

Procès-verbal de l'Assemblée Sectorielle « horticulture comestible » du 21 novembre 2022 – version définitive

I. Identification du document :

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée Sectorielle horticulture comestible du 21 novembre 2022 - Version définitive
Responsable de la préparation du document	Marc Schaus - Lidwine Rochette
Date de publication	Janvier 2023
Validé par	
Annexes	<ul style="list-style-type: none"> - Liste des participants - Présentation : Evolution de la rentabilité, de la production et des coûts de production en Belgique - Olivier WARNIER - Présentation : ApaQ-W Etude de marché comportement d'achat de F&L en Wallonie et à Bruxelles- Clément MANGUETTE - Présentation : ApaQ-W Promotion secteur horticole comestible - Anne-Sophie LOIS - Présentation : Hubs logistiques et légumeries sur Charleroi & Liège - Xavier ANCIAUX/Christian JONET - Powerpoint de présentation de l'Assemblée Sectorielle horticole comestible 21 novembre 2022

II. Accueil, validation de l'ordre du jour et désignation d'un président de séance

L'ordre du jour est approuvé. Laurent STREEL, représentant au sein du Collège des Producteurs est désigné en tant que président de séance

III. Validation du procès-verbal de l'AS de printemps (18 mars 2022)

Le PV de l'Assemblée Sectorielle du 18 mars 2022, disponible sur le site internet du Collège des Producteurs (<https://collegedesproducteurs.be/wp-content/uploads/2022/05/PV-AS-hort-com-180322.pdf>) est approuvé sans remarques.

IV. Préoccupations du secteur / Quel avenir en culture fruitière (pommes poires) / Sensibilisation



• **Evolution de la rentabilité, de la production et des coûts de production en Belgique**
- **Olivier WARNIER – Directeur Centre d’Essai Fruitier (CEF)**

La présentation de cet exposé est jointe en annexe.

Bref résumé

Une simulation pour une exploitation type est présentée (16 hectares dont 10 hectares de poires et 6 hectares de pommes). Un travail a été réalisé pour identifier les spécificités du secteur et analyser les coûts de production. Voici les points relevés lors de l’exposé :

- Les investissements sont très lourds dans le secteur. Il faut compter un investissement d’à peu près 270.000€ pour le matériel nécessaire (tracteur, tondeuse, etc.). Des hangars sont nécessaires pour stocker le matériel (prix d’achat estimé à 135.000€).
- En pommes ou en poires, le coût des arbres varie de 5 à 12 €/arbre, en fonction des variétés privées ou libres. Le matériel nécessaire (piquet, fil, main d’œuvre, etc.) représente un investissement estimé entre 18.000-28.000€/hectare.
- L’ensemble des entretiens (pulvérisations, etc.) est estimé en termes de main d’œuvre à 320 € par hectare et par an.
- Des besoins en mazout, en main d’œuvre pour faire de l’éclaircissage sont aussi cités ainsi que les assurances grêle. Il faut également compter des frais d’électricité, de comptabilité, de secrétariat, de conseils pour un montant de 2800€ par hectare. Il faut aussi ajouter les intérêts sur les investissements.
- Au niveau des cultures de poires, le prix de revient réel (ce que coûte un hectare de poires) depuis le 1^{er} janvier jusqu’au moment de la cueillette non comprise représente 14.000 € d’investissement du 1^{er} janvier à fin août.
- Coût par rapport au kg de fruit : pour des productions situées entre 25 et 30 tonnes à l’hectare en poires, le prix de revient des fruits (tous les frais compris + frais de cueillette) se situe à 60 centimes du Kilo.
- En pommes, les investissements sont un peu moindres (entre 12.000 et 14.000 €/hectare). Les plantations de pommiers sont amorties après 15 ans. Pour les poiriers, la période est plus longue. Sachant que la production en pommes est plus élevée qu’en poires, avec une moyenne de 50 tonnes/hectare, le prix moyen est d’ordre de 35 centimes bord verger. A côté de cela, il faut ajouter les frais de triage, de 10 à 12 centimes et les frais de frigos. Si on prend le cas de 50 tonnes /hectares et que l’on ajoute les frais de triage et conservation on arrive à 60 centimes. Or, aujourd’hui, une belle pomme triée et emballée ne permet pas d’atteindre 40 centimes de moyenne. On peut estimer qu’actuellement, en pommes, la perte est de 20 centimes/kilo.
- Evolution du barème forfaitaire de ces 12 dernières années : en 2010, on gagnait globalement 875 €/hectare pour les poires. En 2011, ce chiffre était de 2700 €. La différence s’explique par une question de production belge ou européenne. Après 2014 (embargo russe) on se situe tout juste à zéro voire en négatif, alors qu’avant la moyenne était aux alentours de 2000 € de bénéfices annuels. On se situe actuellement juste au niveau de la rentabilité.
- La production européenne de poires est en légère diminution. L’Italie, premier producteur avec un tiers de la production, rencontre des problèmes techniques lié aux agressions principalement par le champignon stemphylium (stemphyliose) et par la punaise diabolique. La production est passée de



750.000 tonnes de production annuelle à 430.000 tonnes. Par contre, au niveau de la Belgique, depuis 2013, la production est en légère augmentation (entre 420.000 et 450.000 tonnes de poires pour une année normale). Il faudra absorber ces suppléments. La deuxième grosse région est le Benelux (Hollande et Belgique) avec une production de plus de 700.000 tonnes de poires, en forte augmentation. La production en Espagne est assez stable. La production en Pologne devrait augmenter rapidement dans les prochaines années étant donné les nombreuses plantations.

