

Procès-verbal de l'assemblée sectorielle « Horticole Comestible » du 13 novembre 2025 – version définitive

I. Identification du document :

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée sectorielle « Horticole Comestible » du 13 novembre 2025 - Version définitive
Responsable de la préparation du document	Mathilde Eck-Isabelle Monnart
Date de publication	
Validé par	Sans objet
Annexe(s)	Liste des participants

II. Validation de l'ordre du jour et du PV de l'assemblée sectorielle du 31 mars 2025

L'ordre du jour est validé par les participants présents ainsi que le PV de l'assemblée sectorielle précédente du 31 mars 2025.

III. Election de nouveaux représentants

Le Collège des producteurs est composé de 4 représentants par filière. Tous les 18 mois, les mandats de 2 représentants sont remis en jeu lors d'élections. A cette occasion, Alain Dirick confirme son souhait de renouveler son mandat tandis que Laurent Streel a atteint le quota maximum de mandats et il sera remplacé par Bernard Deconinck. Celui-ci se présente à l'assemblée en tant que producteur de fraises, asperges, tomates et autres légumes en vente directe.



IV. Promotion : bilan 2025 et nouvelles actions pour 2026 (par Laetitia Van Roos et Anne Sophie Lois de l'APAQ-W)

Un récapitulatif des **actions 2025** menées pour le secteur horticole comestible est présenté à l'assemblée :

- Participation au lancement des saisons des Fraises et des Asperges de Wallonie
- Création de contenus pour les RS et de recettes de cuisine avec produits de saison pour #jecuisinelocal avec la participation d'influenceurs
- Réalisation de 5 portraits de producteurs sous forme de vidéos pour diffusion sur les RS. Les vidéos apparaissent aussi comme publicités YouTube lorsque les utilisateurs visualisent des contenus divers en lien avec l'alimentation et les fruits et légumes.
- Organisation d'un business club en collaboration avec le Collège avec le célèbre maraîcher québécois Jean-Martin Fortier
- Week-ends de dégustations en GMS (452 dégustations).

Au niveau viticole, des actions ont aussi été menées :

- Développement du concept « Trinquons local » avec plusieurs campagnes (portrait de producteurs ou présentation de produits) + actions croisées (bière et vin, vin et fromage) + travail au sein des restaurants Table de Terroir pour présenter les vins locaux.

Au niveau transversal, d'autres actions sont menées :

- Dans le cadre de l'Observatoire de la consommation, des études sont réalisées dans les différents secteurs (données quantitatives et qualitatives).
- Sur le volet pédagogique, la demande est importante et l'APAQ-W met à disposition plusieurs outils à destination des enseignants.
- Enfin, des animations sont réalisées dans les écoles par le biais de sous-traitants.

Pour 2026, les actions prévues sont :

- 1) appel à projet avec la France et la Hongrie dans le cadre d'un financement européen sur 3 ans pour un budget de 118.000 euros dont 94.000 euros financés par l'Europe
- 2) Actions médias (micro-trottoir consommateur pour orienter les questions sur la consommation en fruits et légumes)
- 3) Accompagnement d'un producteur toute une journée afin de montrer ce qu'est son travail (VLOG)
- 4) Dégustations en GMS et points de vente
- 5) Nouveaux supports pédagogiques et ré-impression de supports existants
- 6) Visites de classes au CTH
- 7) Soutien de l'image du métier au niveau des formations
- 8) Organisation d'Hortifolies
- 9) Soutien aux manifestations directes + actions pour le secteur viticole

Le budget total pour ces actions avoisine les 199.000 euros avec 100.000 euros provenant des cotisations du secteur horticole + 10.000 euros des cotisations du secteur viticole + financement européen du programme Fresh action. A cela s'ajoute le budget transversal qui permet aussi de mettre en avant le secteur.



