

## PR4 - CHANGEZ VOTRE JEU ALIMENTAIRE !

### *Titre*

Changez votre jeu alimentaire !

### *Index des chapitres*

1. Créez de la valeur ajoutée à vos produits agricoles : utilisez-les entiers !
2. Qu'est-ce qui rend votre produit différent ?
3. Utiliser la gastronomie (locale)
4. C'est un tel gâchis de gaspiller

### *Introduction et vue d'ensemble*

Lorsque l'on s'intéresse aux chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes, le défi consiste à surmonter la facilité de votre compensation habituelle afin de trouver la valeur de vos produits. L'objectif de ce module est de donner des idées et des conseils sur la manière de créer une valeur ajoutée aux produits agricoles. Vous obtiendrez des suggestions pratiques ainsi que des exemples concrets d'agriculteurs innovants basés aux Pays-Bas. Le module est divisé en quatre leçons principales : "Le tout est le tout" (utiliser l'ensemble de vos produits), "Ce qui rend votre produit différent" (trouver votre valeur ajoutée), "Utiliser la gastronomie (locale)" (vendre aux restaurants locaux, aux cafés...) et enfin "C'est un tel gâchis de gaspiller" (voir le déchet comme une opportunité). Ces chapitres ne montrent que quelques-unes des façons de créer de la valeur ajoutée aux produits agricoles, mais comme le monde est plein d'autres possibilités, nous aimerions que vous vous inspiriez de ces cas et que vous les adaptiez ensuite en fonction de votre contexte et de votre expérience personnelle.

## *Buts et objectifs*

- Proposer des suggestions sur la manière de créer une valeur ajoutée aux produits agricoles
- Montrer des exemples concrets d'exploitations agricoles innovantes
- Vous inspirer pour adapter ces cas à votre réalité locale

## *Chapitre 1 : Créez de la valeur ajoutée à vos produits agricoles : utilisez-les entiers !*

La première façon d'ajouter de la valeur à vos produits agricoles est de les utiliser entièrement, il y a tout un monde à explorer. Existe-t-il un moyen d'éviter de séparer votre produit agricole en plusieurs parties et de l'utiliser entièrement ? Est-il possible de combiner deux produits pour obtenir une valeur plus élevée que de les vendre séparément ? Cela pourrait donner une valeur ajoutée à votre produit.

Prenons l'exemple du fromager Remeker, réputé pour la qualité de ses fromages.

Chez Remeker, on a commencé à utiliser le Ghee (beurre clarifié) pour enrober les fromages. Alors que vous connaissez peut-être le Gouda, le Leerdammer et l'Edammer hollandais traditionnels pour leur couche de cire, Remeker a changé le produit en utilisant sa propre couche. L'innovation a consisté à utiliser la crème pour fabriquer la croûte du fromage lui-même (sous forme de ghee). De cette manière, Remeker évitait d'acheter de la cire, créait une croûte naturelle et utilisait les valeurs naturelles de ses produits. Le ghee (beurre clarifié) est donc directement utilisé sur le fromage pour fabriquer la croûte, ce qui évite l'utilisation d'un intrant externe (la cire) et donne un fromage tout à fait unique (personne d'autre aux Pays-Bas n'utilise le ghee pour enrober les fromages).



- ❖ *Exercice pratique* : Si vous ne vendez pas encore votre produit dans son ensemble, pourriez-vous réfléchir à des moyens de le faire ? Trouveriez-vous des synergies dans votre "portefeuille" ? Séparez-vous vos produits en différentes parties (de moindre valeur) ? Cela peut-il être évité pour créer un produit unique ?

## Chapitre 2 : Qu'est-ce qui différencie votre produit ?

La différence est une valeur : c'est quelque chose qui ne va pas de soi. Lorsque vous choisissez les produits que vous vendez, il est extrêmement important de réaliser une étude de marché et de voir quels autres produits similaires au vôtre sont vendus dans votre région et, sur cette base, de réfléchir à la manière dont vous pouvez vous différencier. Comme vous le savez, vous ne pouvez pas vous contenter de copier le concept de vos voisins. Quel est donc votre argument de vente unique ? Un exemple de l'est des Pays-Bas est "De Nieuwe Melkboer" (le nouveau producteur laitier). Cette entreprise cultive ses propres graines de soja pour préparer du lait végétal local qui est également vendu au niveau local. Quelle est la différence entre ce lait de soja et les autres ? Il s'agit de l'une des rares boissons au soja sur le marché néerlandais à être fabriquée de manière artisanale à partir d'ingrédients cultivés localement à 100 %. En outre, il s'agit d'un produit qui est demandé et qui s'adapte à l'évolution des souhaits alimentaires de la société.

