



PLAN 2030

La promotion de la production biologique



PLAN 2030



0. Introduction



I. Les cotisations à l'APAQ-W

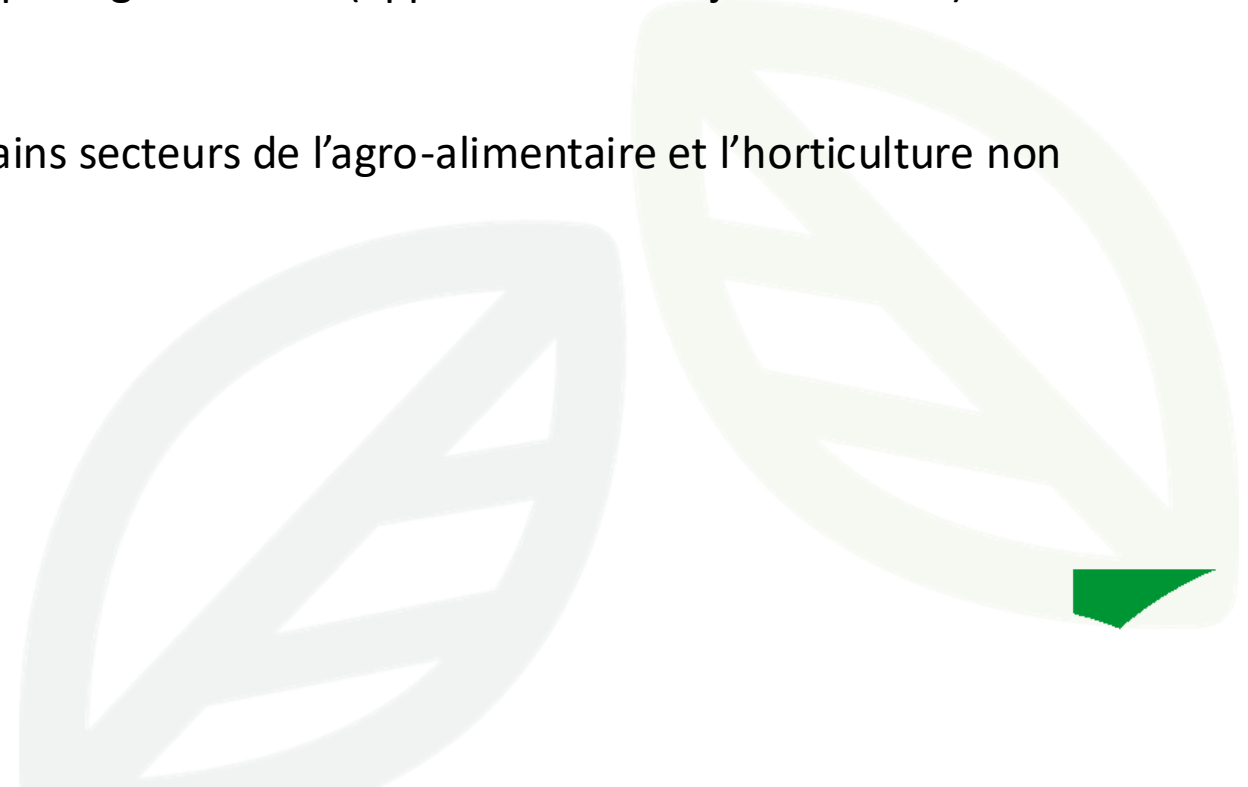
Taxe ou contribution ?



I- Les cotisations à l'APAQ-W

Révision du système des cotisation - Validation du Gouvernement wallon le 29/09/2022 (Travail & consultation qui ont débuté en 2020) (Application : 1^{er} janvier 2023) et confirmation du Parlement wallon le 29/06/2023,

- Pourquoi ? Système qui n'avait plus été mis à jour depuis le passage à l'EURO (application au 1^{er} janvier 2002) voire depuis 1995 (ORPAH)
- Pour qui ? Pour tous les secteurs agricoles primaires et certains secteurs de l'agro-alimentaire et l'horticulture non comestible
- Pourquoi faire ? Contribuer à la promotion de son secteur



I- Les cotisations à l'APAQ-W

Et pour le bio ?