A la suite de la présentation, quelques questions sont soulevées :

- **Il y a beaucoup d'actions dans les écoles mais c'est peut-être mieux qu'ils se rendent dans une ferme maraîchère ?**
 - Il y a des visites prévues au CTH pour les écoles et l'APAQ-W peut intervenir dans le transport.
 - Il faut voir si des producteurs seraient intéressés d'accepter des visites d'école car en termes de sécurité et de disponibilité, ce n'est pas toujours facile.
 - L'APAQ-W prévoit lors de la prochaine édition d'Hortifolies d'inviter les écoles et communes le lundi avec des activités organisées au CTH.
 - De même lors des journées fermes ouvertes organisées en juin, cela correspond aux jours blancs dans les écoles, on pourrait voir si elles pourraient accueillir des écoles le vendredi.
- **Est-ce que la distribution des fruits et légumes dans les écoles se poursuit ?**
 - Oui cela fait partie d'un programme européen dont le lait fait aussi partie. Il y a un grossiste spécialisé dans la livraison aux écoles qui va chercher chez des producteurs locaux et fournit les cantines.
- **Quel est le budget du Vlaam au niveau de la communication sur les fruits et légumes et quel est le budget de BelOrta ?**
 - L'APAQ-W ne connaît pas le budget du Vlaam pour les fruits et légumes.
 - Il est à noter que d'un point de vue historique, la perception de la cotisation se fait différemment selon les secteurs. En Flandre, pour les fruits et légumes, la perception se fait au niveau des Criées, l'argent est donc versé à la Flandre que les produits soient vendus par des producteurs wallons ou flamands. L'APAQ-W est en train de discuter avec le Vlaam pour revoir ce système de versement des cotisations.
 - BelOrta est une Criée. Leur budget est constitué d'un % du chiffre d'affaires de chaque producteur adhérent qu'il soit wallon ou flamand.
- **Il est nécessaire d'actualiser la pyramide alimentaire au sein des écoles car l'ancienne version est encore utilisée alors qu'elle n'est plus à jour (les diététiciens et nutritionnistes suggèrent des modifications de l'importance de certains groupes)**

Quelques suggestions sont apportées par les producteurs :

- **Dégustations et découvertes des produits wallons :**
 - Les producteurs demandent que l'APAQ-W mette davantage en avant le savoir-faire wallon et les qualités gustatives des produits développés en Wallonie. En effet, les GMS ne peuvent mettre des nouveaux produits en rayon que si elles retirent un autre produit car la place est limitée. Le consommateur ne va pas acheter un produit qu'il ne connaît pas sauf si des dégustations sont proposées.
- Certains sont convaincus qu'il faut **négoier avec les acheteurs des centrales d'achat** des GMS car cela permet d'écouler de plus grands volumes. Si on n'est pas capable de livrer l'entièreté du volume, il faut s'arranger à quelques producteurs pour livrer le volume demandé. De plus, le consommateur sera peut-être plus attentif sur des produits locaux qui sont présentés en grosse quantité.



- Le canal des franchisés ne permet d'écouler que de petits volumes et souvent les produits de la centrale sont favorisés car ils sont livrés du jour au lendemain.
- D'autres pensent qu'il est préférable de s'adresser aux chefs de rayon des franchisés car vu la guerre des prix exercée entre eux, ils peuvent se différencier en s'approvisionnant en produits locaux que d'autres n'auront pas.

V. Recherche en Horticulture Comestible en Wallonie (par Camille Herben de Wasabi 2.0-présentation en annexe).

Une liste non exhaustive des projets de recherche menés en Wallonie en lien avec l'horticulture comestible est présentée par Camille Herben de l'IIS Wasabi 2.0. Les projets évoqués sont principalement réalisés au CRAW, à l'ULiège Gembloux AgroBioTech, à l'UCLouvain (plus spécifiquement dans l'équipe SYTRA).

➤ Projets menés par l'ULiège, Gembloux AgroBioTech :

- Plateforme WASABI, 5 hectares avec SPIN farming, buttes permacoles, serre agrivoltaïque, tunnel, agroforesterie.
- 14 projets de recherche sont en cours grâce à ces infrastructures. Quelques résultats sont déjà observés comme le fait que la culture en serre standard est meilleure que celle sous serres couvertes de panneaux ou que les consommateurs préfèrent le goût de laitues produites en système aquaponique que celui des laitues pleine terre.

