

Assemblée Sectorielle Grandes Cultures et Pommes de terre 18 mai 2016 Version définitive

I. Identification du document :

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée sectorielle Grandes cultures et Pommes de terre - Version définitive
Responsable de la préparation du document	Hélène LOUPPE – Marc SCHAUS
Date de publication	
Validé par	
Annexe(s)	Liste des participants – page 13 Présentation de Passion Céréales Présentation de l'APAQ-W

II. Introduction

Ordre du jour

1. Désignation d'un Président de séance
2. Approbation de l'ordre du jour et du PV de l'assemblée sectorielle précédente (20/10/2015)
3. Présentation : « L'interprofession française de céréales : Intercéréales » et présentation de l'interface d'information Passion Céréales. Programme communautaire d'information et de promotion en faveur des céréales et produits céréaliers sur le marché européen « Les céréales européennes : des paysages à savourer » par Audrey PINAULT de Passion Céréales.
4. Actualité et état de mise en œuvre des priorités et de la promotion
5. Gaspillage alimentaire
6. Divers
7. Prochaine assemblée sectorielle.



III. Désignation d'un Président de séance

Monsieur Christian DUCATILLON est désigné Président de séance.

IV. Approbation de l'ordre du jour et du PV de l'assemblée sectorielle précédente

L'ordre du jour est approuvé sans modification ainsi que le PV de l'assemblée sectorielle Grandes Cultures et Pommes de terre du 20 octobre 2015.

V. Présentation : « L'interprofession française de céréales : Intercéréales » et présentation de l'interface d'information Passion Céréales. Programme communautaire d'information et de promotion en faveur des céréales et produits céréaliers sur le marché européen « Les céréales européennes : des paysages à savourer » par Audrey PINAULT de Passion Céréales.

Audrey Pinault travaille chez Passion Céréales. Passion Céréales est une organisation faisant partie de l'interprofession et s'occupant de la communication et de la promotion sur la filière céréalière en France. Madame Pinault est en charge des projets européens, des bases de données, de la gestion du pôle information et des actions régionales sur le Centre et le Sud-Ouest de la France.

Elle présente dans un premier temps la filière céréalière en France, et notamment le fonctionnement de l'interprofession (voir présentation en annexe).

Passion Céréale a pour mission de faire connaître la filière céréalière, le métier de producteurs et les produits qui en sont issus au grand public sur le marché intérieur.

Ils représentent l'ensemble des acteurs de la filière. Les producteurs, le négoce, les coopératives ainsi que la première transformation sont représentés au sein du Conseil d'Administration. Le Président est d'ailleurs un agriculteur.

Ils travaillent sur une communication positive, sur le métier, les produits et les pratiques. Ils travaillent avec un réseau d'agriculteurs bénévoles qui sont des porte-paroles. Comme leur équipe et leur budget sont limités, ils travaillent avec un système de relais d'opinion (qui vont eux-mêmes avoir un impact sur le grand public). Par exemple, ils communiquent vers les enseignants qui vont eux communiquer vers 30 enfants.



Ils s'appuient sur deux axes de communication :

- Céréales et alimentation (valoriser les produits céréaliers)
- Le métier et le territoire (communiquer positivement sur les contributions de la filière, les métiers, l'emploi, l'économie, etc).

Les agriculteurs porte-paroles sont formés à cette communication positive.

Passion céréales est avant tout une « boîte à outils ». Ils donnent des outils aux producteurs pour communiquer sur leur métier.

Quelques outils qui fonctionnent bien : panneaux dans les champs au bord des chemins pédestres pour informer les passants sur la culture avec une explication sur les produits obtenus, affiche autocollantes à apposer à l'arrière des remorques au moment des moissons et qui permet de faire patienter de manière ludique les automobilistes (par exemple : que devient l'orge contenu dans cette remorque ? 320.000 verres de bière).