RAPPEL : La **Cour des Comptes** a épinglé plusieurs fois l'APAQ-W sur le bio

Extrait du Rapport sur le contrôle des comptes 2020

*Depuis le contrôle des comptes 2010, la Cour des comptes relève ... le caractère obsolète de ces arrêtés qui ne tiennent pas compte des évolutions du marché. **Ainsi, pour le secteur biologique, aucune majoration de cotisation n'est prévue alors qu'il bénéficie, en plus des actions propres à chaque secteur, des actions menées spécifiquement en sa faveur.***

Financement de la promotion du bio :

- De 2014 à 2022, l'APAQ-W a intégré dans son plan d'action une promotion spécifique de l'Agriculture biologique (Financé à 100% par la dotation).

Consultations et réflexion (2020-2022)

Sachant que

- la promotion du bio, profite à l'ensemble des opérateurs certifiés bio
- les producteurs sont déjà cotisant via d'autres secteurs de productions
- ...

I- Les cotisations à l'APAQ-W

Et pour le bio ?

Le modèle adopté et présenté par l'APAQ-W est le même modèle que celui de la Flandre (VLAM)

Tout opérateur certifié bio, cotise à la promotion du bio

Opérateurs redevables	Chiffre d'affaires bio	Montant
Producteurs certifiés bio	/	38 €
Transformateurs Préparateurs certifiés bio	inférieur à 125.000 €	62 €
	égal ou supérieur à 125.000 € et inférieur à 250.000 €	124 €
	égal ou supérieur à 250.000 € et inférieur à 625.000 €	248 €
	égal ou supérieur à 625.000 € et inférieur à 1.250.000 €	620 €
	égal ou supérieur à 1.250.000 € et inférieur à 2.500.000 €	1.239 €
	égal ou supérieur à 2.500.000 €	2.479 €
Grossistes certifiés bio	inférieur à 250.000 €	62 €
	égal ou supérieur à 250.000 € et inférieur à 500.000 €	124 €
	égal ou supérieur à 500.000 € et inférieur à 1.250.000 €	248 €
	égal ou supérieur à 1.250.000 € et inférieur à 2.500.000 €	620 €
	égal ou supérieur à 2.500.000 €	1.239 €
Points de vente certifiés bio	/	38 € par lieu de vente

