



GUIDE PRATIQUE DE COMMERCIALISATION DE PRODUITS LOCAUX EN CIRCUITS COURTS AU SEIN D'UNE ATTRACTION TOURISTIQUE EN WALLONIE

Janvier 2024

Ce guide pratique a été réalisé, avec le soutien de la Région wallonne et de l'Union Européenne, en vue de renforcer la mise en œuvre de la mesure 16.3 du Plan wallon de Développement rural (PWDR) soutenu par le FEADER et le Commissariat Général au Tourisme¹. Cette mesure vise « la coopération entre les opérateurs pour le développement touristique ». Pour y contribuer, nous avons mené un projet durant un an et demi afin de créer des synergies entre des attractions touristiques en Wallonie et les circuits courts alimentaires. L'accroissement de la consommation de produits issus du circuit court dans les attractions touristiques wallonnes permet entre autres de renforcer le caractère identitaire d'une région. Concrètement, le projet avait pour missions de :

- Organiser 6 évènements de rencontres entre des productrices et producteurs locaux et ces partenaires potentiels (en juillet 2023 au Domaine des Grottes-de-Han, en août 2023 à Forestia, en octobre 2023 à l'Aquascope de Virelles, en novembre 2023 au Parc Aventure de Wavre et à l'Avouerie d'Anthisnes et en décembre 2023 à l'Adventure Valley de Durbuy).
- Rédiger un guide pratique (celui que vous lisez présentement) présentant des recommandations suite à ces rencontres et à des enquêtes de terrain et recensant des contacts utiles.

Ces attractions touristiques étaient déjà investies ou souhaitaient s'inscrire dans une démarche de développement durable pour leurs activités et exprimaient la volonté de créer des partenariats avec des producteurs locaux. Les producteurs, quant à eux, souhaitaient établir des contacts commerciaux sains et durables avec des attractions touristiques. L'élaboration de ces partenariats a permis aux attractions touristiques de valoriser les produits du terroir et d'être un relais entre les producteurs et les consommateurs.

En tant que productrice ou producteur, développer vos circuits de commercialisation est un réel enjeu. Nous avons réalisé ce guide pour vous aider à collaborer avec ces prospects si particuliers que sont les attractions touristiques en Wallonie. La vente de vos produits à ces intermédiaires vous permettra de donner de la visibilité à vos produits. Mais vous devez aussi vous adapter aux contraintes imposées par ces dernières.

Les étapes suivantes sont essentielles pour réussir cette entreprise :

1. **Recherche de l'attraction touristique** : Effectuez des recherches sur l'attraction touristique que vous souhaitez contacter pour comprendre le flux de visiteurs, leurs préférences en matière de nourriture et les politiques de vente sur place.
2. **Identifier vos produits phares** : Choisissez parmi vos produits ceux qui représentent le mieux votre région et qui sont susceptibles d'intéresser les touristes. Sélectionnez des saveurs uniques qui pourraient attirer l'attention des visiteurs.

[1] <https://agriculture.wallonie.be/programme-wallon-de-developpement-rural-2014-2020>



3. **Emballage attractif** : L'emballage est essentiel pour attirer l'attention des touristes. Il peut éventuellement être personnalisé avec le logo de l'attraction ou avec des éléments culturels locaux pour captiver les visiteurs. Celui-ci doit être adapté au public (packaging individuel, recyclable, ...).
4. **Établir un partenariat avec l'attraction touristique** : Contactez les responsables de l'attraction touristique pour discuter de votre proposition. Expliquez-leur les avantages de proposer des produits locaux à leurs visiteurs, comme une expérience authentique de la région, le soutien à l'économie locale ou encore une meilleure expérience client. Pensez à proposer des promotions croisées où les visiteurs recevraient un rabais sur votre produit en achetant leur billet d'entrée, par exemple.
5. **Organiser la logistique** : Discutez avec l'attraction touristique de la logistique de livraison et de stockage des produits. Assurez-vous que vous pouvez fournir régulièrement les produits demandés. Votre flexibilité sera la clé de votre relation client. Restez réactif et joignable par mail et téléphone. En saison, le flux des commandes sera très variable.
6. **Promotion et marketing** : Collaborez avec l'attraction touristique pour promouvoir vos produits auprès des visiteurs. Cela peut inclure des affichages attractifs, des dégustations, des promotions spéciales, et peut-être même des visites guidées de votre lieu de production. Cela leur permettrait de goûter vos produits et de comprendre le processus de fabrication, ce qui pourrait susciter leur intérêt et augmenter les ventes.