- En pommes, la situation était équilibrée jusque 2014 année de l'embargo russe, ensuite on a constaté de grosses pertes au niveau des exploitations. La Pologne représente 40 % de la production européenne. Quand ce pays produit beaucoup, les marchés s'effondrent. Cette situation est encore plus marquée depuis 2014 avec des marchés engorgés en pommes. La Pologne produit beaucoup de Jonagold (comme la Belgique) et de fruits pour l'industrie. Depuis 7- 8 ans, la rentabilité n'est plus atteinte malgré une diminution de la production de pommes depuis une dizaine d'années en Belgique. Globalement, la production, ne doit pas dépasser 114.000 tonnes en Belgique pour que cela soit rentable. Dès que l'on dépasse les 10 millions de tonnes produites en Europe, les prix s'effondrent.

Les producteurs en Wallonie perdent en moyenne 1000 à 2000€/ha /an !

Discussion

Marc Schaus : « *Cet exposé concerne-t-il tous les types de pommes ?* » Réponse : « *Oui, même s'il y a des niches qui sont différentes comme le bio ou les variétés privées. C'est une moyenne de l'ensemble de l'exploitation. 80-90% de la production est vendue dans la grande distribution et les grossistes. Les circuits courts représentent moins de 10% (bio ou autres). Des variétés privées de pommes sont en train de se développer mais ce sont des niches. La Jonagold constitue 60 % de la production belge* ».

• Situation du marché et difficultés du secteur / Initiatives de sensibilisation - Dominique MEYERS – Président de Cepifruit

Bref résumé

Le coût de production est beaucoup trop élevé par rapport au prix de vente. Une liste de causes non exhaustive est présentée :

- Le prix de l'énergie en très forte augmentation. Les frigos en consomment énormément.
- L'embargo, qui a affecté les secteurs des pommes et poires.
- La concurrence de la Pologne au niveau de la production de fruits.
- Les aides européennes amenant une augmentation de la production de certains pays européens.
- Depuis 2014, les vergers ne sont plus remplacés faute de moyens. Les fruits sont de moindre qualité, notamment esthétique, critère important pour la vente. La production se vend plus difficilement et les prix ont tendance à diminuer.
- Le vieillissement de la profession, les parcelles ne sont plus remplacées et la qualité baisse.
- La baisse des actes d'achat de pommes belges par les consommateurs.
- Les ventes à perte tolérées pour le secteur agricole malgré le fait que la loi les interdit.



- Les « annexes » aux coûts de production : les normes sociales et environnementales diffèrent selon les pays européens. Le coût de production en Belgique est beaucoup plus élevé.

Les conséquences :

- Abondance de l'offre.
- Les prix de vente ne sont plus couverts par les coûts de production. Un tableau officiel des prix de vente en Europe a été publié. La Belgique se situe à l'avant-dernière place des prix de vente en Europe pour les pommes, juste devant la Pologne.

Les solutions :

Elles sont de deux ordres : soit baisse du prix de production, cette direction a été explorée sous tous ces angles, et les mesures prises : ce qui n'est donc plus possible soit augmentation du prix de vente. Comment y parvenir ?

- Par un soutien financier aux producteurs en compensation de l'explosion du prix de l'énergie.
- L'Europe doit assumer ses choix environnementaux et géopolitiques comme les embargos. Quand une décision prise a un impact financier sur le secteur, il doit y avoir une responsabilité économique de la part de l'Europe.
- Par un soutien financier au renouvellement des parcelles pour augmenter le niveau de qualité des fruits.
- Par un soutien financier à l'arrachage.
- Par un soutien promotionnel de qualité, indispensable pour vendre plus de fruits belges car la consommation est en baisse.
- Par un soutien à la sensibilisation des grandes et moyennes surfaces de façon à obtenir un prix équitable, basé sur le coût de production. Freiner aussi les promotions sur les produits dans les magasins. Elles sont supportées par le producteur.
- Par un soutien à l'exportation des poires.
- Par l'exemplarité de la fonction publique qui devrait acheter des fruits belges à un prix juste pour le producteur.
- L'exemption de la TVA sur les fruits.

Au final, beaucoup de solutions existent mais il faut que tous les acteurs, tant les producteurs, les intermédiaires que les consommateurs décident de s'impliquer pour garantir un prix rémunérateur pour le producteur. Une solution serait de créer une interprofession ou un lieu de concertation dans lequel les revendications des producteurs seront entendues.

Des initiatives sont déjà en place : IFEL-W, Prix juste, Fairebel....

Beaucoup de freins existent au niveau des GMS mais aussi chez les producteurs.

Actualités

Une délégation wallonne a rencontré le Ministre David Clarinval la semaine dernière afin d'exposer les problèmes du secteur. Le Ministre va créer un groupe de travail en ce qui concerne l'interprofession. Un report de certaines cotisations a aussi été évoqué. Il serait question de se pencher sur une éventuelle trop forte collaboration entre les exportateurs et les criées pour maintenir un prix aussi bas.



Une rencontre est également prévue avec le Ministre Willy Borsus la semaine prochaine. Des propositions de soutien lui ont été soumises.

Note : Entre temps une réunion le ministre régional Borsus a reçu une délégation du secteur et envisage plusieurs pistes de soutien notamment pour le volet énergie.