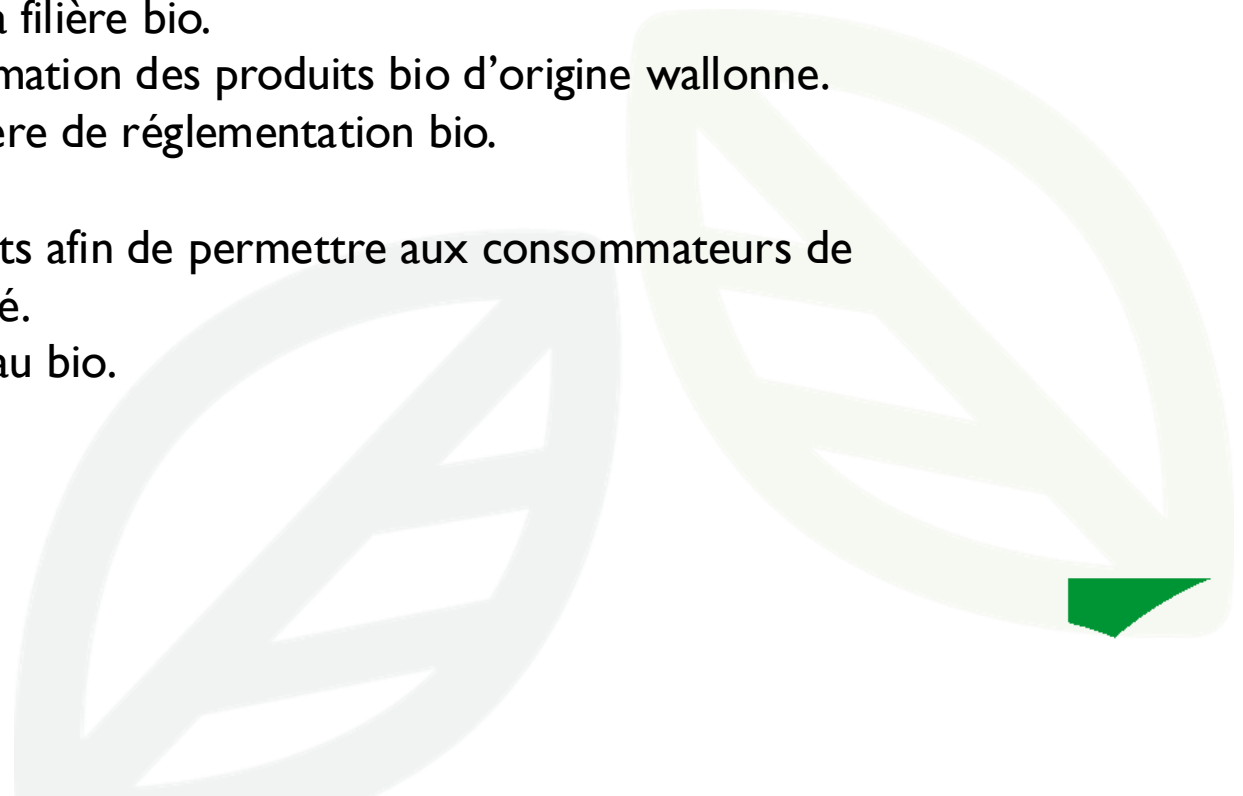
I- Les cotisations à l'APAQ-W

Et pour le bio ?

Tout opérateur certifié bio, contribue à la promotion du bio

Concrètement, les actions de promotion sont menées afin de :

- Renforcer la communication autour du bio et l'image de la filière bio.
- Soutenir la visibilité des opérateurs et booster la consommation des produits bio d'origine wallonne.
- Améliorer les connaissances des consommateurs en matière de réglementation bio.
- Soutenir la notoriété du label bio Eurofeuille.
- Agrandir la visibilité des opérateurs bio et de leurs produits afin de permettre aux consommateurs de trouver toujours plus de produits bio wallons de proximité.
- Encourager et faciliter les échanges commerciaux relatifs au bio.
- Sensibiliser davantage les jeunes à une alimentation bio.



8. Actions du levier Promotion

Les actions du levier Promotion sont présentées dans les fiches 21_L7 à 26_L7 ci-après.

21_L7 Construire les actions promotionnelles en concertation avec le secteur bio

Levier	L7	Promotion
Objectif opérationnel auquel contribue l'action	OO9	Développer une communication efficace, pertinente et cohérente autour de la production biologique, adaptée aux publics cibles
Objectif(s) spécifique(s) de l'action	<ul style="list-style-type: none"> - Préciser le contenu des actions du levier Promotion en concertation avec les acteurs de terrain - Fixer les programmes de travail annuels pour ces actions 	
Public(s) cible(s) de l'action	Grand public / Consommateurs	

Descriptif de l'action

• Organiser une concertation avec les opérateurs bio wallons sur les actions promotionnelles

Le secteur bio est systématiquement consulté sur les actions de promotion de la production biologique menées par l'APAQ-W.

Cette consultation est réalisée à deux niveaux : le Comité de concertation « Promotion » et l'Assemblée sectorielle bio du Collège des producteurs.

o Comité de concertation « Promotion »

Un Comité de concertation relatif aux actions de promotion de la production biologique est institué. Il regroupe des représentants :

- de l'APAQ-W ;
- du secteur bio wallons ;
- de Biowallonie.

Des experts extérieurs peuvent également être invités.

Le Comité est animé par l'APAQ-W. Il se réunit au moins semestriellement et en cas de besoin.

