



BIOWALLONIE

L'impact du COVID-19 sur le secteur bio wallon

Date de parution: 20 mai 2020

Enquête réalisée entre le 24 avril et le 18 mai 2020

Auteurs: Ariane Beudelot, Raphaël Boutsen, Stéphanie Chavagne,
Sophie Engel, Mélanie Mailleux, Bénédicte Henrotte, Loes Mertens



Nous remercions chaleureusement l'ensemble des participants à cette enquête.
À tous ceux qui ont accepté nos appels, nos questions ;
À tous ceux qui ont enrichi notre analyse de leurs vécus,
de leurs idées et expériences personnelles ;
À tous ceux qui nous ont transmis leurs savoirs et pour tous vos commentaires ;
Merci.

Cette étude a pour but d'être diffusée le plus largement possible
en vue de relater le vécu des acteurs bio pendant la crise COVID-19.

Au-delà des impacts économiques

De nombreux acteurs bio ayant participé à cette enquête nous ont confié la difficulté humaine, psychologique et physique, de travailler durant cette crise sanitaire. Travaillant dans un secteur essentiel, chacun d'entre eux a continué à travailler en innovant pour s'adapter à toutes les nouvelles contraintes. Nous-mêmes, en rédigeant cette enquête, nous vivons les contraintes liées à cette situation sans précédent. Aucun des acteurs qui ont répondu à nos questions n'a évoqué un cas de coronavirus dans son entourage, néanmoins, nous savons que le secteur bio a été endeuillé par le virus. Dès lors, même si cette étude se concentrera sur l'impact économique de la crise et les réactions afférentes, nous savons que cette crise relève de plusieurs facettes toutes aussi importantes.

Table des matières

QUI EST BIOWALLONIE ?	4
CONTEXTE DE CETTE ENQUÊTE	4
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE	6
Les agriculteurs bio	6
La situation économique	6
L'évolution des ventes par canaux de vente	7
Les produits en pénurie ou manque d'approvisionnement	13
L'adaptation au travail et les heures supplémentaires	13
Les transformateurs bio	14
Situation économique générale	14
L'évolution du prix des matières premières	16
Les distributeurs	16
Les points de vente bio	17
La situation économique des magasins bio	17
Le comportement des ventes	20
L'approvisionnement des magasins bio	21
L'impact de la crise par filière	22
La filière céréales	23
La filière laitière	23
La filière viande	24
La filière œufs	26
La filière légumes	27
La filière fruits	27
LE BIO D'APRÈS COVID	27
NOUS CONTACTER	28

MÉTHODOLOGIE

L'enquête relève de deux sources :

- Une enquête transmise via email, sous forme de formulaire à l'ensemble des producteurs, transformateurs, points de vente et distributeurs certifiés bio en Wallonie et à Bruxelles. Le panel se compose de 2.756 contacts. Cependant, seulement 1.984 adresses email sont connues par l'équipe de Biowallonie. Dès lors, l'enquête a été envoyée à ces 1.984 contacts. L'enquête en ligne s'est déroulée entre le 23 avril et le 4 mai 2020. Le taux de réponse équivaut à 5,79 % car nous disposons de 69 réponses d'agriculteurs, 23 transformateurs, 17 points de vente, 6 distributeurs, soit un total de **115 répondants**.
- Une enquête qualitative a été réalisée à la suite de l'analyse des données quantitatives. Elle s'est déroulée sous forme d'appels téléphoniques, entre le 11 mai et le 14 mai 2020. Au total, ce sont **53 personnes** qui ont été contactées, dont 32 agriculteurs, 15 transformateurs, 3 acteurs liés à la vente, 2 distributeurs et une coopérative citoyenne de distribution. Leurs témoignages sont transmis à travers les différents points de l'enquête. Ils permettent de détailler les informations relayées dans l'enquête quantitative.

QUI EST BIOWALLONIE ?

Biowallonie est la structure d'encadrement professionnel du secteur bio wallon. Financée par la Région Wallonne, l'asbl travaille entre autres à la réalisation d'enquêtes sectorielles. A travers cette

enquête, Biowallonie tente de soutenir le secteur bio wallon en analysant en détails l'impact de la crise du COVID-19 et des mesures de confinement sur les professionnels du secteur bio excepté l'HoReCA.

CONTEXTE DE CETTE ENQUÊTE

La pandémie de COVID-19 est une pandémie d'une maladie infectieuse émergente, appelée la maladie à coronavirus 2019 (COVID-19), provoquée par le coronavirus SARS-CoV-2. Elle apparaît le 17 novembre 2019 dans la province de Hubei (en Chine centrale), et plus précisément dans la ville de Wuhan, puis se propage dans le monde entier.¹

Depuis le 13 mars dernier, de nombreuses mesures ont été prises afin d'éviter ou du moins atténuer la propagation du virus au sein du pays. La Belgique a fermé ses frontières à tout déplacement « non essentiel », en revanche le trafic du fret et des camions est resté autorisé. Voici un résumé des actions posées par notre gouvernement².

¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Pandémie_de_COVID-19

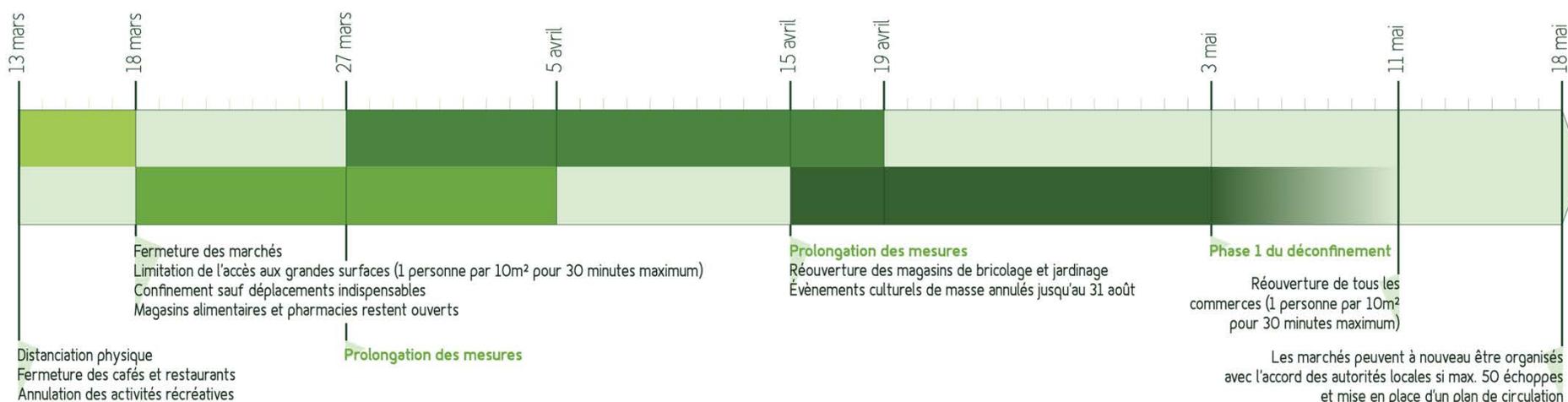
² <https://economie.fgov.be>

- **Dès le vendredi 13 mars :** renforcement du dispositif existant par des mesures additionnelles de distanciation sociales :
 - annulation des activités récréatives, peu importe leur taille et leur caractère public ou privé ;
 - fermeture des cafés et restaurants ;
 - les commerces restent ouverts la semaine sauf le weekend. Les magasins d'alimentation et les pharmacies restent ouverts normalement.
- **Dès le mercredi 18 mars à midi jusqu'au 5 avril :** les citoyens sont tenus de rester chez eux sauf pour les déplacements indispensables
 - seuls les magasins alimentaires, les pharmacies, les magasins d'alimentation pour animaux et les librairies restent ouverts ;
- l'accès aux grandes surfaces sera régulé, avec un accès limité à un nombre précis de clients (1 personne par 10m² et une présence de 30 minutes maximum) ;
- les marchés de plein air sont fermés. Les échoppes de nourriture sont autorisées uniquement où elles sont indispensables.
- **27 mars :** mesures prolongées jusqu'au 19 avril.
- **15 avril :** mesures prolongées jusqu'au 3 mai mais réouverture des magasins de bricolage et jardineries. Aucun évènement de masse tels que festivals ne pourront être organisés avant le 31 août inclus.
- **Dès le 11 mai :** réouverture des commerces (1 client par 10m² et une présence de 30 minutes maximum). Les excursions et les activités touristiques demeurent interdites. Les rassemblements restent également interdits. Pas de reprise des marchés. Seuls les

marchands ambulants isolés sont autorisés par les autorités locales aux emplacements habituels. Les cafés, bars, restaurants et lieux festifs, récréatifs, culturels et touristiques restent fermés.

- **Dès le 18 mai :** les marchés peuvent à nouveau être organisés avec l'accord des autorités locales et avec maximum 50 échoppes et la mise en place d'un plan de circulation. Toute manifestation à caractère culturel, sportif, touristique et récréatif reste interdite jusqu'au 30 juin. Les cafés, bars, restaurants et lieux festifs, récréatifs, culturels et touristiques restent fermés.

À l'heure de la deuxième phase du déconfinement, alors que la crise est toujours en cours, l'objectif de cette étude est d'analyser les impacts d'une telle crise sur la situation économique des acteurs du secteur bio mais également sur les éventuelles pénuries de produits bio.



RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

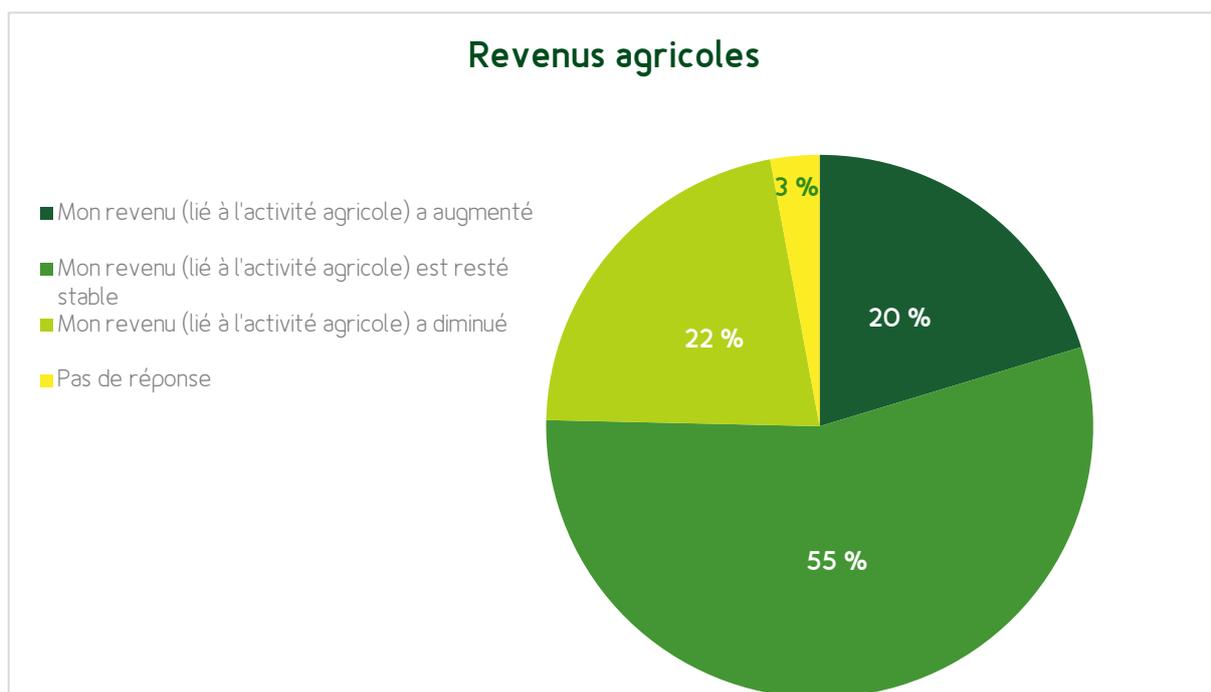
Les résultats économiques des acteurs bio wallons sont inédits. Nous allons évoquer des tendances générales recueillies parfois très positives, parfois stables. Néanmoins, il ne faut pas faire des généralités, certains secteurs et certains débouchés sont fortement impactés négativement par la crise du COVID-19. Nous veillerons à partager leurs réalités à travers les différents graphiques et témoignages que vous allez découvrir.