Le Ministre Fédéral Clarinval a déclaré le secteur sinistré et notamment éligible pour une réduction des cotisations sociales provisoires et pour d'un report d'un an de celles de 2023, sans majoration.

Discussion

Participant : *« C'est illégal que le producteur paie les promotions proposées dans les magasins. La loi dit que le metteur en marché ne peut pas répercuter une offre promotionnelle sur son fournisseur. Il faudrait penser à faire respecter la loi. ».*

Georges Leclerc : *« Je suis totalement opposé au soutien au renouvellement et à l'arrachage. A partir du moment où l'on donne une prime, ce n'est pas un incitant à travailler. Que l'on nous permette de travailler correctement et de vendre à prix équitable et on n'a pas besoin de prime, ni pour planter et encore moins pour arracher. Arracher, avec ou sans prime, nous serons amenés à le faire puisque notre secteur est en perte. Il faut être irrationnel pour continuer à produire dans le contexte économique actuel. »*

Participant : *« Le vieillissement de la population avec repreneur n'est pas vraiment un problème. Le problème c'est la reprise, qui n'est pas là. ».*

V. Apaq-W Etude de marché (EDM) comportement d'achat de F&L en Wallonie et à Bruxelles- Clément MANGUETTE (Apaq-W)

La présentation de l'exposé est jointe en annexe.

Les données GFK présentées proviennent d'une étude de marché menée sur un panel de 1000 personnes et qui vise la consommation de fruits et légumes totaux. Ces données ne distinguent pas l'origine des produits. L'Apaq-W s'engage à obtenir dans les mois prochains des données plus précises.

Les points suivants sont mentionnés :

- Plus de 8 belges consomment des légumes et fruits frais au moins une fois par semaine. 44 % des répondants affirment consommer des légumes surgelés au moins une fois par semaine.
- Le pourcentage de Belges francophones qui consomment des fruits et légumes (comparaison entre 2020 et 2021) reste similaire. Légère diminution de 0.3% de la consommation de fruits.
- Les fruits cités dans le top 3 des répondants sont la fraise, la banane et la pomme. Pour les légumes : la carotte, la tomate et les champignons.
- Lieux d'achats des fruits : les hypermarchés et supermarchés sont les lieux les plus plébiscités par les répondants (cités par 78 % des répondants). Pour les légumes 80,01 % des volumes sont vendus dans la grande distribution.
- Critères d'achats des fruits et légumes : les préoccupations sont les mêmes : le prix, la fraîcheur et la qualité. L'aspect financier est important.



- Evolution des dépenses totales entre 2018 et 2021 : augmentation très nette en 2020 suite au Covid. Retour à la normale en 2021 avec une légère baisse.
- Part d'achat de produits bio dans les achats de belges francophones : pour les fruits et légumes, la part de bio est quasiment similaire. Entre 2018 et 2021 : augmentation de presque 2 % pour arriver à 9,47 % pour les fruits et 9,75 % pour les légumes en 2021.

Point sur la consommation de fruits et légumes wallons issus de l'étude de marché de l'Apag-W

- Quasiment 1 répondant sur deux dit être attentif à l'origine des produits consommés. 36% et 39 % des consommateurs respectifs de fruits et de légumes affirment qu'ils consommeront davantage de fruits ou de légumes wallons.
- Un tiers des répondants affirme qu'il est facile de trouver des fruits et des légumes d'origine wallonne, contre un quart des répondants qui estime que ce n'est pas facile.
- Au niveau de la fréquence de consommation des produits wallons, pour les fruits et légumes, quasiment un répondant sur trois affirme en consommer au moins une fois par semaine et 4 % jamais.
- Les répondants affirment que les produits wallons sont plus facilement trouvables et identifiables dans les coopératives de producteurs, les magasins bio et les magasins à la ferme.
- 8 belges francophones sur 10 ont une image positive des fruits et légumes frais. Les fruits et légumes surgelés ou en conserve bénéficient d'une moins bonne image.
- Les qualités évoquées pour les fruits et légumes ont trait à la valeur nutritionnelle des produits et à la santé.
- 55 % des Belges francophones considèrent que les légumes sont globalement chers.

Présentation des études marché Pommes de terre, Horticulture comestible & horticulture ornementale

- Septembre 2022 : <https://www.apagw.be/sites/default/files/uploads/Observatoire/2022/obs-edm-horticulture0922.pdf>

Discussion

Georges Leclerc : « Je suis interpellé par le fait que 80 % des répondants mangent une fois par semaine des fruits et légumes, alors qu'il y a une recommandation de manger 5 fruits et légumes par jour. ».

Philippe Mattart : « Ces chiffres sont intéressants car cela démontre que le marché a une potentialité. La promotion a un rôle, notamment en s'adressant aux écoles. ».

Philippe Brachotte : « Ce qui me surprend dans l'enquête, c'est la question de la fraîcheur. Qu'y a-t-il derrière cela ? Pourquoi n'a-t-on pas évoqué les légumes de saison et fruits de saison ? ». Réponse de l'Apag-W : « L'aspect saisonnalité a plus été retenu dans la question sur les critères d'achat. Il faut s'assurer de la bonne compréhension des questions. Certains répondants peuvent ne pas connaître la saisonnalité. Il était plus facile de scinder les produits en frais, en conserve et surgelés. La fraîcheur, ce sont les fruits qui sont disponibles dans les étals, c'est une définition assez large ». Participant : « Un produit surgelé est plus frais qu'un autre. Les haricots sont surgelés après 24h. ».



