



La promotion de l'agriculture biologique wallonne



Présentation de M. Mattart
Directeur Général

Retours sur l'année 2021



- Crise sanitaire - COVID 19 (mesures sanitaires-restrictions de rassemblement)

Nécessité de Réorientation de certaines actions de promotion

- La **Semaine bio** (Annulation des activités)
- La Foire de Libramont - Annulation de l'événement et du soutien au chapiteau « **En Terre Bio** »
- Pas d'actions terrain (Aucune sortie pour le **stand d'informations** sur événements)
- **BioXpo** - Report à mars 2022

Retours sur l'année 2021



- Thématique abordée cette année : la confiance



L'INSPECTEUR COLUM'BIO

PASSE LE LABEL BIO À LA LOUPE

Retrouvez ses enquêtes
sur semainebio.be



Campagne Semaine bio

■ Du 5 juin au 13 juin

◦ édition restreinte, sans activités de terrain

■ Thématique traitée : La confiance

■ Campagne 100% digitale - Sélection de 9 opérateurs-ambassadeurs

<https://biomonchoix.be/semainebio>

◦ 5 producteurs, 2 transformateurs, 1 point de vente, 1 coopérative

◦ Réalisation de 9 capsules de 90 secondes

■ Conférence de presse le 4 juin - Le Maire Bio

◦ Présence limitée - En direct via Youtube (streaming)

◦ En présence du Ministre Willy Borsus et de l'Inspecteur Colum'bio

◦ Présentation des ambassadeurs, Chiffres du bio et du Plan bio 2030

■ Sur les réseaux sociaux

◦ Présentation des ambassadeurs (vidéos d'environ 3min)

◦ Chiffres du bio

◦ Posts relatifs à la thématique

■ En radio - Spot de 20'' (Vivacité, Classic 21, Tipik)

■ En TV (La Une, la Deux et AB3)

◦ Spot TV annonce

◦ Diffusion des 9 capsules Ambassadeurs

■ Jeu concours



L'INSPECTEUR COLUM'BIO

PASSE LE LABEL BIO À LA LOUPE

Retrouvez ses enquêtes
sur semainebio.be



Apaq-W

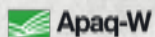
Campagne Semaine bio

Indicateurs de réalisation et résultats

- Budget : 150.000 euros
- Conférence de presse :
 - Sur place : 8 médias différents présents sur place
 - En direct : 414 vues (pic de connexion ; 45)
 - 29 articles/reportages (26 en 2020)
- Appréciation de la campagne:
 - Score moyen de 6,72/10
 - Bonne appréciation pour 41% des sondés (principalement pour les consommateurs réguliers, les habitants en ville ; et ceux du Hainaut)
 - Éléments positifs retenus : Ton humoristique ; le focus sur le produits bio & locaux ; message clair ;
 - Supports qui ont séduit : les capsules vidéos
- Recommandations :
 - Refaire des activités de terrain et en faire la promotion
 - Encourager notoriété du site www.biomonchoix.be
 - Continuer à exploiter la télévision pour promouvoir le bio
 - Mieux exploiter le rôle des ambassadeurs



Les patates bio
n'ont rien à cacher



Contrôlées
Certifiées
Labelisées

Menez l'enquête sur
[BioMonChoix.be](https://biomonchoix.be)



Les pommes de terre bio c'est mon choix !

- Thématique traitée : la confiance
- Du 4 octobre au 31 octobre
- Campagne digitale (site internet & réseaux sociaux)
- Contenus :
 - 4 posts « infos » sur les réseaux sociaux (relatifs à l'enquête)
 - 1 page dédiée aux pommes de terre sur le site biomonchoix.be
 - 1 capsule vidéo filière (4min)
 - Jeu concours
- Campagne soutenue par 1'influenceuse
 - Béné Deprez
 - Contenus publiés : 1 recette, 3 stories et réel avec recette longue
- Budget : 50.000€
- Campagne récente - Résultats et post-test à venir