Les agriculteurs bio

69 producteurs bio ont répondu à l'enquête sur les 1.824 agriculteurs bio que compte la Wallonie fin décembre 2019 (soit 3,8%).

La situation économique

Trois quarts des agriculteurs répondants ont un revenu agricole stable ou à la hausse depuis le 13 mars. Cependant, selon le type de débouchés, nous constatons des différences au niveau de l'impact des contraintes de la crise COVID-19 sur la situation financière des agriculteurs bio.



69 répondants

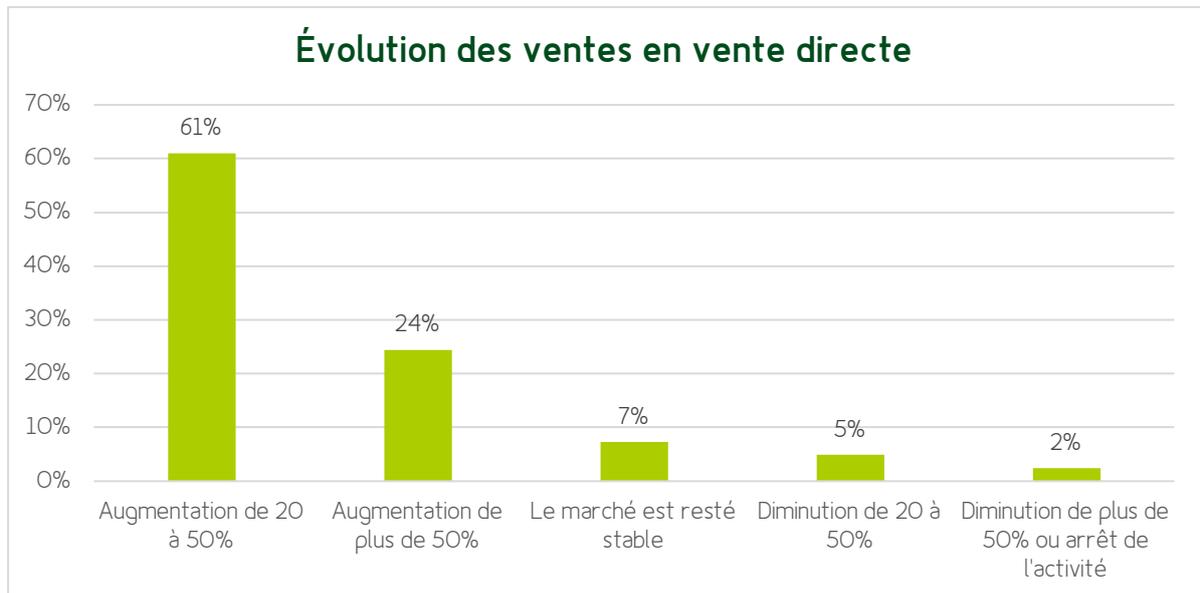
L'évolution des ventes par canaux de vente

Le cas de la vente directe

Les acteurs ayant connu les plus grandes augmentations dans leurs ventes (pour certains du jamais vu) sont les acteurs proposant de la vente directe au consommateur final. Ainsi 8 producteurs sur 10 proposant ce type de vente ont augmenté leurs ventes sur ce canal. Une augmentation de 20 à 50 % pour 6 fermiers sur 10 et de plus de 50 % pour 2 fermiers sur 10.

Harry Raven est l'un d'entre eux. Éleveur bovin viandeux dans la région de Francorchamps, il nous a confié son témoignage.

Harry Raven (Élevage du Mont des Brumes – Stavelot) : *La vente de colis de viande de bœuf et de veau sous la mère sur l'exploitation a explosé. Surtout les premières semaines du confinement où les clients achetaient de gros colis de 20 kg de viande. Une quinzaine de nouveaux clients ont commandé des colis.*



41 répondants

La vente directe se pratique de différentes façons, soit sur l'exploitation, via des livraisons, via de la vente en ligne, via colis, via paniers. Les modalités de ventes ont été adaptées au cas par cas pour répondre aux exigences sanitaires.

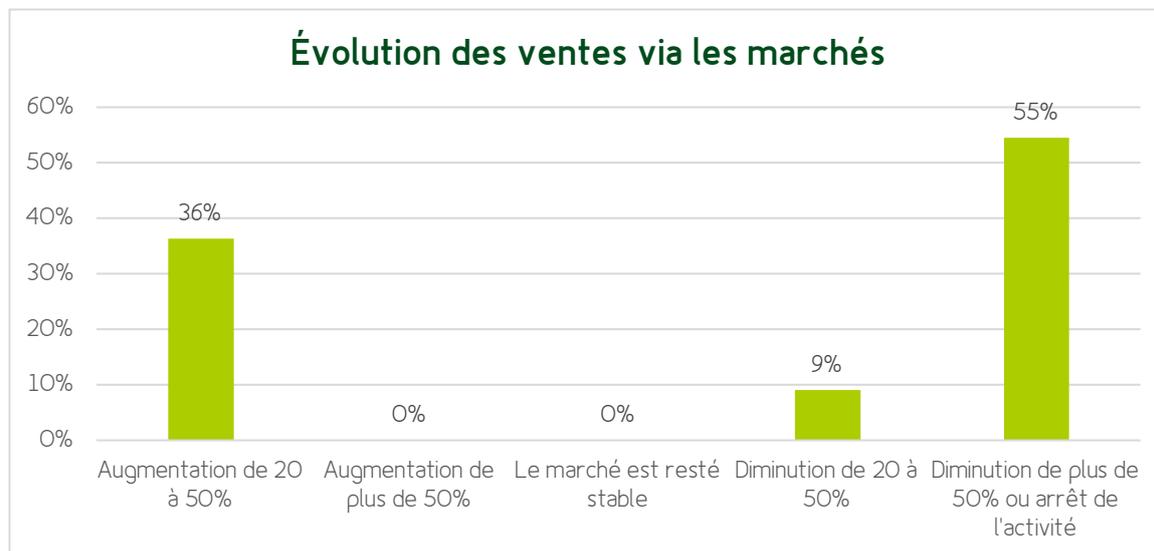
Voici aussi le partage d'expérience de la ferme des Bleuets proposant notamment des œufs à la vente dans leur magasin à la ferme.

Fabienne Schmit (Ferme des Bleuets – Messancy) : *Nous avons mis en place un système de rendez-vous, uniquement avec nos clients habituels, avec obligation du port du masque. Ceci marche très bien, les clients restent plus longtemps dans le magasin et achètent plus d'œufs mais aussi d'autres produits. Au début du confinement, les clients se sont rués sur les œufs et la farine donc nous avons rationné le nombre d'œufs par client. Notre chiffre d'affaire est 1 fois et demie supérieur. En revanche, ce nouveau système sur rendez-vous a augmenté notre temps de travail (de 40h/semaine à 60 h/semaine).*

Pierre-Marie Laduron (De la Fleur eu Fruit – Warsage) : *Au niveau du magasin à la ferme, je constate une augmentation du nombre de clients. Selon moi, je devrais garder 2 à 3 % des nouveaux clients après la crise. Ce sont les statistiques observées après des crises telles que la crise de la dioxine ou du fipronil.*

L'impact de l'interdiction des marchés

L'interdiction des marchés a touché de plein fouet le secteur bio. Le graphique nous informe que 55 % des répondants vendant via des marchés ont connu soit l'arrêt de leurs ventes ou une diminution de celles-ci de plus de 50 %. Dans 36 % des cas, les acteurs ont pu rebondir, en trouvant des diversifications nouvelles. Benoit Redant, maraîcher, est l'un d'entre eux.



11 répondants

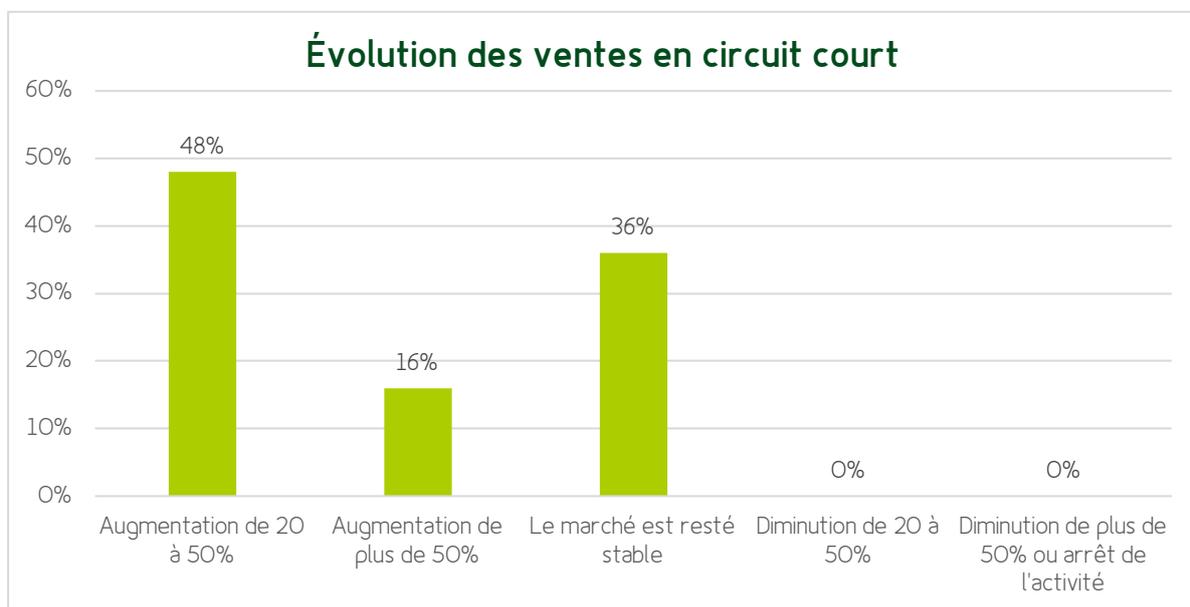
Benoît Redant (As veyou l'poré? - Ohey): *Je vends d'ordinaire l'entièreté de ma production sur 2 marchés hebdomadaires. Suite à la suppression des marchés, je me suis réorganisé pour vendre ma production à la ferme. Une majorité de ma clientèle a suivi et nous avons accueilli de nouveaux clients locaux. Moins de clients in fine mais de plus gros paniers. Ce qui*

m'a permis de dépasser légèrement mon chiffre d'affaire. Nous avons organisé un système de commande pour que les clients viennent chercher leur panier à des moments différents dans la journée. Nous produisons aussi un peu de farine, que nous avons dû compléter avec la farine du Moulin de Ferrières pour répondre à la demande.