Georges Leclerc : « Je regrette que les Belges ne soient pas plus chauvins. Dans le contexte commercial, c'est utopique de vouloir faire valoir la nature wallonne du produit. Si je me trompe, un produit emballé par un emballer belge sera étiqueté de l'appellation belge, même si ce produit vient d'ailleurs. ».

Eric Jadoul : « J'ai entendu récemment que la consommation de pommes et de poires est en chute libre. Les jeunes ne mangent plus de fruits. ». Marc Schaus : « Avant, au niveau des écoles, on distribuait des pommes entières. Maintenant il faut que la pomme soit découpée. Le produit doit être préparé dans une certaine mesure ». Participant : « Il y doit y avoir plus de campagnes dans les écoles ». Participant : « Il y a une campagne européenne dédiée aux fruits et légumes à l'école. C'est très bien mais faut que les producteurs fassent une offre de prix pour pouvoir toute l'année offrir une gamme de produits. On ne fait plus appel aux producteurs mais aux grandes surfaces. » Philippe Mattart : « N'importe quel pouvoir administratif doit passer par une procédure de marchés publics et une mise en concurrence. Les écoles doivent passer des marchés publics ». Participant : « On pourrait mettre un critère : l'écologie. La pomme qui vient du village aurait une meilleure cote que celle d'Espagne. ». Marc Schaus : « Un cahier des charges a été mis en place par le Collège des Producteurs et avant ça par l'Apaq-W. ». Philippe Mattart : « Les collectivités locales n'ont pas tout de suite joué le jeu. C'est le prix qui importe. La comparaison purement pécuniaire influence le choix des écoles ou communes ». Marc Schaus : « L'administration a mis en place un système pour dégager les écoles de cette lourdeur administrative, notamment aux niveaux des factures ». Xavier Laduron : « Il y a aussi un problème de lourdeur logistique de livraison d'un produit frais dans une école. On se retrouve alors avec des grosses structures belges ou étrangères. D'autre part, les écoles, après un mois, demandent autre chose que des pommes et poires, de type bananes ou ananas. »

Apaq-W Plan de promotion bilan 2022 / Plan de promotion 2023 et validation de ce dernier - Anne-Sophie LOIS (Apaq-W)

La présentation de l'exposé est jointe en annexe.

Une série de consultations a déjà eu lieu auprès des producteurs du Collège des Producteurs pour déterminer les desideratas au niveau du programme de promotion de l'Apaq-W. Le plan de promotion 2023 est soumis à l'approbation et validation de l'assemblée.

Les points suivants sont présentés :

→ Campagne triennale européenne de sensibilisation pour les enfants de 6 à 10 ans, se terminant en 2023. L'objectif est d'augmenter la consommation des fruits et légumes auprès de ce public cible. Parmi les différentes actions pour y arriver : travailler avec des influenceurs. 4 vidéos par an sont relayées sur les réseaux sociaux de l'Apaq-W. En parallèle à ça, chaque mois, un contenu sur un fruit ou légume de saison est publié sur les réseaux sociaux de l'Apaq-W. Il y aussi des actions de terrain (foires et salons) : pendant l'été, durant 16 jours, présence de l'Apaq-W dans divers endroits en Wallonie avec des mascottes à destination des enfants. Des animations en grandes surfaces sont aussi organisées dans toute la Wallonie.

- Propositions :



- Réaliser des spots publicitaires via les télévisions locales durant la période janvier-février 2023. Créer des reportages chez des producteurs. L'objectif est d'orienter la consommation des fruits locaux. Une demande de prix a été faite auprès des télévisions locales. Des dégustations de pommes et poires en GMS sont envisagées durant la même période en collaboration avec le plan de relance. Le budget sera déterminé en fonction du nombre de dégustations. Les producteurs seraient défrayés pour être présents quelques heures dans les grandes surfaces.
- Autre projet ne nécessitant pas beaucoup de moyens financiers : créer des petites vidéos de recettes relayées sur les réseaux sociaux de l'Apaq-W et des ambassadeurs, pour début 2023.
- Des actions sont en cours pour l'instant : durant les fêtes de fin d'année il y aura une édition spéciale « Un gars, un chef » pour mettre en avant les produits locaux sur les tables de fêtes.
- Organiser des dégustations de fruits et légumes locaux en GMS via le plan de relance et en collaboration avec l'IFEL-W. Un focus sera fait sur les asperges de Wallonie au printemps prochain. Le budget alloué déterminera le nombre de dégustations.
- Lors de l'assemblée sectorielle horticulture ornementale de la semaine dernière, a été évoquée la possibilité d'intégrer le secteur comestible à la journée Hortidécouverte du dimanche 16 avril 2023. Claude Vanhemelen explique qu'il s'agit des fermes ouvertes déclinées à l'horticulture. Les vergers à cette époque sont beaux et ce serait une bonne occasion d'accueillir les gens. Ce sont les producteurs qui accueilleraient chez eux. Il faudrait une réponse du secteur dans les 15 jours. Marc Schaus relève que ce serait une belle opportunité de collaboration. Claude Vanhemelen enverra un mail aux mails aux producteurs pour savoir s'il y a un intérêt.
- Pour mutualiser les moyens, « Je cuisine local » et « Je jardine local » permettent de faire le focus sur le circuit court et la consommation locale. La base de données de géolocalisation des producteurs, transformateurs, ventes à la ferme s'étoffe.
- Les actions de terrain, foires et salons auxquels peuvent participer les producteurs grâce au soutien de l'Apaq-W. Sont cités : Hortifolies (une année sur deux), le réseau « Table de terroir », le concours « Coq de cristal », le site « Trinquons local » et une campagne européenne sur les AOP et IGP wallonnes. Le label « en direct de la ferme » dont l'objectif est de promouvoir la vente de produits locaux via l'achat par écochèques dans ces points labellisés est cité. En termes de soutien pédagogique, une boîte à outils avec différents outils pédagogiques a été créée à destination des professionnels et des enfants. Cette année, l'idée serait d'étoffer les outils « Découvre ce qui pousse ». Un appel à projet est fait auprès des associations en lien avec l'alimentation durable pour faire de la sensibilisation dans les écoles.

