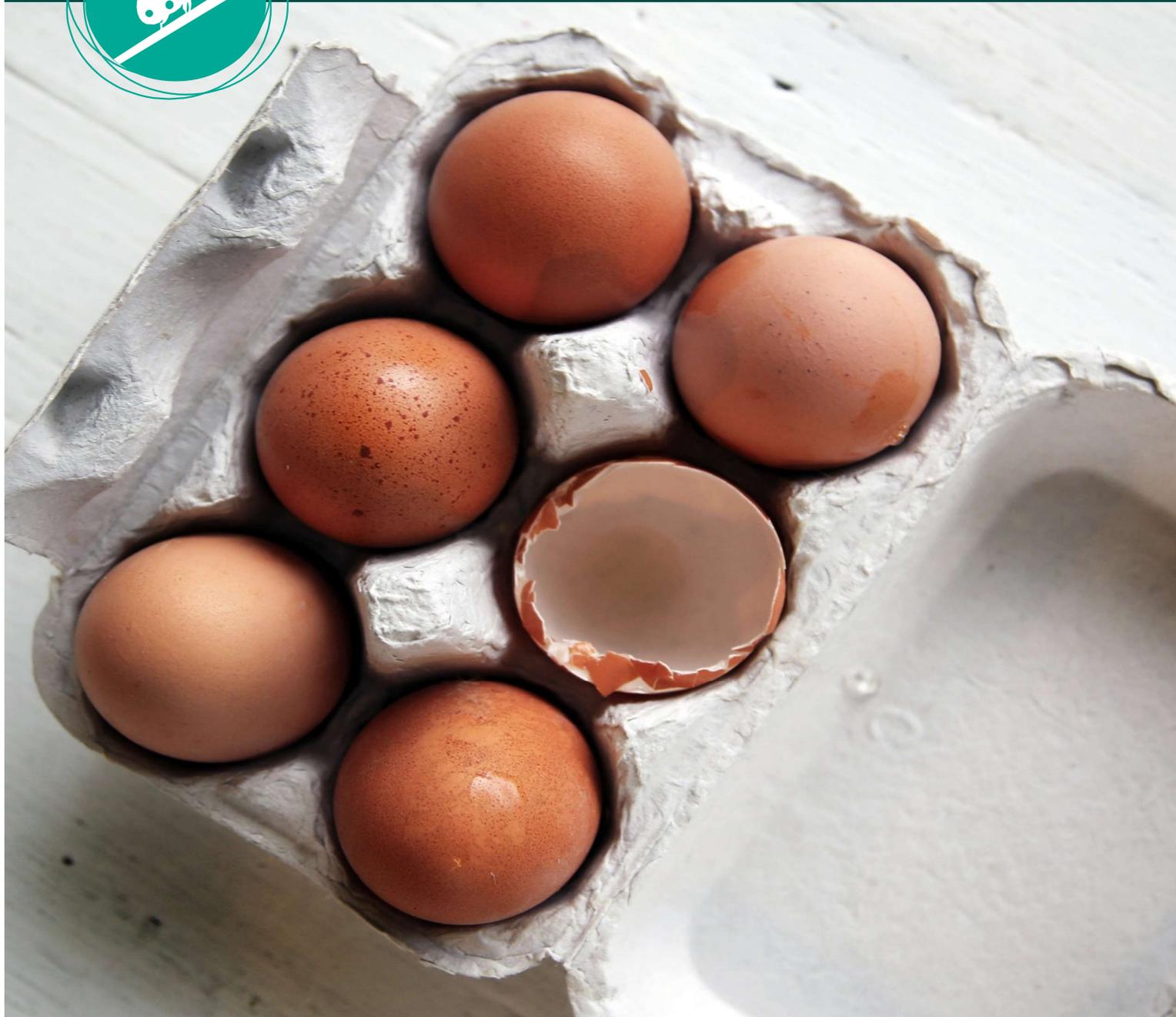




BIO



FILIERE DE L'ŒUF ET DES POULES PONDEUSES BIO

PLAN DE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE 2022- 2030
VERSION 7 DU 17/12/2024



PLAN BIO 2030

Sommaire

Introduction	3
1. Contexte	3
Qu'est-ce que le plan filière ?	3
A quoi sert le plan filière bio ?	3
Comment l'utiliser ?	4
2. Pourquoi développer la filière wallonne en œufs biologiques ?	4
3. Définition du scope	5
Etat des lieux de la filière	6
1. La consommation	6
2. La distribution	8
3. La transformation	11
4. La production	13
5. Les besoins alimentaires des poules pondeuses	15
6. Analyse SWOT du développement de la filière	16
7. Analyse TOWS du développement de la filière	17
Objectifs de développement à l'horizon 2030	18
1. Méthodologie	18
2. Objectifs de développement pour la filière œufs bio	19
Plan d'action	20
Élaborer / soutenir l'élaboration d'une réglementation bio exigeante et efficace (4_L2)	25
Développer un portail web relatif à la production biologique (6_L3)	27
Informers les professionnels bio (actuels et à venir) (8_L3)	28
Renforcer et faire connaître les services d'accompagnement en production biologique (9_L4)	29
Faciliter les échanges économiques entre les opérateurs bio (12_L4)	30
Encourager et faciliter le regroupement d'opérateurs bio et le développement de projets de filières bio (13_L4)	32
Soutenir financièrement la restauration et la consommation biologiques wallonnes (16_L5)	33
Promouvoir les produits et les opérateurs bio wallons (25_L7)	34
Mobiliser des ressources extérieures à celles de l'APAQ-W (26_L7)	36
Annexes	37
Annexe 1 : Lieu d'achat idéal par produit, APAQ-W	37
Annexe 2 : Calcul du nombre d'œufs déclassés en Wallonie (bio et conventionnel)	39
Annexe 3 : Production flamande biologique	40

Introduction

1. Contexte

En juin 2021, le Gouvernement wallon a adopté le Plan de développement de la production biologique en Wallonie à l'horizon 2030 (« Plan Bio 2030 »). Celui-ci reprend notamment les cibles suivantes à atteindre d'ici 2030 : **30 % de la surface agricole utile sous contrôle bio** et **4 720 exploitations agricoles certifiées bio**.

Dans le cadre de l'action 3 du Plan Bio, la SoCoPro a été mandatée pour élaborer un plan de développement de filière bio régionale pour chaque secteur de production significatif. Ainsi des plans de développement de filières spécifiques à la production biologique et à l'échelle régionale sont élaborés. Ils alimentent, le cas échéant, les plans de développement de filières communs à tous les modes de production.

Qu'est-ce que le plan filière ?

Le plan filière n'est pas une étude économique - les données manquent - mais il propose une trajectoire souhaitée par le secteur avec des orientations d'action construites avec les chargés de mission.

Il comporte :

- une partie « État des lieux », avec notamment : une quantification des flux de matières, un inventaire des ressources humaines et matérielles existantes et une identification des besoins de renforcement, une caractérisation générale de l'offre et de la demande des différents maillons, une analyse de l'adéquation entre celles-ci ainsi qu'une analyse des freins au développement de la filière ;
- une partie « Trajectoire », avec notamment des objectifs de développement chiffrés à l'horizon 2030, définie par le secteur (syndicats et acteurs de la chaîne de valeur (agriculteurs, transformateurs, distributeurs). Celle-ci est suivie annuellement au sein d'un Comité de concertation Filières instaurée dans le cadre du Plan bio 2030 afin de vérifier l'atteinte des objectifs prédéfinis par le plan et envisager des réorientations au sein du plan ;
- une partie « Plan d'action » avec notamment : une identification et une proposition d'orientation des actions prédéfinies dans le Plan Bio pour l'opérationnalisation du plan et la réalisation de la trajectoire. La proposition d'orientations d'action est définie avec chaque chargé de mission du plan BIO afin d'identifier les leviers à débloquer pour atteindre les objectifs fixés par la trajectoire et le niveau de priorisation des actions du plan BIO en fonction de chaque filière.

A quoi sert le plan filière bio ?

L'objectif du plan de filière est d'établir une **trajectoire en concertation avec le secteur** et les **moyens** pour la réaliser. Ceux-ci ont été tant que possible rattachés aux actions du Plan Bio 2030. L'orientation des actions du Plan Bio permet en effet de gérer stratégiquement les investissements publics/privés existants et futurs pour atteindre les objectifs fixés dans chaque plan.

L'ensemble des plans de filière devra **converger vers les objectifs stratégiques du Plan Bio 2030, dont l'atteinte de 30%** de la SAU wallonne en bio. La répartition des surfaces bio par filière au sein de ces 30% est établie en fonction de la **consommation**. En effet, chaque hectare cultivé en bio doit être consommé.

Comment l'utiliser ?

LE PLAN

Le plan est à destination du secteur et des pouvoirs publics, ceux-ci peuvent donc le consulter pour bien comprendre les problématiques liées à la filière, la trajectoire envisagée et les actions proposées.

Le plan doit être utilisé comme **une feuille de route**.

L'ÉTAT DES LIEUX

Les actions prédéfinies dans le Plan Bio sont reprises et précisés pour chaque filière au sein de fiches actions qui font mention :

- Du Levier et objectif opérationnel tels que définis dans le Plan Bio ;
- Du contexte et des problématiques auxquels elles doivent répondre ;
- Des objectifs spécifiques de l'action tels que définis dans le Plan Bio ;
- Des actions telles que définis dans le Plan Bio ;
- Des orientations (pistes d'actions) concertées avec le secteur et le chef de projet responsable de l'action (tel que défini dans le Plan Bio).

Ainsi, chaque chef de projet peut consulter la fiche action pour l'action dont il est responsable. Les orientations proposées doivent lui permettre de confirmer/revoir ses priorités.

2. Pourquoi développer la filière wallonne en œufs biologiques ?

Le développement de la filière des œufs bio présente plusieurs motivations et avantages, notamment :

1. **Demande croissante des consommateurs** : Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de leur santé et de l'environnement. Les produits biologiques, y compris les œufs bio, sont perçus comme plus sains et respectueux de l'environnement, ce qui stimule la demande.
2. **Bien-être animal** : Les normes de production d'œufs bio imposent des conditions de vie meilleures pour les poules pondeuses. Cela inclut un accès en plein air, des espaces plus spacieux, une alimentation biologique et l'interdiction de l'utilisation d'antibiotiques. Le développement de la filière bio contribue au bien-être des animaux.
3. **Protection de l'environnement** : Les méthodes de production biologique sont moins intensives sur le plan environnemental. Elles réduisent l'utilisation de pesticides et d'engrais chimiques, favorisent la biodiversité et contribuent à la préservation des sols et de l'eau.
4. **Soutien aux agriculteurs** : La production d'œufs bio peut offrir aux agriculteurs une source de revenus plus stable et plus élevée par rapport à la production conventionnelle. Elle peut également réduire leur dépendance aux intrants chimiques coûteux.
5. **Réduction des risques sanitaires** : Les normes strictes de production d'œufs bio, y compris l'interdiction de l'utilisation d'antibiotiques, contribuent à réduire les risques liés aux résidus de médicaments et aux infections alimentaires.
6. **Promotion de l'agriculture durable** : Le développement de la filière des œufs bio s'inscrit dans une démarche d'agriculture durable qui vise à préserver les ressources naturelles pour les générations futures.
7. **Valorisation des produits locaux** : La production d'œufs bio peut favoriser les circuits courts et encourager les consommateurs à acheter des produits locaux et de saison.
8. **Conformité aux réglementations** : Le développement de la filière des œufs bio permet aux producteurs de se conformer aux réglementations nationales et européennes en matière d'agriculture biologique, ce qui peut ouvrir des débouchés sur les marchés nationaux et internationaux.

