

Compte rendu de la réunion n° 26 du Collège des Producteurs – version définitive

I. Identification du document :

Type de document	Compte rendu
Titre du document	Compte rendu de la réunion du Collège des Producteurs- Version définitive
Responsable de la préparation du document	Emmanuel Grosjean-Isabelle Monnart
Date de publication	
Validé par	
Annexe(s)	Liste des participants – annexe 1

II. Généralités

N° ordre chronologique de la réunion : n° 26 le 24 novembre à Creagora

- *Texte*
- *Ordre du jour :*
 - ❖ Introduction
 - ❖ Validation du PV de la réunion précédente et de l'ordre du jour
 - ❖ Suivi de la réunion précédente
 - ❖ Avis APAQ-W
 - ❖ Version 2.0 du cahier des charges Prix juste
 - ❖ Divers
- *Liste des documents transmis aux participants :*
 - ❖ Avis APAQ-W
 - ❖ Cahier des charges prix juste



III. Introduction

Pierre Pirard du Cabinet du Ministre Borsus tient à remercier tous les représentants pour leur investissement au sein du Collège. Cela permet de remonter des problèmes rencontrés dans chaque secteur mais aussi d'émettre des propositions pour guider au mieux les orientations à prendre au sein du Cabinet. Il rappelle le rôle essentiel mené par le Collège pour faire ce relais d'information à travers différents canaux et initiatives et salue la bonne collaboration entre le Collège et l'APAQ-W. Enfin, par rapport aux craintes émises sur la pérennité du financement du Collège, il rassure et souligne l'importance de maintenir les missions menées par le Collège.

IV. Validation de l'ordre du jour et du PV de la réunion précédente

L'ordre du jour et le PV de la réunion précédente sont approuvés sans remarque.

V. Suivi de la réunion précédente

a. Etat de la recherche

Selon ce qui avait été convenu lors de la réunion précédente du Collège, un état de la recherche a été présenté à chaque assemblée sectorielle d'automne. Le CRA-W tient à souligner que les recherches menées ne sont pas toujours en adéquation avec le moment présent car ils essaient d'anticiper les besoins mais entretemps la réalité peut s'avérer tout autre. Il faudra attendre le prochain plan triennal pour retravailler sur les orientations souhaitées.

b. Mandat des associations

La plupart des mandats a été renouvelé exceptée pour Nature et Progrès qui n'a pas souhaité prolonger son mandat. A l'heure actuelle, aucun autre organisme représentant les consommateurs n'a postulé mais des discussions sont en cours. Afin de représenter les jeunes producteurs, l'intérêt pour une candidature de la FJA avait été évoquée lors de la réunion précédente ; la FJA a confirmé sa candidature ; toutefois vu le nombre de place au sein des représentants des associations agricoles, il est décidé que la FJA soient conviée à titre d'invité à participer aux travaux du Collège afin de valoriser toutes les opportunités d'initiatives liées aux enjeux de renouvellement des générations.

c. Plans de développement

Tous les plans de développement rédigés en 2019 ont été mis à jour et synthétisés dans une brochure à disposition des personnes intéressées (synthèse des plans de développement mis à jour, édition 2023).

VI. Avis APAQ-W

Comme chaque année, le planning des activités 2024 de l'APAQ-W est présenté à l'ensemble des représentants du Collège avant validation finale par le Gouvernement wallon. Ce planning opérationnel a quelque peu évolué vers davantage de ressources mutualisées, une orientation économique, une stratégie orientée vers des valeurs environnementales et sociétales et une transformation digitale des 6 plateformes existantes (Je clique local.be, je cuisine local.be, tables du terroir, en direct de la ferme, bio c'est mon choix, plateforme XRM).

Pour 2024, un budget opérationnel d'un montant de 5.234.000 euros sera réparti entre 4 axes : 1) promotion de l'image, 2) promotion multi-sectorielle et sectorielle, 3) assistance commerciale et



technique aux acteurs, 4) promotion des appellations, marques. Les subsides alloués dans le cadre du plan de relance viendront compléter le budget 2024 pour réaliser des actions plus spécifiques.