Discussion :

Xavier LADURON : « J'ai reçu la demande visant à trouver des producteurs intéressés de faire des dégustations. On a déjà beaucoup de dégustations avec Fairebel et c'est déjà difficile de trouver des producteurs. En tant que responsable de communication chez Fairebel, demander à des producteurs de faire des dégustations sera compliqué. » Georges Leclerc : « C'est important et instructif. Ça permet au consommateur de mettre un visage sur nos produits. On prend conscience de ce que le consommateur est prêt à donner et souhaite. Mes collaboratrices me remplacent lorsque je ne sais pas y aller. » Participant : « Quand le producteur va vendre ses propres fruits dans les magasins c'est bien. Mais si des



producteurs doivent aller dans une grande surface pour promouvoir les fruits et légumes en général, est-ce pour leurs propres fruits ? » Réponse : « Il s'agit des magasins où leur production est vendue ». Jacinto Palma Dias : « On a été sollicité par Carrefour dans le cadre de Carrefour Circuit Court. Le Week-end passé et durant le week-end prochain, des producteurs feront des animations dans 11 magasins, c'est déjà considérable. ». Claude Vanhemelen : « Si aucun producteur n'est intéressé par le fait de faire des animations, on pourrait peut-être reprendre le budget prévu pour ce point-là et le consacrer ailleurs ». Réponse de l'Apaq-W : « Tout à fait, on pourrait faire ça. ».

Xavier Laduron : « En ce qui concerne la création des spots publicitaires. Pouvez-vous donner un ordre de grandeur au niveau du budget ? ». Réponse de l'Apaq-W : « Si on veut faire beaucoup de diffusions, il faudra 20.000€ au minimum. Il faut produire le spot et le diffuser. » Olivier Amand : « Les spots via la radio, ce ne serait pas aussi une option ? ». Réponse de l'Apaq-W : « J'ai repris les spots TV car des collègues vont faire cela aussi. En mutualisant les projets, on pourrait faire baisser les prix. Je ne pense pas qu'un spot radio soit moins cher. Je peux faire une demande pour la radio locale ».

Alain Dirick : « Parfois l'acheteur s'y perd. Que veut dire « local », « artisanal », « naturel » ? Les personnes ne s'y retrouvent pas dans ces termes. Je crois qu'il faudrait une définition des fruits et légumes de la ferme, du terroir. » Réponse de l'Apaq-W : « C'est ce qui est consommable en circuit court, sans trop d'intermédiaires. On ne peut pas promouvoir la Wallonie, c'est pour cela que tous ces termes existent ». Participant : « Comment les Français ont-ils fait pour les produits d'Alsace ? ». Philippe Mattart : « Dès lors que l'on travaille avec des moyens publics, les obligations européennes s'imposent, comme les aides d'état, la libre circulation des biens et services. Dans beaucoup de cas, les Français sont dans l'illégalité. C'est moins problématique pour eux que pour nous qui sommes proche de Bruxelles, siège de la Commission européenne. L'Apaq-W préfère dès lors prendre des précautions ».

Participant : « Ce n'est pas facile de faire de la publicité pour une variété de fruit en particulier. Ce ne sera jamais que de la publicité générique qui va autant servir une Pink Lady qu'une Jonagold ».

Participante : « Ce serait mieux d'essayer d'avoir un logo commun qui permette au client d'identifier que le produit est wallon. »

Participante : « Ça me fait bondir d'entendre que les fruits et légumes sont chers. Dans le travail de promotion, on pourrait peut-être communiquer sur cet aspect, faire une comparaison avec ce que coûte réellement les fruits et légumes par rapport à d'autres produits nettement moins bons pour la santé et au final plus chers ».

VI. Ecoulement et transformation des fruits & légumes produits en Wallonie, outils et initiatives en cours

- **Interface Producteurs-Distributeurs : un nouvel outil avec 4 leviers d'action - Arnaud VANDERBECK - Chargé de mission 'Développement de filières' au CdP**

Bref résumé



L'interface propose un appui et un soutien commercial à toutes les filières en Wallonie. L'objectif est de développer les parts de produits locaux de manière transversale en Wallonie. L'interface se concentre sur ces segments : les cuisines de collectivité, les cantines, les magasins spécialisés, les magasins franchisés et enseignes. Quatre partenaires sont porteurs de cette initiative : le Collège des Producteurs qui coordonne les actions, l'Apaq-W, l'interprofession des fruits et légumes et Mabio. Ce projet s'inscrit dans une fiche du plan de relance de la Wallonie et sera actif pendant 3 ans. L'interface travaille sur 3 axes spécifiques :

- la commercialisation (aspect intermédiation commerciale) avec du matching individuel entre un producteur qui va formuler une demande de nouveaux débouchés auprès d'un acheteur et pour stimuler les demandes d'acheteur qui cherchent à étoffer leurs gammes de produits.
- la logistique : développement d'une centralisation des catalogues produits pour avoir une seule interface numérique. Des outils digitaux sont mis en place. Facilitation des démarches administratives : fournir des codes-barres à un producteur, génération des factures, bordereaux de livraison.
- la communication promotion : dégustations en GMS et des actions ciblées (business club).