Autres outils :

- Outils scolaires : visite de fermes, intervention d'agriculteurs dans les classes. Mise à disposition des agriculteurs de livrets-guides pour accueillir le public scolaire et lui donner des informations sur les réglementations, de panneaux d'animation pour des événements locaux et de tentes pour des foires.
- Outils pour les enseignants : 10.000 enseignants actuellement utilisent leurs outils en général.
 - un site internet « l'école des céréales » où leurs outils pédagogiques sont mis à disposition gratuitement pour les enseignants.
 - la mallette pédagogique, qui contient des documents pédagogiques, des graines à faire germer, des posters, des dépliants qui vont leur permettre d'aborder une filière dans son ensemble.
 - un magazine « Epok'Epi » (3x/an) gratuit pour les enseignants (entre 6000 et 7000 enseignants abonnés à ce magazine). Cela touche environ 200.000 enfants chaque année : ils peuvent l'étudier en classe, jouer à des jeux, ... Une attention particulière est apportée pour respecter les programmes des enseignants et voir comment des thèmes liés à l'agriculture peuvent illustrer des thématiques du programme de l'éducation nationale.
- Evènements pour le grand public:
 - conférences (voyage dans l'imaginaire des céréales) avec différents intervenants (des agriculteurs, des blogueurs, des chefs, des chercheurs, des géographes, des sociologues, ...) qui ont un lien plus ou moins proche avec les céréales et qui vont partager leur vécu pendant une dizaine de minutes. Ce n'est pas un lien économique mais plutôt affectif, subjectif et sensible. Cela permet au grand public de s'identifier aux intervenants et apporter ainsi une certaine sympathie. Ces conférences humanisent un secteur qui est souvent décrié.
 - Opération avec la SNCF : partenariat afin de faire découvrir les paysages agricole à travers la fenêtre du TGV. Ils distribuaient principalement aux enfants des petits livrets qui permettaient d'observer des paysages agricoles et de reconnaître les cultures, les élevages, ... A certains moments, des agriculteurs montaient dans le train en voiture bar et invitaient les voyageurs à discuter avec eux.
 - Salon International de l'agriculture à Paris : ils sont présents au sein d'un stand qui s'appelle « la ferme de l'odyssée végétale » avec d'autres filières et où ils valorisent les nouvelles technologies, les innovations pour montrer un métier moderne et apporter de la nouveauté à la presse, ce qui génère ensuite des retombées médiatiques.



- Conférences de presse, des visites, des dossiers de presse et travaillent aussi avec des experts, des sociologues, géographes, etc. pour placer des tribunes lors d'événements spéciaux comme la journée de la terre, des sols.
- Ils utilisent aussi différents sites internet et travaillent également beaucoup sur les réseaux sociaux qui sont vraiment un bon moyen d'accéder au grand public avec un budget beaucoup plus faible que celui de la télévision ou la radio.
- Ils travaillent également avec les élus et les institutions, des experts non agricoles, des économistes, ... en leur demandant de réfléchir sur ce qu'est l'agriculture pour leur permettre de se rendre compte que l'agriculture, les céréales, c'est multidimensionnel et ça touche d'autres secteurs. Ils participent à des colloques et collaborent avec Passion Céréales sur des ouvrages qu'ils éditent.

Il est demandé comment sont formés les agriculteurs relais qui sont amenés à répondre à la presse.

Les agriculteurs faisant partie du réseau sont régulièrement en contact avec Passion Céréales, principalement par téléphone. Ils intègrent donc assez facilement les messages et connaissent bien les outils ce qui leur permet déjà de communiquer aisément. Mais ils organisent aussi régulièrement des média training, systématiquement en amont d'une demande presse. Avant chaque demande de la presse, Passion Céréales retravaille avec l'agriculteur les messages. Il est important de se préparer avant la venue d'un journaliste car il y a des risques que le message soit détourné ou faussé. Il faut réfléchir au message que l'on veut faire passer et le garder en tête pour ne pas se laisser emmener sur un terrain sur lequel on ne veut pas parler ou que l'on ne connaît pas bien.

Avant l'intervention d'un agriculteur devant des journalistes, ils sont briefés, Passion Céréales leur donne des chiffres clés et des questions/ réponses. Ils anticipent les questions des journalistes.