Les activités proposées sont les suivantes :

Promotion de l'image (budget de 412.000 euros): JFO, celles-ci seront plus transversales, l'accent sera mis sur les circuits courts, sur des secteurs innovants (ex : la viticulture). L'enveloppe consacrée à cet évènement sera plus importante, en collaborant avec différents partenaires, l'idée est de réaliser des activités complémentaires. Les produits locaux/producteurs seront mis en avant via des ambassadeurs et influenceurs. Des outils pédagogiques seront développés pour donner aux écoles des contenus adaptés à chaque âge et en phase par rapport aux enjeux de l'agriculture.

Promotion sectorielle et multi-sectorielle (budget de 3.975.000 euros) : des actions de communication sur les labels vers le grand public sont prévues dont une partie financée par des fonds européens. Des actions multi-sectorielles via le concept « je cuisine local.be » ou « Viande de chez nous » permettront de sensibiliser à la consommation locale. Sur le plan sectoriel, plusieurs actions seront menées tant pour améliorer l'image du producteur/produits que pour mettre en avant les produits locaux et leur place dans une alimentation équilibrée.

Assistance commerciale et technique aux acteurs (budget de 772.000 euros) : la participation à plusieurs foires et salons sera ré-itérée, l'organisation d'un business club notamment 1 sur la transformation alimentaire et 1 sur les secteurs de l'élevage est prévue ainsi que des actions à l'export avec le vlam et l'awex.

Promotion des appellations, marques (budget de 75.000 euros) : l'organisation de concours (coq de cristal, fromages, bières) est planifiée

Dans le cadre du plan de relance, d'autres actions sont prévues : budget de 830.000 euros pour l'observatoire de la consommation (pour lancement étude, achat de chiffres de consommation, communication de résultats), budget de 870.000 euros pour le label tables de terroir et de 335.000 euros pour des actions gastronomie pour mettre en relation producteurs et restaurateurs, budget de 200.000 pour l'interface producteurs-distributeurs avec des actions en GMS.

A l'issue de la présentation, les points d'attention suivants sont mentionnés:

- Mettre l'accent sur l'information dans les écoles et les outils pédagogiques destinés aux enfants et adolescents
- Garder une cohérence entre les moyens consacrés à la promotion du bio par rapport au plan stratégique bio
- Initier un dialogue sur la structuration de la filière horticole comestible afin d'intégrer la viticulture au secteur

Question :

Quelle est la différence entre une grande surface et une jardinerie ou un fleuriste qui vendent toutes les 2 des plantes ? Les cotisations sont imposées aux jardinerie et pas aux GMS ou stations-services, ce n'est pas logique. Pour le secteur horticole ornemental, l'APAQ-W rappelle que l'arrêté concernant les cotisations du secteur parle des points de vente spécialisés et que les actions de communication de l'APAQ-W ciblent uniquement ces points de vente. Le secteur répond qu'il n'a pas validé ce point lors des discussions. L'APAQ-W répond que si le système de cotisations est élargi à tous les points de vente de fleurs/plantes, cela nécessite un travail administratif conséquent pour collecter l'information et gérer



les cotisations et en plus cela nécessitera de faire des actions spécifiques à ces acteurs. Dans les discussions avec le Cabinet sur l'arrêté des cotisations, il était nécessaire d'avoir une homogénéité entre les secteurs. Néanmoins, de nouvelles négociations sont envisageables, notamment au travers de futures discussions avec Comeos. Des discussions doivent aussi être menées avec le secteur du mouton et du bio qui ne trouvent pas leur compte au niveau du système de cotisation.

Il est demandé pour l'an prochain de recevoir plus tôt une proposition de budget de promotion sur le plan transversal afin de la transmettre aux représentants et leur laisser plus de temps de réflexion.