L'équipe interface compte actuellement 4 personnes, bientôt 5 personnes, avec une répartition du travail par province.

Discussion

Georges Leclerc : « Vous serez 5 personnes pour la Wallonie, en temps plein ? » Arnaud Vanderbeck : « Oui, on est 4 actuellement ETP. L'idée n'est pas non plus de faire le travail à la place des acteurs. Le but est d'être utile pour faciliter les mises en connexion, on ne prétend pas remplacer ce qui existe. »

Participant : « C'est une plateforme numérique que vous allez mettre en place ? Ça concurrence déjà beaucoup de choses existantes. » Arnaud Vanderbeck : « Ça vient compléter et non remplacer. L'idée est d'avoir un catalogue commun pour l'ensemble des produits. Beaucoup d'acheteurs sont perdus. L'idée est d'économiser de l'énergie et d'avoir une interface unique connectée avec l'ensemble des catalogues. C'est un gain de temps prévu à terme aux différents niveaux de la filière. »

Philippe Brachotte « Quelle est votre définition des produits locaux ? » Arnaud Vanderbeck : « C'est l'ensemble des produits wallons. Bruxelles est une région intéressante pour l'écoulement de produits. Il y a plus de pouvoir d'achat dans la capitale. »

Dorothee Swine : « Quelle serait la proportion de frais que vous envisageriez ? Faire de la distribution implique des camions réfrigérants » Arnaud Vanderbeck : « Il n'y a pas de limitation. L'interface ne pilotera pas ces outils physiques. L'idée est de mettre en œuvre des acteurs et de fournir des outils de gestion. »

Participant : « Les GMS ont déjà leur centrale d'achat avec leur circuit de fournitures. Quels sont les avantages pour eux de ceci ? Ils vont payer plus cher. » Arnaud Vanderbeck : « Parce qu'ils ont une grosse complexité à attirer des petits producteurs ». Participante : « Ce ne sera pas que les GMS, c'est aussi les collectivités, les magasins à la ferme, les colis. C'est large. Pour les GMS, c'est surtout les franchisés. »

Philippe Mattart : « On a parfois l'impression que le secteur de la grande distribution est monolithique mais ce n'est pas vrai. Il y a les succursalistes qui eux sont soumis aux centrales d'achat et les franchisés



qui ont une volonté d'introduire des produits locaux. Ils ont la liberté de le faire pour une partie de leur stock. D'où l'opportunité d'avoir cette offre de services logistiques. Nous sommes partenaires avec le Collège des Producteurs, l'Apaq-W développe une plateforme numérique qui viendra en soutien pour permettre à tous les partenaires économiques de s'inscrire sur la plateforme et de pouvoir librement commercer. ».

Participant : « Pas loin de 75 % des fruits sont vendus en GMS, ce qui est presque pareil pour les légumes. Ce n'est pas dans l'épicerie que l'on va faire du volume. Le volume se fait en grandes surfaces. »

Georges Leclerc : « Au-delà de la problématique avec la concurrence éventuelle avec ce qui existe, ce qui m'interroge c'est la nécessité d'avoir 5 équivalents temps plein pour assurer un service comme celui-là. Plus on est nombreux, plus on va peut-être se diversifier et moins ce sera un outil central entre les provinces. C'est lié au coût que va générer le service. J'entendais qu'on se demandait où aller chercher les fonds nécessaires pour faire de la promotion. » Arnaud Vanderbeck : « On en est à 6 mois de projet. Je ne saurai pas donner de chiffres pour dire qu'on a vendu autant grâce à cette interface. Le but sera d'arriver à des contrats de vente qui aboutissent ».

Participant : « Qu'en est-il par rapport à la question du prix ? ». Arnaud Vanderbeck : « On intervient quand il y a une demande. On est dans un marché volatil avec l'influence des cours mondiaux. On n'a pas de prix plancher ou plafond à fixer nous-mêmes. »

➤ **Interprofession Fruits Et Légumes de Wallonie (IFELW) : objectifs commerciaux - Jacinto PALMA DIAS - coordinateur de l'IFELW**

Lors de l'exposé, les points suivants sont notamment mentionnés :

- Le premier circuit abordé est le circuit direct : le magasin à la ferme ou le marché. Il n'y a pas d'intermédiaires, ce qui évite les frais logistiques. Un producteur qui vend à la ferme une pomme Jonagold à 1,20 €, si on retire la TVA, le prix producteur est intéressant. Il faut mentionner les frais commerciaux générés par la personne qui fait la vente à la ferme ou en marché. Une approche de marché de producteurs est en cours de réflexion.
- Certains producteurs préfèrent travailler avec des magasins indépendants. Pour le cas des circuits courts avec un intermédiaire : si le magasin vend un produit à 1,50 € (chiffre à titre indicatif), on se situe aux alentours de 0,9 € pour le producteur. Les avantages sont les prix stables a priori et la fraîcheur. Dans les circuits longs, avec le cas des grossistes, on compte deux intermédiaires au minimum avec des frais logistiques moyens. Les coefficients prix appliqués par les distributeurs sont beaucoup plus élevés. Les prix sont plus bas mais les volumes sont plus élevés. Ce type de circuit est un complément par rapport au circuit court. En ce qui concerne les centrales d'achat, on retrouve les prix du marché, en général de la criée. C'est assez agressif d'un point de vue commercial. Plus le volume augmente plus forte est la pression sur le prix.