En résumé, le développement de la filière des œufs bio répond à une demande croissante des consommateurs

pour des produits plus sains, plus respectueux de l'environnement et plus éthiques, tout en offrant des avantages pour le bien-être animal, la durabilité agricole et la santé publique.

3. Définition du scope

Ce plan stratégique met l'accent sur le volet privé de l'industrie des poules pondeuses, englobant à la fois la production et la distribution d'œufs biologiques, ainsi que l'approvisionnement en céréales et protéagineux indispensables au bon fonctionnement du secteur.

Etat des lieux de la filière

1. La consommation

La Belgique se positionne comme le deuxième plus grand consommateur d'œufs dans l'Union européenne, avec une moyenne de 283 œufs¹ par habitant chaque année, que ce soit des œufs à coquille (167 œufs) ou des produits dérivés des œufs (116 ovoproduits).

Définition² : Un ovoproduit est un produit élaboré par l'industrie agroalimentaire issu d'une transformation de l'œuf. Dans une casserole, l'œuf est séparé de sa coquille et subit plusieurs transformations. Conditionné de manière pratique, l'ovoproduit est ensuite utilisé par la restauration et l'industrie agroalimentaire. Une machine qui sépare à la fois les œufs de leur coquille et le blanc des jaunes. Ces deux composants sont ensuite filtrés (pour diminuer le risque d'infection - l'œuf ayant été séparé de sa protection naturelle contre les bactéries), refroidis et stockés dans des cuves afin d'y être standardisés. Ils sont alors pasteurisés entre 55 et 57°C et le jaune 65-68°C, puis refroidis à nouveau et enfin conditionnés.

La Belgique est le 2e pays de l'UE consommateur d'œufs (bio et non bio) par habitant : 283 œufs par an, par habitant. (167 œufs coquille, 116 ovoproduits). Selon les calculs réalisés par SOCO³, en se basant sur les données de Statbel pour l'année 2021, il apparaît que la consommation d'œufs en Wallonie dépasse la production de 1,75 fois.

Tableau 1 & 2 : volumes d'œufs coquilles (en milliers de pièces) achetés en Belgique et en Wallonie au cours de l'année 2021 et 2022, avec une comparaison (en %) avec les années 2016 et 2022 - Observatoire de la consommation - APAQ-W

Belgique			
Catégories	Année 2021	Evolution 2016-2021	Evolution 2020-2021
Œufs	830 827,8	12,42%	-4,34%
Œufs Bio	108 705,6	50,03%	10,59%
Œufs Non Bio	722 122,2	8,33%	-6,24%

Wallonie			
Catégories	Année 2022	Evolution 2016-2022	Evolution 2021-2022
Œufs	276 127	3,82%	2,43%
Œufs Bio	46 080	23,98%	-7,86%
Œufs Non Bio	230 047	0,55%	4,78%

Selon les données présentées dans les tableaux 1 et 2, il est possible d'observer que la part des œufs coquille bio représente environ 13% (13,08%) des achats en Belgique, et près de 17% en Wallonie.

¹ ITAVI, d'après IEC, SSP, CIRCABC, sources nationales et Comext, 2021

² EEPA, European Egg Processors Association, Bonnes pratiques de fabrication des ovoproduits liquides, concentrés, congelés et déshydratés.

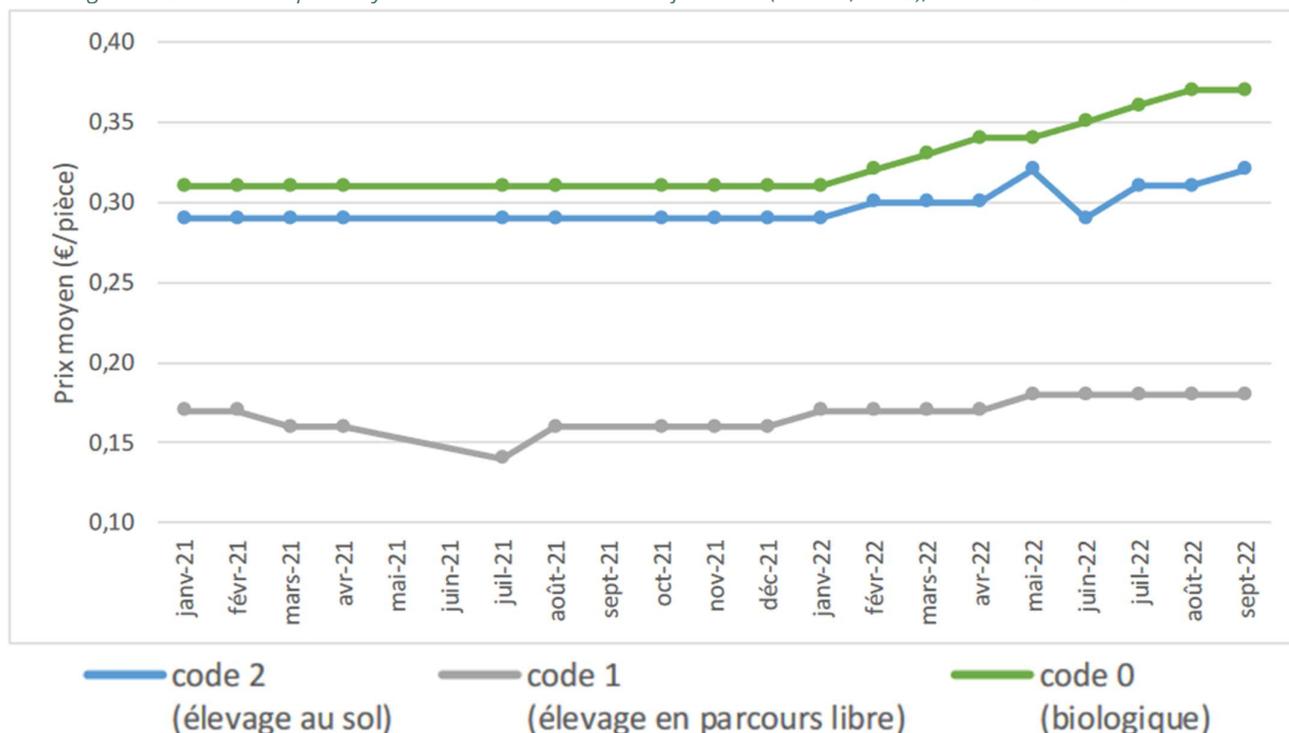
³ Socopro, Plan de développement secteur avicole, 2022

Tableau 3 : ratio (en %) des dépenses en œufs bio par habitant en Wallonie au cours de l'année 2021, avec une comparaison avec la moyenne d'autres catégories d'aliments - Observatoire de la consommation - APAQ-W

Aliment	2021	Part BIO sur total
Œufs	17,59€	
Œufs - Bio	4,50€	26%
Œufs - Non-bio	13,09€	
Autres produits (moyenne) - bio		7%

Le tableau 3 démontre que, en ce qui concerne les dépenses, les œufs bio se démarquent en occupant la première place parmi tous les produits du panier du consommateur, représentant 26% des dépenses en œufs, par rapport à une moyenne estimée sur l'ensemble des autres aliments à 7%.

Figure 1 : Evolution du prix moyen au consommateur de l'œuf en GMD (codes 0, 1 et 2), Itinéraire Bio n°68 Biowallonie



Entre janvier 2021 et septembre 2022, une enquête⁴ menée par Biowallonie a révélé une augmentation de 21 % du prix moyen des œufs biologiques en grande surface, comparativement à une hausse de seulement 11 % pour les œufs de catégorie 1 et de 9 % pour les œufs de catégorie 2.

Dès octobre 2022, le Collège des producteurs⁵ avait constaté une augmentation des quantités d'œufs conventionnels achetées, au détriment des œufs bio. Cette tendance a été confirmée par l'observatoire de la consommation de l'APAQ-W⁶, qui a enregistré une baisse historique de -7,9 % sur l'ensemble de l'année par rapport à l'année précédente.

⁴ Biowallonie, Comment évoluent les prix bio et conventionnel au niveau du producteur et du consommateur qui fait ses courses en grande distribution, Itinéraire Bio n°68, 2023

⁵ Collège des Producteurs, consommation : les ventes d'œufs en hausse, Octobre 2022

⁶ APAQ-W, Observatoire de la consommation de l'APAQ-W au sein des Chiffres du Bio, 2022

2. La distribution

Tableau 4 et 5 : Répartition des parts de marché (en valeur) par segment de distribution en 2021, en Belgique et en Wallonie
Observatoire de la consommation - APAQ-W

Belgique						
Catégories	Supermarchés	Hyper & Hard Discount	Magasins Bio	Marchés, magasins spécialisés, achat en ligne	Vente à la ferme	Autres
Œufs	52,85%	25,18%	1,95%	4,63%	2,96%	12,43%
Œufs Bio	47,71%	20,49%	8,44%	4,66%	5,58%	13,13%
Œufs Non Bio	54,28%	26,49%	n/a	4,62%	2,23%	12,24%

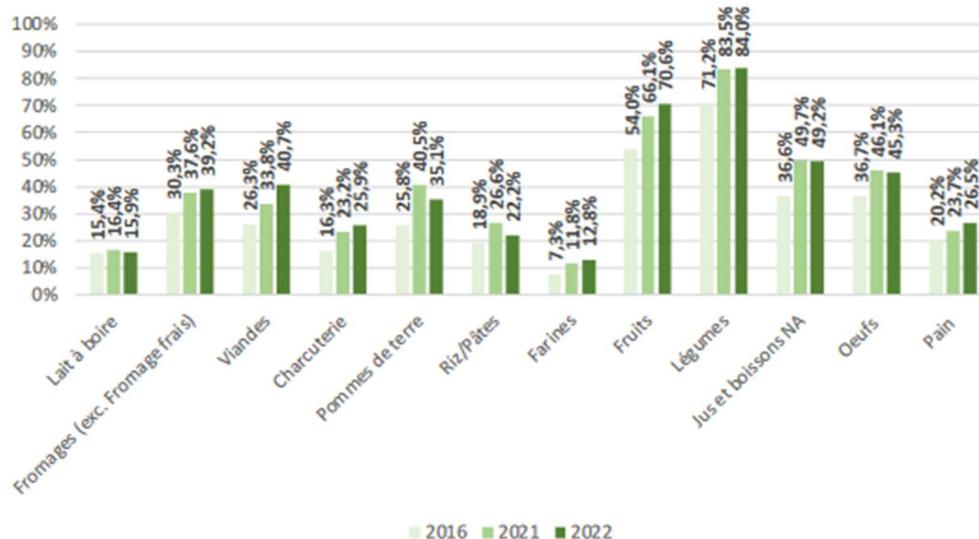
Wallonie						
Catégories	Supermarchés	Hyper & Hard Discount	Magasins Bio	Marchés, magasins spécialisés, achat en ligne	Vente à la ferme	Autres
Œufs	51,98%	24,66%	4,17%	3,83%	4,47%	10,90%
Œufs Bio	44,47%	19,95%	13,86%	4,22%	6,69%	10,82%
Œufs Non Bio	54,98%	26,54%	n/a	3,68%	3,58%	10,93%

L'œuf bio n'est plus cantonné à un marché de niche, et sa valeur est désormais répartie dans l'ensemble des segments de distribution, y compris l'hyper et le hard discount.

Avec un taux de pénétration atteignant les 45,3%⁷, l'œuf bio jouit d'une large couverture régionale d'accès au produit en Wallonie.

Définition⁸ : Le taux de pénétration des produits bio (couverture du marché), qui correspond au pourcentage de ménages ayant achetés au moins une fois un produit bio dans l'année (en%)

Figure 2 : Evolution du pourcentage de ménages wallons consommant des produits bio (par catégorie) - Années 2016 - 2021 - 2022, Observatoire de la consommation, APAQ-W, Chiffres du Bio 2022



Après les fruits et légumes, jus et boissons, les œufs bio constituent l'un des produits biologiques les plus largement accessibles en Wallonie.