Ce Comité oriente la mise en œuvre des actions du levier Promotion (actions 22_L7 à 26_L7) en :

- identifiant les axes de priorités : thématiques annuelles, filière à l'honneur, ... ;
- identifiant les éventuels sujets potentiellement polémiques à traiter ;
- cadrant les messages clés à véhiculer lors des campagnes promotionnelles ;
- échangeant sur les difficultés de terrain et les attentes des consommateurs ;
- brainstormant sur de nouvelles actions/outils à développer ;
- évaluant les actions menées, récurrentes (semaine bio, campagne automnale, ...) et ponctuelles.

o Assemblée sectorielle bio du Collège des producteurs

Le programme de travail annuel pour les actions de promotion spécifiques à la production biologique (/ la partie bio du projet de plan opérationnel annuel de l'APAQ-W, voir ci-dessous) est présenté à l'Assemblée sectorielle bio du Collège des producteurs (au second semestre de l'année n-1), conformément aux dispositions du Code wallon de l'agriculture.

• Inclure une partie spécifique au bio dans le plan opérationnel annuel de l'APAQ-W

Le plan opérationnel annuel de l'APAQ-W intègre les actions de promotion spécifiques à la production biologique définies dans le présent Plan et précisées sur base des orientations du Comité de concertation « Promotion » et du Collège des producteurs (voir ci-dessus).



I- Les cotisations à l'APAQ-W

Et pour le bio ?

« Est-ce que les GMS cotisent au système ? »

==> Les GMS passent pour leur approvisionnement par une centrale d'achats (qui cotise) et les points vente (dès lors qu'ils ont du VRAC bio) doivent être certifiés

Opérateurs redevables	Chiffre d'affaires bio	Montant
Producteurs certifiés bio	/	38 €
Transformateurs Préparateurs certifiés bio	inférieur à 125.000 €	62 €
	égal ou supérieur à 125.000 € et inférieur à 250.000 €	124 €
	égal ou supérieur à 250.000 € et inférieur à 625.000 €	248 €
	égal ou supérieur à 625.000 € et inférieur à 1.250.000 €	620 €
	égal ou supérieur à 1.250.000 € et inférieur à 2.500.000 €	1.239 €
	égal ou supérieur à 2.500.000 €	2.479 €
Grossistes certifiés bio	inférieur à 250.000 €	62 €
	égal ou supérieur à 250.000 € et inférieur à 500.000 €	124 €
	égal ou supérieur à 500.000 € et inférieur à 1.250.000 €	248 €
	égal ou supérieur à 1.250.000 € et inférieur à 2.500.000 €	620 €
	égal ou supérieur à 2.500.000 €	1.239 €
Points de vente certifiés bio	/	38 € par lieu de vente

I- Les cotisations à l'APAQ-W

Et les exemptions?

Il est possible d'être exempté de cotisations dans certaines conditions ou de bénéficier d'une adaptation de tarif. Certaines règles d'exemption sont spécifiques au bio, d'autres au système de cotisations global.

Ainsi :

- Un producteur bio en conversion (qui ne vend pas avec la mention bio) peut demander la dispense
- Un opérateur certifié bio exerçant plusieurs types activités en agriculture biologique ne devra payer que la cotisation la plus élevée.
- Un producteur bio qui transforme (uniquement sa production), sous la même entité, sera considéré comme producteur
- Un opérateur dont le revenu est faible, en liquidation, ... peut demander à être exempté de sa cotisation...

2. Promotion du bio

Retour d'expériences



2- Promotion du bio : retour d'expériences



PLAN 2030

2025 : 3 communications vers la presse (bientôt 4)



Fin janvier 2025



16 avril 2025



3 juin 2025



À venir

2- Promotion du bio : retour d'expériences

Retour sur la Semaine bio

La notoriété de la **Semaine bio** à gagner **+6%** en comparaison à 2024

25% indiquent avoir vu ou entendu la campagne

A la question de savoir s'il faut maintenir la **Semaine bio** :

- 55% déclarent qu'elle est à maintenir
- 45% déclarent qu'elle est à améliorer
- Personne n'indique qu'elle serait à stopper.

Sur base des déclarations de créance rentrées à ce jour (9 participants/19), en moyenne l'évaluation accordée à la Semaine bio 2025 est de **7,9/10** (résultat temporaire mais +0.8 par rapport à 2024). **Les participants soulignent principalement un souhait de plus de visibilité** (médiatisation, relais réseaux sociaux, affiches personnalisées ...).