La vente en circuit court

La vente en circuit court chez un autre producteur ou via une coopérative de vente est une variante du circuit court qui a connu une expansion très importante. 48 % ont noté une augmentation des ventes de 20 à 50 % et 16 % déclarent une augmentation de plus de 50 %.



25 répondants

La vente en circuit court chez un autre producteur ou via une coopérative de vente est une pratique largement répandue en agriculture biologique. Cette solidarité entre les acteurs permet d'étoffer les étals des uns et des autres. Les coopératives de distribution, dans une logique territoriale, proposent souvent des produits d'acteurs bio et non bio comme c'est le cas pour HesbiCoop.

HesbiCoop est un exemple de coopérative de distribution de produits alimentaires, en circuit court sur le territoire de la Hesbaye. Elle est composée de 11 points de r'Aliment. Nous avons recueilli leur témoignage ainsi que celui de Frédéric Jadoul, maraîcher et membre de la coopérative de distribution Agricover, située à Gembloux.

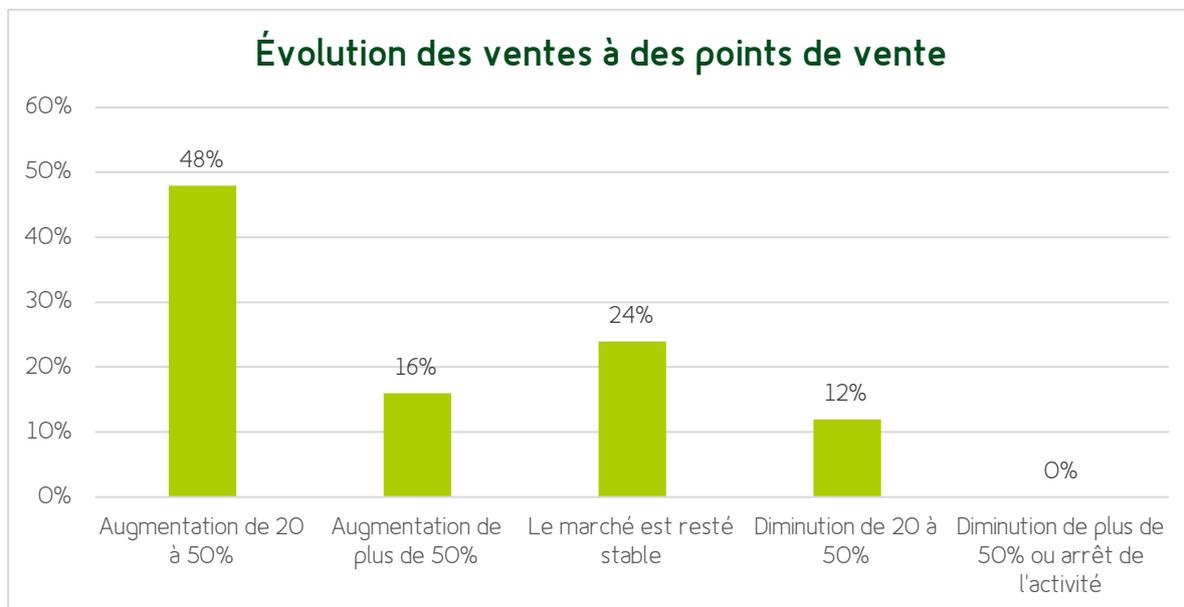
Michel Lecomte (Hesbicoop - Faimes) : *Avec la crise du coronavirus, les commandes au sein de la coopérative ont quasiment triplé.*

Frédéric Jadoul (Agricover - Eghezée) : *Je livre la coopérative et tiens un de ses comptoirs à Eghezée. Cela n'arrête pas, de nouveaux consommateurs passent la porte. A la question « cela va-t-il durer ? », nous en saurons plus dans 3 mois. Cette semaine du 11 mai, nous voyons déjà une légère diminution des commandes par e-commerce.*

Quand les producteurs vendent via des magasins en direct

La plupart du temps, les producteurs livrent des intermédiaires (les grossistes par exemple) qui livrent ensuite les points de vente. Dans certains cas, les producteurs bio se différencient et vendent en direct aux magasins bio ou aux commerces de proximité.

Les producteurs en relation commerciale directe avec les magasins de proximité ou magasins bio témoignent de ventes en augmentation comme le montre le graphique ci-dessous et comme le partage Harry Raven, notre éleveur de Francorchamps.



25 répondants

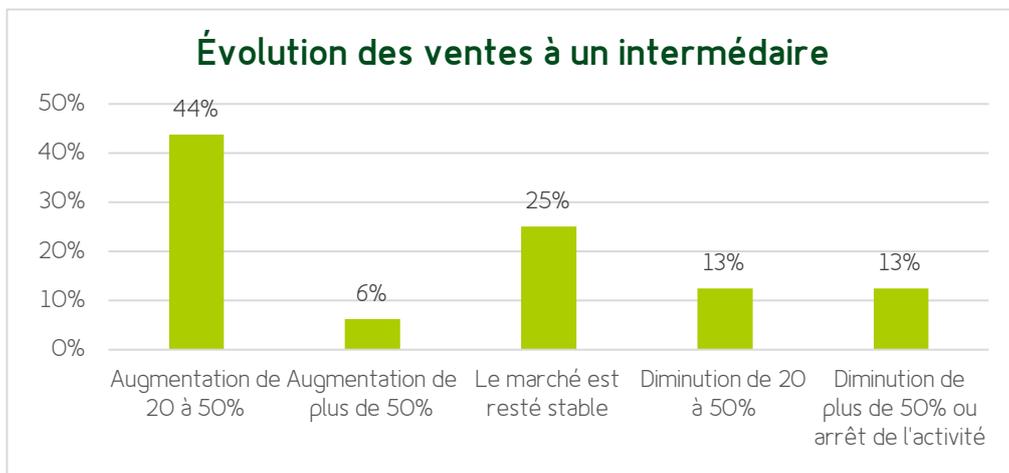
Harry Raven (Elevage du Mont des Brumes – Stavelot) : *Nous vendons également notre viande à quelques petites boucheries. Les premières semaines du confinement elles tournaient à plein régime : comme en période de Noël. Nous avons même eu presque plus de demande que d'offre. Maintenant cela commence à se calmer, mais nous sommes très contents. »*

Et nous avons recueilli le même type de témoignage pour les producteurs vendant des œufs, voici l'expérience de Benjamin Kuetgens à Waimes.

Benjamin Kuetgens (La Walkot des Prés – Malmedy) : *L'ensemble des œufs partent dans 3 magasins de la région et une boucherie du coin. Déjà avant la crise sanitaire tous les œufs partaient via ce canal de commercialisation. Si nous avions eu plus d'œufs à proposer à la vente, nous aurions tout vendu sans problème.*

Vente via un intermédiaire

Les agriculteurs passant par des intermédiaires (grossiste, criée, centrale d'achat de grandes et moyennes surfaces, laiterie, marchand de bétail...) ont un retour un peu plus mitigé si l'on regarde les chiffres. Même si aucune tendance très évidente ne ressort sur le graphique. Si nous nous basons sur les témoignages que nous avons pu recueillir, nous constatons que **le marché fonctionne parfois au ralenti**.



16 répondants

Voici le partage d'expérience de Pierre Le Maire, situé en Hesbaye, cultivateur de légumes plein champ (panais, carottes, ...) et de céréales (orge, froment panifiable...), il livre à la fois la grande distribution et dispose d'un magasin à la ferme.

Pierre Le Maire (Borlez) : *Cette époque présente des opportunités de marchés en circuit court, en revanche, elle en limite drastiquement d'autres*

en circuit long. Sans surprise, du côté du magasin à la ferme, cela tire assez fort. Nous avons doublé les ventes. Mais cette tendance à l'augmentation existait déjà avant le COVID-19. En revanche, du côté de la grande distribution et collectivités, les commandes « gros volumes » ont diminué. Ce qui fait que les impacts positifs économiques d'un côté, sont contrebalancés de l'autre côté.

Un point sur les activités de diversification

Le secteur bio a toujours été très proche des concepts de résilience et d'autonomie à la ferme. Aussi beaucoup d'agriculteurs bio ont développé une panoplie d'activités annexes à l'agriculture pour pérenniser leurs revenus. Cela peut aller de la location de salles pour des célébrations, à l'aménagement d'un gîte à la ferme, ou encore l'organisation de visites pour les écoles ou de stages pour enfants. **Sur ces axes, l'impact du COVID-19 est sans nul doute important** comme par exemple pour l'asbl La Ferme de Froidmont, un exemple parmi tant d'autres.

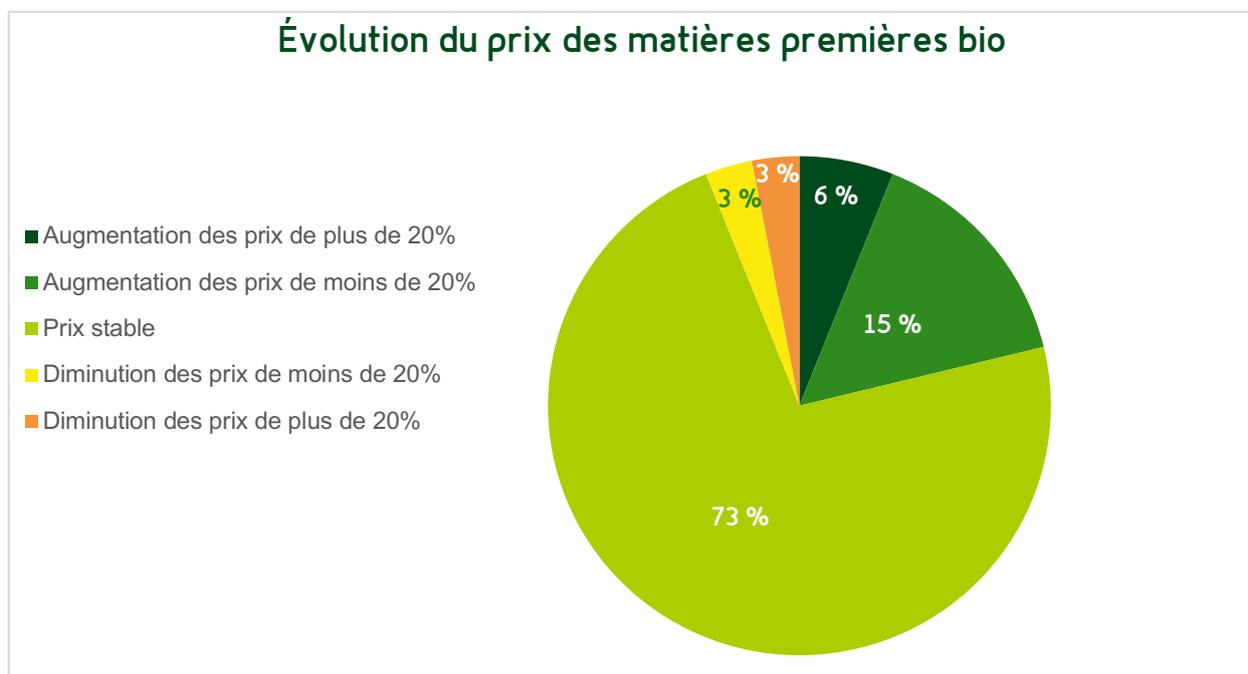
Thierry de Stexhe (La ferme de Froidmont Insertion ASBL - Rixensart) : *L'asbl est avant tout un centre de formation agréé en HoReCa et en maraîchage bio d'où son restaurant gastronomique associé depuis 6 ans à du maraîchage sur 1 hectare. En saison, 9 à 10 tonnes de légumes vont directement du champ à l'assiette ou à son marché hebdomadaire. Nous*