⁷ APAQ-W, Observatoire de la consommation - Chiffres du Bio, 2022

⁸ APAQ-W, Observatoire de la consommation - Chiffres du Bio, 2022

La distribution en grande et moyenne surface (GMD), englobant les supermarchés, les hypermarchés et les magasins à bas prix (hard discount), est principalement gérée par la centrale d'approvisionnement. En raison de sa nature essentielle et de sa disponibilité, la GMD réalise des achats en volume considérable. La centrale bénéficie de contrats de négociation plus avantageux, et permet d'assurer une logistique groupée avec d'autres produits.

Certains producteurs et emballeurs de la région wallonne collaborent directement avec la centrale ou des magasins franchisés, où les marges sont plus élevées et les relations commerciales plus flexibles. Cela est particulièrement pertinent compte tenu de la situation en Ukraine et de la hausse des prix des aliments pour le bétail. En dehors de ces rares partenariats directs, la plupart des intermédiaires entre les producteurs, les emballeurs et les acheteurs de la GMD se trouvent en Flandre et sont relativement limités en nombre. Les éleveurs craignent un monopole, qui pourrait engendrer une instabilité dans les négociations tarifaires, notamment en ce qui concerne la répercussion des coûts croissants des aliments et de l'énergie.

Les producteurs et les emballeurs qui fournissent directement leurs produits à la GMD savent multiplier les services de distribution : partage de clientèle à des producteurs d'autres filières où l'offre dépasse la demande, réalise de la logistique groupée⁹, ou encore offrent également la possibilité d'acheter leurs œufs directement à la ferme. Il arrive même parfois que le premier contact commercial en vue de la revente en magasin se soit établi grâce à l'achat d'œufs par l'un des employés du magasin à la ferme.

*Tableau 6 : Sondage d'intention sur le lieu d'achat idéal pour le consommateur par produit
Observatoire de la consommation – APAQ-W 2021 (voir détail des informations en annexe 1)*

	Grande surface	Magasin à la ferme
Produits laitiers	38%	29%
Produits viandeux	27%	25%
Fruits	31%	17%
Légumes	32%	20%
Pommes de terre	37%	27%
Pain	20%	9%
Boissons alcoolisées	54%	5%
Boissons non alcoolisées	45%	11%
Œufs	30%	34%
Alternatives végétales	40%	7%

Le Tableau 6 présente les conclusions d'une enquête menée en 2021 par l'Observatoire de la Consommation de l'APAQ-W, qui a été présentée lors du Business Club de la même année¹⁰. Bien que cette enquête se base sur les intentions des consommateurs, il est intéressant de noter que les œufs sont les seuls produits dont l'achat est préféré en ferme plutôt qu'en grande surface.

Il apparaît d'ailleurs qu'en 2024,

En 2013, Bioforum Vlaanderen¹¹ a mis en évidence qu'au sein de l'agriculture biologique en Belgique, un pourcentage significativement plus élevé de producteurs vendaient une partie de leurs produits en circuit court par rapport à l'agriculture conventionnelle, avec 44 % d'agriculteurs biologiques étaient engagés dans cette pratique. Malgré le fait que cette étude ait été menée il y a dix ans, elle met en avant le fait que la vente directe à la ferme demeure un secteur essentiel. Elle offre l'avantage de permettre la commercialisation avec des marges bénéficiaires maximales et facilite la prospection passive de clients B2B grâce à l'utilisation d'outils de distribution

⁹ La Charette, mutualisation des services de logistiques en France, 2023

¹⁰ APAQ-W, Observatoire de la consommation Business Club, 2021

¹¹ Biowallonie, Les circuits courts en Wallonie : ou en sommes-nous ?

automatique. Les œufs, avec leur date de péremption généralement plus longue (28 jours¹²), semblent être particulièrement adaptés au lancement de la vente à la ferme par rapport à de nombreux autres produits.

Souvent utilisés comme produits d'appel, l'œuf et l'œuf bio bénéficient d'un packaging particulièrement important sur le plan marketing. Les emballeurs semblent d'ailleurs collaborer étroitement avec leurs acheteurs pour adapter ces outils d'emballage aux besoins du marché. Aux États-Unis, une vaste stratégie marketing menée par l'American Egg Board (AEB) a permis d'augmenter de manière significative la consommation, y compris chez les cibles déjà fidèles. En 6 ans, le nombre de gros consommateurs (achetant 3 douzaines d'œufs ou plus par mois) a progressé de 7 %, tandis que les consommateurs moyens (achetant 2 douzaines d'œufs par mois) ont enregistré une hausse de 10 % en 10 ans¹³.

Définition¹⁴ : Un produit d'appel est un produit majeur, aux ventes importantes qui génère du trafic en point de vente ou vers une promotion et conduit le chaland vers des produits moins connus et sur lequel le distributeur/fabricant génère plus de rentabilité.

¹² Diversiferm, Vade-mecum de la valorisation des œufs et de leur commercialisation en circuit court, 2019

¹³ Statistiques et tendances de l'industrie de l'œuf, États-Unis, 2019

¹⁴ Marketing-pgc, Lexique de la grande distribution, 2012

3. La transformation

Les ovoproduits peuvent être obtenus à partir de l'œuf entier, de ses différents composants ou d'un mélange de ceux-ci. Ils sont classés en deux catégories : la première catégorie comprend l'œuf entier, le jaune ou le blanc, sous forme liquide, congelée ou en poudre. La deuxième catégorie inclut ces mêmes ingrédients, mais ils sont cuits ou préparés pour reproduire des recettes de cuisine, telles que des œufs durs écalés, des œufs pochés, des omelettes précuites, etc. Les œufs écalés sont le produit le plus courant de la deuxième catégorie, principalement utilisés dans la restauration collective. En outre, il existe des produits issus du fractionnement du blanc ou du jaune, utilisés dans les industries cosmétiques, pharmaceutiques et biotechnologiques.

Le blanc d'œuf favorise le foisonnement, tandis que le jaune d'œuf est un agent émulsifiant essentiel dans la fabrication d'émulsions froides (comme les mayonnaises et les sauces pour salades) et chaudes (comme les béarnaises et les hollandaises). L'augmentation de la consommation d'ovoproduits est due à la croissance de la part des aliments transformés dans notre alimentation, avec l'industrie agroalimentaire utilisant principalement des ovoproduits au lieu d'œufs naturels. Cette tendance est soutenue par le développement de l'aviculture industrielle, où des bâtiments abritent un grand nombre de poules pondeuses.

En 2022, en Wallonie, 20%¹⁵ de la consommation d'œufs bio a été vendue sous forme d'ovoproduit et dans des préparations variées. Les ovoproduits proviennent généralement de la transformation d'œufs déclassés lors de la phase d'élevage (avant le conditionnement) ou lors des opérations de triage et de calibrage effectuées au niveau des centres de conditionnement. Cela se produit lorsque les œufs sont soit trop petits, soit trop gros pour être vendus en tant qu'œufs de consommation standard.

Une étude menée en 2014 dans un travail de fin d'étude, réalisé par un étudiant en bioingénieur à l'Ulg-Gbx Agro-Bio Tech¹⁶, a estimé, en se basant sur l'analyse des statistiques internes des élevages, qu'en moyenne, 3% de la production annuelle totale des 450 000 poules réparties dans tous les élevages associés était considérée comme des œufs déclassés. Les calculs permettant d'évaluer le nombre d'œufs à traiter par jour et par an sont présentés dans le tableau suivant, en prenant en compte cette moyenne de 3% d'œufs déclassés.

Tableau 7 : Calcul du nombre d'œufs déclassés produits par l'ensemble des éleveurs de Wallonie (Voir détail des informations en Annexe 2).

Calcul du nombre d'œufs déclassés (bio et conventionnel) en Wallonie			
	Estimation de la situation en Wallonie en 2022 (chiffres issus des acteurs professionnels de la filière) ¹⁷ .	Référentiel	
Nombre de poules	1 947 000	450 000	Poules
Total œufs déclassés par jour	43 807	10 125	Œufs
Total œufs déclassés par an	15 989 737	3 695 625	Œufs

Aujourd'hui, la transformation est réalisée en Flandre, dû notamment au caractère industriel de la production et des infrastructures d'acheminement. Le projet de Code du Bien-être animal, qui a été approuvé en juin 2018 par le Gouvernement wallon, marque également la fin de l'autorisation d'utiliser des cages pour les poules pondeuses à partir du 1er janvier 2028¹⁸. Ce changement entraînera le retrait de 475 000 poules pondeuses de la production en Wallonie au cours des cinq prochaines années, avec ces animaux étant répartis chez seulement neuf éleveurs.

¹⁵ Biowallonie, Chiffres du Bio, 2022

¹⁶ Clause Arnaud, Étude de faisabilité de la création d'une unité de production d'œufs liquides en Wallonie, 2014

¹⁷ Collège des Producteurs, Plan de développement stratégique 2022-2030

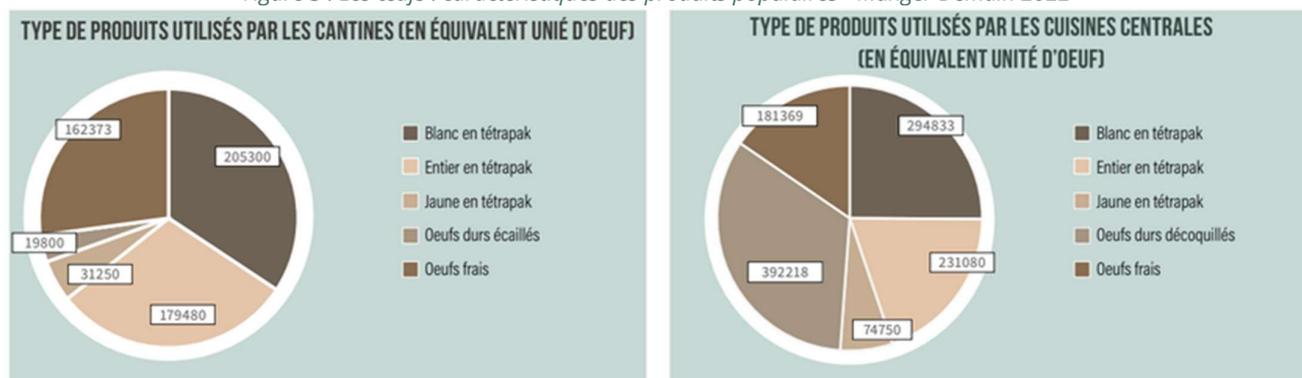
¹⁸ Collège des Producteurs, Plan de développement stratégique 2022-2030

Enfin, il semblerait que les fabricants de produits de boulangerie, de pâtes et de biscuits en Belgique aient été affectés par la réduction des exportations de produits primaires en provenance de Russie et d'Ukraine (la farine, l'huile de lin, le miel et les ovoproduits). Une enquête auprès de 700 membres de Fevia¹⁹ a révélé que la moitié des entreprises alimentaires belges ont connu des ruptures d'approvisionnement, et 70 % d'entre elles ont déjà dû ou devront ajuster la composition de leurs produits pour faire face à ces problèmes.

Pour élaborer un plan de développement pour une unité de traitement des œufs déclassés visant à satisfaire les besoins des éleveurs, il est essentiel de prioriser l'évaluation et la quantification de la demande en produits dérivés d'œufs dans les secteurs industriels et artisanaux de Wallonie.

Manger Demain²⁰ titrait lors d'une enquête en 2022 qu'en cuisine centrale et cantines, les œufs consommés étaient rarement d'origine wallonne. Avec une estimation du taux de pénétration d'à peine 12 %, que les œufs wallons (bio et non bio) étaient très peu représentés en cuisine collective à destination des écoles et hôpitaux.

