

Les plate-formes "Wallomade" et le "Clic local"

- Session : 2016-2017
- Année : 2017
- N° : 288 (2016-2017) 1
- Question écrite du 16/02/2017
 - de WARZEE-CAVERENNE Valérie
 - à COLLIN René, Ministre de l'Agriculture, de la Nature, de la Ruralité, du Tourisme et des Aéroports, délégué à la Représentation à la Grande Région

La plate-forme Wallomade, d'initiative privée, fut lancée en septembre 2016 dans le but de permettre aux consommateurs d'acheter des produits sains et frais, directement aux 800 producteurs et artisans wallons référencés sur le site. Au delà de l'aspect pratique, ce site a également pour objectif de remettre à l'honneur les producteurs et artisans wallons et de favoriser le circuit-court. De fait, la plate-forme offre une belle vitrine aux producteurs locaux par le biais du référencement, des réseaux sociaux ainsi qu'une solution e-commerce afin de promouvoir leurs produits.

Ceci n'est pas sans rappeler la plate-forme web que l'APAQ-W avait développée en 2014 : le "Clic local". Cette dernière, contrairement à la plate-forme Wallomade, a pour dessein de faciliter l'achat de produits locaux et de saison au niveau des collectivités, c'est-à-dire les administrations et institutions publiques régionales, les institutions publiques locales, intercommunales et provinciales, les écoles, les crèches, etc. Outre l'aspect de la vente pure, le site web assure la promotion du secteur agricole et horticole, en offrant notamment aux producteurs inscrits, qui le souhaitent, une page accessible à tous via l'outil de géolocalisation, vitrine de leurs produits et de leur savoir-faire.

Monsieur le Ministre peut-il nous faire le point sur cette plate-forme web le "clic local" ? Quelle a été l'évolution de cette dernière depuis son lancement en 2014 ? Combien d'artisans et producteurs wallons sont inscrits sur cette plate-forme ? Combien de collectivités ont recouru à cet outil ? Les objectifs sont-ils atteints ? Dans le cas contraire, quelles mesures Monsieur le Ministre envisage-t-il de prendre ? La communication autour de cette plateforme est-elle efficace ?

Concernant la plate-forme Wallomade, cette dernière, à l'inverse du Clic local, s'adresse aux consommateurs et est le fruit d'une initiative privée. Toutefois, nous ne pouvons que constater les grandes similitudes des deux plate-formes, toutes deux ayant pour objectif de faire rencontrer l'offre et la demande de produits de l'agriculture en circuits courts et de promouvoir les produits wallons. Que pense, Monsieur le Ministre de cette initiative ? Ne serait-il pas pertinent de centraliser ce genre de services afin de faciliter l'usage des consommateurs wallons, que ce soit des collectivités ou des particuliers ? Enfin, existe-t-il une synergie entre ces deux plate-formes afin de mettre en commun les ressources des deux services ?

- Réponse du 07/03/2017

- de COLLIN René

L'Agence wallonne pour la promotion d'une agriculture de qualité (APAQ-W) a, dans ses missions de service public, la promotion du secteur agricole en général, et des producteurs et transformateurs en particulier, tant vis-à-vis du grand public que vis-à-vis des acheteurs professionnels. Cette mission visant à faciliter la rencontre entre l'offre et la demande passe par un ensemble d'actions parmi lesquelles, et c'est devenu incontournable, le référencement sur internet des bonnes adresses. « C'est produit près de chez vous » a constitué le premier référencement du genre, destiné aux particuliers, suivi d'autres, tous repris sur les sites de l'APAQ-W.

La plateforme spécialisée leclicloal.be comporte un axe spécifique destiné aux acheteurs professionnels et en particulier les collectivités, mais l'outil de géolocalisation s'adresse au plus grand nombre. Le nombre de producteurs et de collectivités inscrits sur le site est repris en page d'accueil du site ; j'y renvoie l'honorable membre par conséquent. Parallèlement à celle-ci, d'autres initiatives ont vu le jour, dans le chef des provinces, d'intercommunales, de communes, de divers opérateurs locaux issus notamment du secteur associatif, du secteur agricole, de fédérations professionnelles, ou d'acteurs privés.

La mission que j'ai confiée à l'APAQ-W en lien avec leclicloal est triple : poursuivre et amplifier le référencement des producteurs sur leclicloal, afin de densifier le maillage du territoire pour pouvoir présenter une offre de proximité et de qualité aux acheteurs, poursuivre la promotion du site et du consommateur local auprès des publics cibles, et enfin constituer une base de données unique et harmonisée pour l'ensemble du territoire wallon. Pour atteindre ces objectifs, la communication doit être amplifiée. Ensuite les actions doivent être diversifiées. Le salon « c'est bon c'est wallon » en est un bel exemple. Enfin, les opérateurs publics poursuivant des missions de promotion sur leurs territoires respectifs sont appelés à collaborer avec l'APAQ-W à l'objectif de la base de données unique.

L'APAQ-W a pris connaissance de l'initiative Wallomade, et d'autres initiatives privées du même genre poursuivant un objectif commercial plus ou moins affiché. Lorsque la base de données unique sera disponible, les données disponibles de part et d'autre pourront être centralisées par l'APAQ-W, afin de garantir une base de données de référence pour nos produits et producteurs. Je considère que ce rôle de coupole de l'APAQ-W est essentiel et l'Agence s'y consacre d'ailleurs. C'est déjà dans ce cadre que la plateforme Wallomade est renseignée parmi les plateformes d'e-commerce sur le site leclicloal, à côté d'autres initiatives.