En suivant ces étapes, vous pouvez positionner vos produits artisanaux comme une option attrayante pour les touristes visitant une attraction, tout en leur offrant une expérience culinaire locale et authentique !

« **Les touristes aiment découvrir des produits locaux et authentiques pendant leurs voyages.** » Pour confirmer cette observation, nous avons confié une enquête de terrain auprès de 1.010 Belges à l'entreprise Dedicated. Elle a été réalisée en novembre 2023. Les observations présentées ci-dessous sont ressorties de cette enquête.

Deux Belges sur trois se sont déjà rendus en Wallonie pour y réaliser un séjour (c'est-à-dire avec nuitée), la Province du Luxembourg comme destination préférée. Les Belges ont effectué en moyenne **2,4 séjours** pour 5,6 nuitées entre octobre 2022 et octobre 2023. Le séjour en couple (44%) ou en famille avec enfants (22%) sont privilégiés. La voiture reste le moyen de locomotion le plus utilisé pour se rendre en Wallonie (78% des répondants). Une fois arrivé sur place, la voiture laisse place aux moyens de locomotion plus basique/doux. La moitié des répondants apprécient alors se déplacer à pied. **Le tourisme** est la principale motivation du séjour en Wallonie, elle l'est pour 76% des répondants. De plus, **90% des Belges** qui se sont rendus en Wallonie pour y séjourner ont l'intention d'y retourner à l'avenir.

Les chiffres sont plus hauts car **neuf Belges sur dix** se sont déjà rendus en Wallonie pour y faire du tourisme ; la Province du Luxembourg également destination préférée. Les Belges se rendent plusieurs fois par an en Wallonie pour y faire du tourisme – ce sont des touristes fidèles.



La richesse naturelle (forêt, vallée, rivière, lac, ...), le sentiment de sécurité et le coût global (hébergement, nourriture, attractions, visites, ...) sont les principaux critères de choix d'une destination de séjour (65%). La restauration, la gastronomie et la provenance des produits proposés sont quant à eux des critères de choix pour **55%** des répondants. La promotion des produits locaux et des spécialités locales est considérée comme un critère de choix très important² pour une destination de séjour pour **41% des répondants de 35 ans et plus**.

60 % des répondants estiment que la possibilité de manger sur place ou dans les environs est un critère très important² pour le choix d'une attraction touristique. Pour **un tiers des répondants, la promotion des produits locaux et des spécialités locales** est un critère de choix très important². 42% des personnes ayant séjourné en Wallonie estiment que la proximité par rapport au lieu d'hébergement est un critère de choix très important². Et **un tiers d'entre eux** estiment très important² d'avoir la possibilité de réserver l'hébergement et les attractions touristiques sur un seul site dédié comme l'O.R.C.

Nous posions la question suivante : Que faudrait-il améliorer en Wallonie pour rendre la région plus attrayante au niveau touristique ? **25%** des répondants estiment qu'il faut améliorer la promotion des produits locaux, **24%** d'entre eux estiment qu'il faut promouvoir d'avantage l'artisanat local et **22%** la gastronomie locale. Il y a donc une marge de progression dans ce domaine.

Nous voulions connaître le lien entre caractère « vert » d'une attraction touristique et produits locaux. Globalement, le Belge se dit sensible à l'environnement ; la fibre environnementale est plus importante auprès des personnes les plus âgées (60% des 55 ans et plus). La conservation de la biodiversité, la gestion durable des ressources et la protection des sites sont des éléments contribuant le plus au caractère « vert » d'une attraction, pour 40% des répondants.