Les pommes de terre bio c'est mon choix ! La capsule

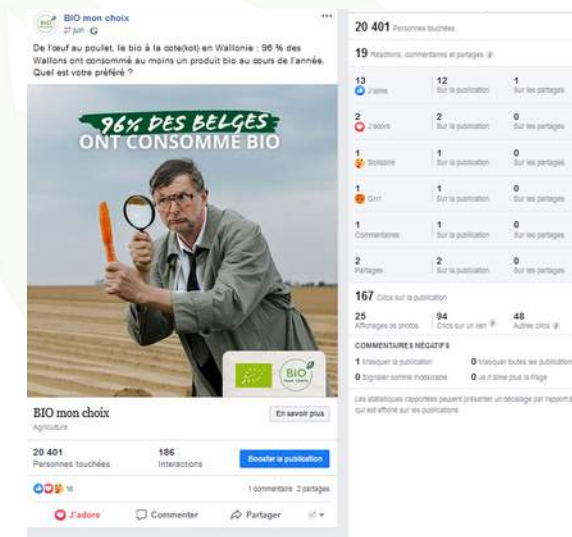
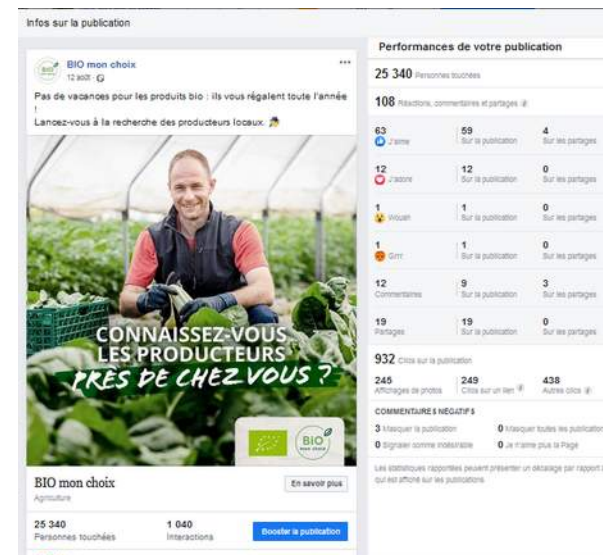
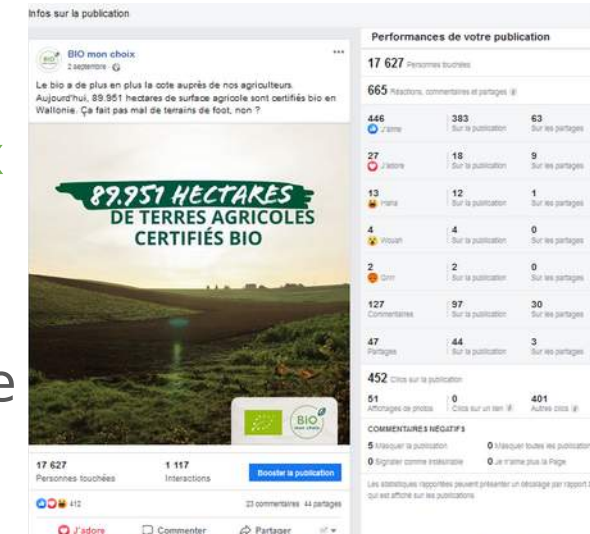
<https://biomonchoix.be/le-bio-en-wallonie/pommesdeterre>



Campagne digitale en continue (animations sur les réseaux sociaux bio)



- Publications sur les réseaux sociaux @Biomonchoix
 - Principalement sur Facebook & Instagram
- Fréquence : de 3 à 5 publications/mois dont 50% de posts sponsorisés
- Thématique de l'année déclinée
- Renvoi vers le site biomonchoix (50%)



Campagne presse – Presse spécialisée



Partenariat avBIOTEMPO!