2- Promotion du bio : retour d'expériences

Nouveauté 1 : Les préjugés du bio



Apag-W est avec BIO mon choix.
15 juillet · 3

FAUX ! Et ça, même si vous n'en consommez pas ! Eh oui, car la filière Bio n'emploie pas de pesticides chimiques de synthèse. Bref, plus il y aura de demandes en produits bio de la part des consommateurs, et plus les producteurs de chez nous, se mettront à en produire. Cons... En voir plus



BIO mon choix
30 octobre, 11:00 · 3

FAUX ! Un champ sous contrôle bio peut très bien être cultivé à proximité d'un champ cultivé en conventionnel. Tout commence par une bonne communication entre les producteurs concernés ! Ainsi, avec la mise en place de bonnes pratiques et des mesures préventives, il est possible de limiter/éviter les risques de contaminations des pesticides : utilisation de buses anti-dérive, traitement uniquement lorsque le vent est nul ou très faible, mise en place de bandes enherbées, plantation de haies pour bien séparer les champs. Rap... En voir plus

Apag-W est avec BIO mon choix.
20 juin · 3

FAUX ! La filière bio n'utilise pas de produits chimiques de synthèse ni d'engrais chimiques très coûteux, pour fertiliser et protéger les cultures des maladies et nuisibles. Et pour les produits transformés ? L'ajout d'additifs et de conservateurs est très limité pour ne pas tromper le consommateur. Avec le bio d'origine locale, en fine, il y a beaucoup moins de coûts cachés derrière l'alimentation (coûts liés à la pollution des eaux, les coûts de santé...). Du ... En voir plus

Apag-W est avec BIO mon choix.
26 mai · 3

FAUX ! Les deux notions « bio » et « local » ne donnent pas les mêmes garanties. Ainsi, bio ne veut pas dire local... et local ne veut pas dire bio. Mais rassurez-vous, il existe évidemment des produits bio qui sont aussi d'origine locale. P... En voir plus

Apag-W
26 octobre, 13:10 · 3

FAUX ! ... En voir plus

2- Promotion du bio : retour d'expériences

Nouveauté 2 : Les Goût&bio

- Collaboration avec **Manger Demain**
- Dans le cadre de la **Semaine bio**
- Du 27 mai au 15 juin
- 4000 gouters bio servis
- Estimation : Communication : + 100.000 personnes touchée



2- Promotion du bio : retour d'expériences

Nouveauté 3 : Où trouver vos produits bio ?



AGRICOVERT

Coordonnées

Personne de contact

Pia Monville

Chaussée de Wavre 37
5030 Gembloux

081/61 52 89

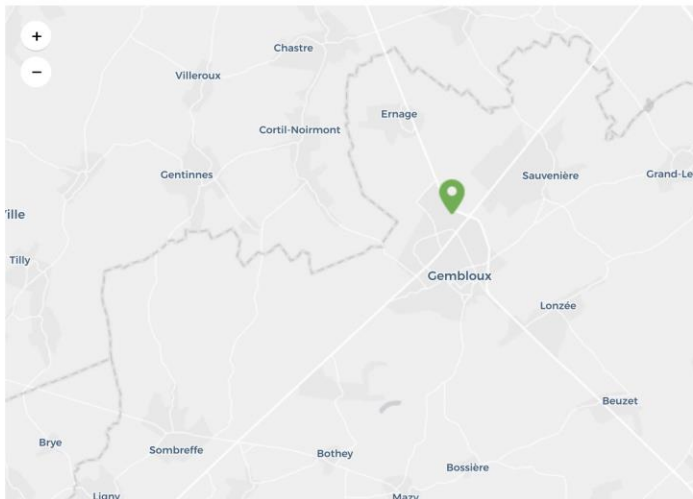
Contactez-nous



95%

Horaire

Du mardi au samedi : de 10h à 18h30.



Coordonnées

Personne de contact

Maxime Mélon & Sophie Antoine

Rue de la Jussière 9
5670 Vierves-sur-Viroin

060/39 95 55

0477/79 86 28

Contactez-nous



FERME DE LA JUSSIÈRE



100%

Camping à la ferme en saison.

Horaire

Viande sur réservation via la boutique en ligne.