Deux Belges sur trois se disent sensibles à la provenance des produits proposées dans les attractions touristiques. La vente de produits locaux contribue fortement à l'image « vert » d'une attraction touristique en Wallonie ; les produits locaux sont alors un levier d'attraction de nouveaux touristes dont la fibre environnementale est marquée. **88%** des répondants estiment en effet que la vente de produits locaux au sein des attractions touristiques contribue au caractère « vert » de celles-ci.

Les touristes belges pensent à l'unanimité que la mise à l'honneur du terroir de la région contribue positivement à l'image du tourisme en Wallonie. Pour plus de 80% des participants à l'enquête, les repas de saison, la production (on-site) de produits locaux et l'établissement de partenariats avec des artisans de la région sont des leviers d'actions qui contribuent positivement à l'image de la Wallonie.

L'offre en produits locaux contribue positivement à la fréquentation d'attractions touristiques, elle est un incitant pour 79% des répondants. Nous leur demandions alors quels produits les attractions touristiques devraient proposer ? Les statistiques suivantes sont ressorties de cette question :

- Des produits d'épicerie (pain, charcuteries, confitures, etc...) pour **57% des réponses** ;
- Des fruits de saison pour **56% des réponses** ;
- Des produits laitiers (fromages, yahourts...) pour **54% des réponses** ;

[2] Accordant 8, 9 ou 10 sur une échelle de 1 à 10 comme critère de choix



- Des boissons alcoolisées (vins et bières) sont attendues pour **49% des personnes de 55 ans et plus** et un peu moins chez les 18-34 ans (37%) ;
- Des boissons non alcoolisées intéressent **40 % des 35 à 54 ans** ;
- Des glaces, biscuits, snack type « friterie » (frites, hamburgers, croquettes, boulettes, fricadelles, ...) sont attendus par **46% des 18 à 34 ans** et les chips par **33%** de cette même tranche d'âge.

Ces chiffres sont pertinents pour l'établissement de relations commerciales entre des attractions touristiques en fonction de leur public cible et des productrices et producteurs locaux proposant leurs produits phares.

Si vous êtes intéressés par un complément d'informations ou les résultats complets de cette enquête, contactez-nous via l'adresse info@accueilchampetre.be

Nous avons souhaité représenter ces différents conseils sous la forme d'une « Mindmap ». Celle-ci est ludique et visuelle. Nous avons confié ce travail à Matthieu Van Niel de Tatoudi : pensée visuelle et Design graphique. Il a réalisé cette dernière en décembre 2023.

Mes avantages en tant que producteur-trice

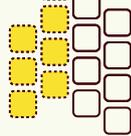


Visibilité auprès du grand public

Contrat potentiel de longue durée avec les attractions



les visiteurs des parcs d'attraction découvrent les produits locaux



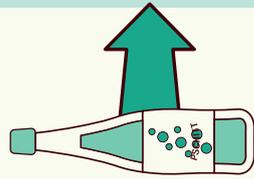
des quantités vendues plus importantes

+1 Filière d'écoulement supplémentaire

Quelques bonnes pratiques

Travailler avec des structures comme Réseau Paysan ou Circulacoop circula coop distribuant des produits locaux

Repenser le conditionnement et le packaging (pâtes précuites, chips en plus petits paquets, limonades en canettes, ...)



Personnaliser le packaging pour votre client avec le logo d'une attraction par exemple



VENDRE MES PRODUITS LOCAUX DANS LES ATTRACTIONS TOURISTIQUES

Leurs avantages en tant qu'attraction touristique

Créer une image de marque promotion de l'ultra local, les producteurs-trices sont des ambassadeurs-diriges de leur région



Permettre un souvenir impérissable dans l'idée bien wallonne « bien manger, bien vivre »



Créer des liens de qualité avec des fournisseurs de confiance certain.e.s deviennent des ami.e.s

Établir des contacts personnalisés avec le fournisseur /producteur-trice Commande simple sans intermédiaire



Proposer un produit de qualité différencié aux visiteurs + local + sain + éthique + goût

S'il vous reste des questions ou si vous désirez des conseils :



Accueil Champêtre en Wallonie

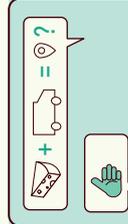
Contactez-nous



Avec le soutien de :



Wallonie



Intégrer le premier réseau social de la logistique : La Charrette porté par l'Interface Producteurs Distributeurs



Garder le contact avec l'attraction en les relançant (mail et téléphone)



Les rencontres entre productrices et producteurs et avec des responsables d'attractions touristiques restent des moments très efficaces pour développer son réseau de clients. C'est vous qui en parlez le mieux ! Nous vous partageons ci-après une série de témoignages récoltés lors de ces rencontres.