avons anticipé d'une semaine le confinement du coronavirus et immédiatement reconfiguré l'activité HoReCa en proposant des plats et menus à emporter. Une levée de dons a aussi permis de fournir 1.000 repas aux soignants de l'hôpital Saint-Pierre d'Ottignies. Pour le reste : fermeture du restaurant, annulation des mariages, anniversaires, séminaires d'entreprise et absence des stagiaires. Malgré leur réactivité, l'association s'attend d'ici juin à une perte de 40 à 50 % de son chiffre d'affaire. Même si certains coûts sont moindres, la trésorerie sera aussi très tendue. Les reports de dettes généreusement offerts ne reportent que les échéances.

Nicolas Le Hardy (La Ferme de Linciaux - Ciney) : *En général, toutes les ventes ont augmenté. En revanche, le gros bémol sont les formations qui ont toutes été annulées. Ce qui fait un gros manque à gagner.*

L'évolution du prix des matières premières

Entre le 13 mars et 4 mai, la plupart des agriculteurs, tous secteurs confondus, témoignent d'un **prix de la matière première resté assez stable, excepté pour le prix de l'alimentation pour le bétail et les céréales panifiables.**



66 répondants

Les fabricants d'aliments bio interrogés nous font part de grosses difficultés pour s'approvisionner en matières premières riches en protéines, principalement en soja. En règle générale, le soja européen est déjà très rare sur le marché (moins de 1/4 de la production mondiale). Et la Chine est le premier importateur de soja bio pour l'Union européenne.

Lionel Dumoulin (coopérative SCAR) nous explique que depuis février *les importations de tourteaux de soja de Chine surtout, mais aussi d'Inde, sont perturbées voire bloquées. Puis, peu après, celles d'Espagne et d'Italie l'ont été également. Les contrôles aux frontières et l'absentéisme de certains chauffeurs liés à la maladie ont aussi impacté la logistique. Les fabricants et éleveurs se sont jetés sur le soja européen, ce qui a fait grimper son prix, parfois à plus de 200 - 300 euros supplémentaire la tonne.*

Il faut savoir que malgré les recherches d'alternatives locales au soja, comme le lin, le tournesol, etc., le soja, par la qualité de ces acides aminés, constitue toujours une partie importante

de la source de protéines des aliments, que ce soit pour les monogastriques (porcs et volailles), mais aussi pour les bovins (vaches laitières et bovins à l'engraissement).

Cette même réalité nous a été relayée par d'autres vendeurs d'aliments à travers l'enquête. Cette pénurie entraîne des coûts plus importants pour l'alimentation du bétail et cela se fait ressentir partout dans le secteur, comme en témoigne Bernard Mernier et la Coopérative COPROBEL.

Bernard Mernier (Producteur à Florenville) : *au sein de mon activité commerciale chez Moulins Dedobbeeler, nous avons été impactés par un prix de la protéine pour l'alimentation animale de 15 à 20 % plus élevé qu'avant la crise. Pour l'instant le prix n'a pas été répercuté sur l'aval de la filière.*

Julie Elias (Coprobel - Villers-le-Peuplier) : *Nous avons constaté une augmentation du prix de l'aliment de la volaille. Pour assurer la marge de l'éleveur, nous avons adapté le prix du poulet en fonction.*

Les produits en pénurie ou manque d'approvisionnement

67 % des producteurs interrogés disent ne souffrir d'aucune pénurie. Pour les autres, celles-ci se concentrent sur du matériel comme des **pièces de maintenance, du matériel d'emballage**, ainsi que tout le matériel destiné de près ou de loin à contenir le virus (gants, masques...)

Au niveau des produits agricoles, les produits les plus fréquemment cités ont été la farine, les céréales d'épeautre, les œufs, les plants de légumes et les fruits et légumes, ainsi que les semences.

Pierre Le Maire (Borlez): *Pour l'achat de matériels agricoles, nous sommes aussi fortement handicapés actuellement. Les magasins et la fermeture des frontières limitent*

les échanges. Or, nous devons faire des investissements pour adapter nos machines aux règles liées au confinement. En effet, le désherbage mobilisant un large groupe, devra se faire en respectant les distances sociales, cela a des implications fortes et un coût important.

Benjamin Kuetgens (La Walkot des prés - Malmedy): *Nous avons rencontré des problèmes avec la livraison de boîte d'œufs de 6. Le fournisseur allemand a eu du mal à livrer les boîtes pendant 4-5 jours. En effet, les magasins imposaient des boîtes de ce format pour pouvoir vendre dans leurs échoppes. Cela augmentait donc la demande.*

L'adaptation au travail et les heures supplémentaires

Nous avons comptabilisé plusieurs témoignages de producteurs indiquant dépenser beaucoup plus d'énergie en logistique et en temps de travail dans l'organisation de la vente. Les agriculteurs wallons ont déjà tendance à ne pas compter leurs heures, la crise a donc encore augmenté leur temps de travail.

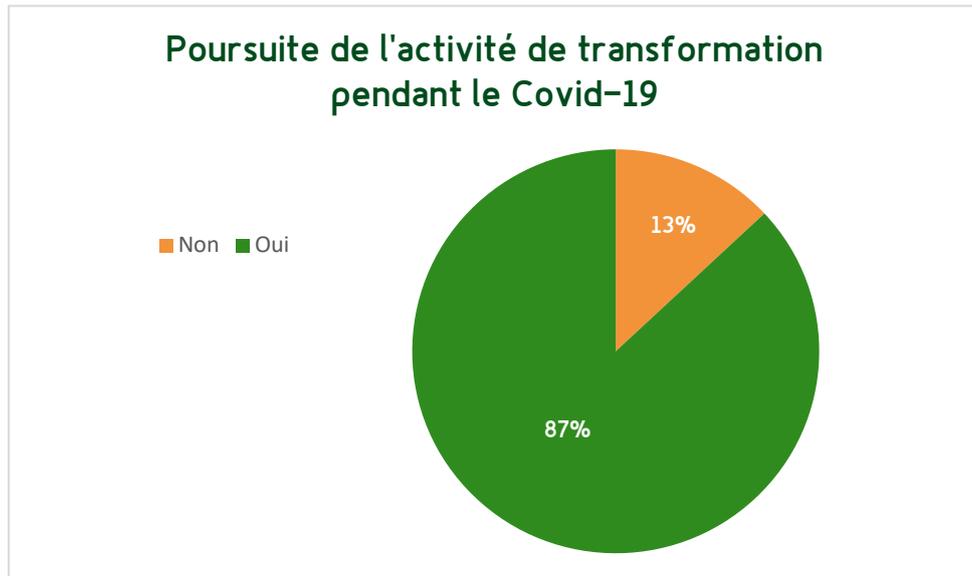


Les transformateurs bio

23 transformateurs bio ont répondu à l'enquête sur les 617 que comptent la Wallonie (soit 3,7 %).

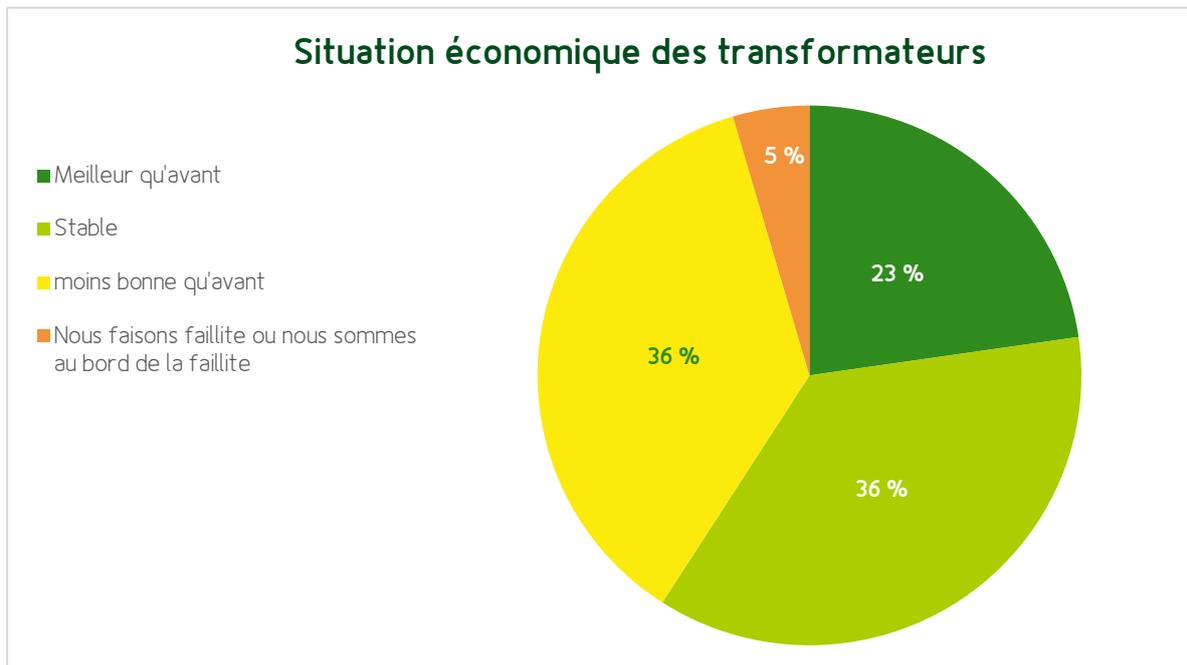
Situation économique générale

La transformation bio wallonne est assez large, elle concerne des secteurs variés comme la fromagerie, la boucherie, la boulangerie, la biscuiterie, la confiserie, la meunerie, la brasserie et la distillerie... Sur les 23 transformateurs ayant participé à l'enquête, **87 % ont continué leur activité entre le 13 mars et le 4 mai**. Seuls 3 transformateurs ont arrêté leur production : 2 brasseries et une distillerie.