Ils rappellent certains conseils: être concis, des phrases un peu choc qui restent, Il faut se préparer.

Il est souligné l'importance d'informer correctement le grand public

C'est dans ce sens, qu'à la demande du secteur lait et viande bovine, le Collège des producteurs, en partenariat avec d'autres associations, a mis en place deux cellules d'informations (CIV www.celluleinfoviandes.be et CIL www.celluleinfo lait.be). Les producteurs qui souhaitent que d'autres sujets fassent l'objet d'un dossier presse peuvent en faire part au chargé de mission Grandes cultures.

Le Collège avait déjà mis à disposition des journalistes un dossier de presse sur les coulées de boue. Il y avait eu des retours positifs de la presse pour cette thématique. Ce genre de dossier peut être étendu à d'autres thématiques.

L'intérêt de ce genre d'actions, c'est qu'un contact avec les journalistes s'établit, ils nous recontactent et on crée ainsi un réseau de journalistes. Au niveau de la communication, il est important d'être audible pour le grand public. Ne pas systématiquement parler de ses problèmes mais des choses qui les concernent eux.

Par exemple, concernant la problématique des produits phytosanitaires : L'agriculteur n'est pas cancérologue ni vendeur de phytos. L'important pour un producteur c'est de communiquer en expliquant comment il travaille (utilisation raisonnée, doses réduites, matériel de pointe,...) : « si je dois mettre des produits c'est qu'il y a une raison, je ne le fais pas pour polluer, je préférerais m'en passer ».



Il est également demandé à Mme Pinault si cette communication positive arrive à contrebalancer toutes les informations anxiogènes diffusées quotidiennement via les médias au sujet de l'agriculture. N'est-ce pas dépenser trop d'énergie pour un maigre résultat ?

Ne pas le faire serait pire. Même si l'impact de cette communication positive est difficile à mesurer, si on ne communique pas, on laisse la place à un autre message. C'est laisser la place à d'autres. Il faut être présent dans le paysage mental. C'est un travail de long terme pour arriver à changer une opinion. Ça commence dans les écoles auprès des enfants, donc c'est un travail sur des dizaines d'années. Ça se fait aussi dans la communication vers les élus. Il faut travailler sur les différents relais.

Certains outils aujourd'hui permettent de démultiplier un message sans que cela coûte trop cher. Mais ça demande des efforts et ça ne marche pas à tous les coups.

Et faire parler la profession est vraiment important.

Passion Céréales a déjà fait des sondages sur l'image de l'agriculture et des agriculteurs et ce qui en ressort est que l'agriculteur a une bonne image. L'agriculteur est sympathique et apprécié, ce qui est décrié, c'est la pratique.

Il est important d'incarner le secteur par des gens. A partir du moment où c'est humanisé, incarné, il n'y a plus le même rapport dans la communication.

Proposition de collaboration avec les producteurs wallons à travers une demande de financement à l'Europe.

Passion Céréales a travaillé sur un projet européen impliquant la France et la Belgique, il dépend d'un fonds de promotion des produits agricoles qui est financé par la commission européenne. Ce projet s'intitule «Les céréales : des paysages à savourer » et a été déposé fin avril, une réponse de l'Europe sur la possibilité de financement est attendue en septembre 2016 pour un projet qui commencerait en janvier 2017 en cas d'avis positif.

Passion Céréales a contacté le Collège des producteurs car il souhaitait un partenariat avec une structure locale pour mieux gérer la communication. L'objectif de ce projet est d'informer les consommateurs européens, particulièrement les français et les belges sur les caractéristiques, les qualités des productions céréalières européennes, en particulier en termes de diversité, d'authenticité, de durabilité et de qualité.

L'objectif est de valoriser les céréales, leurs rôles et leurs contributions dans nos paysages, notre économie et de parler positivement de l'agriculture et du métier d'agriculteur.