« Ce qu'on apprend aux gens c'est qu'on peut consommer différemment avec des producteurs locaux, sans forcément se ruiner. Notre démarche est de faire vivre les locaux et de manger sainement. » [...] « La facilité logistique parce que j'ai appris à connaître les gens aujourd'hui, très sympa et on peut faire par téléphone. », une responsable de l'Aquascope de Virelles, octobre 2023.

« Pour les producteurs du secteur agricole, on est isolé dans notre métier et c'est ce genre de soirée qui permet de faire des rencontres, de créer du lien, de se rendre compte qu'il y a de la demande qui existe aussi. », « Dans le tourisme c'est un débouché direct mais c'est aussi un débouché indirect avec les clients qui viennent à l'Aquascope et qui vont connaître les producteurs qui après peut bénéficier de nouveaux clients », un maraicher présent à l'Aquascope de Virelles, octobre 2023.

Un responsable du Parc Aventure de Wavre nous expliquait en novembre 2023 qu' : « il y a deux difficultés : la multiplication des fournisseurs, il faut gérer les commandes. Si produits frais, DLC courte et on a une activité variable avec la météo, avec la saison. Cela peut être une fréquentation de 50 personnes à 500 personnes ; la gestion est parfois compliquée ». Il précise aussi que : « on travaille déjà avec des cookies artisanaux et quand on les met sur le bar, ça part beaucoup plus vite. Il y a l'odeur qui les attire. On peut plus jouer avec les sens, avec ce genre de chose ». Enfin il ajoute cette phrase importante : « On rencontre tous les petits producteurs, c'est bien de se parler, de comprendre les différences. Quelles sont nos problématiques, quelles sont les leurs. Qu'est-ce qu'on peut trouver ensemble comme SYNERGIES ».

Un producteur présent à Wavre en novembre 2023 nous expliquait pourquoi il participait à l'évènement de networking : « toutes les personnes vont rencontrer les mêmes problèmes, c'est là qu'on peut en discuter. Parce que les proches et les amis ne peuvent pas forcément comprendre. Ici on est tous dans le même bateau. [...] Ici on discute ça peut créer de nouvelles relations mais surtout ça donne de nouvelles idées. Il suffit qu'une personne parle de quelque chose, ça donne une idée, ça fait réfléchir, ça fait évoluer un projet. Ça ouvre des portes auxquelles on n'a pas accès tout le temps ». Concernant les personnes ressources, il nous explique que : « On s'entoure de personnes qui ont la même philosophie, que ce soit des producteurs locaux que des produits différents, un peu innovants. On travaille déjà avec Made in BW. »

Un autre producteur nous précise aussi que : « c'est une dynamique qui est lancée depuis une dizaine d'année sur le local. Ça prend beaucoup de temps je participe à beaucoup de réunions, c'est très lent mais les mentalités évoluent. C'est un travail à maintenir si on veut avoir un système alimentaire durable demain ». Il ajoute qu' « arriver à faire comprendre la valeur alimentaire et la qualité de nos produits et le prix par rapport à des produits low-cost c'est très compliqué. »



“—
Un producteur nous expliquait au Domaine des Grottes-de-Han en juillet 2023 que l'important était de se diversifier autant dans ses clients que dans les produits ajoutés à leur gamme. Un autre producteur expliquait, quant à lui, les raisons à se fournir en local : « *moins de transport, plus écologique, faire vivre les gens autour de soi, solution à des problèmes de la société actuelle. [...] C'est tout simple il suffit d'acheter local et de produire local !* »

Enfin, nous finirons ce guide pratique en vous fournissant une série de contacts utiles au déploiement de votre réseau de fournisseurs et de clients. Celle-ci est non exhaustive. Ces organismes ont été de près ou de loin impliqués dans le projet.