➤ Projets menés par le CRA-W

- Plateforme SYCMA : 4 systèmes de culture en maraîchage biologique sont expérimentés depuis 2020 avec des objectifs de rentabilité des cultures, réduction des intrants, fertilité du sol, et résilience des systèmes.
- Des partenariats sont aussi en cours pour développer la sélection et la multiplication de semences potagères (projet Semence d'ici) ou rendre les cultures de fruits et légumes plus résilientes face au changement climatique (Projet interreg « Réfléchi).
- Projet RELOAD : une collaboration avec le CIM a pour but de développer des outils d'aide à la décision pour prévenir des maladies précoces et ravageurs.
- D'autres projets sont liés aux questions de l'eau, azote ou sur les fruits



➤ **Aux Fermes universitaires de LLN :**

- Plateforme de 100 hectares de cultures et 41 ares de maraichage diversifié.
- 54% des terres sont en agriculture biologique.
- Ils travaillent plus sur la transition par rapport au changement climatique, à la diminution d'intrants, l'impact des pratiques sur les sols et services écosystémiques, la viabilité/l'autonomie des fermes, l'impact des couverts en maraichage.

Les différents Centres Pilotes mènent aussi de nombreux essais (variétaux, phytotechniques...)

Après cette brève présentation, il est demandé aux producteurs présents d'identifier leurs priorités dans les thèmes de recherche abordés. Les suggestions sont les suivantes :

- Relancer un projet de robotisation (ex : désherbage) à l'aide des avancées technologiques telles que l'IA
- Consulter les projets de recherche en cours dans les autres pays pour mieux cibler ce qu'il manque et mutualiser les résultats.
- Diffuser les résultats des recherches menées vers les producteurs car ceux-ci n'ont pas le temps d'aller voir sur chaque site de centre de recherche et prendre contact avec chaque responsable pour avoir plus d'informations. Organiser une journée par profession pour présenter les recherches menées tant vis-à-vis des producteurs que du secteur privé qui peut ensuite investir dans certains développements. Cela permettrait aussi aux chercheurs d'avoir un retour du terrain

FORMATION

A côté des recherches, l'IIS Wasabi 2.0 et le Collège des Producteurs travaillent également au niveau de la formation car on constate que la filière horticole est en perte de vitesse au niveau du % de fréquentation au sein des écoles. A cet effet une réunion a eu lieu entre différents acteurs du secondaire technique et professionnel, les hautes écoles et universités et la formation continue.

L'idée est de relancer la formation horticole en la rendant plus attractive et définir un plan d'actions pour attirer plus de personnes vers ce métier. Le focus a été mis sur certaines filières plus impactées telles que le maraichage, la fruiticulture, l'arboriculture, la floriculture, l'agriculture urbaine.

Un premier état des lieux de l'évolution des inscriptions a été réalisé afin de mesurer l'impact des actions qui seront menées. Le tout est présenté à l'assemblée.

Parmi les actions envisagées, plusieurs relèvent de la communication car il est important que toutes les structures de formation portent un message commun et homogène auprès d'un public non initié. Un travail de définition de l'horticulture, du maraicher et de l'ouvrier horticole a été réalisé et présenté pour avis aux producteurs présents.

Les suggestions suivantes sont émises :



Définition de l'horticulture :

- Le terme Ecologie ne devrait pas être mentionné.
- La contribution à une autonomie alimentaire n'est possible que si les produits locaux sont présents en GMS et que les consommateurs les achètent à un prix qui est parfois plus cher que les produits provenant de l'étranger.