Le dispositif de ce projet s'articule essentiellement autour d'un outil support qui est une application informatique avec géolocalisation des paysages. Il contiendrait des jeux, des quizz et des informations permettant à l'utilisateur d'observer les paysages qui l'entourent, notamment les paysages agricoles et lui donner de l'information sur l'agriculture, les différents produits qui en découlent, etc.

Pour valoriser cette appli, il y aurait de l'événementiel, des relations presse,... et l'objectif final est de parler d'agriculture, des céréales, et des acteurs de la filière.

Il y aura une campagne sur le Web pour favoriser le téléchargement de l'appli et une campagne événementielle sur les autoroutes, sur les aires de repos, au moment des grands départs en vacances: des animateurs et des agriculteurs viendraient à la rencontre des vacanciers pour parler de leur métier, de l'appli.

Il y aurait des relations presse pour faire venir les journalistes sur les aires de repos, faire des articles sur l'événement et faire parler des agriculteurs de leur métier et une opération communication auprès des blogueurs.

L'idée est d'avoir une appli qui cible les familles : enfants et parents.



Il faut encore déterminer des zones avec des spécificités, décrire les cultures, etc.

Pour la partie animation sur les aires d'autoroutes, il y aura besoin d'avoir des agriculteurs volontaires qui viendront à la rencontre des vacanciers pour parler de leur métier.

C'est une initiative qui permet d'être offensif dans la communication et de pouvoir délivrer des messages, parler de son métier et ne pas être sur une réaction par rapport à une actualité locale. Ce projet apporte de l'événementiel, de l'insolite, de l'animation, et l'idée de cette appli est assez novatrice.

Même si les personnes qui seront touchées sur les aires d'autoroutes seront peut-être étrangères, le but est surtout de faire venir la presse, et ce qui est intéressant c'est la résonance, l'écho que cet événement aura auprès de la presse, qui sera attirée par cet outil.

Cet outil pourra par la suite servir lors d'autres événements, comme la foire de Libramont.

Ce projet montre aussi l'intérêt de développer la collaboration entre la France et la Belgique, et pouvoir peut-être bénéficier des outils et de l'expérience les uns des autres

Par exemple, il serait très intéressant d'adapter pour la Belgique les mallettes pédagogiques à destination des écoles. Les enseignants ont peu d'information venant directement des agriculteurs et les arguments des détracteurs prennent de plus en plus de place dans les écoles.

Passion Céréales travaille déjà avec des enseignants pour la réalisation de ces outils.

Le Collège des producteurs a sollicité le nouveau Directeur de l'APAQ-W pour une collaboration sur ce projet au niveau de la promotion. Ce qui est promotion relève bien de l'APAQ-W mais ce qui est information qui met en valeur le métier est du ressort du Collège.

L'APAQ-W pourrait être sollicitée pour fournir des contenus pédagogiques qui pourraient venir nourrir l'application.

VI. Actualités et état d'avancement depuis le 20 octobre 2015

a. Centres pilotes

Un refinancement des centres pilotes a été organisé. Les dernières informations sont issues d'une réunion qui a eu lieu le 28 avril avec l'Administration sur l'organisation des centres pilotes et leur budget. Les deux acteurs REQUASUD et CORDER sont chargés de coordonner d'une part un travail d'harmonisation des services et d'autre part de rationalisation avec une économie d'échelle et une intégration des différents services et projets subsidiés. Les différents centres pilotes concernés sont : CPL Végémar, Fourrages Mieux, CIPF, FIWAP, IRBAB et le CEPICOP.

Le projet Centres pilotes est géré par REQUASUD depuis le début de l'année pour une période de 12 mois et le projet IPM4U (Integrated Pest Management for You) est géré par CORDER pour une période de 24 mois. Les centres pilotes sont sollicités dans ce dossier et une série de réunion seront mises en place prochainement.