En résumé, les circuits longs comportent des contraintes plus fortes par rapport aux circuits courts, comme le contrôle qualité, la continuité et la fréquence de l'offre. Ces éléments conduisent à une solution de type plateforme pour pouvoir centraliser, redistribuer et faire du contrôle de la qualité. Le circuit court est toujours un peu plus avantageux pour le producteur. Une combinaison de tous ces circuits est souvent nécessaire pour arriver à commercialiser l'ensemble de la production.



Discussion

Georges Leclerc : « Je suis d'accord avec toutes les explications données si ce n'est qu'on est parti d'un prix de vente consommateur erroné, compte tenu de toutes les promotions. Avant il y avait une promotion en début de saison sur un produit frais, maintenant il y a une promotion constante dans le temps ». Réponse de Jacinto Palma Dias : « C'est vrai, on est confronté à cette problématique maintenant. Je suis parti sur des prix fond de rayons hors promo. ». Georges Leclerc : « La problématique des magasins et des grandes surfaces en particulier, c'est de faire des fruits et légumes un produit d'appel. » Réponse de Jacinto Palma Dias : « Tous les distributeurs préfèrent qu'un produit soit vendu cher plutôt que bon marché. S'il y a des promotions partout, tout le monde fini par baisser ses prix de vente même en fond de rayon. D'autant plus qu'il s'agit de produits comparables. Les yaourts profitent de l'image des fruits et légumes frais et prennent des parts de marché. Le secteur des fruits et légumes a des moyens faibles par rapport aux grands industriels ».

Participant : « Parmi les prix producteurs, est-ce qu'il y a un canal qui couvre les frais de production et qui permette un salaire décent pour le producteur ? Pour moi, il n'y a que la vente directe à la ferme qui permet au producteur de gagner sa vie. ». Réponse de Jacinto Palma Dias « J'ai pris volontairement le cas de la Jonagold car c'est un cas agressif d'un point de vue du marché. A un certain moment, les gens se lassent. Je pense que la Jonagold est une variété qui est dans le déclin, notamment en raison de la concurrence violente. » Participant : « Quand on plante une nouvelle variété aujourd'hui, ça ne se vendra pas, il n'y aura aucun marketing dessus. En 22 ans, j'ai vu des dizaines de nouvelles variétés, il n'en reste aucune. Je ne suis pas d'accord avec le fait que la Jonagold n'a pas d'avenir. »

➤ **Hubs logistiques et légumeries sur Charleroi & Liège : Etat d'avancement et perspectives - Xavier ANCIAUX/Christian JONET - directeurs des ceintures alimentaires de Charleroi et de Liège**

La présentation de cet exposé est jointe en annexe.

Les points suivants sont notamment mentionnés lors de l'exposé :

- Le mot « hub logistique » provient de la fiche 199 du plan de relance wallon, qui finance 3 hubs, à Namur, Liège et Charleroi. Le hub est un emplacement géographique qui permet de gérer des activités. Ce sont des bâtiments dans lesquels on rassemble des produits. La mission de la ceinture consiste à rassembler les producteurs, transformateurs et les consommateurs de son territoire.
- Il faut valider le fait que la demande et l'offre sont suffisantes et que c'est économiquement viable. Le prix doit être rémunérateur pour les producteurs. Le prix payé aux producteurs est différent selon le type d'intermédiaire. C'est pour cela qu'il est intéressant que les acteurs présents dans ces hubs soient des acteurs de l'économie sociale qui prendront une marge minimale pour la rendre aux producteurs et aux consommateurs.
- A Liège, la construction est confiée à une Intercommunale, un marché de concession sera organisé. Le projet de la ville de Liège est de créer un pôle d'activité circuits courts alimentation durable. La ville a investi dans un premier bâtiment et un deuxième sera construit grâce au plan de relance, à 3



Km du centre-ville, à proximité des autoroutes. Il est prévu d'avoir une conserverie en raison du décalage entre la période de consommation et de production.