23 répondants

59% des acteurs répondants ont une situation stable ou meilleure. Parmi les entreprises en difficulté, nous distinguons 3 profils : des brasseurs, des fromagers, des pâtisseries/confiseurs.



22 répondants

Voici le témoignage d'une confiserie artisanale située dans la commune de Blégny qui produit des guimauves, des biscuits et différentes confiseries chocolatées.

Antonio Meneghin (SEEK confiserie - Saive): *Au cours des dernières années nous avons une forte progression du chiffre d'affaire. L'année a tellement bien débuté que j'ai formé et engagé une personne pour m'aider face à la demande croissante. Depuis le début du confinement, les magasins ne prennent plus de réassort. Trois-quart des enseignes auxquelles je vends sont*

spécialisées dans le vrac. Je devais également assister à des rencontres et des salons en France afin d'initier des collaborations et renforcer ma position à l'export. Ces collaborations devront attendre. Nous profitons de ce moment particulier pour travailler sur des nouveautés pour être prêts lors de la reprise. Malheureusement par manque de commandes et donc de travail, je vais devoir mettre ma compagne et mon employée au chômage technique : nous devons fermer notre atelier minimum une semaine à 10 jours par mois en attendant le retour de l'activité.

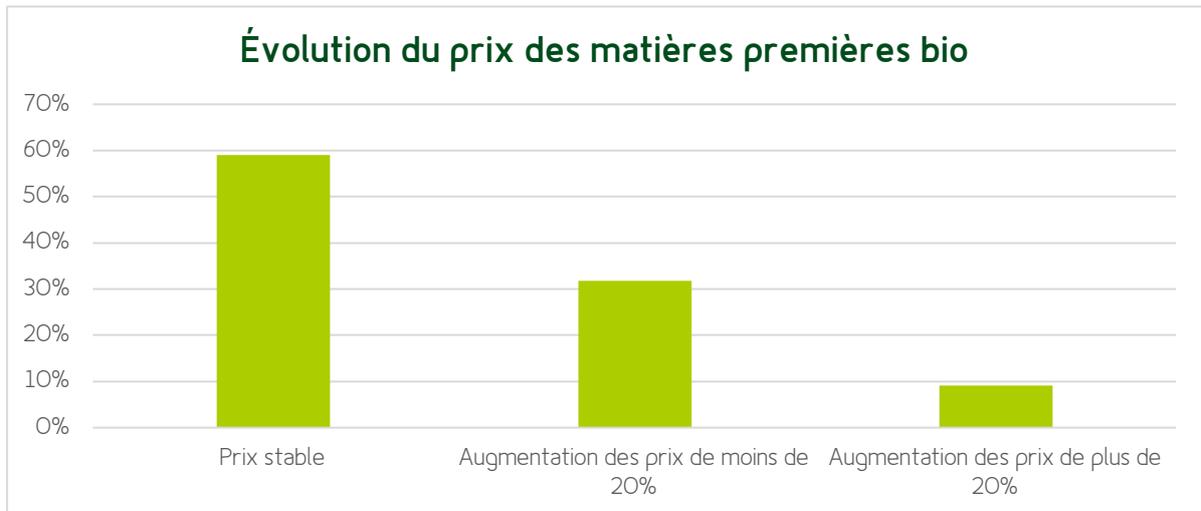
L'arrêt des activités dans l'HoReCa et dans les collectivités

Sans grand étonnement, les ventes via les restaurants, les collectivités, les hôtels, les gîtes, ont été arrêtées depuis le 13 mars. **Cela entraîne clairement des conséquences fâcheuses** comme l'exprime Claudine Michel, directrice chez Porc Qualité Ardenne.

Claudine Michel (Porc Qualité Ardenne - Malmedy) : *Nous sommes vraiment très inquiets par rapport à nos clients de l'HoReCa et des opérateurs qui en dépendent (grossistes spécialisés, etc.). Pour eux, la situation est catastrophique. C'est un secteur qu'il faudra aider.*

L'évolution du prix des matières premières

60 % des répondants s'accordent pour dire que le prix des matières premières bio est resté stable !



22 répondants

Les distributeurs

Plusieurs grossistes interrogés parlent d'un chiffre d'affaire supérieur entre +15 et +35 % en comparaison à l'avant COVID-19, donc en seulement 2 mois. Ceux-ci estiment que leur chiffre d'affaire va baisser ces prochains mois mais rester environ 10 % supérieur à la situation avant COVID-19.

David Grodent (Ecodis, grossiste bio spécialisé dans les produits frais depuis 1996 – Malmedy) : *La crise a amplifié une demande grandissante en produits locaux et bio. Le chiffre d'affaire diminue généralement pour Pâques, cette année il n'a fait qu'augmenter. Ma seule pénurie a été les œufs au début du confinement dû à l'augmentation de la demande de mes clients et l'arrivée de*

nouveaux clients. La situation s'est régulée depuis.

André Lefebvre (Interbio, grossiste bio – Sombreffe) : *Nous ne savons pas suivre la demande ! Comme nos camions sont remplis à ras bord, nous devons faire des choix et avons décidé de privilégier les produits frais (fruits, légumes et fromages). Les jus, bières et vins sont distribués quand il reste de la place dans les camions. Je pense, mais je peux me tromper, qu'à nouveau le bio est un vainqueur de cette crise. Il apporte des produits de qualité qui permettent de rendre l'être humain plus résistant aux agressions.*

Les points de vente bio

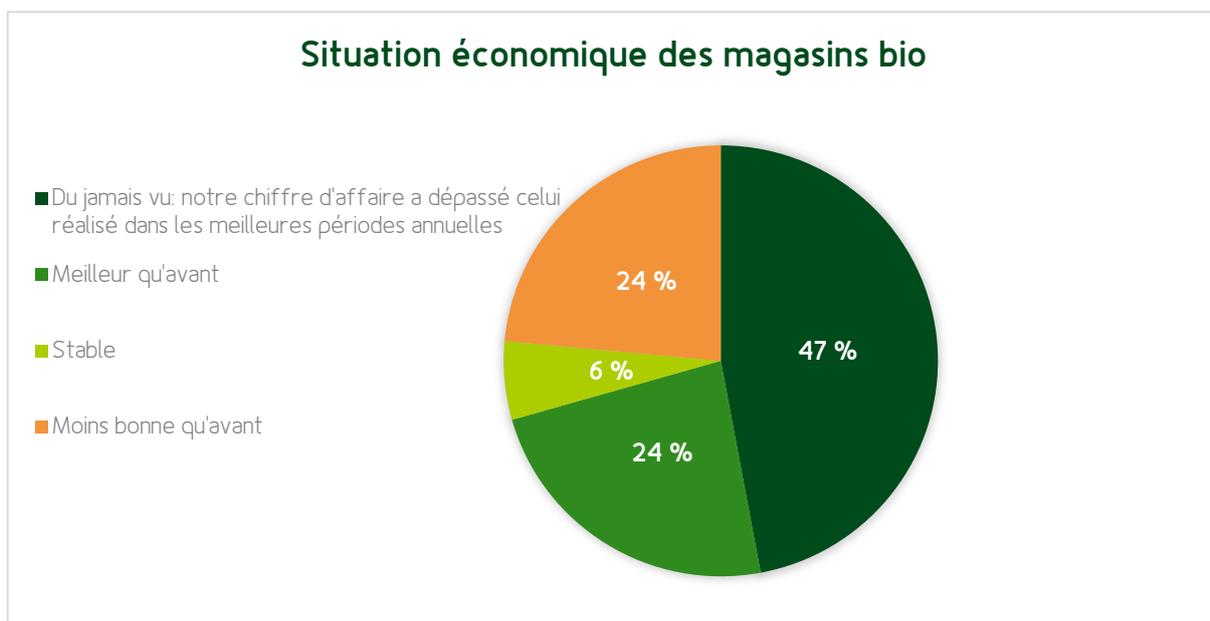
Dix-sept gérants de magasins bio ont répondu à l'enquête. Cela correspond à 5,2% des magasins bio wallons et bruxellois. Trois de ces gérants disposent de plusieurs points de vente répartis en Wallonie et à Bruxelles. Au total, nous relatons l'expérience et la réalité de 31 magasins. Parmi ce panel, nous comptons 6 gérants de magasins « zéro déchet » et un magasin coopératif de consommateurs.

La situation économique des magasins bio

7 gérants de magasins bio sur 10 ont une meilleure situation économique depuis le début de la crise. 44 % d'entre eux déclarent même être dans une situation inégalée dont le chiffre d'affaire dépasse le chiffre réalisé lors des semaines bio et des fêtes de fin d'année antérieures. Parmi les 6 gérants de magasins spécialisés dans la vente en vrac (35 % du panel), 4 sont dans une situation économique plus difficile.

Laurent Verheylesonne est manager de Sequoia qui compte aujourd'hui 11 magasins bio dont 8 sur Bruxelles, 2 dans le Brabant wallon et 1 dans le Hainaut.

Laurent Verheylesonne (Sequoia): *On a observé une évolution allant de positive à très positive selon les magasins. Les magasins situés dans des zones résidentielles présentent les meilleures marges de progression. Nous avons vu un énorme pic des ventes durant les 10 premiers jours après le 18 mars. Ces chiffres d'affaire spectaculaires sont restés constants depuis.*



17 répondants

Les magasins bio ont vu arriver **énormément de nouveaux clients**. Nous pourrions les classer en 3 catégories : **les consommateurs réguliers, les consommateurs nouvellement convaincus et les consommateurs occasionnels qui ne reviendront plus dès la crise passée.**

Des raisons de passer la porte d'un magasin bio ou d'un point de vente à la ferme durant la crise:

Selon les témoignages des acteurs de terrain, elles sont multiples (mais ne se vérifient pas dans chaque situation) :

1. Consommer plus de produits favorisant sa santé et son immunité
2. Moins de files: le temps à patienter dans les files d'attente dans les magasins type grandes surfaces a incité certains consommateurs vers ces nouveaux lieux d'achat
3. Magasin de proximité
4. Magasin à taille humaine « rassurant »
5. Gamme très complète (allant du papier toilette aux huiles essentielles) permettant de faire toutes les courses au même endroit.
6. Moins de rupture de stock

Cas particulier : les magasins « zéro déchet »

Certains magasins « zéro déchet » sont dans une situation économique plus difficile. Plusieurs phénomènes peuvent expliquer cela :

Tout d'abord, nous sommes passés d'une période « zéro déchet » qui avait une croissance exponentielle ces dernières années à une période abrupte de « zéro risque ». Certains clients préfèrent revenir aux emballages pour diminuer le risque de contamination.

Un autre facteur pouvant influencer le consommateur est la gamme de produits présente dans certains magasins plus petits, dont la gamme est moins complète.

A l'inverse, les magasins « zéro déchet », ont connu très peu de rupture d'approvisionnement. Et la dimension plus petite du magasin incarne une image plus « rassurante » par rapport au COVID-19.