Figure 3 : Les œufs : caractéristiques des produits populaires - Manger Demain 2022



L'analyse des engagements du Green Deal réalisée par l'étude de Manger Demain en 2022 souligne l'existence d'une opportunité d'augmenter la consommation d'œufs bio et locaux, en tétrapak (avec ou sans séparation) mais aussi des œufs durs décoquillés.

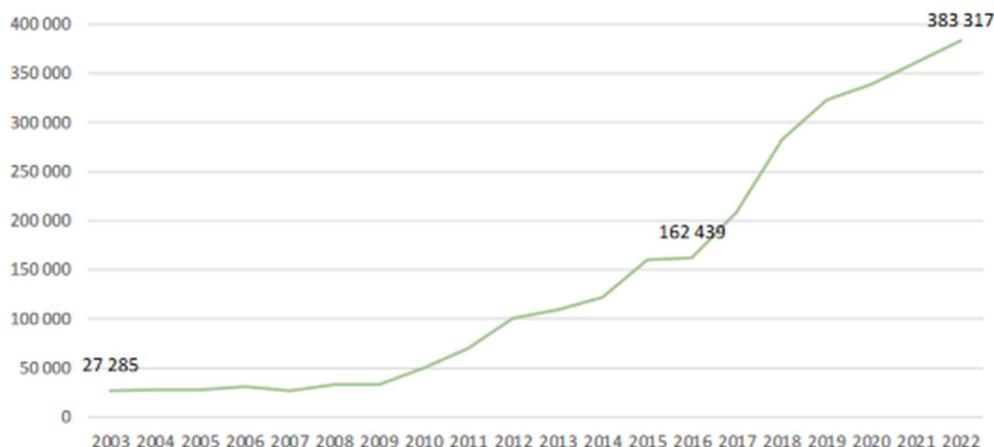
Enfin, le plan stratégique de développement de la filière globale (bio et non bio) recommande une révision réglementaire visant à rendre obligatoire le marquage systématique des œufs à la ferme. Plus particulièrement pour les poules pondeuses élevées en plein air et bio, on remarque une fraude régulière au marquage des œufs, étant donné qu'il est autorisé de marquer les œufs à la ferme ou dans le premier centre d'emballage. Les éleveurs plaident pour une obligation de marquage à la ferme, pour éviter ces abus.

¹⁹ FEVIA, [Enquête La guerre en Ukraine est un stress test pour la chaîne alimentaire](#), 2022

²⁰ Manger Demain, [Caractérisation de la demande des cantines et centrales](#), 2022

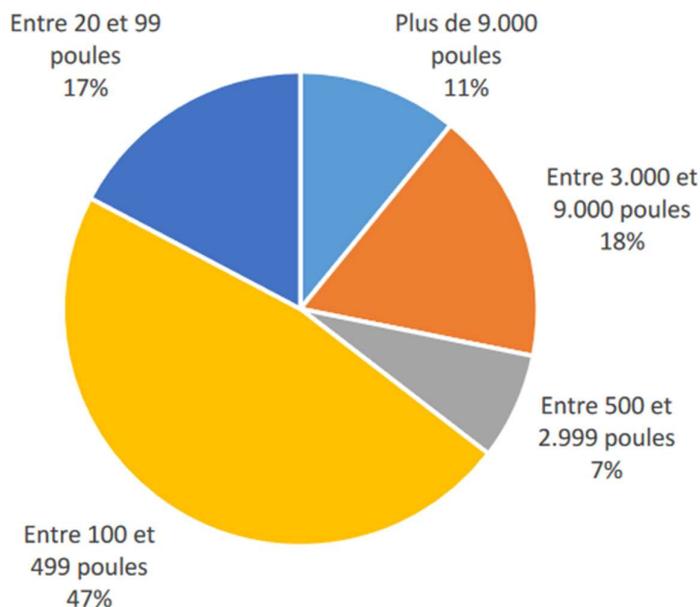
4. La production

Figure 4 : Evolution de la filière poules pondeuses bio jusqu'en 2022²¹. 2023 compte une légère diminution avec 369 090 poules pondeuses recensées.



La filière des poules pondeuses a connu une période de croissance considérable entre 2010 et 2020. Cependant, depuis 2020, cette croissance s'est ralentie, avec l'ajout de 22 054 poules pondeuses supplémentaires, ce qui équivaut à une augmentation de 6% en 2022. Actuellement, la filière compte un total de 369 090 poules pondeuses bio réparties sur le territoire wallon (45% en province de Namur, suivie de 24% par la province du Luxembourg, 20% dans le Hainaut, 10% dans la province de Liège et enfin 2% dans le Brabant wallon).

Figure 5 : Répartition des éleveurs de poules pondeuses bio par taille de cheptel (en 2022)²²



Parmi les 110 fermes impliquées dans l'élevage de poules pondeuses bio, 28% d'entre elles ont élevé plus de 3 000 poules, tandis que 55% ont un cheptel de taille comprise entre 100 et 3 000 poules, et 17% ont moins de 100 poules. En revanche, seules 5% des poules pondeuses bio étaient élevées dans des bâtiments abritant moins de 3 000 poules. Le nombre d'acteurs contribuant à l'essor de la filière de taille petite et moyenne est significatif, tandis que la production d'œufs résulte principalement de la filière grande (>3 000 poules).

²¹ Biowallonie, Chiffres du Bio 2022

²² Biowallonie, Chiffres du Bio 2022

Tableau 8 : Répartition des exploitations agricoles en Wallonie et en Belgique selon le modèle de production en 2022²³.
(Voir détail des informations en annexe 3)

Géographie	Cages enrichies	Sol	Plein air	Bio
Belgique	36%	43%	14%	7%
Wallonie	5%	9%	10%	76%

En comparaison avec la filière globale de poules pondeuses en Wallonie, la certification bio des poules pondeuses est adoptée par 76% des exploitations (voir tableau 7), mais elle ne s'applique qu'à 20% du nombre total de poules pondeuses²⁴. Par conséquent, le nombre d'acteurs contribuant à l'essor de la filière est significatif, tandis que la production d'œufs dans l'ensemble de la région wallonne reste relativement modeste.

Au niveau de la Belgique, bien que la quantité d'œufs bio produite en 2021 en Flandre soit similaire à celle de la Wallonie²⁵, il existe une distinction notable en termes de perception et d'image de la production d'œufs entre ces deux régions²⁶. La production d'œufs en Wallonie est perçue comme moins industrielle et davantage axée sur le label bio par rapport à celle de la Flandre. Cette perception pourrait s'intensifier avec le code du bien-être animal, qui prévoit l'arrêt progressif de l'utilisation des cages en élevage de poules pondeuses en Wallonie d'ici 2028.

Sous l'impulsion d'un gouvernement flamand subsidiant l'arrêt d'exploitations jugées négatives pour l'environnement²⁷, et le soutien de la Région Wallonne à développer la production en œufs en qualité différenciée, il n'est pas exclu de voir une augmentation de la production en région wallonne, sans avoir vu se rétablir un équilibre offre/demande.

Excepté dans le contexte des poulaillers mobiles en plein air et biologiques, il n'existe pas de concept exclusivement dédié au regroupement de producteurs au sein de la filière biologique.

On l'a vu, la région wallonne dépend en grande partie des régions et pays voisins, en particulier la France et les Pays-Bas, pour répondre à sa demande en œufs²⁸, y compris les œufs bio. Face à l'augmentation des importations, de nombreux éleveurs sont tentés de développer des exploitations de plus en plus grandes pour répondre à cette demande croissante. Cependant, avec le début du conflit en Ukraine et la hausse des coûts de production²⁹, le prix des œufs bio n'a pas été ajusté de manière adéquate par les distributeurs d'œufs et les grandes surfaces, ce qui a eu un impact significatif sur la rentabilité des éleveurs. Cette situation a suscité de sérieuses questions quant à la résilience du secteur et remis en question à court terme la volonté de continuer à agrandir les exploitations.

Outre les défis actuels tels que la grippe aviaire et la guerre en Ukraine, la filière des œufs bio doit également faire face chaque année à une série de problématiques liées à sa grande dépendance de son modèle de production. Cela englobe la variation des prix des matières premières, des coûts énergétiques, des coûts de construction pour les bâtiments, ainsi que des modifications de la réglementation bio concernant l'espace minimal disponible pour les animaux, entre autres. Ces enjeux exercent une pression sur le secteur, le rendant vulnérable et sujet à des risques de dé-certification et de pertes de parts de marché³⁰.

²³ Collège des Producteurs, Plan de développement stratégique 2022-2030

²⁴ Collège des Producteurs, Plan de développement stratégique 2022-2030

²⁵ Landbouw & Visserij vlaanderen, De Biologische Landbouw in 2021

²⁶ La Voix du Nord, Élevages en Flandre : «Si on veut se verser un salaire décent, il faut du volume», 2019

²⁷ Parlement de Wallonie, L'impact en Wallonie des décisions du Gouvernement flamand en matière d'émissions d'azote, 2022

²⁸ Collège des Producteurs, Plan de développement stratégique 2022-2030

²⁹ Collège des Producteurs, Observatoire des filières agricoles, Aout 2022-Juin 2023

³⁰ Biowallonie, Baromètre des filières bio, 2023

5. Les besoins alimentaires des poules pondeuses

Les poules pondeuses en système biologique consomment **43 kg d'aliments par cycle** (350 jours), ce qui équivaut à **43 kg/an/poule**. La part des oléo-protéagineux dans la ration est limitée à 30%, conformément aux normes bio.

Tableau 9 : Besoins alimentaires des poules pondeuses biologiques en Wallonie (2021). Estimation basée sur les données de production de Biowallonie et le Plan Stratégique Feed Bio du Collège des Producteurs 2023.

Type d'animal	Consommation annuelle (kg/poule)	Part des oléo-protéagineux	Consommation totale (tonnes/an)
Poule pondeuse	43	30%	15 871

En 2021, les besoins totaux pour l'ensemble des poules pondeuses biologiques en Wallonie étaient évalués à **15.589 tonnes** d'aliments.

L'alimentation bio repose principalement sur deux familles de matières premières :

- **Céréales** (75-80% de la ration) : Froment, maïs, avoine, triticale.
- **Oléo-protéagineux** (20-30% de la ration) : Soja (meilleure source protéique), féverole et luzerne

Tableau 10 : Composition type de la ration alimentaire bio pour poules pondeuses et besoins en aliments selon les données de production de 2021 (Plan stratégique Feed Bio 2023).

Matières premières	Part dans la ration	Avantages	Besoin en aliments en 2021 (T/an)
Froment, maïs	50-60%	Source d'énergie essentielle	11 109
Soja	20-25%	Profil en acides aminés équilibrés, riches en protéines	4 761
Féverole, luzerne	5-10%	Alternatives locales en développement	

En tenant compte des surfaces nécessaires à la culture des aliments, le secteur des œufs bio apparaît comme un acteur clé pour contribuer à l'augmentation des surfaces agricoles d'ici 2030. En 2021, environ **5 000 hectares** étaient requis pour la production d'aliments destinés aux poules pondeuses bio. Le taux d'autonomie en aliments composés sur le territoire wallon est actuellement estimé à **37 %**.

Si le prix demeure un frein majeur, c'est surtout l'instabilité des coûts qui fragilise la rentabilité des producteurs de poules pondeuses et limite leur capacité à planifier un développement cohérent. Entre août 2020 et août 2022, l'indice ITAVI, qui mesure le coût de l'alimentation pour le poulet standard en France, a bondi de **+80 %**³¹. Bien que cette hausse soit moins marquée pour la poule pondeuse, la volatilité des coûts reste difficile à gérer pour les producteurs.