Il est important que le Collège des producteurs se montre attentif à ces DEUX projets afin de s'assurer qu'il n'y ait pas de double emploi. Les délais sont différents pour les projets, mais il est possible que celui de REQUASUD soit prolongé. Une plateforme web commune est déjà prévue. Les deux chargés de mission sont déjà en contact et le Collège suit les deux projets et s'engage à faire en sorte que l'ensemble reste cohérent, sans pour autant



rentrer dans les détails de chaque centre pilote. Il faut rappeler que les préoccupations du producteur et le service qui lui est apporté doivent rester central dans ce dossier.

b. Recherche et encadrement

Depuis peu le CRA-W dispose d'un nouveau directeur Monsieur René Poismans. Une présentation du tableau de bord du programme triennal 2016-2019 de recherche du CRA-W a été proposée par le nouveau directeur début mai.

Le rôle de la SOCOPRO dans les mois à venir est de garder le lien par rapport aux différentes recommandations et avis que les producteurs avaient émis et travailler en collaboration pour que le plan triennal en tienne compte. Un travail de veille sera mis en place dans le mois qui vient.

Les orientations de cette première présentation vont en tout cas dans le sens de l'avis du Collège mais il n'y avait pas encore de ventilation budgétaire arrêtée. Il faut donc attendre que cette répartition des moyens soit disponible. Cela sera réalisé dans les prochains mois.

c. Image de l'agriculture et du métier d'agriculteur

Durant le mois de février, 3 workshops ont été organisés par le Collège en partenariat avec les services provinciaux, l'APAQ-W, Biowallonie, GISER, VALBIOM, WAGRALIM, NATAGRIWAL et la DGO3 dans le but de sensibiliser les communes et leurs personnels (Bourgmestre, échevins, responsable espaces verts, ...) aux réalités des producteurs et de l'approvisionnement en produits agricoles de Wallonie.

Une présentation du Collège des producteurs a été faite afin de leur faire comprendre qu'il s'agit d'une plateforme ressource en lien avec les différents acteurs.

Selon les régions, différentes thématiques ont été abordées (érosion, alimentation, ...).

Le but était de présenter les possibilités existantes et les actions concrètes qui peuvent être mises en œuvre, tout en mettant les agriculteurs en avant.

Certaines communes n'ont pas beaucoup d'affinités avec les producteurs par manque de contact, et cela permet de les remettre en relation.

Les retours ont été très positifs.

Suite à cela, le Collège a reçu des appels de bourgmestres de communes où il y avait des dossiers d'élevages en cours pour demander d'aller faire une présentation plus neutre dans les CCAT.

Cela a aussi servi de déclencheur pour certains élus qui étaient un peu désarmés dans certains dossiers et ont pris conscience de l'existence de certains outils pour avancer.

Il serait intéressant, suite à cela, de repartir sur une mission de communication sur le dossier coulées de boues (message électronique ou courrier spécifique), en contact avec les nouvelles zones de secours. Comme au moment où le dossier était sorti, elles étaient seulement en train d'être mises en place, il y a de nouveaux directeurs, de nouveaux responsables qui ne sont pas vraiment bien informés sur ce dossier. Ces nouvelles zones de secours ont à présent une mission de prévention, et ces informations leur seraient sûrement très utiles.

Le dossier sur les coulées de boue actuellement disponible était destiné à la presse, donc il faudrait peut-être le réadapter. Des contacts seront pris dans ce sens pour en évaluer l'intérêt.



Le Collège des producteurs a également travaillé sur plusieurs événements comme :

- Les Fermes en ville
- Le salon C'est bon, C'est Wallon.
- La Foire de Libramont
- La Foire de Battice.

d. Signes de qualité

Concernant le projet d'IGP Epeautre, il est en cours. La Cellule CAIG a avancé sur ce dossier et devrait prochainement organiser une réunion avec les agriculteurs pour faire part de ses recherches, à la fois sur le plan historique et sur le plan agronomique.

Concernant l'IGP Plate de Florenville, elle a été validée il y a un an. L'APAQ-W attend les contacts GMS pour voir comment utiliser le nom Plate de Florenville dans les supports de communication, emballage, etc.