VII. Version 2 du cahier des charges label Prix juste

Le GT prix juste s'est réuni pour travailler sur une mise à jour du cahier des charges. En effet, avant la guerre en Ukraine, le prix du marché était inférieur au prix juste, la tendance s'est inversée avec le déclenchement de la guerre, il a donc fallu trouver des ajustements qui sont les suivants: 1) le Prix juste pourra varier selon les évolutions du marché tant que sur les 3 ans de période de relations commerciales, on ne descend pas en moyenne en dessous du prix pivot (sauf exception notifiée au Collège) 2) les transformateurs pourront adhérer au label prix juste 3) les produits composés devront contenir plus 80% de matière première prix juste (par rapport au poids des ingrédients), des dérogations spécifiques pourront être acceptées si < à 80 %, cela fera l'objet d'une décision par le comité d'éthique. Enfin en complémentarité des frais d'adhésion, des frais annuels de gestion seront demandés, 50 euros pour un producteur seul et 100 euros pour les groupements de producteurs.

VIII. Divers

a. Agriculteurs de valeur

En concertation avec les représentants des producteurs au sein du Collège, 30 candidatures ont été proposées dans le cadre de la nomination des agriculteurs de valeur. Après délibération du jury, 5 producteurs ont été nommés soit 3 hommes et 2 femmes tant pour leur carrière menée au service de l'agriculture que pour leurs initiatives en termes d'économie, d'environnement et de social.

b. Renouvellement des mandats des producteurs

Lors des assemblées sectorielles de printemps 2024, des élections auront lieu pour le renouvellement des mandats de 2 producteurs par secteur. La liste des mandats venant à échéance est présentée. Si un producteur a assuré 3 mandats consécutifs, il ne pourra se représenter que si aucun autre candidat ne s'est proposé.

c. Enquête participations des producteurs aux assemblées

Afin de toucher davantage de producteurs aux travaux menés par le Collège et d'augmenter le nombre de producteurs présents aux assemblées, une enquête a été réalisée pour connaître les améliorations possibles en termes d'organisation. L'idée est d'associer les représentants de chaque secteur à la communication des travaux du Collège.

Les résultats de l'enquête sont présentés : choix du thème (avec une priorité sur les développements économiques), localisation, possibilité d'échanges entre professionnels sont appréciés par contre la durée des assemblées est à revoir à la baisse ainsi que le nombre de points à l'ordre du jour, le taux de participation est faible dans certains secteurs.



Par rapport au canal de communication, l'email est privilégié mais un rappel par sms est souhaité ainsi qu'une confirmation d'inscription. L'organisation commune d'assemblées ressort de manière positive mais cela semble compliqué de rallier des producteurs de différents secteurs qui n'ont pas les mêmes contraintes de charge de travail au même moment dans l'année.

Il est proposé que pour la prochaine AS d'automne, plusieurs secteurs se regroupent pour une présentation commune des actions de promotion de l'APAQ-W et ensuite, chaque secteur présenterait séparément sa thématique. La communication propose de diffuser en video les présentations des orateurs externes sur nos réseaux sociaux.

Une AG est prévue en février 2024.

Question : Est-ce que les visites de terrain sont publiés sur les RS ? cela fait partie de la nouvelle stratégie com et orientation à prendre.

d. Evènements Celagri

Comme chaque année, un évènement Celagri sera organisé le 24 novembre, le thème de cette année est : « le changement climatique, comment l'agriculture fait partie des solutions ? ». Un CelagriMag rassemblant des témoignages de chaque secteur est édité à cette occasion.

e. Référentiel phyto

Pour rappel, le Collège des producteurs avait testé dans une dizaine de communes pilotes des réunions pour initier un dialogue entre riverains et producteurs sur base d'un référentiel du vivre ensemble quant à l'utilisation de produits phytos. Le Collège a reçu pour mission de relancer l'initiative à plus grande échelle (100 communes).

f. Réseau Pac

Le Collège des Producteurs s'est associé à Trame et Natagriwal pour assurer l'intégration des dimensions économiques, filières et revenus producteurs à l'animation du réseau PAC en travaillant sur la mise en réseau des parties prenantes et la concertation.