- ❖ *Exercice pratique* : Réfléchissons à vos produits, comment pouvez-vous les différencier du reste des exploitations agricoles de votre région ? Pouvez-vous imaginer une nouvelle façon de les transformer ? Ou pouvez-vous proposer une race ou une variété différente ? Peut-être pouvez-vous remettre sur le marché une variété qui était populaire il y a quelques années ou décennies et qui est aujourd'hui en train de disparaître ?

## Chapitre 3 : Utilisation de la gastronomie (locale)

Dans ce chapitre, nous vous mettons au défi de développer un réseau local solide. En particulier, nous vous invitons à vous intéresser aux restaurants, aux bars et même aux traiteurs locaux afin de leur vendre directement votre produit ou d'utiliser leur réputation pour vendre le vôtre. Pourquoi votre produit apporte-t-il une valeur ajoutée dans ce cas ? Parce qu'il est local et qu'il est vendu directement de l'agriculteur (vous) à la table (les restaurants).

Lindenhoff, une ferme urbaine située dans la banlieue d'Amsterdam, en est un exemple. Elle vend la plupart de ses produits (une grande variété allant des légumes à la viande, en passant par les œufs et le fromage) directement aux restaurants locaux de la ville. La ferme a également la possibilité de vendre des boîtes et des repas prêts à cuisiner aux consommateurs d'Amsterdam. Ces boîtes sont préparées par des chefs locaux - et bien connus - ce qui contribue à ajouter de la valeur à votre produit.



- ❖ *Exercice pratique* : Dressez la carte de vos réalités gastronomiques locales et du réseau qui les entoure, préparez un inventaire des produits qui pourraient les intéresser (matières premières, emballages déjà assemblés et prêts à être préparés, ou même produits finis prêts à être servis), et allez à leur rencontre ! Vous pouvez également proposer d'organiser des sessions spéciales dans les restaurants où les "invités rencontrent l'agriculteur", au cours desquelles vous pouvez expliquer votre histoire personnelle, l'histoire de votre ferme et de vos produits. Ou mieux encore, organisez un "dîner pop-up" dans votre ferme. Les gens aiment raconter des histoires et ils aiment connaître la personne qui se cache derrière les aliments qu'ils mangent !

#### Chapitre 4 : C'est un tel gâchis de gaspiller

Enfin, nous vous suggérons de repenser les déchets produits dans votre exploitation : comment les transformer en quelque chose qui a une valeur ajoutée ? Cela peut se faire de manière circulaire (par exemple en réintégrant les déchets dans le cycle agricole) ou en créant de nouveaux produits à partir de ces déchets.

Un exemple ? [JARA](#) est un projet lancé par une ferme CSA dans la banlieue d'Amsterdam, où les légumes invendus de leur ferme et des fermes voisines sont transformés en délicieuses sauces et conserves. Ces légumes ne peuvent pas être vendus pour différentes raisons, mais principalement parce que leur apparence ne répond pas aux normes du marché. Ces légumes sont donc parfaitement comestibles mais "trop laids" pour être vendus. Mais dans une sauce, cela n'a plus d'importance ! Comment surmonter le problème d'avoir des déchets différents tout le temps ? En créant des sauces / trempettes / soupes saisonnières ou des éditions spéciales limitées. C'est local, c'est durable, c'est délicieux : les gens adorent !

- ❖ *Exercice pratique* : Dressez une liste des produits susceptibles d'être gaspillés dans votre exploitation (des tiges de carottes aux coupes d'animaux en passant par le fumier) et faites preuve de créativité, éventuellement en réfléchissant avec un chef cuisinier local : comment pouvez-vous les transformer en quelque chose ayant une valeur marchande ?