Deal : 1 page pub + 1 page de rédactionnelle

Budget : 3.267,00€

Thématiques abordées

- BT44 (juin): Semaine bio
 - Interviews de 3 ambassadeurs (Brasserie de la Lesse; Ekivrac; Bio Angus de Villers en Fagnes)
 - Double page
- BT47 (Octobre) : Les pommes de terre bio, c'est mon choix

Campagne publicitaire « Biomonchoix » en TV et en radio



- Campagne adressable box Proximus (Segments ménages wallons éco buyer)
- En TV :
 - Diffusion d'un spot en 15 secondes
 - Sur les chaînes : La Une, la Deux et AB3
 - 3 semaines de diffusion
- En radio :
 - Vivacité ; NRJ ; Tipik ; DH radio
 - 108 à 120 spots de 15s
- Digital pendant 4 semaines (vidéo et bannering)
- Montant : 65.000 euros TTC
- Période : novembre 2021



<https://www.youtube.com/watch?v=vFUtKgd7kg4>

Campagne « Image » en TV



- Diffusion des 9 « capsules ambassadeurs 2021 » en TV
- Sur les chaînes du groupe RTL (Plug RTL, TF1, Club RTL et RTL TVI)
- Seconde quinzaine de novembre
- 36 diffusions
- Montant : 35.000 euros TTC
- <https://www.youtube.com/channel/UCI-SKxwfyiGgWTeS3teXKcQ/videos>



Recherche de moyens financiers complémentaires



Promotion of Agricultural Products (AGRIP)

Application Form

Administrative Forms (Part A)
Technical Description (Part B)

AGRIP-MULTI

Version 1.0
dd Month 2020

- Collaboration avec l'Agence Bio pour le dépôt d'un dossier avec un cofinancement européen
 - Financement de 80% par l'Europe pendant 3 ans
- Axe de travail : la promotion de l'agriculture biologique auprès des jeunes et principalement les 12-25 ans
 - Campagne sur les réseaux sociaux
 - Développement d'outils pédagogiques
 - Festival
 - ...
- Intitulé du programme : « TIP-TOP EU : Together in an Information and Promotion campaign to boost Trust in Organic Products in Europe »
- Budget total: 3.119.796 euros (pour 3 ans) (dont 40 % dédié à la Belgique)
- Accompagnement par Euralia
- Dépôt en mai 2021
- Résultats :
 - En Septembre, nous avons reçu une évaluation positive : cotation de 80% (min requis est 62%)
 - Faute de fonds, nous sommes mis sur une liste de réserve



Autres actions transversales (non spécifiques au bio)



- Journées Fermes Ouvertes (11-12 septembre)
 - Présence de producteurs bio
- Ma Quinzaine locale (11 au 26 septembre)
 - Campagne média et réseaux sociaux, dans la suite de la thématique campagne
 - 200 participants dont certains bio, jeux concours
- Campagnes de promotion « filière »
 - Campagne fromage
 - Campagne viande bovine (livre de la Terre à l'assiette, ...)
 - Soutien filière de qualité (PQA porc bio, Coprobel Coq des Prés)
 - ...
- Campagne #jecuisinelocal
 - Spot TV, réseaux sociaux, influenceurs, base de données, ...
- GT approvisionnement Greendéal Cantines durables
 - Collaboration ClicLocal, Biowallonie, Manger demain/SPWARNE
 - Speed dating avec présence de producteurs bio



#jecuisinelocal
durable et de saison

wavre	1 élément sélectionné
2. Ferme de Bousval	
Ferme	
Rue Haute 44 Bousval 1470	
Viandes Produits laitiers	
3. Au groin du village	
Ferme	
Rue de Mollendaël 1 Beauvechain 1320	
Viandes	
4. La Bergerie de Mellery	
Ferme	
Rue de l'Abbaye 9 Mellery 1495	
Viandes	
5. Ferme du Bois Basset	
Ferme	
Rue Basse Hollande 49 Saint-Remy-Geest 1370	
Viandes Légumes	

Perspectives 2022



- Nouvelles directives relatives au Plan bio 2030
- Mode de fonctionnement suivi des actions
- Collaboration avec les partenaires
 - Biowallonie
 - Socopro
 - CRA-W
 - Celagri
 - Manger demain
 - ...
- GT promotion (1^{ère} réunion 16/11/2021)
- Rapportage



Perspectives pour 2022 et Plan bio 2030 – Volet « Promotion »



