

Procès-verbal de l'assemblée sectorielle « Grandes Cultures et Pommes de terre » du 21 octobre 2025 – version provisoire

I. Identification du document :

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée sectorielle « Grandes Cultures et Pommes de terre du 21 octobre 2025 - Version provisoire
Responsable de la préparation du document	Mathilde Eck-Isabelle Monnart
Date de publication	
Validé par	Sans objet
Annexe(s)	Liste des participants – page

II. Validation de l'ordre du jour et du PV de l'Assemblée précédente

L'ordre du jour est validé par l'ensemble des participants ainsi que le PV de l'Assemblée qui s'est tenu le 16 juin 2025.

III. Election des représentants pour les filières Grandes Cultures et Pommes de terre

Pour le secteur Grandes Cultures, Charles-Bernard Héger et Olivier Gathy présentent à nouveau leurs candidatures. Pour le secteur Pommes de terre, Olivier Mahieu resoumet sa candidature, Benoit Delcourt ne souhaite pas se représenter mais Bruno Ricker a postulé. Chacun des candidats se présente brièvement. Les participants valident les 4 candidats.

IV. Bilan 2025 et présentation des activités 2026 de l'APAQ-W (par Philippe Mattart et Laetitia Van Roos)

Pour 2025, les actions sectorielles suivantes ont été réalisées :



- La réalisation de portraits de producteurs et acteurs de la filière pomme de terre (frituriste, producteur...), faisant partie de la campagne T'as la Patate et disponibles sur le site taslapatate.be
- La création de capsules video pédagogiques et des micro-trottoir surtout auprès des jeunes afin de répondre à des questions (c'est quoi une patate primeur ?)
- La confection de recettes en travaillant avec des chefs du réseau tables du terroir
- L'élaboration de quizz et de contenus à diffuser sur les réseaux sociaux
- La diffusion d'une video de campagne pour soutenir les pommes de terre locales (Ca, ce n'est pas qu'une patate)
- Des actions de dégustation de pdt dans les gms
- La présence sur des grands salons

Pour les friteries, une campagne spécifique sera diffusée lors de la semaine de la frite (7-14 novembre) incluant des concours, des vidéos, une conférence de presse avec des influenceurs (site internet : lasemainedelafrite.be)

Pour la boulangerie, plusieurs actions ont été réalisées telles que des élections des 100 boulangeries préférées des wallons, des concours, des campagnes presse-TV-radio-RS pour mettre en avant la qualité et le goût (site internet : www.maitre-boulangier-patisserie.be)

Pour les bières, brasseries et l'orge brassicole, mise en en avant de l'orge brassicole local via le site Trinquons local, constitution d'une base de données de brasseurs et autres, participation à des foires.

En ce qui concerne les actions transversales, on peut citer :

- L'observatoire de la consommation contenant des données spécifiques par secteur tant qualitatives que quantitatives (données de ventes, répartition des dépenses par canal de ventes).
- Les outils pédagogiques à disposition sur le site Graines d'agri (carnets, videos, jeux) ainsi que des animations au sein des écoles.
- Des campagnes « Faut pas chercher loin pour bien manger »
- Le site « je cuisine local » qui permet aux consommateurs de trouver des produits locaux

Le budget de promotion 2025 pour le secteur Grandes cultures et Pommes de terre se chiffre à 545.000 euros.

Pour 2026, il est prévu :

- Pour les pommes de terre : continuité de la campagne actuelle (T'as la Patate) jusqu'en mars 2026 et la préparation des prochaines campagnes, développement de nouveaux supports pédagogiques, créations de portraits à diffuser sur le site taslapatate.be et sur les RS de l'APAQ-W, concours, campagnes d'influenceurs et sur RS, recettes
- Pour la boulangerie-pâtisserie : modernisation du site www.maitre-boulangier-patisserie.be et campagne avec la fédération de la boulangerie
- Pour les grandes cultures : soutien aux bières locales, valorisation des pratiques culturelles, travail avec les influenceurs, articles dans les revues Lifestyle



- Pour la semaine de la frite : recherche d'un thème pour 2026 et organisation commune d'une campagne avec la Flandre

Suite à la présentation, les questions suivantes sont soulevées :