Une note verte a également été envoyée à Monsieur Winandy (directeur de la Qualité) concernant l'évolution que l'APAQ-W et la DGO3 pouvaient amener au niveau des signes de qualité. Deux réunions DGO3 – APAQ-W ont eu lieu en mars et mai. Une note commune d'intention sera adressée par Monsieur Mattart (directeur de l'APAQW) et Monsieur Winandy à l'attention du Cabinet du Ministre pour connaître leur avis concernant les démarches que les deux organismes souhaiteraient réaliser pour le développement des produits de qualité différenciée, d'origine animale ou végétale. En cas d'avis positif, le Collège sera aussi impliqué dans cette démarche.

Concernant la qualité différenciée pour le pain Bayard, le dossier est en cours. Il existe un label de qualité différenciée qui est éligible pour le pain.



e. Promotion

Depuis le 1er avril, l'APAQ-W dispose d'un nouveau Directeur Général, Monsieur Philippe Mattart. Monsieur Luc Roisin présente les différentes actions mises en œuvre ou qui le seront prochainement :

Les actions de communication et promotion réalisés en 2015 après l'AS du 20 octobre 2015 :

- Semaine de la Frite fin octobre avec comme égérie le « Grand JoJo » : qui a généré pas mal de retour média et 80.000 vues du making off des prises de vue du Grand JoJo sur les réseaux sociaux. L'APAQ-W considère cela comme un très gros succès au niveau vue de cette vidéo. C'est une action qui recueille toujours énormément de sympathie de la part des médias, de manière positive.
- Action de communication à destination du consommateur : concours sur les circuits courts chez les exploitants agricoles et sur Facebook et site internet de l'APAQ-W. Le prix était un livre de recette sur les pommes de terre. La baseline était « Goûter et apprécier les pommes de terre de chez nous ».
- Distribution de pulls polars aux différents opérateurs de la pomme de terre et leurs clients avec le slogan : « Le plant wallon mérite votre confiance ».

Actions prévues en 2016 :

- Concours ventes directes et internet comme en 2015 et les gagnants bénéficieront des livres de recettes pommes de terre, car ce livre de recettes est acquis pour 2 ans de manière à l'amortir et à le distribuer à un plus grand nombre de personnes et réduire ainsi les coûts de production et d'impression.
- Animation dans les points de vente fin d'automne- début hiver afin de sensibiliser les consommateurs à acheter des pommes de terre ou des spécialités régionales à cette époque. Ces animations dans les points de vente peuvent permettre un doublement des quantités vendues en un week-end.
-
- Salon Interpom fin novembre où l'ensemble des opérateurs du secteur de la filière, de l'amont à l'aval, seront valorisés.
- Promotion plant de pomme de terre, un site internet sera créé reprenant entre 40 et 45 variétés de plants de pommes de terre qui sont produits en Wallonie qui fera la part belle aux nouvelles techniques culturales et ce site sera complété par un fascicule papier.

Prospectives de campagne européenne 2017-2020 :

- Projet de collaboration entre l'APAQ-W, l'AWEX et le VLAM, FIT : campagne de promotion et de communication pour les frites surgelées en Asie du Sud-est
- Projet de collaboration multi-pays, dans le but de valoriser les qualités intrinsèques de la pomme de terre au niveau nutritionnel, l'aspect santé de la pomme de terre, la diversité de préparation et la rapidité, l'aspect plaisir.

Pour la 3e année consécutive, l'APAQ-W a réalisé le concours des Best Belgian Beers of Wallonia. Le secteur brassicole est très dynamique. 10 nouvelles brasseries se sont présentées au concours et au niveau des bières, il y avait 60 % de nouvelles bières qui ont été présentées depuis l'édition 2014.

Il est rappelé l'importance que les brasseries wallonnes utilisent de l'orge wallonne. La chargée de mission rappelle que les brasseries ont été mises en contact avec le label Terra Brew, via l'APAQ-W, pour incorporer des



orges locales dans les bières. Il est difficile de convaincre les brasseurs. Le but est de faire connaître ce label, que le consommateur le réclame et avoir des brasseurs qui souhaitent incorporer de l'orge wallon.

f. Simplification administrative

Le Collège s'est fixé comme priorité cette année la simplification administrative. Il a lancé un questionnaire web ainsi qu'une série de tables rondes en partenariat avec les services extérieurs de la Région wallonne et les 3 organisations syndicales du Collège.