³¹ Hausse des coûts de production allant à 50% en deux ans, ITAVI, France 2022

6. Analyse SWOT du développement de la filière

L'analyse approfondie de l'environnement a été réalisée en utilisant une application du modèle SWOT lors de la rédaction du plan en 2021-2022. Dans ce modèle, les forces (S pour "strengths") et les faiblesses (W pour "weaknesses") sont considérées du point de vue interne, tandis que les opportunités (O pour "opportunities") et les menaces (T pour "threats") sont considérées du point de vue externe.

Forces

1. **Couverture** régionale de consommation et d'accès au produit
2. **Diversité** des segments de distribution et du type de points d'accès au produit.
3. Filière structurée, **professionnelle** et pérenne avec 23% de parts de marché.
4. **Marché local** facile d'accès et peu coûteux.
5. L'œuf est un **produit national**, en œuf frais la consommation est à 95% belge.
6. Production rapide et **opportuniste** de la filière à l'augmentation, la diminution de la production
7. Les **bonnes notions d'entrepreneuriat** (plan financier, modèle économique, aptitudes au commerce...) des éleveurs.
8. Un outil de **marketing/packaging** fort pour transmettre un message au consommateur.

Opportunités

1. Permet l'accès au **bio facile & rapport qualité prix**
2. De **nouveaux marchés** (Flandre, cantines, HoReCa, ...) disponibles, soutenus par le politique
3. Une **tendance au végétarisme** soutenu par une consommation bio portée sur la réduction de la consommation carnée et un nombre important d'application du produit
4. La céréale est au cœur de la communication actuelle, faire le **lien entre l'agriculture et l'élevage**
5. Les producteurs d'œufs BIO ont tendance à **diversifier** avec d'autres ateliers au sein de la ferme.
6. Un besoin d'**ovoproduit** bio marginal existe, à condition de permettre la séparation des jaunes et blancs (marché de niche)

Faiblesses

1. Monopolisation de l'achat et la revente pour le marché de la GMS
2. **Interdépendance** entre firmes d'aliment, cultivateurs et éleveurs. L'autonomie des cultures et des connaissances sur l'alimentation des poules pondeuses et la redistribution des fumiers permettrait aux acteurs de se concentrer sur les compléments et conseils.
3. **Manque** de relation avec la demande. Peu de maillons intermédiaires basés en Wallonie (achat/revente, transformation, casserie, valorisation des co-produits...)
4. **Tributaire** de la progression générale du BIO. Sentiment d'avoir atteint le maximum de possibilité de consommation par rapport au progrès du BIO.
5. **Dépendance** auprès de moyens énergétiques importants.
6. Cahier des charge BIO peu connu. Faible différenciation / **confusion** entre les filières œufs bio ou plein air/qualité différenciée/local.
7. **Manque d'une interprofession** pour l'arrêt et la reprise des activités lors d'un événement extérieur majeur mettant à mal les flux offre/demande (grippe aviaire, covid, Ukraine, ...)

Menaces

1. **Fragilité** des animaux, règles d'hygiène et instabilité de la filière due aux maladies
2. Perte de **relations commerciales** fortes dû à l'arrêt de la production causée par les coûts d'achats extérieurs (alimentation / bâtiment / énergie...)
3. **Changement constant** des réglementations autour du bien être animal impose une adaptabilité de la ferme (nombre, bâtiment, race ...) et une trésorerie le supportant.
4. Une **perte d'attractivité du BIO** dû à des enjeux géopolitiques externes liés à l'énergie, le coûts des produits, aliments, ... ont des conséquences importantes aux vues des investissements des fermes. Même sur les œufs, le discours négatif dans les médias alimentent une baisse de la consommation.
5. La **mauvaise image** de l'ovoproduit, ne permettant pas une entrée de la Wallonie dans le marché (œufs importés).
6. **Industrialisation du bio** avec des poulaillers de plus en plus grand

7. Analyse TOWS du développement de la filière

Associée à cette analyse SWOT conduite avec le secteur, l'outil TOWS et sa méthodologie a permis de tirer des actions directement liées aux forces, opportunités, faiblesses et menaces exprimées. Cette méthodologie permet notamment de définir des actions dont les acteurs ont la capacité d'entreprendre, pour soit concrétiser des opportunités, soit rendre la filière moins vulnérable.

		Facteurs internes	
		Forces	Faiblesses
Facteurs externes	Opportunités	<p>Concrétiser les opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer de nouvelles opportunités commerciales en favorisant les relations directes auprès des acheteurs finaux. - Inciter les opérateurs à développer la vente directe et le circuit-court autour de leur exploitation. - Informer et expliquer sur les spécificités du bio (autonomie, parcours extérieur, la céréale, la relation entre l'agriculture et l'élevage) pour accompagner le développement du secteur avicole bio 	<p>Améliorer pour exploiter les opportunités [BIO]</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacité à développer le catalogue produit BIO chez l'acheteur, à condition d'être plus présent dans l'aval, les négociations finales. Permettant de consolider l'avancée globale du BIO. L'œuf est la locomotive du BIO. - Favoriser le développement de la formation artisanale pour susciter le besoin en produits bruts non transformés (boulangerie, fabrication de pâtes, pâtisseries, HoReCa, ...) - Gagner en autonomie dans les intrants (alimentation, énergie, ...) par la production et la coopération entre agriculteurs
	Menaces	<p>Se protéger, transformer menaces en opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer une interprofession, autonome et nationale pour s'aligner sur l'adaptabilité à avoir dans la filière et se protéger des menaces extérieures, maintenir un marché offre=demande et travailler en concert pour le développement d'un produit national, élevé, transformé, vendu et consommé en Belgique. - Mise à profit des relations commerciales créées auprès des acteurs d'autres filières pour assurer l'attractivité globale du BIO et consolider les relations commerciales courantes. - Approfondir la faisabilité financière et économique pour la création de casseries d'œufs BIO/mixtes en Wallonie pour supporter la décision autour de projets de création de casseries et ateliers de transformation en Wallonie. 	<p>Minimiser, rendre moins vulnérable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minimiser la dépendance aux intrants pour l'aliment des poules. Renforcer le soutien aux fermes autonomes et aux partenariats locaux entre fermes. - Devenir actif dans la progression du BIO global, en diversifiant, en travaillant le catalogue produit auprès de ses clients en coopération avec d'autres agriculteurs, proposer son portefeuille client à d'autres acteurs pour développer le BIO, proposer son outil marketing qu'est son packaging pour promouvoir d'autres produits BIO - Développer la promotion auprès de l'industrie des tétrapack d'œufs belges BIO, sur les valeurs nutritives et de teneur, pour améliorer l'image et développer la demande en tétrapak bio.

Objectifs de développement à l'horizon 2030

1. Méthodologie

Plusieurs approches ont donc été combinées pour proposer un scénario de développement réaliste à l'horizon 2030 pour le développement de la filière.

OBJECTIF DU PLAN BIO 2030 ET APPROCHE « PANIER BIO »

Le plan BIO 2030 ambitionne d'atteindre 30% de la SAU en BIO d'ici 2030. Pour ce faire, la production totale actuelle bio doit être multipliée par 2.5 (prairies comprises).

Le plan ambitionne également la **certification de 4720 producteurs** d'ici 2030. Cet objectif a été traduit en chiffre d'affaires puis en une valeur consommateur "panier bio". Cette valeur représente le budget que chaque wallon devrait dépenser en produits bio/mois pour atteindre l'objectif de doublement des surfaces bio d'ici 2030. Elle est estimée à 39€/mois/habitant.

Nous avons précisé cette valeur consommateur en la découpant par catégorie de produits (volailles, viande bovine charcuterie etc.) en utilisant les chiffres de consommation bio 2021 (dépenses moyennes/an/habitant issus de l'Observatoire de la consommation de l'APAQ W).

Tableau 11 : Cibles de dépenses en œufs bio à l'horizon 2030 par habitant et au niveau de la région wallonne

	Cibles de dépenses bio /hab. en 2030	Cibles de dépenses bio en RW en 2030
Œufs	8,3 €	67.082.352,4 €

De cette valeur, sont déduits des équivalents en unité de production (ici le nombre d'animaux à produire en 2030) pour répondre aux besoins des consommateurs.

Tableau 12 : Besoins en volumes de production (kg) équivalents aux dépenses BIO en RW en 2030

	Cible du prix consommateur par unité en 2030	Cible équivalente du volume vendu en 2030	Nombre d'œufs par poule pondeuse par année de production	Cible équivalente de production en 2030
Œufs	0,48 €	139.194.360	300	463.981 poules pondeuses

CALCUL DES BESOINS POUR LA PRODUCTION POULES PONDEUSES BIO EN 2030

Les besoins ont été recalculés pour correspondre aux besoins de consommation en 2030 selon les mêmes méthodes utilisées dans la partie précédente pour atteindre les objectifs fixés dans le cadre du plan Bio 2030.

Tableau 13 : Besoins en céréales et oléo-protéagineux équivalents au nombre de poules pondeuses à produire en 2030

	Cible équivalente de production en 2030	Besoin en concentrés à base de COP (ha/unité de production)	Equivalent surface (ha) COP
Poules pondeuses	463.981	0,01	4.640

Suivant la même méthode que pour le cheptel de production actuel, il est estimé que la demande en œufs bio d'ici 2030 nécessitera 463.981 poules pondeuses, soit une surface de céréales et protéagineux pour l'alimentation de 4.640 ha et 186 ha de parcours extérieurs certifiés biologiques (4m² par oiseau).

Tableau 14 : Besoins en aliments pour la spéculation poules pondeuses en 2030 avec le détail de la part en oléo-protéagineux et céréales selon le plan filière feed 2030

	Cible équivalente de production en 2030	Besoins en aliments (T/an)	Dont besoins en oléo-protéagineux (T/an)	Dont besoins en céréales (T/an)
Poules pondeuses	463.981	20.021	6.007	14.015

INTEGRATION DES AMBITIONS DES PLANS STRATEGIQUES DES ŒUFS (BIO ET NON BIO) DU COLLEGE DES PRODUCTEURS

Pour finir, les ambitions dégagées dans le cadre de ce plan devront être en accord avec les ambitions des plans stratégiques déjà établis par le Collège des Producteurs pour rester cohérents par rapport à la trajectoire envisagée en bio et conventionnel dans chaque secteur.

Le plan œufs (bio et conventionnel) actualisé ne permet cependant plus d'établir la poursuite d'un développement significatif de la production régionale par rapport au premier plan (+57% en 8 ans). L'augmentation des coûts de production, la diminution du budget des ménages et les freins importants mis pour l'obtention des permis d'environnement empêche l'établissement d'ambitions nouvelles. Seul, le développement de poulaillers mobiles en œufs Bio et plein air, pour une vente en circuits courts, est identifié comme potentiellement en croissance, sans pour autant que des volumes importants soient réellement mis sur le marché.

2. Objectifs de développement pour la filière œufs bio

L'objectif majeur poursuivi par le plan est d'augmenter le taux d'auto-provisionnement territorial du secteur au niveau céréales et protéines végétales (cf. plan FEED) et développer une entente nationale pour la production, la commercialisation et la distribution des œufs bio en Wallonie et en Belgique ».

Le plan ambitionne :

- L'augmentation de l'auto-provisionnement territorial des élevages wallons de poules pondeuses bio, en céréales (2 800 ha) et oléo-protéagineux (2 400 ha) – cf. plan FEED ;
- Une meilleure rentabilité face aux situations de crise vécues par le secteur.
- Le développement de nouvelles filières économiques dans les segments aujourd'hui peu exploités.

Plan d'action

Pour atteindre les objectifs de développement, les actions prédéfinies dans le cadre du plan BIO 2030 ont été priorisées et orientées de manière à répondre aux besoins de la filière.