Axe	Actions	Partenaires	Budget PS-PO 2022	
Informers les consommateurs sur la production bio	- Campagne semaine bio - Campagne digitale continue - Campagne Tv et radio biomonchoix	Agences, régies média	180.000,00€	
Promouvoir les produits et producteurs	- Campagne filière biomonchoix - Géoportail biomonchoix - Développement d'outils		60.000,00€	
Interagir avec les médias et relais d'opinion	- Organisation d'événements presse - Organisation de média training pour les producteurs	Collège des producteurs	5.000,00€	
Communiquer vers le public germanophone	Frais de traduction		/	Marché cadre RW Via budget transversal
Renforcer l'identité du bio wallon	- Actualisation de la charte graphique - Réalisation d'une base de données photos		/	Via budget pôle vidéo
Mobiliser des ressources externes	Frais liés au dépôt de dossier européen	Agence bio, VLAM, ...	20.000,00€	
Consultation du secteur	Frais de location salle, catering, frais liés à l'invitation d'experts	Représentants du secteur, Biowallonie	/	Via budget transversal foires et événements
Faciliter les échanges économiques entre les opérateurs	Foires & salons : - BioXpo , - Foire agricole de Libramont – Chapiteau En Terre Bio - Anuga-SIAL - Autres	Organisateurs de salons, Bioforum Vlaanderen, Awex, ...	55.000,00€	
Observatoire de la consommation	- Achat de chiffres GFK - Etude de marché bisannuelle		pm	Via budget PRW Observatoire de la consommation

Actions spécifiques bio 2022

- Campagnes bio (Thématique à définir)
 - campagne **Semaine bio (du 4 au 12 juin 2022)**
 - campagne automnale (Filière à définir)
 - campagne digitale continue
- Outils de communication
- Recherche de fonds
- Foires et événements de terrain
 - BioXpo
 - Libramont - chapiteau « **En Terre Bio** »

BUDGET inscrit actuellement PS-PO = 320,000 €

Partenaires seront consultés pour thématiques, points d'attention , recherche de producteurs, ...

- Les chiffres du bio (Observatoire de la consommation)
 - Étude de marché bisannuelle
 - Traitement des données GFK (achat de chiffres GFK : panel plus large par cohérence avec le panel des produits génériques)

Dans cadre du budget Plan Relance de la Wallonie (PRW)

Autres actions transversales 2022 (non spécifiques bio)



- Préambule : producteurs/acteurs bio identifiés par l'eurofeuille et/ou biomonchoix
- Foires et salons B2B
 - Saveurs & Métiers (Namur 6-8/02/2022) - Horecatel (Marche 13-16/03/2022) - TAVOLA (Courtrai 20-22/03/2022)
 - Présence de producteurs bio
- Campagne #Jecuisinelocal
- Campagnes de promotion « filière »
 - Campagne fromage, viande bovine, volaille, horticulture, ...
 - Soutien filière de qualité différenciée
 - ...
- JFO – MQL
 - Présence de producteurs bio
- Table de Terroir (Des restaurateurs s'engagent pour mettre en avant les produits et soutenir les producteurs locaux)
- Big Speed dating 23/02/2022 Greendeal Cantines durables

Matériel plan de relance 202



1. Création et diffusion d'un livret de recettes - partenariat avec « Elle »

35.000 exemplaires supplémentaires (tirés à part) pour une diffusion sur nos événements



2. Création de 2 capsules vidéo didactiques de 90 secondes

- Capsule 1 : Cadre légal

<https://www.youtube.com/watch?v=6uozfjCDUWM>

- Capsule 2 : Consommer des produits bio, locaux et de saison : un choix durable

<https://www.youtube.com/watch?v=OujwN9xY9IU>



Cotisations Fonds de promotion



- **Rappel** : actuellement les producteurs cotisent en fonction de la filière ® les montants perçus contribuent à la promotion de la filière

Actuellement la promotion « bio » bénéficie à tout le secteur bio : du producteur au point de vente. Or tous ne cotisent pas.

- 1^{ère} réunion lancement 27/02/2020
- 2^{ème} réunion 22/01/2021 (avec le secteur : Collège des producteurs, FWA, Fugea, Unab, ...)
- 3^{ème} réunion 02/02/2021 (avec la distribution : Comeos)
- Cotisations spécifiques BIO – système analogue à celui appliqué au VLAM



Merci pour votre attention