Définition du maraîcher et de l'ouvrier horticole :

- La notion de dégagement de revenus n'est pas réaliste surtout la 1ère année et c'est sans compter l'accès aux terres. L'investissement limité et des cycles courts permettent de ramener de l'argent plus rapidement
- Le travail en horticulture ne consiste pas juste à semer des graines, il y a un gros travail d'entretien par tout temps, d'administratif qui est considérable, il faut que les personnes désireuses de se lancer soient bien conscientes de cela
- Se lancer rapidement avec peu de moyens c'est correct
- Il faut parler davantage de ce métier en termes de valeur

D'autres suggestions sont émises comme l'idée de revaloriser le métier au niveau économique afin de pouvoir en vivre, proposer un parrainage à des gens qui veulent découvrir le métier avant de se lancer seul, insérer le volet commercialisation et marketing dans les modules de cours.

VI. Points d'actualité de la filière (par Mathilde Eck, Collège des Producteurs)

a. Etats généraux de la protection des cultures

Mathilde informe qu'à la demande de la Ministre Dalcq, le CRA-W a lancé les Etats Généraux de la Protection des Cultures. Suite à cela, 9 groupes filières ont été identifiés dont le maraîchage et petits fruits, l'arboriculture, la production de légumes plein champs.

b. Annulation dispense partielle précompte professionnel

Suite à une décision de la Cour Constitutionnelle d'annuler la dispense partielle de précompte professionnel accordée au secteur maraîcher et fruitier de verser un précompte professionnel pour les saisonniers, une réunion entre producteurs et un cabinet d'avocats spécialistes est prévue le 13 novembre. Celui-ci présentera son point de vue quant aux chances d'aboutir en justice à un accord. Si la décision de la Cour Constitutionnelle devait être maintenue, cela mettrait à mal certains producteurs qui devraient rembourser de grosses sommes. La FWH et le CIM suivent de près le dossier.

c. Label Prix Juste Producteur



Mathilde rappelle que le Collège a développé le Label Prix Juste Producteur qui garantit au consommateur que le producteur à l'origine de la matière première. Le label répartit ses exigences selon 15 critères qui concourent à établir de bonnes relations commerciales entre les producteurs et les premiers acheteurs. Parmi ces critères, les producteurs doivent notamment garantir l'origine locale des produits et assurer la traçabilité des matières premières. Ceux qui sont labellisés peuvent apposer un logo sur leurs produits ce qui permet au consommateur de mieux les repérer et d'acheter en connaissance de cause.

VII. Fruits et légumes en GMS : où en sommes-nous aujourd'hui ? (par Mathilde Eck - Collège des producteurs)

Suite à la visite en matinée organisée par le Collège des Producteurs au Delhaize de Verlaine et aux discussions avec les gérants du magasin et les cheffes du rayon Fruits et Légumes, Mathilde poursuit sur le sujet. Elle présente des chiffres sur la répartition des magasins et parts de marché, la consommation et actes d'achats en fruits et légumes et le positionnement ainsi que les spécificités des magasins.

Répartition des magasins : Au niveau de la Belgique, le total des enseignes est de 3700 magasins sur tout le territoire, ce qui fait 1 magasin pour 1400 ménages. La Belgique occupe la 3^{ème} position en termes de magasins par habitant et c'est le pays où l'on a le plus de mètres carrés de grandes surfaces/habitant. Cela se traduit par une guerre des prix entre GMS et une perte de fidélisation des clients. Au niveau des enseignes, c'est Delhaize qui possède le plus de magasins, suivi par Carrefour et puis Colruyt

Part de marchés : Colruyt occupe la 1^{ère} position avec 26.6% de parts de marché, suivi par Delhaize à 24.3 % et Carrefour à 13.2%. Entre 2023 et 2024 c'est Intermarché qui a fait la plus grosse augmentation des parts de marché soit 10% grâce à l'acquisition des Mestdagh mais aussi par une bonne performance de ses magasins, Delhaize a fait plus de 10% après la franchisation. En 2024 Colruyt a acquis les Smatch et Match et les Déli-traiteurs tandis que Delhaize a acquis les Louis Delhaize.