Il est proposé de concentrer les moyens sur 5 leviers d'action que sont les leviers L2_Réglementation, L3_Information, L4_Accompagnement, L5_Aides financières et L7_Promotion.

Les actions ainsi que leurs orientations sont synthétisées dans le tableau ci-dessous.

PLAN STRATÉGIQUE ŒUF BIO			PLAN BIO 2030
ETAT DES LIEUX	PROPOSITION D'ACTION	SOUS ACTION	ACTIONS DU PLAN ET PROPOSITION D'ORIENTATION
La filière manque de stabilité et d'autonomie pour imaginer son développement d'échelle en Wallonie	Axe N°1 : Autonomiser les fermes en Wallonie		
	Augmenter la résilience des fermes et du système agricole wallon face aux fluctuations économiques	- Faciliter l'accès au marché belge des MP produites localement <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les actions de gouvernance et législatives favorables à l'accès au marché belge et limiter la concurrence avec les matières premières importées. • Assurer la mise en œuvre optimale de la réglementation sur les approvisionnements pour l'alimentation animale, notamment en suivant l'impact des nouvelles obligations en matière de régionalité pour l'alimentation des animaux. 	4_L2 - Élaborer / soutenir l'élaboration d'une réglementation bio exigeante et efficace [SPW ARNE DDRCB DQBEA, Socopro]
		- Optimiser les coûts de construction des bâtiments et leur gestion <ul style="list-style-type: none"> • Identifier et diffuser au sein des éleveurs bio des pratiques reconnues comme résilientes, favoriser l'échange de bonnes pratiques et l'identification de procédés plus autonomes. 	8_L3 - Informer les professionnels bio (actuels et à venir) [Biowallonie] 9_L4 - Renforcer et faire connaître les services d'accompagnement en production biologique [Biowallonie]
- Développer l'autonomie commerciale <ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l'accès des consommateurs aux points de distribution d'œufs bio à proximité de leur adresse, y compris via des outils de géolocalisation « universels » (e.g., lier le portail web avec une recherche GoogleMap). 	25_L7 - Promouvoir les produits et les opérateurs bio wallons [APAQ-W, Biowallonie] <p><i>1. Formation des producteurs à la création de fiche Google et GoogleMap pour augmenter leur visibilité sur les moteurs de recherche universels et développer leur prospection passive auprès d'acteurs B2B. 'La ferme connectée' DigitalWallonia</i></p>		

PLAN STRATÉGIQUE ŒUF BIO			PLAN BIO 2030
ETAT DES LIEUX	PROPOSITION D'ACTION	SOUS ACTION	ACTIONS DU PLAN ET PROPOSITION D'ORIENTATION
L'équilibre entre l'offre et la demande ne permet pas aux éleveurs une rémunération durable pour maintenir la filière bio telle qu'elle s'est développée.	Axe N°2 du plan : Construire une filière nationale Consolider et renforcer le rôle de leader que possède la Wallonie sur la production et la distribution d'œufs BIO au niveau national	- Développer une concertation autonome et nationale pour le maintien et le développement de l'œuf bio, élevé, transformé, vendu et consommé en Belgique. <ul style="list-style-type: none"> • Accompagner le regroupement d'opérateurs bio à l'échelle nationale et faciliter la création d'un groupement mixte incluant production et distribution. Développer et diffuser un répertoire national des opérateurs œufs bio B to B en relation avec BioForum Vlaanderen • Faciliter les échanges économiques entre les opérateurs bio en favorisant un dialogue entre les acteurs grâce à des outils d'aide à l'établissement de transactions commerciales durables. Soutenir la participation d'opérateurs bio wallons à des rencontres et événements professionnels au niveau national pour faciliter l'intermédiation entre acteurs de la filière. 	13_L4 - Encourager et faciliter le regroupement d'opérateurs bio et le développement de projets de filières bio [Biowallonie] <p style="text-align: center;"><i>2. Analyse en cours avec les principaux acteurs de terrain et Biowallonie pour la mise en place d'une intention de projet de regroupement national pour l'établissement de bonnes pratiques commerciales entre les différents maillons de la chaîne.</i></p> 12_L4 - Faciliter les échanges économiques entre les opérateurs bio [Biowallonie]

PLAN STRATÉGIQUE ŒUF BIO			PLAN BIO 2030
ETAT DES LIEUX	PROPOSITION D'ACTION	SOUS ACTION	ACTIONS DU PLAN ET PROPOSITION D'ORIENTATION
<p>La filière ne profite pas ou peu de son avantage en termes de couverture géographique et d'accessibilité au produit.</p> <p>Le besoin en casserie provient actuellement de la production et non de la demande et les segments de l'industrie et la RHD ne sont pas assez développés.</p>	Axe N°3 : Installer l'œuf bio en tête de file de la filière biologique		
	Diversifier les sources de revenus des producteurs	<p>- Développer de nouvelles opportunités commerciales en favorisant les relations directes avec les acheteurs finaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accompagner les producteurs-distributeurs en œufs bio évoluant en circuit court à développer le catalogue produit de ses acheteurs en proposant une intermédiation de l'offre et de la demande en lien avec sa vente et/ou sa logistique pour les œufs. • Envisager avec les acteurs de distribution un moyen de promouvoir des produits bio prioritaires en valorisant l'expertise des acteurs de distribution en termes marketing et outils de communication. 	<p>12_L4 - Faciliter les échanges économiques entre les opérateurs bio [Biowallonie]</p> <p>3. <i>Réflexion en cours sur le groupage de produits offert par des plateformes de logistiques telles que La Charrette, installée avec l'aide du Collège des Producteurs</i></p> <p>26_L7 - Mobiliser des ressources extérieures à celles de l'APAQ-W [APAQ-W]</p> <p>4. <i>Rédaction d'un mémoire en collaboration avec l'APAQ-W, le Collège des Producteurs, et la Louvain School of Management (département expertise marketing), portant sur la boîte à œufs, et analyse de la manière dont celle-ci pourrait promouvoir d'autres produits bio ayant actuellement de faibles parts de marché.</i></p>
	Développer de nouveaux marchés	<p>- Analyser les marchés et la faisabilité financière et structurelle pour le développement d'échelle prévu pour le plan bio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Commander auprès de prestataires externes les données de consommation et besoins en industrie et RHD d'ovoproduits bio. Quantifier la demande actuelle en ovoproduits bio wallon, pour envisager le développement d'un outil de casserie en Wallonie. • Renforcer les avantages à l'utilisation des œufs bio dans la restauration hors domicile et les collectivités 	<p>26_L7 - Mobiliser des ressources extérieures à celles de l'APAQ-W [APAQ-W]</p> <p>16_L5 - Soutenir financièrement la restauration et la consommation biologiques wallonnes [SPW ARNE DA DGOM]</p>

		<p>- Promouvoir l'œuf bio et l'agriculture biologique dans l'artisanat et l'industrie belge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prévoir la diffusion des informations sur l'utilisation et la valorisation des œufs bio coquilles hors calibres au sein de revues professionnelles externes, lues dans les secteurs suivants : artisanat (boulangerie, charcuterie, artisanat, transformation, RHD) • Favoriser l'utilisation et la valorisation des œufs bio coquilles hors calibres dans la formation des apprentis artisans (boulangerie, boucherie, transformateur, RHD, etc.). • Mener deux campagnes promotionnelles simultanées. L'une pour la casse d'œufs bio wallons en artisanat, le fait-maison pour soutenir la valorisation des œufs hors calibre de nos éleveurs ; l'autre auprès de l'industrie agroalimentaire belge, pour un ovoproduit bio belge. 	<p>8_L3 - Informer les professionnels bio (actuels et à venir) [Biowallonie]</p> <p>25_L7 - Promouvoir les produits et les opérateurs bio wallons [APAQ-W]</p>
--	--	--	--

Élaborer / soutenir l'élaboration d'une réglementation bio exigeante et efficace (4_L2)

Réglementation	OO3 - Soutenir, élaborer et appliquer une réglementation bio exigeante, efficace, claire, cohérente et uniforme
Contexte	<p>La règle de régionalité a pour objectif de pousser à un approvisionnement le plus local possible pour l'alimentation des animaux mais les modalités de contrôle restent assez floues et semblent peser davantage sur le producteur. Récemment, des formulaires à remplir par les FAB attestant du respect de cette règle ont été mis en place.</p> <p>Notons également que les règles en matière d'approvisionnement des fermes en aliments bio diffèrent entre les régions. En Wallonie, l'approvisionnement en aliments est limité à une zone de 300 km autour du centre de la Wallonie tandis qu'en Flandre il est limité à l'Europe. Cette différence crée une forte concurrence entre les matières premières bio wallonnes et les matières premières issues des pays de l'Union Européenne, plus compétitives sur le marché. En effet, de nombreux éleveurs s'approvisionnent auprès de fabricants d'aliments flamands, limitant par conséquent les débouchés des céréales et protéagineux belges.</p> <p>De plus, les attaques de corvidés provoquent d'importants dégâts sur les cultures (pois, soja, maïs, tournesol notamment) et entraînent un manque à gagner parfois considérable chez certains agriculteurs. La réglementation en matière de régulation sur base d'un système dérogatoire ne permet pas à l'agriculteur de réagir immédiatement en cas d'attaque.</p>
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser la concertation avec le secteur bio wallon pour que la réglementation intègre tant que possible ses préoccupations - Compléter le cadre réglementaire européen par des initiatives régionales de manière à rendre le système de qualité bio plus complet et plus efficace
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<p>1) Organiser et garantir une concertation systématique avec les opérateurs bio wallons sur toute question réglementaire spécifique au bio [Socopro, SPW ARNE DDRCB DQBEA]</p> <p><i>Suivre l'impact des nouvelles obligations en matière de régionalité pour l'alimentation des animaux et s'assurer d'un respect de règles de régionalité wallonne pour les FAB étrangers qui vendent sur le territoire. Ce suivi pourrait avoir lieu au sein du GT législation coordonné par la Socopro.</i></p> <p><i>Suivi des initiatives concernant la lutte contre les corvidés en AB :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Note du Collège des Producteurs (fin d'année 2022) pour la simplification de la procédure actuelle de régulation des corvidés, pigeons ramiers au travers d'une dérogation basée sur une demande individuelle en lien avec le plan de culture établi pour l'année n+1. - AAP lancé en 2022 par le CRR-PB sur la thématique « Recherche de méthodes innovantes de lutte contre les corvidés en AB » (2022-2025)

- 2) Défendre l'intégration des préoccupations wallonnes dans les dispositifs réglementaires suprarégionaux (belges et européens) **[SPW ARNE DDRCB DQBEA]**

Défendre une harmonisation des règles en matière d'approvisionnement au niveau fédéral pour diminuer la concurrence avec les matières premières importées et assurer l'accès au marché des céréales et protéagineux belges.