Réseaux belges

- **Interface Producteurs distributeurs** : Une collaboration entre Le Collège des Producteurs, l'IFELW, l'APAQ-W et la coopérative MABIO afin de vous mettre en contacts avec différents segments de la distribution logistique et avec des productrices et producteurs locaux :
 - interface@collegedesproducteurs.be
 - arnaud.vanderbeck@collegedesproducteurs.be
 - nicolas.ancion@collegedesproducteurs.be
- **La Charrette** : Le premier réseau social de la logistique : mise en réseau d'acteurs professionnels (producteurs, distributeurs, magasins spécialisés) pour optimiser votre logistique de livraison et être en contact avec des producteurs :
 - lacharrette.org
 - contact@lacharrette.org
- **Jecliquelocal.be** : Outil développé par l'APAQ-W : plateforme professionnelle favorisant les circuits courts et mettant en avant les produits locaux. Elle a pour but de faciliter la prise de contact entre les producteurs locaux et les acheteurs professionnels.
- **Jecuisinelocal.be** : Un site internet et une application permettant de retrouver les producteurs près de chez vous en précisant un périmètre autour de chez vous.

Réseaux wallons

- **Coopératives paysans-artisans** : Répertoire de produits locaux et grossiste assurant la livraison de ceux-ci.
 - Thérèse-Marie Bouchat via therese-marie@paysans-artisans.be
 - paysans-artisans.be/
- **D'ici** : Répertoire de produits locaux wallons et grossiste assurant la livraison de ceux-ci :
 - frank@d-ici.be
 - d-ici.be/
- **Circuits Paysans** : Plateforme coopérative de distribution (livraison) de produits locaux en province de Liège.
 - pro.circuitspaysans.be
 - pro@circuitspaysans.be
- **Réseau Paysan** : Répertoire et distribution de produits locaux pour la province du Luxembourg
 - <https://www.reseau-paysan.be/distribution/>
 - info@reseau-paysan.be



- **Made In BW** : Répertoire et distribution de produits locaux pour le territoire du Brabant Wallon :
 - cd@madeinbw.be
- **GAL Pays de l'Ourthe** : Répertoire de produits locaux de leur territoire :
 - info@paysourthe.be
- **GAL Jesuishesbignon** : Répertoire de produits locaux de leur territoire :
 - info@jesuishesbignon.be
- **GAL Meuse Campagne** : Répertoire de produits locaux de leur territoire :
 - info@meusecampagnes.be
- **Ceinture Alimentaire de Charleroi Métropole** : Répertoire de produits locaux de leur territoire :
 - Charlotte Lemerrier : c.lemerrier@saw-b.be
- **Biowallonie** : Répertoire de productrices et producteurs bio wallons
 - fournisseurs.biowallonie.com

Acteurs touristiques

L'ASBL Attractions et Tourisme : fondée en 1982 et représentant plus de 200 entreprises gestionnaires de près de 250 attractions touristiques. Leur site internet et leur marque 365.be est une référence dans le domaine.

- attractions-et-tourisme.be/
- 365.be/fr/

Pour toute question supplémentaire, n'hésitez pas à prendre contact avec nous !

Sophie LIMBORT

sophie.limbort@accueilchampetre.be

081 627 455

Chargée de mission en circuits courts

Provinces de Liège, Hainaut et Brabant Wallon

Géraldine LE MIRE

geraldine.lemire@accueilchampetre.be

081 627 453

Chargée de mission en circuits courts

Province de Namur, Hainaut et Luxembourg



Accueil Champêtre en Wallonie

ACCUEIL CHAMPÊTRE EN WALLONIE ASBL

L'association de référence pour la diversification
à la ferme et à la campagne

Rue Royale 4, 5080 Emines (Be)

+32(0)81/627 454
info@accueilchampetre.be

www.accueilchampetre-pro.be



Cette fiche est un outil précieux pour tout nouveau porteur de projet. Elle ne constitue pas une fin en soi. Toute personne souhaitant se lancer doit se renseigner et faire appel aux autorités compétentes en la matière pour mettre en oeuvre son activité.