Les tables rondes sont en cours et l'enquête web a été lancée mi-mai et sera bientôt disponible sur le site du Collège des producteurs. Cette enquête est disponible en version « courte », qui prend plus ou moins 10 minutes et une version « longue » où des commentaires peuvent être apportés et qui prend environ 25 minutes. Le lien a été envoyé directement par mail. Le délai de réponse est mi-juin.

De nombreux questionnaires ont déjà été collectés et il en ressort que peu de jeunes agriculteurs ont répondu. Presque 60 % des répondants ont plus de 50 ans. Il est donc important que les agriculteurs relaient l'information autour d'eux. Avoir un nombre important de répondants est très important afin d'avoir plus de poids dans les discussions ensuite avec l'Administration.

A l'analyse des premiers questionnaires reçus (200), certains points reviennent régulièrement et sont plus problématiques comme les aides à l'investissement, la déclaration de superficie, ... et il est demandé dans ce questionnaire de détailler ce qui pose problème exactement.

Il est important que les syndicats et les centres pilotes diffusent cette enquête auprès d'un maximum d'agriculteurs.

VII. Gaspillage alimentaire

La SOCOPRO a développé récemment une mission de lutte contre le gaspillage alimentaire. Elle vient du Programme wallon adopté en juillet 2015, coordonné par le Ministre de l'environnement, mais sous la tutelle de 3 Ministères : Agriculture, Environnement et Action sociale.

L'objectif répond à une demande au niveau européen de réduire d'ici 2025 de 30 % le gaspillage alimentaire. Au niveau mondial, il y a eu un rapport de la FAO, qui constate qu'un tiers des surfaces produit de la nourriture inutilement, c'est de la nourriture jetée.

Ce plan concerne tous les maillons de la chaîne alimentaire, de la fourche à la fourchette. La mission de la SOCOPRO est de sensibiliser les agriculteurs à cette problématique, de voir où se trouvent les excédents, les surplus agricoles. Il faut faire une sorte d'état des lieux. Ensuite évaluer et quantifier ces excédents agricoles.

Certaines plateformes web existent afin de mettre en relation les potentiels donateurs de nourriture et les bénéficiaires comme les banques alimentaires, les épiceries sociales, les associations caritatives ou des unités de transformation qui permettent de valoriser les invendus ou les produits non écoulés.

Un questionnaire sera prochainement soumis aux agriculteurs afin de déterminer les surplus de production, est-ce que l'agriculteur a régulièrement ou occasionnellement des surplus ou des invendus, de quels types de produits il s'agit et d'identifier les secteurs. Cela permettra de déterminer les attentes des producteurs : comment souhaitent-ils les valoriser ? Par le don à l'aide alimentaire, ou vers des unités de transformation ? Peut-être que certains le font déjà et cela permettra de prendre en compte les bonnes pratiques.

Les agriculteurs pourront également s'exprimer : s'ils jugent la démarche pertinente, s'ils souhaitent organiser des journées d'action... voir ce qui pourrait être mis en place.



La première cible pour cette enquête était les fruits et légumes, où il y a une demande forte (écarts de tri par exemple). Mais cela vaut la peine de demander également à d'autres secteurs s'ils sont concernés

Un agriculteur réagit : les producteurs ne peuvent pas vraiment gérer leur production : il y a des années abondantes, et d'autres moins. Les années où ils produisent beaucoup trop, il faudrait détruire pour que les prix soient maintenus, un autre souhaite le rétablissement des quotas. En supprimant les quotas, on oblige les agriculteurs à produire de plus en plus à bas prix. Avec des quotas, ils produiraient uniquement la quantité nécessaire.

Mais l'important est de savoir ce que l'on peut faire avec ce surplus.