- 3) Adopter des dispositions réglementaires dans des domaines pertinents non couverts par le règlement européen
Pas d'orientation envisagée pour cette action

- 4) Veiller à un maximum de synergies entre réglementations
Pas d'orientation envisagée pour cette action
-

Développer un portail web relatif à la production biologique (6_L3)

Information	OO4 - Informer de manière complète et centralisée le grand public et les professionnels sur les aspects techniques, réglementaires et économiques liés au bio
Approche « Panier BIO »	<p>L'observatoire de la consommation de l'APAQ-W montre que les grandes surfaces sont les principaux lieux d'achats privilégiés des produits wallons. Seul l'œuf bio profite d'une préférence d'achat en « magasin à la ferme ».</p> <p>Les conditions de commercialisation étant pour cette filière accessibles et facilités, il semble que de nombreux producteurs ont ainsi profiter d'outils mis à disposition tels que des distributeurs pour ajouter à leur activité de commercialisation, la vente à la ferme.</p> <p>Même si ce schéma reste minime au sein du chiffre d'affaires global de l'éleveur, celui-ci offre une prospection passive et peut déboucher sur le développement du circuit court avec des ventes à proximité de la ferme (magasins franchisés, spécialisés, etc.). Cela peut amener parfois à un CA conséquent, avec une marge bénéficiaire importante pour l'éleveur. Permettant d'assurer le maintien d'une partie de la production et invite à considérer la certification/dé-certification dans un schéma global.</p>
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Centraliser l'ensemble des informations web sur le bio à destination des différents publics cibles (« guichet unique » virtuel) - Assurer la cohérence des informations diffusées et rationaliser le travail de production / actualisation des informations - Doter le Plan d'une identité fédératrice propre
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Développer un portail web bio [SPW ARNE DDRCB DQBEA : portail web (via prestataire)] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i> 2) Utiliser transversalement un visuel unique pour tout le Plan bio [APAQ-W] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i> 3) Faire connaître le portail web bio et le Plan bio par une communication renforcée [APAQ-W] <i>Faciliter l'accès des consommateurs à trouver les points de distribution d'œufs bio à proximité de leur adresse, y compris via des outils de géolocalisation « universels » (I.e : lier le portail web avec une recherche GoogleMap, etc.)</i>

Informer les professionnels bio (actuels et à venir) (8_L3)

Information	OO4 - Informer de manière complète et centralisée le grand public et les professionnels sur les aspects techniques, réglementaires et économiques liés au bio
Contexte	<p>Certains modèles alternatifs permettent d'envisager des crises économiques de manière plus sereine. Le partage de bonnes pratiques est sollicité par les acteurs de la filière.</p> <p>La valorisation des œufs hors calibre est un enjeu pour les producteurs. Ces œufs pourraient pourtant intéresser des secteurs comme l'artisanat (boulangeries, charcuteries) et l'HoReCa. Les producteurs appellent à mieux intégrer ces acheteurs potentiels et à partager des bonnes pratiques pour surmonter ces défis</p>
Objectifs spécifiques	Construire et diffuser, par le biais de différents canaux de communication tenus à jour, une information complète et actuelle à destination des professionnels du bio (actuels et à venir)
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<p>1) Construire une information complète et actuelle sur le bio à destination des professionnels [Biowallonie] Identifier et diffuser au sein des éleveurs bio des pratiques œuvrant dans un système reconnu résilient, et favoriser l'échange de bonnes pratiques et l'identification de procédés plus autonomes.</p> <p>2) Diffuser cette information auprès des professionnels [Biowallonie] <i>Prévoir la diffusion des informations sur l'utilisation et la valorisation des œufs bio coquilles hors calibre au sein de revues professionnelles externes, lues dans les secteurs suivants : artisanat (boulangerie, charcuterie, artisanat, transformation, RHD)</i></p> <p>Remarque : Pour les aspects non spécifiques au bio, un renvoi vers les organismes compétents, clairement identifiés, est réalisé de manière transversale.</p>

Renforcer et faire connaître les services d'accompagnement en production biologique (9_L4)

Accompagnement	005 - Sensibiliser et accompagner les opérateurs dans leur conversion / développement en production biologique
Contexte	<p>Les coûts de production et alternatives au schéma intégré sont peu connus à travers les acteurs de la filière. La crise énergétique et géopolitique a montré que le besoin d'information était fort présent au sein des exploitations pour comprendre comment réduire ses besoins en électricité, chauffage, gagner en autonomie énergétique et optimiser ses coûts de construction.</p> <p>Certains modèles existent dans divers types de production et peuvent servir d'exemple pour engager les acteurs dans un partage d'information, de connaissances pour améliorer ce levier, diminuer leur dépendance aux extérieurs et augmenter leur résilience.</p>
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Exploiter la complémentarité d'expertises des différentes structures de conseil aux opérateurs de la chaîne de valeur alimentaire - Inciter les opérateurs à faire appel aux services d'accompagnement en production biologique, afin notamment de limiter le nombre de contrôles d'agrément infructueux - Guider les opérateurs vers l'expertise ad hoc
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Désigner au sein de chaque Centre pilote reconnu par la Région un référent pour la production biologique [Biowallonie] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i> 2) Établir, tenir à jour et diffuser un répertoire des structures de conseil actives en production biologique [Biowallonie] <i>Le répertoire diffusé doit permettre d'identifier les experts indépendants au niveau économique, technique, sanitaire, juridique, organisationnel, etc.). Intégrer des éleveurs œuvrant dans un système reconnu résilient, permettrait l'échange de bonnes pratiques et l'identification de procédés plus résilient pour gagner en autonomie.</i> 3) Faire connaître les services d'accompagnement en production biologique auprès des opérateurs en préparation à la conversion [Biowallonie] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i>

Faciliter les échanges économiques entre les opérateurs bio (12_L4)

Accompagnement	OO6 - Accompagner le développement de filières bio régionales
Contexte	<p>L'équilibre entre l'offre et la demande ne permet pas aux éleveurs une rémunération suffisante pour maintenir la filière bio telle qu'elle s'est développée. Développer une filière nationale en réunissant les acteurs de la production ainsi que l'ensemble des maillons jusqu'à la vente au consommateur permettrait aux producteurs de négocier et maintenir des prix producteurs rémunérateurs, permettant le maintien de la production, quel que soit les événements rencontrés.</p> <p>Développer l'intermédiation des producteurs wallons auprès des acteurs de la distribution paraît donc nécessaire pour développer les ententes commerciales et permettre à la filière des changements progressifs et planifiés plutôt que subir des à-coups mettant à mal l'ensemble du développement de la filière.</p> <p>Concernant l'alimentation des poules pondeuses, la filière FEED bio est actuellement peu structurée, pourtant la demande est bien présente. Quelques FAB mettent en place des contrats avec des agriculteurs, leur assurant un montant minimal peu importe les rendements finaux, permettant ainsi de sécuriser leurs approvisionnements en matières premières sur l'année. Cela représente néanmoins une minorité dans la région.</p> <p>En effet, les prix instables sur le marché poussent la majorité des agriculteurs à spéculer et vendre au plus offrant, déstructurant complètement la filière.</p> <p>Les besoins des OS étant peu connus, les agriculteurs établissent leur plan de culture sans connaître à l'avance précisément les débouchés possibles, entraînant des surplus et des manques dans certaines spéculations. Une adéquation entre l'offre et la demande est donc nécessaire en renforçant la coopération entre acteurs pour pouvoir assurer un débouché à l'ensemble de la profession agricole.</p>
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcer les échanges économiques entre les opérateurs bio wallons - Rapprocher l'offre et la demande régionales en matières premières bio
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Établir, tenir à jour et diffuser un répertoire des opérateurs bio B to B [Biowallonie] <i>Développer et diffuser un répertoire national des opérateurs œufs bio B to B en relation avec BioForum Vlaanderen</i> <i>Permettre aux producteurs-distributeur en œufs bio d'accéder aux autres produits bio produits et disponibles à proximité de leur exploitation.</i> 2) Établir, tenir à jour et diffuser une/des base(s) de données répertoriant l'offre en matériel biologique de reproduction [SPW ARNE DDRCB DQBEA] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i>

- 3) Valoriser les productions d'opérateurs bio wallons à des évènements professionnels commerciaux et soutenir la participation d'opérateurs bio wallons à de telles rencontres [**Biowallonie / APAQ-W**]

Soutenir la participation des producteurs et autres acteurs de la chaîne de valeur alimentaire à participer à des rencontres professionnelles au niveau national, avec l'objectif de rassembler et fédérer dans des ambitions communes.

- 4) Élaborer, tenir à jour et diffuser des outils de marché types en faveur de la production biologique régionale [**SPW ARNE DDRCB DQBEA**]

Favoriser les conditions d'un dialogue entre les acteurs via la création et diffusion d'outils d'aide à l'établissement de transactions commerciales durables (en lien avec l'action 13_L4)

Encourager et faciliter le regroupement d'opérateurs bio et le développement de projets de filières bio (13_L4)

Accompagnement	OO6 - Accompagner le développement de filières bio régionales
Approche « Panier BIO »	<p>La filière ne profite pas ou peu de son avantage en termes de couverture géographique et d'accessibilité au produit. Pour diversifier les sources de revenus des producteurs et permettre une résilience au niveau chiffre d'affaires, il peut être intéressant pour les producteurs de développer de nouvelles opportunités commerciales.</p> <p>En favorisant les relations directes avec les acheteurs finaux et utilisant la couverture géographique et le portefeuille considérable d'acheteurs en œufs bio, les producteurs pourraient développer le catalogue produit de leurs clients tout en diversifiant soit la production en ferme, soit en s'associant à d'autres acteurs périphériques à la ferme. Certaines filières dont les parts de marché en bio sont encore moindres (i.e : filières viandes) recherchent actuellement des moyens de toucher des acteurs dont les œufs bio font déjà partie de leur catalogue (i.e : la boucherie).</p> <p>Pour l'alimentation des poules pondeuses, la production de céréales et protéagineux bio est atomisée sur le territoire wallon et ne représente que de faibles volumes (notamment en protéagineux). Le regroupement de cette offre pour constituer des volumes plus conséquents est donc nécessaire pour justifier sa prise en charge par les OS et rentabiliser leurs coûts logistiques (transport, stockage, triage).</p>
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcer les capacités de production et de commercialisation des opérateurs bio par une mutualisation des moyens - Soutenir des projets structurants entre maillons de la chaîne de valeur alimentaire bio
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<p>1) Accompagner le regroupement d'opérateurs bio [Biowallonie] <i>Accompagner le regroupement d'opérateurs bio à l'échelle nationale et faciliter la création d'un groupement de différents maillons (groupement "mixte") incluant production et distribution. Encadrer les éleveurs dans la négociation du prix de distribution auprès des acheteurs (coût des intrants, seuil de rémunération, benchmark et compétitivité, création d'une offre nationale).</i></p> <p><i>Accompagner la formation de groupement de producteurs spécifiquement pour le Feed en lien avec les FAB/OS (action 2_L1) intéressés pour développer une filière 100% régionale. Par exemple, le label Biogarantie pourrait être envisagé comme un levier à la structuration de ce type de regroupement.</i></p> <p>2) Accompagner de manière personnalisée les projets collectifs de (micro-) filières bio [Biowallonie] <i>Accompagner les producteurs-distributeurs en œufs bio évoluant en circuit court à développer le catalogue produit de ses acheteurs en proposant une intermédiation de l'offre et de la demande en lien avec sa vente et/ou sa logistique pour les œufs.</i></p> <p>Focus particuliers : Le service d'accompagnement est ouvert à tous les modèles de production, transformation et/ou commercialisation bio. Une priorité est accordée aux projets qui s'inscrivent dans les filières jugées prioritaires à l'échelle régionale.</p>

Soutenir financièrement la restauration et la consommation biologiques wallonnes (16_L5)

Aides financières	007 - Soutenir financièrement les opérateurs du secteur bio
Contexte	Pour favoriser l'essor de la production biologique, le secteur souhaiterait inclure l'œuf comme produit biologique obligatoire au sein des cantines associées au Green deal. Aujourd'hui, les œufs frais en coquille peuvent être issus de l'agriculture biologique ou d'un élevage en plein air. En revanche, pour des raisons de vérification, les œufs « pré-transformés » (par exemple : œufs frais en Tétrapak, œufs cuits durs, etc.) doivent obligatoirement être issus de l'agriculture biologique.
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Introduire / soutenir des dispositifs d'aides financières, efficaces et complémentaires, qui encouragent la restauration et la consommation de produits biologiques en Wallonie - Favoriser le développement de filières bio locales - Sensibiliser aux produits biologiques
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Développer un dispositif d'aides à la certification de la restauration collective biologique [SPW ARNE DDRCB DQBEA] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i> 2) Introduire des / renforcer les avantages pour le bio dans les dispositifs d'aides à la consommation de produits agricoles existants non spécifiques au bio [SPW ARNE DA DGOM] <i>Renforcer les avantages à l'utilisation des œufs bio dans la restauration hors domicile et notamment dans les collectivités permettrait l'essor d'une filière de valorisation aujourd'hui encore peu établie.</i> 3) Soutenir auprès de l'autorité fédérale l'application d'un taux de TVA réduit pour les produits biologiques [SPW ARNE DA DGOM] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i>