Voici l'expertise de **Sylvie Droulans, Country Manager Belgique chez Réseau Vrac**, association professionnelle qui structure et développe la filière vrac, disposant d'un regard global sur la situation et qui dès le début du confinement a mis en place des communications précises à l'attention de ses adhérents pour les aider à faire face à cette situation exceptionnelle: *Dans la globalité, la situation économique est restée stable dans les magasins vrac depuis le début de la crise. En*

revanche, beaucoup d'entre eux ont dû se réinventer. La première semaine a été plutôt chaotique mais les magasins ont très vite réagi en proposant des solutions tels que préparer les commandes à l'avance, service assisté, livraison à domicile, e-shop en ligne. Les gérants de magasins ont vu arriver de nouveaux clients. Les gens ont pris des nouvelles habitudes pendant ces 8 semaines écoulées. Nous espérons, en bout de course, que cela devienne une habitude pérenne.

Chantal Suarez (Green Peas – Court-Saint-Etienne et la Hulpe): *Acteur dans la vente en vrac, nous avons totalement été livrés à nous-mêmes, aucune protection disponible pour le personnel (introuvable), pas d'instructions ou d'aide quelconque par rapport aux mesures à prendre pour ce type de vente. Pour les politiques, l'alimentaire se cantonne aux supermarchés. Les épiceries et petits magasins ayant un autre fonctionnement que la grande distribution n'existent pas semble-t-il...*

Sylvie Droulans compte, dans les prochains mois, mener un combat politique pour faire reconnaître les magasins vrac qui ont été des acteurs de premières nécessités et qui ont été super innovants pendant cette crise.

Cas particulier : les sites de vente en ligne

Szandra Gonzalez a créé, en septembre 2017, Little Green Box, des box repas 100 % bio, local et (presque) zéro déchet.

Szandra Gonzalez (Little Green Box - Bousval) : « 24h après l'annonce du début du confinement, nous avons atteint notre capacité maximale soit 160 box repas dont 90 nouveaux clients. Les semaines passant, les clients restent. Nous avons pu livrer tout le monde et nous en sommes fiers.

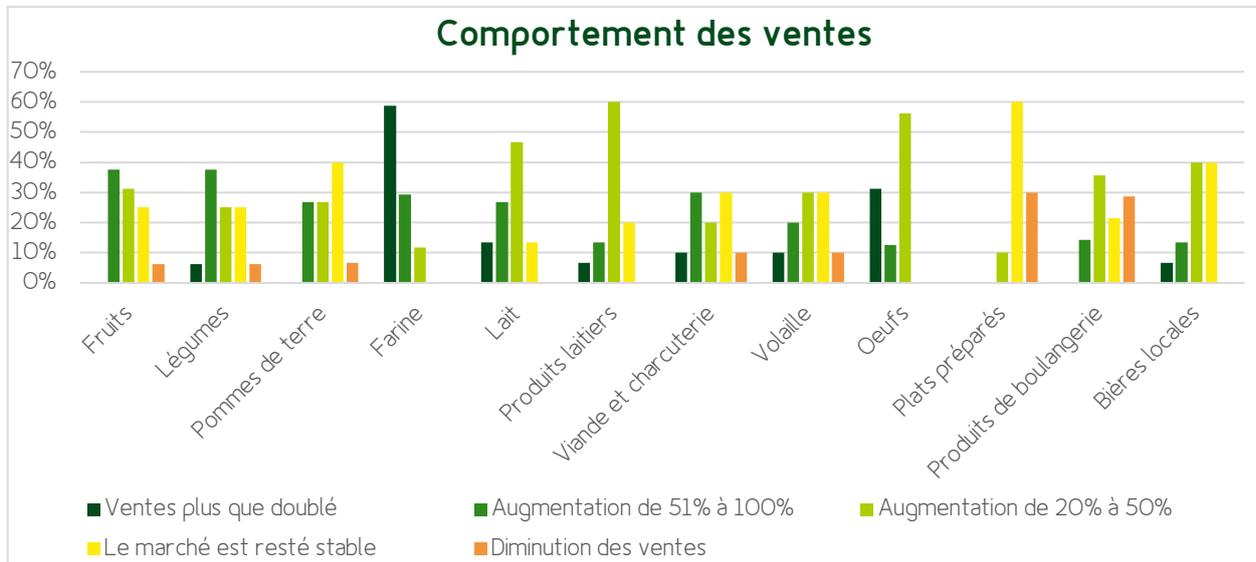
Je pense que le secteur bio connaîtra un avant et un après COVID-19. La crise a conscientisé les gens à avoir un système immunitaire fort. Nous n'avons pas connu les problèmes (ruptures d'approvisionnement...) rencontrés dans la grande distribution. J'espère donc que les gens vont changer durablement leurs habitudes alimentaires et qu'il y aura davantage de producteurs et de transformateurs bio locaux pour y répondre ».



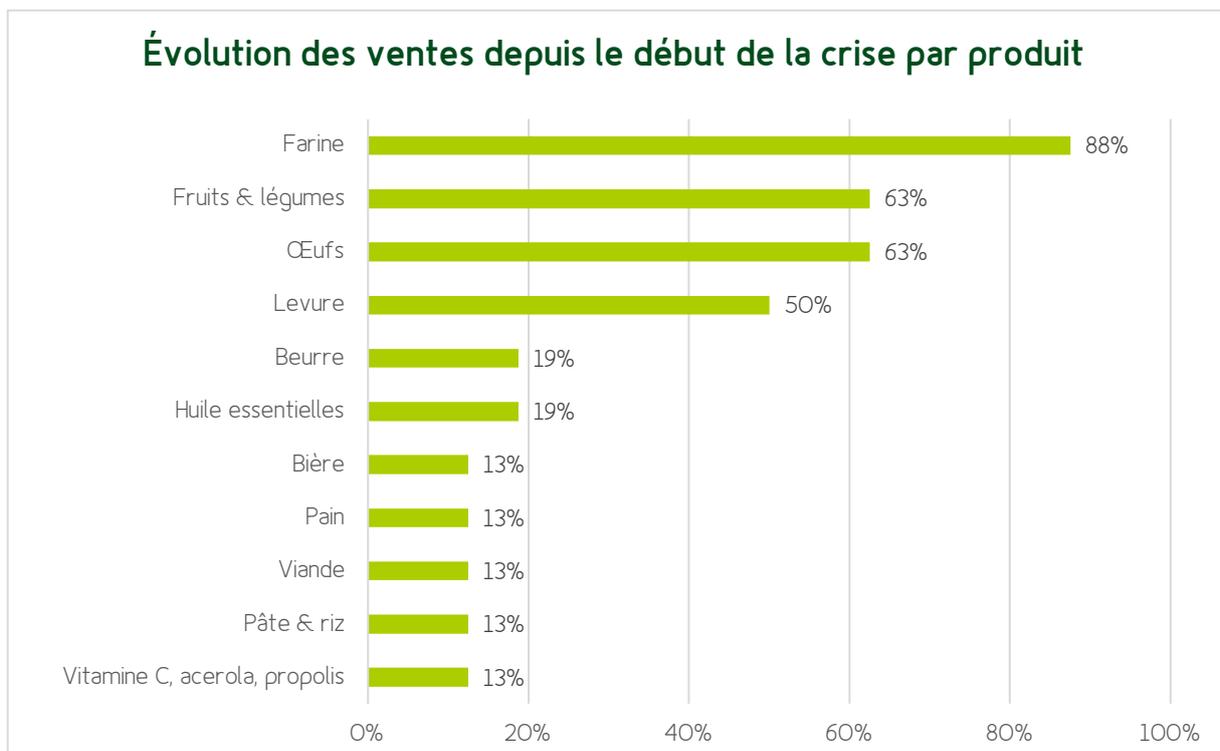
Le comportement des ventes

Les clients sont venus principalement acheter des produits de première nécessité. Les produits dont les ventes ont le plus augmenté sont la farine, les œufs, les fruits et légumes.

A l'inverse, la vente de plats préparés et de pain a globalement diminué ou est resté stable selon les magasins. En période de confinement, les consommateurs ont davantage de temps pour cuisiner et faire leur pain.

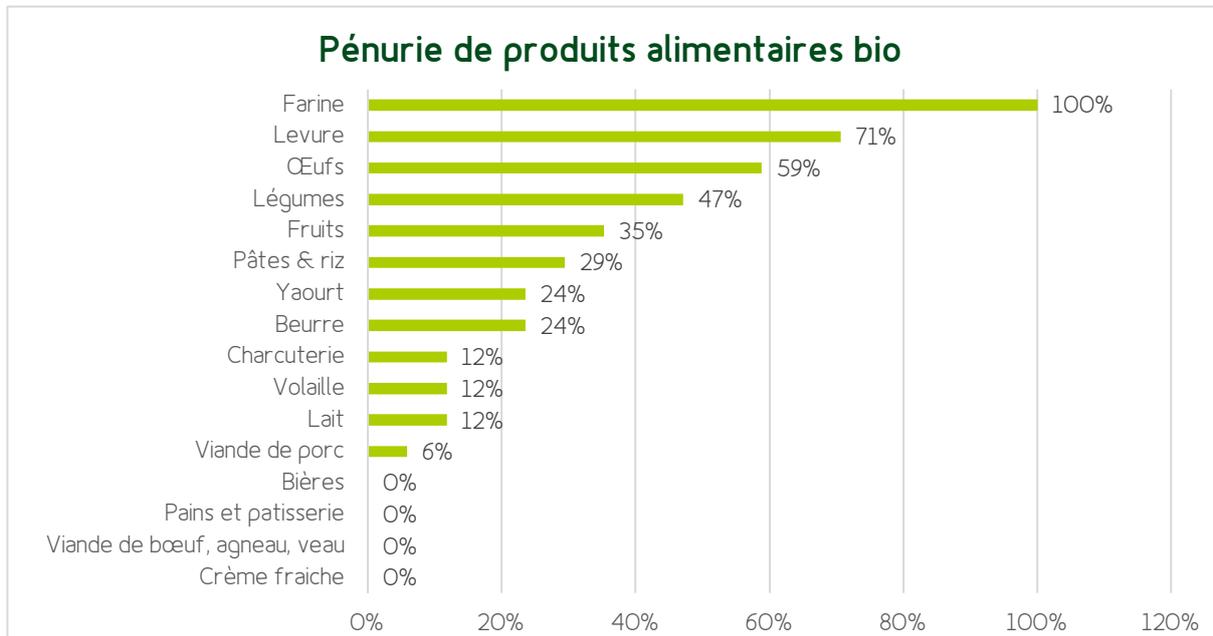


La vente des produits réputés comme favorisant l'immunité tels que les huiles essentielles de Tea tree ou de Ravintsara, la vitamine C, l'Acerola et la Propolis ont particulièrement augmenté.



L'approvisionnement des magasins bio

Dans les toutes premières semaines du confinement, il y a eu des ruptures d'approvisionnement au niveau de la farine, de la levure, des œufs et de certains fruits et légumes. Sans surprise puisque ce sont les produits dont l'évolution des ventes a été la plus marquée.