- A Charleroi, le hub logistique se situera près de la future cuisine centrale de l'Institut de santé publique et des axes autoroutiers. La légumerie se trouvera à 25 m de cette cuisine. On y trouvera une plateforme logistique, un comptoir de circuit-court pour mutualiser les achats-ventes et un atelier de transformation.
- A Namur, c'est une prolongation de la fabrique circuits courts, la dynamique est existante. On y trouve une petite légumerie. Seront créés : une boulangerie, des petits ateliers de transformation, des espaces de stockage et de préparations de commandes.
- Tonnages et flux : En région wallonne, on sert 73 millions de repas par an en moyenne. Le grammage par repas est de 0,23 Kg de légumes bruts première gamme, ce qui représente une consommation annuelle en Wallonie de 16.790 tonnes par an. L'hypothèse de rentabilité par une étude indépendante indique que chaque légumerie devrait traiter au minimum 5000 tonnes par an de légumes.
- L'objectif premier de ces outils est de servir les collectivités mais il faudra en parallèle explorer d'autres marchés potentiels tels que l'Horeca.
- Face aux aléas de culture, seront nécessaires : de la souplesse de la part des diététiciens, des ateliers de transformations pouvant gérer les excédents, la présence d'unités de conservation. Il faut évaluer les quantités et les temps de culture. La question se pose de savoir comment programmer les cultures de manière collaborative avec les producteurs.
- La volonté est que les collectivités pratiquent un prix équitable pour les producteurs pour soutenir une filière. Un travail de plaidoyer politique est à faire pour soutenir les prix des repas issus de la production locale.
- La question de la pérennité économique des activités est soulevée, avec des projections avec des volumes élevés pour pouvoir compenser le fait que la marge est faible.

Discussion

Philippe Brachotte : « *Les fruits et légumes de saison concernent uniquement la production bio ?* »
Réponse : « *Pas nécessairement. Charleroi métropole s'est toujours positionnée en ne travaillant que sur du bio mais dans ces conditions, ce ne sera surement pas possible. On va essayer de tendre vers le bio. On analyse aussi le marché, l'élasticité de la demande. L'objectif premier des hubs est de servir les collectivités.* ».

Participant : « *Pourquoi pousser une filière qui représente 10 % du marché ?* » Réponse : « *Dans les cuisines de collectivité, presque tous leurs produits partent en laboratoire pour des analyses des résidus. Mais les ceintures alimentaires ne s'adressent pas spécialement à la grande production mais plus aux circuits courts* ».

Participant : « *Je crains que vous ayez à faire appel au bio importé* ». Réponse : « *Les ceintures alimentaires ont recadré les valeurs du projet et on travaille sur une production régionale, en économie sociale et solidaire et on est là pour défendre nos producteurs.* »



VII. Mise à jour du plan de développement quelques chiffres et nouveau plan d'actions

La présentation de ce plan est jointe en annexe.

VIII. Activités et news du Collège des Producteurs

La présentation de ce point est jointe en annexe.

IX. Divers

Deux représentants d'Agricall, Laurence Leruse et Vincent Decallais sont présents.

Agricall est une organisation dont l'objectif est d'accompagner, partout en Wallonie, tout agriculteur et sa famille qui rencontrent des difficultés d'ordre économique, financière, technique, juridique, psychologique ou social dans la gestion de sa ferme.

Les services sont gratuits. Il est proposé que ce service soit présent lors de l'assemblée générale de CEEPIFRUIT l'année prochaine.



Annexe I : Liste des présences 45

NOM	PRENOM	ORGANISME
AMAND	Olivier	IFEL-W
ANCIAUX	Xavier	Ceinture Alimentaire de Charleroi Métropole
ARLOTTI	Donatienne	IFEL-W
BRACHOTTE	Philippe	Au Phil du Jus, producteur
BULLEN	Ellen	Groupement des Fraisieristes Wallons asbl
BURNY	Philippe	CRA-W
BUTTIENS	Bruno	Association Buttiens frères
DARDENNE	Jean-Luc	Producteur
DECALLAIS	Vincent	AGRICALL / FINAGRI
DESMET	Florence	SPW Agriculture Direction R&D
DEUSE	Michel	Association Deuse Michel et Vincent, producteur
DIRICK	Alain	REPRESENTANT COLLEGE DES PRODUCTEURS, producteur
DUPONT	Valentine	Etudiante UCL
FALLON	Serge	Producteur
FERON	Josiane	SPW-DGARNE-DDRCB-DRD
GEERAERTS	Thomas	Ferme de la Sève, REPRESENTANT COLLEGE DES PRODUCTEURS, producteur
HENRY	Basile	DiversiFerm
HOUSEN	Claire	Apaq-W
HUSTIN	Philippe	Producteur
JADOUL	Eric	Producteur
JAMAR	Laurent	CRA-W
JONET	Christian	Ceinture Aliment-Terre Liégeoise
LADURON	Pierre - Marie	De la Fleur au Fruit, producteur
LADURON	Xavier	Producteur
LECLERC	Georges	Leclerc société agricole, producteur
LEHANE	Chantal	Productrice
LERUSE	Laurence	Agricall
LHOAS	Pierre	Producteur
LOIS	Anne-Sophie	APAQ-W



MANGUETTE	Clément	Apaq-W
MATTART	Philippe	Apaq-W
MEYERS	Dominique	DOMINIQUE MEYERS FRUITS, producteur
MEYERS	Roland	Producteur
OLIVIER	Claire	CIM asbl
PALMA DIAS	Jacinto	IFEL-W
PIRE	Fabian	Producteur
ROCHETTE	Lidwine	Collège des Producteurs
SCHAUS	Marc	Collège des Producteurs
STREEL	Laurent	Ferme Streel, REPRESENTANT COLLEGE DES PRODUCTEURS, producteur
SWINE	Dorothee	Productrice
THIRY	Philippe	GAWI asbl
VANDENBEYLAARDT	Guy	Producteur
VANDERBECK	Arnaud	Collège des Producteurs
VANHEMELEN	Claude	FWH
WARNIER	Olivier	CEF

Excusé(es) :

Pascal Léglise/carrefour

Emanuelle Escarnot/SPW

Pascal Bolle/producteur représentant au Collège des Producteurs