Au niveau consommation et actes d'achat : entre 2016 et 2020, +/-40-43 kg de fruits et légumes ont été consommés par habitant par an avec un pic en 2020 au moment du covid car les autorités poussaient à consommer plus de fruits et légumes pour booster son immunité et puis les chiffres sont redescendus au niveau avant covid. Si on additionne les volumes de fruits et légumes consommés par habitant/an, on se situe à +/-100kg/personne/an alors que le Conseil Supérieur de la Santé préconise 200Kg/personne/an. Au niveau des dépenses en fruits et légumes, si on interroge les consommateurs, ils estiment acheter entre +/- 200-240 euros/mois en fruits et légumes mais ce sont des déclarations et non des chiffres avérés.

Pour les actes d'achat en fruits, il y a +/- 50% réalisés en GMS et 15 à 20% en hard discount. Au niveau de la ferme, on observe une légère augmentation des achats entre 2016 et 2023 de +1.94%



et en hard discount de +4.04% au détriment des supermarchés (-8.13%). Si on regarde en volume, les tendances sont les mêmes.

Pour les actes d'achat en légumes, 50% d'actes d'achats se font en supermarché, 20% en Hardiscount. L'augmentation des achats en ferme est plus nuancée (+0.63%) et en hard discount (+1.36) pour une perte de 5% en supermarchés

Au niveau du positionnement : les enseignes sont classifiées selon 3 catégories : supermarchés classiques (Carrefour, Delhaize, Intermarché, Spar), discounters (Aldi, Lidl, Colruyt, Okay) et les supermarchés de proximité. Mais du point de vue du consommateur, les magasins Colruyt se situeraient plus dans la catégorie supermarché classique. Les spécificités de chaque magasin sont présentées selon leurs parts de marchés, positionnement, nbre de magasins, statut (franchisés/intégré), initiatives notables. Carrefour a quelques démarches telles que la filière qualité carrefour et le carrefour circuit court. Pour les Lidl, si un producteur local veut livrer, il faut pouvoir approvisionner 120 magasins. Il faut noter que c'est le 2ième plus gros vendeur de légumes en Belgique.

Mathilde a établi un comparatif d'un panier de fruits et légumes et quelques autres produits dans les différentes enseignes en regardant les prix pratiqués pour la marque de distributeur. Globalement, les prix sont assez alignés mais pour un panier total (hors chicon car pas présent chez Lidl), c'est Aldi qui est un peu plus cher et Colruyt qui est un peu moins cher. Ce peu de différence prouve encore que les supermarchés se font bien la guerre des prix.

A l'issue de la présentation, quelques questions sont soulevées :

- Est-ce que les chiffres exposés sont relatifs à l'achat de fruits et légumes frais ou les préparations sont comprises dedans ? Non uniquement le frais
- Quelle était l'origine des produits des marques distributeurs ? La plupart sont d'origine belge.

Les producteurs présents seraient intéressés d'avoir un suivi mensuel de l'origine et du prix des produits afin de voir où les magasins se fournissent, quelle part de produits belges sont achetés par rapport à ceux qui viennent de l'étranger et voir comment les produits locaux sont mis en avant. Cela leur permettrait de se positionner par rapport aux autres pays. Mathilde a commencé un suivi pour les pommes de terre et les oignons vu les stocks importants de pdt et un message a été porté auprès des GMS pour les inciter à s'approvisionner davantage en produits belges afin d'aider à éliminer ce surstock. Il est très difficile d'estimer la part de produits belges présents en GMS, cependant si on dispose des volumes présents par produit, on pourrait comparer par rapport aux surfaces de culture et estimer ce %.



Liste des personnes présentes

HERBEN	Camille
CORNET	Paul
DECONINCK	Bernard
DEVILLERS	Caroline
DEWULF	Charles
DEWULF	Baudouin
DIRICK	Alain
DUBOIS	Henri
FLAMAND	Alexandre
GEERAERTS	Thomas
JANSSENS	Ingrid
LEMAIRE	Olivier
LECLERC	Georges
MICHELS	Francois
NIEUS	Clément
OLIVIER	Claire
PATTE	Bernard
PEREZ RUIZ	Alvaro
SCHRIJNEMARKERS	Jean Jo
STREEL	Laurent
THIRY	Philippe
WARNIER	Olivier