Un nouveau collaborateur fera le lien entre les 3 organismes pour s'occuper tant des activités du réseau que des différents secteurs. Trois thématiques de travail ont été choisies pour les 6 prochains mois : 1) investissement et installation 2) innovation et recherches 3) le bien être des producteurs

g. Interface producteurs-distributeurs

Dans le cadre du plan de relance, le Collège a reçu un subside pour mettre en place une interface producteurs-distributeurs. Différentes actions sont menées en collaboration avec l'IFELW, MABIO et l'APAQ-W. Le Collège s'occupe spécifiquement de développer les relations commerciales entre producteurs et distributeurs, et de la logistique des produits.

A l'heure actuelle, 78 magasins ont manifesté leur intérêt à proposer des produits locaux et un partenariat avec la Charrette a été initié pour le transport de ces produits qui comptabilise déjà une centaine de collaborations. Une base de données unique de produits locaux est en cours de développement afin de permettre aux producteurs de n'encoder qu'une seule fois ses références et ses coordonnées et que l'application fasse le lien avec la plateforme GS1 et les plateformes des différents magasins. De plus, si le producteur est d'accord, ses informations seront aussi reprises sur le clic local.



Question : y a-t-il un % de produits bio prévus dans les produits proposés ? Pour le moment, le display comporte 35% de produits bio, et pour les magasins spécifiques bio, des displays spécifiques avec 100% de produits bio seront proposés.

Liste des participants

ANDRE	Philippe	Excusé	Producteur
BAY	Thierry	Excusé	Producteur
BILLA	Benoit		Producteur
COLLIENNE	Daniel		Producteur
COSTER	Maureen		APAQ-W
De GRADY	Charles Albert	Excusé	Producteur
DE WILDE	David		Producteur
DE WULF	Baudouin		Producteur
DECALUWE	Laurent	Excusé	Producteur
DEJONKHEERE	Aline		SPW
DELCOURT	Benoit	Excusé	Producteur
DEMONTY	Thomas	Excusé	FWA
DESBUYERES	Yves Marie	Excusé	Producteur
DESCHAMPS	Mathieu	Excusé	Producteur
DIRICK	Alain		Producteur
DROEVEN	Frédéric	Excusé	Producteur
ERNOUX	Etienne		Producteur
FICHEFET	Gisèle	Excusée	Fegra
GATHY	Olivier	Excusé	Producteur
GILLET	Angélique	Excusée	Producteur
GOMAND	Laurent	Excusé	Producteur
HEGER	Charles Bernard		Producteur
HERMAN	Henri	Excusé	Producteur
HOUSEN	Claire		APAQ-W
JACQUES	Dominique		Producteur
LECOCQ	Cédric		Producteur
LOIS	Anne Sophie		APAQ-W
MAHIEU	Olivier	Excusé	Producteur
MARTIN	Isabelle	Excusée	Producteur
MATHIEU	Michel		Producteur
MATHONET	Olivier	Excusé	Producteur
MATTART	Philippe		APAQ-W
MINNE	Geoffrey	Excusé	Producteur
MOTTET	Marianne		ACRF
NOIRET	Aurelie	Excusée	FWA
PETEL	Thimotée		
PIRARD	Pierre		Cabinet Borsus



RAES-LEHAIRE	Dominique	Excusée	Producteur
REMY	Marc	Excusé	Producteur
REUL	Anne	Excusée	FEVIA
SCHIFFLERS	Patrick	Excusé	FEBEV
SCHONBRODT	Alain	Excusé	Producteur
SINNAEVE	Georges		CRA-W
STREEL	Laurent		Producteur
VAN			
MERHAEGHE	John		Producteur
VANDEPUTTE	Amandine		APAQ-W
VANDERSTEEN	Joelle		APAQ-W
VANGUESTAINE	Marc	Excusé	Producteur
VEIDERS	Helmuth		Bauernbund
WALIN	Eric		Scar
WIERTZ	Christian		Producteur
WILLEME	Michel		Producteur