autour cette plateforme de distribution, étudiera la possibilité de trouver un porteur de projet et coordonnera les acteurs parties prenantes au projet. Le projet est ensuite amené à s'autonomiser du GAL.

- Transformation : unités de transformation

Dans la logique portée par le Gal et souhaitée par les acteurs du territoire, les unités de transformation permettent aux producteurs locaux de se réapproprier une partie de la valeur ajoutée apportée à leurs produits. Plusieurs acteurs sont déjà positionnés sur cette question :

L'entreprise de travail adapté Fournipac transforme une série de produits (boulangerie artisanale à base de fromage ainsi que le conditionnement d'articles de bouche destinés à l'apéritif). Un intérêt à s'approvisionner auprès des producteurs locaux ou à écouler les produits sur le territoire existe.

Fournipac gère par ailleurs l'abattoir de Sclayn qui finira ses activités en 2018. L'existence de petits abattoirs en Wallonie est un enjeu fondamental du circuit-court. Une étude est en cours pour réfléchir au futur de l'abattoir.

De manière globale, une étude du BEP est en cours pour identifier le scénario le plus porteur pour le-s abattoir-s futur-s de la région.

« A la mode de chez nous » à Bonneville est composé de plusieurs services : maraichage, apiculture et vergers. Ils souhaitent ajouter la transformation - conservation des aliments.

La cuisine des champs, par exemple, localisée à Fernelmont, réalise 3500 repas préparés par jour à destination des collectivités. L'entreprise vient de recevoir un subside pour étudier l'implantation d'une légumerie. La philosophie de La cuisine des champs est de promouvoir le circuit-court. Originaire d'Ottignies et peu au fait des potentiels du territoire, l'entreprise n'a pas encore réalisé son souhait de s'approvisionner auprès des producteurs locaux ou d'écouler ses produits sur le territoire.

Le succès de la démarche reposera sur la mutualisation (savoirs, équipements, ...) et la complémentarité.

Le Gal aura pour mission de suivre l'évolution de ces acteurs - et de nouveaux acteurs potentiels- et de favoriser les synergies autour du circuit-court.

Le GAL jouera également le rôle d'interface avec les collectivités qui décident de s'adresser aux opérateurs de circuits-courts pour leurs repas.

- Commercialisation

- *Développement de circuits de vente en direct*

Le territoire compte plusieurs points de vente directe (Ferme du gros maillet, Le potager de Wasseiges, Les Jardins d'OO, A la mode de chez nous, ...). Au moins trois de ces producteurs, Les jardins d'oo (Fernelmont), Olivier Gathy (Wasseiges) et A la mode de chez nous (Andenne), souhaitent diversifier leur offre et devenir un point de distribution de produits du territoire.

Le GAL vient en appui à la logistique de mise en vente en magasin via l'outil numérique et réalise la promotion des lieux de distribution.

Cet objectif entre pleinement en résonance avec les fiches projets : « Tourisme durable : miroir des ressources gastronomiques et patrimoniales du territoire » et « Vers un meilleur accueil et accompagnement des touristes » où les produits locaux occuperont une place essentielle.

- *Soutien aux producteurs : innovation, appui, mise en réseau*

Le GAL entend se positionner comme acteur-relais- conseil pour tous les agriculteurs qui souhaitent développer leur activité dans le sens d'une agriculture innovante, plus respectueuse de l'environnement.

Le territoire compte une grande diversité de profils de producteurs. A l'heure actuelle, deux profils spécifiques ont été identifiés comme potentiellement plus enclin à se développer dans ce sens :

- Les nouveaux maraichers sur petites surfaces. La Coopérative Jardin d'OO sur Fernelmont souhaite encourager le développement du maraichage biologique, notamment en proposant un espace test maraicher. Le GAL viendra en appui de cette initiative, via du réseautage et du benchmarking, tout comme il accompagnera les démarches individuelles sur tout le territoire.
 - Les agriculteurs de taille moyenne rencontrant des difficultés de rentabilité et s'interrogeant sur l'avenir de leurs fermes, surtout s'ils ont des enfants qui souhaitent reprendre. Le GAL souhaite mettre ces producteurs en contact avec une demande croissante pour le circuit-court. La cuisine des champs notamment, peine à trouver des producteurs locaux pour la fournir. Les collectivités du territoire et les restaurateurs sont également en demande.