Promouvoir les produits et les opérateurs bio wallons (25_L7)

Promotion	OO10 - Susciter et déclencher l'acte d'achat de produits biologiques wallons, à domicile et hors domicile
Contexte	<p>La vente à la ferme, grâce à des distributeurs automatiques, peut constituer une excellente publicité tout en générant un chiffre d'affaires supplémentaire pour l'éleveur. De plus, la promotion des œufs bio via des solutions de géolocalisation grand public, telles que Google Maps, permet une prospection passive efficace.</p> <p>La valorisation des œufs hors calibre demeure un enjeu pour certains producteurs. La vente à la ferme atténue ce problème, mais historiquement, c'est l'artisanat qui a aidé à écouler ces œufs, les artisans adaptant leurs recettes en fonction des tailles d'œufs disponibles.</p> <p>En industrie, les œufs hors calibre peuvent trouver un débouché grâce à une casserie industrielle. Actuellement, les producteurs wallons doivent faire appel à des casseries flamandes, faute d'équipement adéquat dans le sud du pays. La rentabilité d'une casserie industrielle ne peut être envisagée que si la demande pour des ovoproduits bio et locaux augmente. De nombreuses industries de transformation se tournent aujourd'hui vers le bio. Le développement d'une campagne promotionnelle ciblant ces industries via leurs canaux de communication pourrait, à terme, accroître la demande et permettre l'essor de ce produit transformé, valorisant ainsi les œufs hors calibre bio produits en Wallonie.</p>
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Augmenter la visibilité des produits et des opérateurs bio wallons - Renforcer les liens entre les consommateurs et les producteurs / transformateurs bio wallons
Proposition d'orientation des actions du plan bio 2030 pour la filière de l'œuf bio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Développer l'outil de géolocalisation des points de vente de produits biologiques [APAQ-W] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i> 2) Soutenir et encourager la mise en évidence des produits biologiques wallons en magasins [APAQ-W] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i> 3) Accroître la visibilité des opérateurs bio wallons [APAQ-W] <i>Faciliter l'accès des consommateurs aux points de distribution d'œufs bio à proximité de leur adresse, y compris via des outils de géolocalisation « universels » (e.g., lier le portail web avec une recherche GoogleMap). Proposer du conseil et des formations marketing aux producteurs d'œufs bio.</i> 4) Mener des campagnes promotionnelles spécifiques à une filière / un produit biologique régional [APAQ-W] <i>Mener une campagne promotionnelle pour valoriser l'artisanat, le fait-maison, en intégrant la casse d'œufs bio dans la communication</i>

Plan stratégique de développement "Œufs bio" 2022-2030

pour soutenir les éleveurs et la valorisation de leurs œufs hors calibre au sein des boucheries, boulangeries de proximité.

Mener une campagne promotionnelle en partenariat avec la Flandre pour motiver l'utilisation d'ovoproduits d'œufs bio belges par les industriels belges en Wallonie et en Flandre.

Mobiliser des ressources extérieures à celles de l'APAQ-W (26_L7)

Promotion	OO11 - Élargir le champ d'expertises et les sources de financements pour la promotion des produits biologiques wallons
Contexte	<p>La filière n'utilise pas pleinement son avantage en termes de couverture géographique et d'accessibilité au produit, ce qui limite sa capacité à diversifier les sources de revenus des producteurs et à renforcer leur résilience financière. Afin d'explorer de nouvelles opportunités commerciales liées aux plans filières, il serait judicieux pour les producteurs de considérer des initiatives de diversification.</p> <p>En comparaison avec d'autres filières, notamment la viande, qui rencontrent des problèmes de communication en raison de la nature de leurs produits, les œufs disposent d'outils marketing plus importants. Les boîtes à œufs bio offrent la possibilité de mettre en place des campagnes marketing ciblées et percutantes. De plus, l'outil "boîte à œufs" fait l'objet de révisions régulières en collaboration entre producteurs et distributeurs. Certaines filières avec une part de marché bio encore limitée pourraient occasionnellement tirer parti de ces moyens de communication pour stimuler le développement des ventes au sein de la filière.</p>
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser des moyens financiers complémentaires à ceux de l'APAQ-W - Accroître les collaborations - Participer à des actions menées à grande échelle
Proposition d'orientation pour la filière de l'œuf bio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Réaliser une prospection des sources de financement possibles pour la promotion des produits, filières et/ou acteurs bio wallons [APAQ-W] <i>Collaborer avec les acteurs de la distribution pour trouver des moyens de mettre en avant les produits bio prioritaires en mettant en valeur le savoir-faire commercial et marketing des acteurs du secteur œuf bio. Engager des études complémentaires pour soutenir la création d'un nouveau modèle économique et soutenir la motivation du secteur à investir.</i> 2) Développer les collaborations avec des acteurs extérieurs [APAQ-W] <i>Commander auprès de prestataires externes les données de consommation et besoins en industrie et RHD d'ovoproduits bio. Quantifier la demande actuelle en ovoproduits bio wallon, pour envisager le développement d'un outil de casserie en Wallonie.</i> 3) Répondre à des appels à projets extra- et supra-régionaux [APAQ-W] <i>Pas d'orientation envisagée pour cette action</i>

Annexes

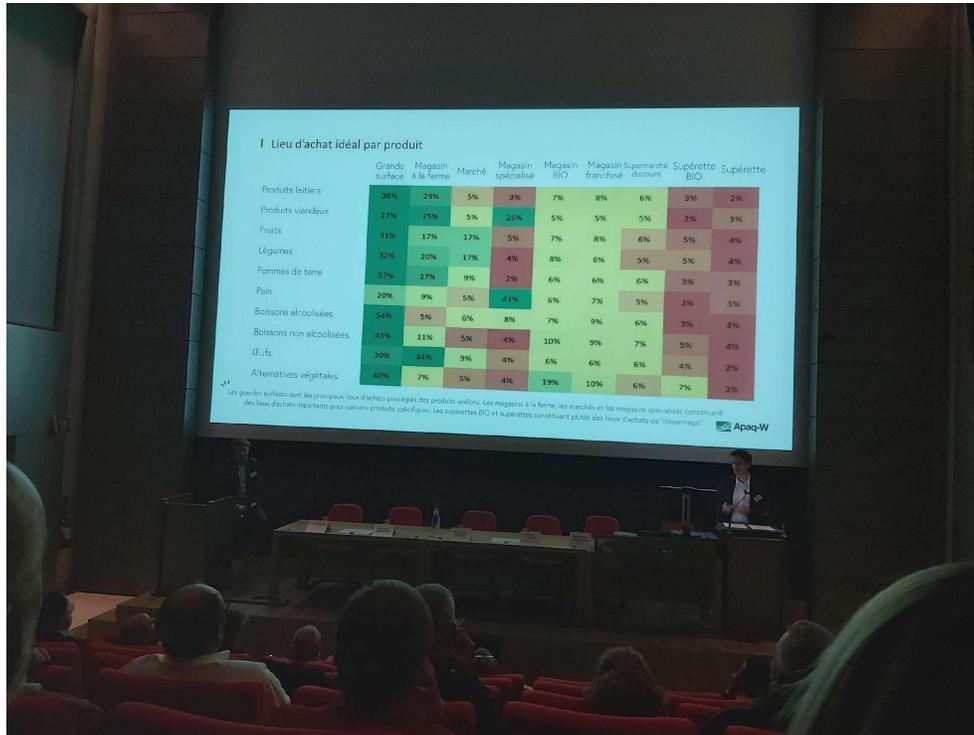
Annexe 1 : Lieu d'achat idéal par produit, APAQ-W

Tableau 15 : Sondage sur le lieu d'achat idéal par produit, 2021

	Grande surface	Magasin à la ferme	Marché	Magasin spécialisé	Magasin bio	Magasin franchisé	Supermarché discount	Supérette bio	Supérette
Produits laitiers	38%	29%	5%	3%	7%	8%	6%	3%	2%
Produits viandoux	27%	25%	5%	25%	5%	5%	5%	2%	3%
Fruits	31%	17%	17%	5%	7%	8%	6%	5%	4%
Légumes	32%	20%	17%	4%	8%	6%	5%	5%	4%
Pommes de terre	37%	27%	9%	2%	6%	6%	6%	3%	3%
Pain	20%	9%	5%	41%	6%	7%	5%	2%	3%
Boissons alcoolisées	54%	5%	6%	8%	7%	9%	6%	3%	3%
Boissons non alcoolisées	45%	11%	5%	4%	10%	9%	7%	5%	4%
Oeufs	30%	34%	9%	4%	6%	6%	6%	4%	2%
Alternatives végétales	40%	7%	5%	4%	19%	10%	6%	7%	3%

extrait de données présentées lors du business club de l'APAQ-W de 2021.

Figure 6 : photo des données présentées lors du Business Club de l'APAQ-W 2021 du lieu idéal d'achat (sondage)



Annexe 2 : Calcul du nombre d'œufs déclassés en Wallonie (bio et conventionnel)

Selon un d'un travail de fin d'étude en 2014, réalisé par un étudiant en bioingénieur à l'Ulg-Gbx Agro-Bio Tech

Tableau 16 : Calcul du nombre d'œufs déclassés, 2014

Calcul du nombre d'œufs déclassés		
Nombre de poules	450 000	Poules
Taux de ponte moyen	75%	
Production journalière totale	337 500	Œufs
Pourcentage d'œufs déclassés	3%	
Total œufs déclassés par jour	10 125	Œufs
Total œufs déclassés par an	3 695 625	Œufs

Annexe 3 : Production flamande biologique

Tableau 17 : Evolution du nombre d'animaux certifiés bio en Flandre de 2013 à 2017

Tabel 4: biologische dieren onder controle, Vlaanderen, 2013-2017

	2013	2014	2015	2016	2017	evolution 2016-2017
runderen	3.040	2.801	2.565	3.161	5.299	+68%
waarvan melkkoeien	1.228	1.434	1.141	1.238	2.984	+141%
varkens	2.824	1.842	3.452	4.578	6.428	+40%
pluimvee	352.900	354.061	409.097	458.036	517.775	+13%
waarvan legkippen	135.495	142.959	168.201	189.607	233.115	+23%
waarvan opfokpoeljen	105.413	106.040	97.780	122.665	131.251	+7%
waarvan vleeskippen	111.968	114.942	143.107	145.661	153.146	+5%
schapen	2.349	1.775	2.132	2.948	2.805	-5%
geten	4.468	4.770	4.906	5.603	5.543	-1%
paarden en paardachtigen	87	74	70	92	81	-12%
andere	54	110	44	33	0	-100%
TOTAAL	365.722	375.373	422.266	474.451	537.931	+13%
TOTAAL (EXCL. PLUIMVEE)	12.822	11.312	13.169	16.415	20.156	+23%

Bron: Departement Landbouw en Visserij op basis van Certisys, TÜV Nord Integra en Quality Partner

EDITEUR RESPONSABLE :

SERVICES OPERATIONNELS DU COLLEGE DES PRODUCTEURS

AUTEUR :

VINCENT PAUTRE

AVENUE COMTE DE SMET DE NAYER, 14 – 5000 NAMUR

TEL. : 081 240 430 - MAIL : INFO.SOCOPRO@COLLEGEDESPRODUCTEURS.BE