Il est vrai que le gaspillage alimentaire se retrouve également chez le consommateur, mais il y a également des actions à mettre en œuvre au niveau de l'agriculture. Il y a peut-être moyen de travailler sur une valorisation à travers une production sociale de soupe. Même à un prix moindre, la production ne serait pas jetée.

L'idée d'une enquête est d'avoir le retour du terrain.

Il est demandé de faire attention à la communication sur le sujet pour que les agriculteurs ne soient pas encore montrés du doigt en disant qu'ils gaspillent. Il faudra présenter aux agriculteurs lors des assemblées sectorielles les résultats de cette enquête avant toute communication vers l'extérieur.

Dans le cas de dons par exemple, si ça ne rentre pas dans le circuit commercial, cela pourrait être une bonne idée. La transformation serait plus intéressante. Il faudrait aussi voir comment le secteur de la bioénergie pourrait en profiter via des systèmes où on pourrait amener ces surplus au bon endroit au bon moment. Il faut trouver un système flexible vu que cela change beaucoup d'une année à l'autre.

Par contre, l'idée de glanage serait difficile à mettre en œuvre. Actuellement ce qui est parfois constaté, ce sont des personnes qui viennent après les récoltes « glaner » de grosses quantités afin de les revendre à prix plus bas.

Un encadrement pour le glanage serait préférable. Il pourrait même faire l'objet d'une communication positive, créer un événement sur le glanage.

Mais cela peut être une épée à double tranchant : et si les gens venaient glaner avant les récoltes ? et si l'agriculteur était jugé sur la qualité de son travail ?

Il faudrait en tout cas que cette démarche soit encadrée et certifiée. Cela pourrait également permettre de reconnecter le producteur avec le consommateur.

Il est signalé que deux réalisations concrètes ont été mises en œuvre en France dans le secteur de la pomme de terre et des légumes où la collecte des invendus a été mise en œuvre (dans la distribution ou dans les écarts de triage) et a permis la création d'une petite usine de soupe où ils engagent des personnes et jouent donc un rôle social.

Si on ne fait pas de dons à des épiceries sociales par exemple, elles se tournent vers des produits moins chers comme les pâtes et le riz qui ne sont pas produits chez nous.

VIII. Divers

La redevance kilométrique pour les véhicules de plus de 3,5 T : certains agriculteurs sont préoccupés car une partie du secteur agricole n'a pas été pris en compte dans la dispense. Une série de mesures avec une enveloppe de 23 millions ont été mises en œuvre dont 7 millions pour certains secteurs (lait, betteraves et pommes de terre), mais les horticulteurs, l'aquaculture, ... se retrouvent sans réponse.

Une étude préalable avait été faite par l'UCL afin d'évaluer les secteurs les plus impactés mais la réalité est là. Un suivi est mis en œuvre au niveau de la SOCOPRO sur ce dossier.



IX. Prochaine assemblée sectorielle

Il est souhaité que cette assemblée soit organisée fin août – début septembre pour que les moissons soient terminées pour les Grandes cultures et que la récolte des pommes de terre n'ait pas encore commencé.

Le thème qui pourrait y être abordé serait les betteraves. Le dossier aura peut-être évolués d'ici le mois de septembre.



X. Annexe 1 : Liste des participants

<u>Producteurs</u>	<u>Institutions - Encadrement</u>
<ul style="list-style-type: none"> - DUCATILLON Christian - DEWULF Baudouin - DALCQ Odette - ERNOUX Etienne - LOSSEAU Xavier - LHOEST Henri - VANDEPUTTE Frédéric - JUPRELLE André 	<ul style="list-style-type: none"> - BODSON Bernard, ULg Gembloux ABT - PINAULT Audrey, Passion Céréales - ROISIN Luc, APAQ-W - LEBRUN Pierre, FIWAP <p><u>SOCOPRO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - D'ANDREA Keziah - GROSJEAN Emmanuel - LOUPPE Hélène - OP DE BEECK Valérie - SCHAUS Marc