16 répondants

Nous noterons que la pénurie n'était pas généralisée sur un grand nombre de produits et que les rayonnages des magasins bio étaient globalement bien fournis, en comparaison aux rayons vides dans certains supermarchés. Le secteur bio est très réactif.

Fin avril, la farine et la levure sont les seuls produits qui sont encore difficiles à trouver pour une grande moitié des magasins bio.

Szandra Gonzalez (Little Green Box – Bousval) : *Le secteur bio est super réactif. En dehors de 2 couacs avec le poulet, tout m'a été livré en temps et en heure. Ce qui m'a permis de livrer mes nombreux nouveaux clients. Par exemple, Les transformateurs wallons 'La mie et le Copain' (pâte à pizza) et 'Goffard sisters' (pâte fraîche) ont su produire et me livrer le triple de mes commandes habituelles.*

L'impact de la crise par filière

La filière céréales

Le secteur meunier

La vente de farine bio a largement augmenté depuis le 13 mars. Les agriculteurs qui transforment eux-mêmes leurs céréales ainsi que les différents meuniers connaissant une demande en forte augmentation. Malheureusement, la Wallonie compte peu de moulins. Les installations étaient à l'équilibre avant la montée fulgurante de la demande (moteurs, calibrages des moulins et méthodes d'ensachage adaptées). Quand la demande a explosé, les moulins wallons n'ont pas su suivre, elles ont été prises d'assaut. La farine a du parfois venir des pays voisins pour combler le manque. La farine a été LE produit le plus recherché depuis le début du confinement.

Ignace De Paepe (Ferme du Gala – Genappe) : *Les ventes de farines sont importantes. J'ai acheté un moulin à la ferme en début mars. Je dispose d'un stock de 20 tonnes de céréales de froment et mon stock s'écoule très rapidement tant la demande a été forte.*

Le Moulin de Ferrières est un ancien moulin avec meule sur pierre situé à Héron. On y transforme

uniquement des céréales bio locales. Habituellement, les farines sont vendues en vente directe et via des magasins/boulangeries de proximité et magasins bio. Depuis le 13 mars, la demande a connu une évolution fulgurante et des adaptations ont dû être réalisées.

Stéphane Dormal (Moulin de Ferrières – Héron) : *Nous avons constaté une très forte demande en farine, avec des ventes qui ont doublé. Nous avons dû travailler sur plusieurs fronts pour essayer de répondre au mieux à cette augmentation. Comme nos stocks de céréales ne permettaient pas de couvrir la demande, nous avons acheté des céréales panifiables auprès notamment de la coopérative Histoire d'un grain ou de négociants.*

En revanche, nous avons arrêté la vente directe au moulin afin de répondre aux règles en vigueur suite au confinement. Nous avons reçu des particuliers qui avaient fait plus de 50 km pour venir chercher un paquet de farine. Une situation irréaliste !

La boulangerie

Parmi les magasins répondants, 50% ont eu leur vente de pain augmenté, 20% ont eu leur vente stable et 30% ont eu leur vente de pain diminué. En comparaison, la vente de farine a augmenté dans tous les magasins et a plus que doublé pour 60% d'entre eux.

Les ventes de pains ont augmenté en moindre proportion par rapport aux autres produits de première nécessité. En effet, de nombreux consommateurs se sont lancés dans la confection de pains grâce à une augmentation de leur temps disponible.

Le pain bio local est un produit qui a connu une demande grandissante dans certains débouchés comme les coopératives de distribution.

François Wart (Le pain de François – Sombreffe) artisan-boulangier : *Je travaille dans un atelier sans point de vente. Je fournis principalement les magasins et travaille en direct avec la coopérative de distribution implantée sur le namurois « Paysans Artisans ». Grâce à cette dernière, j'ai quasiment multiplié par 4 mes ventes.*

Le secteur brassicole

Le secteur brassicole est fortement touché par les règles en vigueur : l'annulation des festivals et des rassemblements festifs de grande ampleur, la fermeture des cafés et des restaurants.

Les brasseurs ont donc essayé de s'adapter. Établie à Tourpes, la Brasserie Dupont fait partie de l'histoire de la bière belge et a été la première à proposer de la bière bio en Wallonie dans sa gamme de produits.

Olivier Dedeycker (Brasserie Dupont – Tourpes) : *En une semaine 60 % de nos volumes ont été perdus à la suite de la fermeture de l'HoReCa et des marchés de l'export. Par contre, dès le mois d'avril nous avons été très surpris de voir l'importance que la gamme bio a pris dans nos ventes. En effet, les magasins bio, les points de vente à la ferme, les petites épiceries de village ont fortement augmenté leurs commandes. Je*

pense que ces commerces ont cherché à se différencier, proposer des produits moins visibles que dans les grandes enseignes.

Les ventes sur le site de la brasserie connaissent également un fort succès depuis le début du confinement. Pour la suite nous allons essayer de

diversifier nos débouchés pour être moins dépendants de l'HoReCa et de renforcer notre présence dans certains points de vente spécialisés en bières. Ce qui est encourageant c'est que les ventes à l'export commencent à repartir, lentement, mais la tendance est quand même à la hausse.

Le cas des jeunes entrepreneurs

La capacité d'adaptation des acteurs dépend certes du secteur d'activité, du type de débouchés mais aussi **de la pénétration du marché**. La Brasserie Hepta est une jeune brasserie artisanale installée à Gesves.

Romuald Arnould (Brasserie Hepta – Gesves) : *Après un démarrage des ventes plutôt positif en ce début d'année, nous avons réalisé des stocks de matières premières assez conséquents en prévision du calendrier de l'année qui s'annonçait bien rempli.*

Malheureusement, de nombreux événements et notamment des festivals brassicoles auxquels nous devons participer durant les mois de mai et juin ont été annulés.

En ce qui concerne la vente en magasin : il y a tout de suite eu un arrêt complet des commandes de la part des magasins bio et de proximités.

Ne disposant pas de site de vente en ligne j'en ai créé un qui a bien fonctionné les deux ou trois premières semaines. Maintenant les commandes en lignes diminuent, tous les brasseurs proposent ce service, certains à des prix plus bas grâce à d'importantes ristournes ... Il faudrait que je fasse de la publicité, mais je n'ai pas le budget... Je suis de nature optimiste, les ventes via la coopérative Cocoricoop ont augmenté, je vais maintenant chercher à étendre la distribution de mes produits.

La filière laitière

L'étude a permis d'identifier une **augmentation des ventes pour la plupart des producteurs de lait** (vache, brebis, chèvre confondus) **proposant de la vente directe**. Une augmentation ou une stabilité des ventes est également observée pour les producteurs qui font de la vente chez un autre producteur ou via une coopérative de vente et ceux qui livrent des magasins en direct.³

Gilles Grogna, éleveur de chèvres qui transforme son lait en produits laitiers (La Cabriole, Ouffet) : *La crise est arrivée au moment où ma quantité de lait récolté était maximale. La vente chez Point Ferme a été multiplié par 5 après 3 semaines de confinement et commence tout doucement à stagner. La vente de mes produits dans les magasins bio namurois et liégeois a également bien progressé.*

Les laiteries

Au sein des laiteries, le prix du lait bio est resté stable. Les marchés sont plus locaux (marchés européens et non mondiaux) et s'étendent sur des contrats à plus longs termes. Si les éleveurs n'ont remarqué aucun changement particulier, ils s'inquiètent toutefois du risque de perdre l'équilibre actuellement atteint entre l'offre et la demande.

Michèle Lambrechts (Laiterie des Ardennes) : *Cette crise ne devrait pas avoir un impact significatif*

sur la valorisation du lait bio collecté, sans donner de garantie lors du renouvellement futur des contrats. La crise du Coronavirus a fortement dégradé la situation de nombreux marchés. C'est notamment le cas de la poudre et du beurre issus de l'agriculture conventionnelle. Historiquement, le prix du lait bio bénéficie d'une plus grande stabilité et résiste mieux aux différentes crises que le lait conventionnel. Cela se vérifie jusqu'à l'heure actuelle. Gardons cependant à l'esprit

³ Ces données sont à prendre avec précaution car les producteurs répondants couvrent généralement plusieurs secteurs de distribution

que la vérité d'aujourd'hui n'est peut-être pas celle de demain. Cette crise sanitaire et économique risque d'avoir de nouvelles conséquences notamment en accentuant la reconversion en bio. Donc, même si la demande

pour les produits bio reste soutenue, le marché devra absorber l'arrivée des nouveaux producteurs et l'augmentation de la production qui en découle.

Les fromageries

Suite à l'arrêt de l'HoReCa, des marchés et du tourisme, le secteur fromager a connu différentes difficultés. Deux fromagers ont témoigné dans notre enquête d'une situation économique de leur entreprise moins favorable. Un troisième, la fromagerie du Gros Chêne, nous partage son expérience.

Daniel Cloots (Fromagerie du gros chêne - Méan) : D'un côté, nous avons connu une diminution de 20 % de notre chiffre d'affaire, liée aux clients qui vendaient leurs fromages sur les marchés en plein air. D'autre part, il y a eu une augmentation de la production du lait (pâturage de printemps, agnelages et chevrotages...). Ces deux phénomènes ont entraîné un surplus de fromages que nous avons dû absorber. Durant cette période, il y a donc eu une difficulté à gérer les volumes. C'était compliqué mais pas ingérable. Nous avons aussi observé une perte du côté des acheteurs flamands qui souvent revendent dans leur réseau d'hôtellerie et de restaurant.

En revanche, la demande des grosses villes a augmenté ce qui permet d'amortir légèrement la perte du chiffre d'affaires. La demande d'une plateforme internet a également quadruplé pendant la crise sanitaire. Maintenant, ça se tasse. Il ne faut pas négliger une augmentation « one shot » comme cela. Il restera forcément une partie de la nouvelle clientèle après la crise.

David Grodent (Ecodis - Malmedy) : En dehors d'une fromagerie (Fromagerie du Vieux Moulin) qui avait arrêté sa production, tous les autres acteurs ont pu m'approvisionner comme avant. Mes fournisseurs (principalement des producteurs et transformateurs wallons) sont plutôt demandeurs de vendre davantage puisque d'autres débouchés sont pour eux à l'arrêt. Nous avons d'ailleurs fait une action spéciale pour aider la famille Counasse à vendre son surstock de fromages survenu avec l'arrêt des marchés.

La filière viande

Selon nos différentes sources, les résultats pour les éleveurs sont plutôt positifs.

L'étude a permis d'identifier une augmentation des ventes pour les éleveurs proposant de la vente directe, via colis ou autre. Il en va de même pour les producteurs livrant d'autres producteurs ou des coopératives de producteurs, avec une augmentation légèrement moins prononcée.⁴

Cela rejoint le témoignage de Claudine Michel, directrice du Groupement de producteurs « Porc Qualité Ardennes »

Claudine Michel (Porc Qualité Ardennes - Malmedy) : La demande en porc a explosé. En ce qui concerne le bœuf, le marché est resté assez stable (c'est un produit moins phare pour PQA). Du côté de l'agneau, les producteurs ont vendu

tout ce qu'ils avaient à proposer. En temps normal, notre offre est inférieure à la demande. Dès lors l'absence de fête de familles à Pâques n'a pas eu d'incidence pour nous.