Le Gal accompagnera les producteurs dans les adaptations techniques et organisationnelles nécessaires pour accéder au circuit-court en s'inspirant des bonnes pratiques testées dans les autres GAL (fermes pilotes du GAL Entre Sambre et Meuse, travail sur l'autonomie des fermes du GAL Pays des Tiges et Chavées, ...) et abordées dans l'ASBL 5C.

Etapas de mise en place de l'action

- Rencontre des producteurs et promotion du projet
- Identification de quelques producteurs intéressés
- Identification des freins et des forces
- Structuration des agriculteurs en collectif
- Mise en valeur de bonnes pratiques
- Mise à disposition l'outil numérique pour coordonner l'offre et organiser la logistique

Les indicateurs de réalisation et de résultats

Indicateurs de réalisation	Objectif 2019	Objectif 2021
Objectif 1 : Mise en réseau des parties prenantes		
Cartographie (recensement) des acteurs	1	1
Création d'une plate-forme d'échanges entre producteurs	1	1
Nb de réunions d'échanges entre acteurs organisées	9	15
Nb d'événements réunissant tous les producteurs	2	4
Objectif 2 : Création d'une image et renforcement de l'identité du territoire		
Définition des critères d'un « produit local »	1	1
Edition d'une brochure « Circuits courts et productions locales » (nb exemplaires)	25.000	25.000
Etude de marché sur les débouchés du melon	1	1
Rédaction d'un cahier des charges « le bon melon de Fernelmont »	1	1
Objectif 3 : Intégration des filières		
Etude pour l'implantation d'une filière de distribution de consommable	1	1
Nb d'actions entreprises favorisant les synergies autour des circuits-courts	9	24
Objectif 4 : Soutien aux producteurs		
Mise en place d'une plate-forme collaborative	1	1
Nb d'activités de promotion de la plate-forme	10	20

Indicateurs de résultats	Objectif 2019	Objectif 2021
Objectif 1 : Mise en réseau des parties prenantes		
% de producteurs recensés sur le territoire	80%	95%
Nb de producteurs inscrits sur la plate-forme	15	40
Objectif 2 : Création d'une image et renforcement de l'identité du territoire		
Nb de points de distribution de la brochure sur le territoire	10	20
Nb de points de distribution des produits locaux	3	6
Nb de producteurs aidés pour développer une culture de melon	2	6
Nb de points de distribution du melon en Wallonie	4	10
Objectif 3 : Intégration des filières		
Nb de filières en circuit-court existant sur le territoire	4	10
Nb d'acteurs accompagnés pour se développer vers les circuits courts	4	10
Nb de producteurs investis dans les filières de commercialisation commune	6	20
Objectif 4 : Soutien aux producteurs		
Nb de producteurs accompagnés pour se développer vers les circuits courts	4	10

Indicateurs de résultats non chiffrés	
Une cartographie des acteurs existe et est connue des acteurs	2019
Les acteurs échangent des savoirs, des outils, ... et créent des synergies sur des actions précises	2021
Une Plateforme d'échange entre producteurs est créée, animée et connue	2019
Les producteurs locaux jouissent d'une visibilité conjointe	2019
Augmentation des volumes de vente des producteurs locaux	2021
Les produits locaux sont facilement accessibles sur le territoire	2021
Les débouchés commerciaux du melon sur le territoire sont connus	2019
Le « bon melon de Fernelmont » devient un produit identitaire du territoire	2021
Le « bon melon de Fernelmont » est connu en Wallonie	2021
Des filières de circuits-courts rassemblant les acteurs du territoire sont opérationnelles	2021
De nouveaux acteurs s'engagent dans une démarche de circuit-court	2021
Les producteurs mutualisent leurs efforts autour de la logistique de distribution	2021
Une plateforme numérique collaborative vient en soutien de la logistique de distribution conjointe	2021