- ✓ **Sur le budget 2025 de 565.000 euros, qu'est ce qui vient du fond ?** Le montant représente uniquement les cotisations. Toutes les actions sectorielles sont financées par les cotisations et les actions transversales par la dotation allouée à l'APAQ-W
- ✓ **Est-ce que l'APAQ-W va pouvoir continuer à réaliser des actions si leur dotation est réduite ?** Il est question que le budget des UAP ne soit pas indexé mais c'était déjà le cas précédemment, c'est pourquoi l'APAQ-W s'est tournée vers des financements européens. Pour 2025 et 2026, le financement européen est de l'ordre d'au minimum 1 million d'euros avec à chaque fois 20% qui doit être financé par la région.
- ✓ **Y a-t-il des demandes des écoles pour les brochures Graines d'agri ?** Oui il y a beaucoup de demandes de sorte que l'APAQ-W ne sait pas toujours suivre au niveau des stocks.
- ✓ **Comment communiquent-ils vers les écoles ?** L'APAQ-W fait de la publicité sur la plateforme « Enseignons.be », où les enseignants peuvent trouver tout le matériel pédagogique.

Les producteurs de légumes pour l'industrie déplorent qu'au moment de payer la cotisation, ils doivent justifier ce qu'ils produisent pour l'industrie et fournir les contrats qui y sont liés car pour cette partie ils ne doivent pas payer de cotisation.

V. Points d'actualité

a. Les projets de recherche menés par le CRA-W sur les céréales (par Mathilde Eck-Collège des Producteurs)

Le CRA-W travaille sur des projets de recherche sur la valorisation des blés panifiables et le développement de nouvelles filières (tournesol, moutarde bio, soja, légumineuses) ainsi que sur la réduction des intrants, des variétés plus résistantes, les couverts et associations. Plusieurs projets transversaux concernent les pommes de terre mais aussi des projets plus sectoriels (sélection variétale, lutte contre le mildiou et variétés robustes). Plusieurs outils d'aide à la décision sont également développés.

b) Présentation du projet dialogue agriculteurs-riverains (par Iris Szekely-Collège des Producteurs)

Le Collège des Producteurs a été mandaté sur un projet pour renouer le dialogue entre agriculteurs et riverains dans les communes en Wallonie. L'idée est de créer des espaces d'échange sur des thématiques locales telles que par exemple l'utilisation de produits phytos. Préalablement aux échanges, des rencontres avec des agriculteurs sont organisées et des enquêtes sont envoyées aux riverains des communes intéressées pour tâter le terrain sur les sujets sensibles et ensuite tout le monde se met à la même table. Il en ressort notamment des mesures pour sécuriser les abords d'école, de crèches et autres lieux sensibles. A l'heure actuelle une cinquantaine de communes ont manifesté leur intérêt.



c) Etats généraux de la protection des cultures (par Mathilde Eck-Collège des Producteurs)

Ceux-ci sont organisés par le CRA-W à la demande de la Ministre Dalcq. La séance inaugurale aura lieu le 31 octobre. L'idée est de travailler par filière (7 ont été identifiées) et de réfléchir à comment protéger les cultures à l'heure d'aujourd'hui et dans le futur ainsi que sur l'impact financier et technique sur la production et qui doit prendre à charge cet impact financier.

d) Impact surplus pommes de terre (par Mathilde Eck-Collège des producteurs)

Le cabinet a demandé au Collège de faire le point sur le surplus de pommes de terre en conventionnel et en Bio à l'heure actuelle. Un avis a été rendu avec des données chiffrées. Une réflexion est en cours pour trouver une issue.

VI. Présentation de l'outil Piloter sa ferme (par Sylvain Jessionesse)

Sylvain est un agriculteur basé en France, spécialisé dans les grandes cultures et cofondateur de la sarl Piloter sa ferme. Cette entreprise a été créée il y a 10 ans dans le but d'analyser l'évolution des marchés mondiaux des céréales, des engrais et du carburant et aider les agriculteurs à décider du meilleur moment pour acheter ou vendre et être acteur de ses décisions. Ils ont ainsi développé un outil qui analyse les cotations des marchés mondiaux céréaliers et qui fait le lien avec les exploitations de chaque adhérent en fonction des objectifs et profil de chacun. Ils reçoivent chaque semaine les tendances et les alertes éventuelles de vendre ou d'acheter ainsi qu'un % du volume.

L'outil se base sur 3 repaires : les coûts de production du producteur (quel niveau de prix pour couvrir ses coûts de production), les références de prix d'après l'historique des mois précédents (où se situe le prix de vente aujourd'hui par rapport à avant), la tendance sur le marché. Si on regarde entre 2024 et 2025 la fiabilité des tendances données par leur outil se situe en moyenne à 85 % ce qui démontre que c'est un bon outil. Ils travaillent avec différents partenaires dont le Crédit Agricole.