Accueil > Où trouver vos produits bio ? > Epicerie du Nord



Coordonnées

Personne de contact

Pauline Vanroy

Rue St-Léonard 8B
4000 Liège

04/380 38 33

Contactez-nous



EPICERIE DU NORD



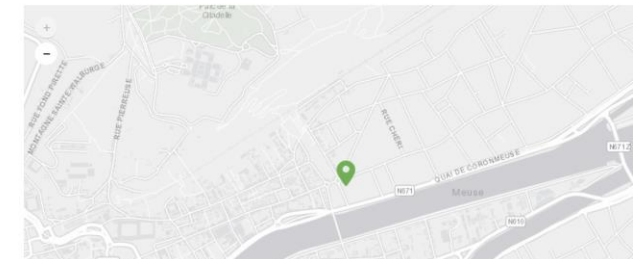
95%

Horaire

Du mardi au vendredi : de 9h30 à 18h30.

Samedi : de 9h à 18h.

Dimanche : de 9h à 14h.



2- Promotion du bio : retour d'expériences

Nouveauté 4 : Diffusion des campagnes sur la zone germanophone

semaine **bio**



3. Programme européen

ENJOY It's from Europe



3. ENJOY It's from Europe

Annual work programme

The Commission will allocate €132 million in 2025 to fund promotion activities for sustainable and high-quality EU agri-food products in the EU and worldwide.

The adoption of the 2025 work programme also marks 10 years of EU promotion policy.



10

Years of EU promotion
policy



Over 600

Campaigns funded with
the common signature
"Enjoy it's from Europe"



€132 million

Funding available in
2025



Co-funded by
the European Union



[Calls for proposals](#) were published on **22 January 2025** and an information day took place in Brussels and online on 29 and 30 January 2025. Potential beneficiaries were invited to attend to gain insights on the funding opportunities and the application process.

3. ENJOY It's from Europe



PLAN 2030

The infographic is set against a background image of a smiling man in a straw hat and glasses, holding a wooden crate filled with fresh vegetables like tomatoes, cucumbers, and leafy greens in a greenhouse setting. In the top left corner, there is an orange rectangular logo with the text 'ENJOY IT'S FROM EUROPE' and the European Union flag. In the top right corner, there is a small European Union flag. The central text reads '2025 Call for proposals' in white, followed by 'Promotion of Agricultural Products' in white text on an orange background. To the right of the central text, a diagram shows a green circle containing '72 selected proposals'. Two arrows point from this circle to two other green circles: the top one contains '56 SIMPLE campaigns' and the bottom one contains '16 MULTI campaigns'. A large, faint green leaf graphic is visible in the background on the right side. A small vertical text credit '© European Union, 2025. Image source: Shutterstock, Calvita' is located on the right edge of the infographic.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

2025 Call for proposals

Promotion of Agricultural Products

72 selected proposals

56 SIMPLE campaigns

16 MULTI campaigns

© European Union, 2025. Image source: Shutterstock, Calvita

3. Enjoy it's from Europe



ANNEXE 1

List of programmes selected for Union's financial contribution as referred to in Article 1