S'il y a un point positif à toute cette histoire, c'est le retour vers les magasins de proximité, certains consommateurs découvrent qu'ils ont une boucherie dans leur village. Notamment les horaires de travail allégés des consommateurs durant la crise facilitent ce changement. C'est, pour ces bouchers, l'occasion de mettre en avant leur savoir-faire (gamme de produits différente de la grande distribution, conseils personnalisés, etc). Les horaires de travail allégés des consommateurs durant le Covid facilitent ce changement. Va-t-il perdurer ?

⁴ Ces données sont à prendre avec précaution car les producteurs répondants couvrent généralement plusieurs secteurs de distribution

Bernard Mernier, éleveur de bovins laitiers, viandeux et poulets de chair à la Ferme Pré-Richaux, mais aussi membre du Groupement Viande Biologique d'Origine Belge (GVBOB) fournisseur de viande bovine bio pour le groupe Delhaize, nous partage son expérience.

Bernard Mernier (Florenville) : *Au sein de la coopérative GVBOB, la demande a été forte durant le confinement mais nous sommes arrivés*

Le cas spécial de la volaille

Les ventes de volailles ont été en augmentation depuis le début de la crise. Nous avons recensé le témoignage de la coopérative Coprobel qui rassemble une cinquantaine d'éleveurs wallons, et qui livre des poulets de la marque « Coq des Prés » à un nombre important de magasins, de points de vente à la ferme et de boucheries en Wallonie.

à suivre les commandes. Nous avons observé un phénomène étrange jusqu'à la deuxième quinzaine d'avril : une inversion du type de morceaux demandés. La demande en morceaux nobles a diminué au profit de la viande hachée. Nous en avons déduit que les clients cuisinaient beaucoup de haché chez eux pour remplacer la restauration hors domicile. Aujourd'hui la situation est revenue à la normale.

Julie Elias (Coprobel) : *Cela a été du jamais vu au début du confinement. Nous avons constaté 15 à 20 % de commandes supplémentaires, cela uniquement avec nos clients réguliers qui sont les éleveurs, via leur magasin à la ferme, les boucheries et les magasins bio. Nous avons été peu impactés par l'arrêt de l'HoReCa, ayant peu de clients dans ce secteur.*

Le ralentissement des abattoirs a eu un impact sur l'ensemble de la filière viandeuse

De nombreux acteurs ont connu des **contraintes suite au ralentissement des abattoirs** (manque de personnels en lien avec la crise).

Julie Elias (Coprobel) : *L'abattoir avec lequel nous travaillons fonctionnait à plus faible régime, il a donc limité la gamme de découpe, entraînant une limitation de notre gamme de produits. La difficulté s'est située dans le déséquilibre de la matière. Les filets partaient comme des petits*

pains, mais les cuisses étaient en surnombre. Depuis ce 11 mai, la situation se régularise à nouveau.

David Grodent (Ecodis - Malmedy) : *A l'abattoir de Porc Qualité Ardenne (PQA), ils ont bien bossé pour continuer à pouvoir travailler et à me livrer. En dehors de quelques livraisons en retard au début de confinement, tout est livré en temps et en heure.*



La filière œufs

L'offre en œufs bio semblait tendre vers une surproduction en Belgique juste avant la crise avec la création de nombreux nouveaux poulaillers ces dernières années. Biowallonie sensibilisait d'ailleurs le secteur à rester en équilibre pour éviter une chute du prix de l'œuf. Avec le COVID-19, la donne change puisque **la demande a fortement explosé en quelques semaines**. Les trois éleveurs contactés lors de l'enquête téléphonique, de profils, de taille et portant sur des débouchés différents, parlent tous de stocks totalement écoulés et d'une demande excédentaire à l'offre. Cette demande supplémentaire est venue compenser le manque à gagner au niveau de la restauration et des marchés. Fin avril, la situation semble stabilisée, la demande a diminué (mais reste plus élevée qu'avant la crise), l'offre est en équilibre avec la demande.

Benoit D'Halluin (Ferme de Manensart, Vergnies): *La demande d'œufs de qualité différenciée à augmenter (plein air et bio). Quand les gens restent chez eux et qu'ils cuisinent ils veulent de la qualité dans leurs assiettes. Donc la demande a augmenté c'est clair. Maintenant, ça fait peur pour l'avenir : est-ce que tout le monde va continuer à acheter des œufs de ce type quand tout va redémarrer ? C'est bien beau tout ça mais ça sera quoi quand tout va reprendre ?*

Laurent Verheylesonne (Sequoia – Bruxelles, Brabant wallon et Enghien): *On ne peut pas forcer une poule à pondre plus. Il a donc fallu chercher d'autres filières. Un producteur (L'Œuf BIO Thoricourtois) a appelé notre magasin d'Enghien pour nous dire qu'il avait trop d'œufs à la suite de l'arrêt de ces marchés. Nous sommes tous les deux ravis de ce nouveau partenariat.*

La filière légumes

L'étude a permis d'identifier une **augmentation des ventes pour les maraîchers et producteurs de légumes plein champ proposant de la vente directe**⁵. Vu le côté saisonnier des légumes, il faut noter que de nombreux maraîchers ne disposent pas encore d'une offre suffisamment large pour répondre à la demande. Le principe de l'achat-revente auprès d'autres producteurs ou coopératives de producteurs a été plus largement étendu.

Si les témoignages de succès en circuit court sont nombreux, **le secteur des légumes est aussi particulièrement touché négativement par la fermeture de l'HoReCa et des marchés**, comme nous l'avons déjà fait remarquer dans le point consacré à l'évolution des ventes des producteurs.

Le cas spécial pour les pommes de terre

Le secteur des pommes de terre a été fortement impacté par la crise du COVID-19 dans le secteur conventionnel. Les marchés fragilisés sont les marchés prévus pour l'exportation, entraînant des impacts négatifs en cascade. L'exportation ne représente pas le premier marché des producteurs bio wallons, ils ont donc été en grande partie préservés. Une grande majorité des pommes de

André Lefebvre (Interbio – Sombreffe): *Comme les enfants sont à leur domicile, nous voyons la consommation de produits de base fortement augmenter tels que les pommes de terre, carottes et pommes. Au sein d'Interbio, nous avons puisé dans les stocks réservés pour les mois à venir. Donc, nous savons déjà que la saison des produits locaux va être plus courte. Au niveau des carottes, nous avons épuisé notre stock, or nous comptons tenir jusque fin juin avec la production de la ferme Baré (à Balâtre). Nous avons donc dû nous approvisionner chez un producteur flamand en attendant les premières carottes primeurs.*

terre bio de la saison précédente ont été vendus, en circuit court ou long. Particulièrement en vente directe, ce produit a remporté un grand succès. Les consommateurs achètent des plus grands emballages et de plus grands volumes de pommes de terre qu'habituellement.

⁵ Ces données sont à prendre avec précaution car les producteurs répondants couvrent généralement plusieurs secteurs de distribution

En revanche, étonnamment, les prix pour les producteurs n'ont pas toujours suivi la tendance du marché. Même si la demande était à la hausse, plusieurs producteurs témoignent qu'ils ont dû vendre leurs stocks à des prix moindres pendant la crise, quelquefois même à 50% des prix du marché avant-COVID (selon la FIWAP).

Quant aux ventes de pommes de terre bio destinées à la transformation, qui représentent 20-25% du marché des pommes de terre bio, celles-ci n'ont pas été influencées par la crise du COVID-19, puisque les ventes se font généralement avant novembre.

Gilles de Moffarts (Ferme de la Tour, Namur) qui cultivent 10 ha de pommes de terre en bio: *Comparé à d'autres acteurs, qui vendent des pommes de terre pour l'industrie, nous n'avons pas eu de répercussions négatives dues à la crise. Les pommes de terre, en marché libre, ont été*

vendues avant le début de la crise, aux magasins comme Paysans Artisans et d'autres magasins en circuit semi-court ainsi que dans notre magasin à la ferme. Dans celui-ci, nous avons reçu bien plus de monde qu'avant la crise, parce que les gens ne voulaient pas aller au supermarché, où c'était trop peuplé. Quant aux tendances générales sur le marché des pommes de terre bio, nous avons les mêmes pour chaque année. Parce qu'il y a de plus en plus d'agriculteurs bio qui plantent aussi des pommes de terre bio, mais en même temps la consommation augmente... C'est un jeu d'équilibre !

André Lefebvre (Interbio – Sombreffe): *Pour les pommes de terre, nous sommes sur la fin du stock des producteurs belges et nous commençons la distribution de pommes de terre nouvelles, en provenance de Sicile.*

La filière fruits

En ce qui concerne les fruits, et plus spécifiquement les fruits du verger (pommes et poires), en début de crise, **le COVID-19 a surtout eu un impact sur les stocks**. La demande ayant été plus importante, les stocks ont été plus vite épuisés et la fin de saison raccourcie.

Pierre-Marie Laduron (De la Fleur au Fruit – Warsage): *Selon moi, il n'y a plus aucun stock de fruits à pépins bio et belges. Avec le covid, il y a eu bcp de demande et mon stock est parti 3 semaines plus tôt que prévu. Donc la fin de saison est raccourcie. Il y avait encore quelques pommes belges bio il y a 4 semaines.*

Les ventes des produits transformés (jus, sirop) sont également en augmentation.

Pierre-Marie Laduron (De la Fleur au Fruit – Warsage): *Je transforme uniquement ma production. Lorsque celle-ci est à sec, je ne comble pas avec l'extérieur. L'augmentation des ventes de produits transformés ne me ravit pas nécessairement car ce sont ces produits qui permettent la soudure avec la prochaine saison. Cette dernière va donc être plus difficile.*

Serge Fallon (Vergers de la Vallée – Hanret): *Je crains surtout le manque de main d'œuvre pour les récoltes qui commenceront mi-août.*

André Lefebvre (Interbio – Sombreffe): *Au niveau des pommes, la récolte de l'année dernière a été mauvaise donc les stocks étaient déjà bas. Nous devons déjà actuellement recourir à des pommes hollandaises.*

LE BIO D'APRÈS COVID

A l'heure où nous clôturons ces lignes, nous constatons un grand questionnement et aussi pour beaucoup une large inquiétude quant à la suite des impacts du COVID-19 sur le secteur agricole bio. D'une part, certains acteurs ont peur que les réactions des marchés arrivent à retardement, et

qu'ils impactent l'écoulement des produits ou les prix de ceux-ci (exemple : lait bio, œufs bio...).

D'autre part, les acteurs profitant d'un développement des nouveaux modes de consommation craignent un retour en arrière une fois que le quotidien aura retrouvé sa normalité.

NOUS CONTACTER

Contacts presse :

John Blanckaert — Chargé de Communication, john.blanckaert@biowallonie.be ou 0495/495-390

Philippe Grognon — Directeur, 0497/519-190

Pour toute autre question, contactez notre adresse générale info@biowallonie.be ou consultez notre page www.biowallonie.be/qui-sommes-nous/lequipe.