Sylvain montre quelques exemples de suivi de la plateforme sur le blé, la pomme de terre et les engrais et des alertes communiquées.

A l'issue de la présentation, les questions suivantes sont posées :

- **On parle d'une taxe sur la décarbonation des engrais en janvier 2026 donc il faut acheter pour se couvrir ?** Grâce à l'outil, les recommandations ont été d'acheter des engrais en mai 2025 et pour ceux qui ne l'ont pas encore fait d'acheter de l'engrais maintenant pour couvrir 2026
- **Est-ce que vos outils prévoient une augmentation prochaine du prix du blé ?** Personne ne sait prédire dans les 3 à 6 mois même pas l'outil. L'outil prend la situation à l'instant T et peut prévoir pour les jours suivants avec une fiabilité +/- importante mais pas à longue échéance. Aujourd'hui les marchés mondiaux des céréales sont influencés par le contexte géo-politique mais aussi par les sociétés de fonds de pension qui investissent sur ces marchés.



- **Combien d'agriculteurs en France et Belgique utilisent leur outil ?** Environ 1300 mais il y a aussi des adhérents d'autres pays (Allemagne, Ukraine, Canada...)
- **Combien de personnes travaillent sur les algorithmes de l'outil ?** L'équipe est constituée de 6 personnes mais ils travaillent avec des partenaires spécialisés en data science pour faire évoluer les outils
- **Avez-vous recommandé de vendre la récolte 2025 au 1^{er} août 2025 ?** L'outil a recommandé le 30 juin 2025 de vendre entre 55% et 100 % de la récolte avant la moisson.
- **Combien coûte l'abonnement ?** Ils accompagnent d'abord le producteur à définir une stratégie en compagnie d'un ex-trader et d'autres agriculteurs. Ensuite il y aura un apprentissage de prise en main de l'outil et la possibilité de tester la stratégie adoptée avec un simulateur de marché. Cette journée est facturée 84 euros. Ensuite, ils proposent un accompagnement spécifique pour ceux qui veulent aller plus loin dans le calcul de leurs coûts de production pour chacune des cultures et cela coûte entre 240 et 360 euros. Quant à l'abonnement il y a 4 types : 1) niveau tendance 2) opportunités quand vendre, 3) moment et volume de vente/achat selon une ferme type 4) moment et volume de vente/achat selon sa propre exploitation. Il y a aussi une plateforme pour enregistrer ses ventes qui est connectée aux marchés pour suivre en temps réel ou l'on se trouve en termes de chiffre d'affaires. Enfin, les 2 derniers abonnements permettent d'assister à un point marché mensuel avec l'actualité et la stratégie à adopter. Pour ceux qui ont – de 150 ha de SAU, le tarif de l'abonnement 3 est de 800 euros pour 100 ha, et celui de l'abonnement 4 est de 1000 euros pour 100ha. Pour ceux qui ont plus de 150ha de SAU, cela coûtera 1500 euros pour l'abonnement 3 et 1800 pour l'abonnement 4. Une réduction est accordée aux producteurs participants à l'assemblée.
- **Que penser des autres organismes qui utilisent des outils plus techniques tels que des call et des put ?** 85% de leurs utilisateurs ne vendent que du blé, colza, orge soit du physique, et n'utilisent pas les call et put. 10% utilisent des call et des put mis à disposition par leur coopérative ou négociants ou ils les achètent via un compte à terme et 5% de leurs abonnés ont un compte à terme. Les call et put sont des outils de gestion du risque pris (assurance contre un risque de baisse de prix pour garantir un prix sans être obligé de livrer le physique derrière), ce n'est cependant pas une obligation pour commercialiser, c'est un outil supplémentaire pour gérer le risque revenu.
- **La courbe montrée pour les pdt concerne la pdt industrielle ou de table ? Est-ce que dans votre analyse, vous intégrez les marchés mondiaux de la frite surgelée ?** Uniquement industrielle, car c'est un marché directeur pour tout le secteur. Avec le développement de leur outil, ils vont probablement faire des analyses d'autres marchés. Aujourd'hui ils analysent 50 marchés.



Liste des participants

DEWULF	Baudouin
GALET	Benoit
GRAMMEN	Yves
HEGER	Charles Bernard
HOUSEN	Claire
LE MAIRE	Olivier
LEBRUN	Pierre
MAHIEU	Olivier
MATHIEU	Michel
MATTART	Philippe
PONCELET	Amaury
RENKENS	Benoit
RICKER	Bruno
ROSMEULEN	Jean Luc
VAN ROOS	Laetitia
VAN VYNCKT	Yvan