Topic	Member State	Prog. No.	Proposal Number	Proposal Acronym	Coordinator/Proposing organisation	Products	Target Country	Proposal Duration	Estimated total costs in EUR	Maximum grant amount in EUR
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-ORGANIC	FR	3	101250964	DBC2	ABIO	Beer; Beverages made from plant extracts; Bovine meat (fresh, chilled and frozen); Bread, pastry, cakes, confectionery, biscuits and other baker's wares; Cereals; Cheese; Chocolate and derived products; Coffee and tea; Eggs; Fishery and aquaculture products; Fruit (fresh or dried); Honey and beekeeping products; Live animals; Meat preparations; Mustard paste; Oilseeds, other than soyabeans; Olive oil; Pasta; Pork meat (fresh, chilled and frozen); Poultry meat (fresh, chilled and frozen); Preparations of vegetables, fruit or nuts (incl. table olives); Sheep and goat meat (fresh, chilled and frozen); Spirits, liqueurs and vermouth; Sugar; Sweetcorn; Vegetable oils other than olive oils; Vegetables (fresh, chilled and dried) excluding sweetcorn; Wine, cidre and vinegar	France	36	€2.142.001,56	€1.499.401,09
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-ORGANIC	IT	3	101251005	Made in Nature - EU	CSO	Vegetables (fresh, chilled and dried) excluding sweetcorn	Germany; Italy	36	€1.315.537,00	€920.875,90
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-ORGANIC	BE	1	101250876	ORBEL	VLAM	Beverages made from plant extracts; Bread, pastry, cakes, confectionery, biscuits and other baker's wares; Cereals; Cheese; Coffee and tea; Cut flowers and plants, bulbs, roots and live plants; Dairy products (excl. Cheese); Eggs; Fruit (fresh or dried); Poultry meat (fresh, chilled and frozen); Preparations of vegetables, fruit or nuts (incl. table olives); Sheep and goat meat (fresh, chilled and frozen); Vegetables (fresh, chilled and dried) excluding sweetcorn	Belgium	36	€1.652.138,00	€1.156.496,60
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-ORGANIC	FR	4	101250945	ORGANIC 26	CNIEL	Dairy products (excl. Cheese); Fruit (fresh or dried); Vegetables (fresh, chilled and dried) excluding sweetcorn	France	36	€1.790.326,80	€1.253.228,76
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-ORGANIC	FI	1	101250996	ORGANIC COMEBACK	PRO LUOMU RY	Bovine meat (fresh, chilled and frozen); Cereals; Cheese; Chocolate and derived products; Coffee and tea; Dairy products (excl. Cheese); Eggs; Fruit (fresh or dried); Meat preparations; Olive oil; Pasta; Pork meat (fresh, chilled and frozen); Sheep and goat meat (fresh, chilled and frozen); Vegetables (fresh, chilled and dried) excluding sweetcorn	Finland	36	€1.291.488,80	€904.042,16
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-ORGANIC									€9.683.134,16	€6.778.193,91



Co-funded by
the European Union



3. Enjoy it's from Europe

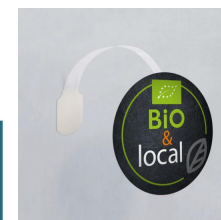


PLAN 2030

FINANCIERING

Media :

Belgique Fr : 230k€ HTVA (280k € TTC)



EMOTIONELE LAAG



Via EU-campagne

RATIONELE LAAG

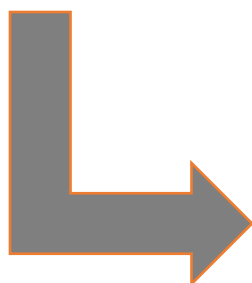


Eigen middelen

ACTIVERENDE LAAG



Eigen middelen



EU BIO	J1	J2	J3	totaal 3 jaar
Totaal campagne	€ 570.000	€ 570.000	€ 570.000	€ 1.710.000
EU (70%)	€ 400.000	€ 400.000	€ 400.000	€ 1.200.000
W+VL	€ 170.000	€ 170.000	€ 170.000	€ 510.000
VL	€ 102.000	€ 102.000	€ 102.000	€ 306.000
W	€ 68.000	€ 68.000	€ 68.000	€ 204.000

3. En 2026

La production biologique



2026 : Budget (estimation) - Opérationnel

PLAN 2030

- Budget en 2026 :
 - 324 k€ : issus de la dotation
 - 215 k€ : issus des cotisations bio
 - Eq 193 k€ (160 k€ HTVA) -
Financement Campagne européenne
- ➔ env. 700 k€
- ➔ + Enveloppe de 100 k€ : issus du budget PRW 215 "Observatoire de la consommation" : Achat de données GfK + EDM bio 2026





NB : Budget 100% opérationnel - Pas de frais de personnel, ni d'immobilier.

2026 : Cadre et actions



PLAN 2030

Cadre : Le Plan Bio 2030 + Comité de concertation + Engagements en cours

Levier « Monitoring » :   + Rapport « Le chiffres du bio 2025 » + Conférence de presse

Levier « Accompagnement » :  Du 24 au 27 juillet 2026

 Les 27 et 28 septembre 2026

Levier « Promotion » :





Du 6 au 14 juin 2026





PLAN 2030



PLAN 2030

