

Itinéraires BIO

Le magazine de tous les acteurs du bio !

LOCAL

LES AVANCÉES DU BIO

Du soja en Belgique

L'ACTU DU BIO

De l'aquaculture en Wallonie

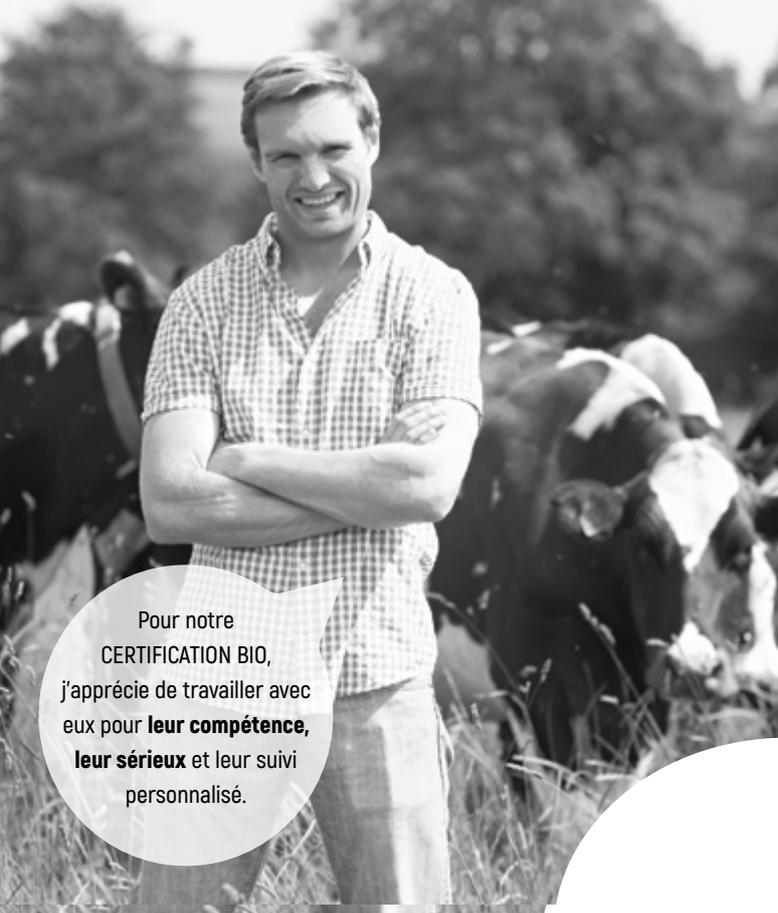
DOSSIER SPÉCIAL

**Agriculture bio
« Made in Belgium »**



BIO WALLONIE

Le bio aujourd'hui & demain



Pour notre CERTIFICATION BIO, j'apprécie de travailler avec eux pour **leur compétence**, **leur sérieux** et leur suivi personnalisé.



Dans la reprise d'une exploitation, chaque investissement coûte cher. Pour notre CERTIFICATION BIO, nous avons choisi le partenaire nous offrant **le meilleur rapport prix/qualité**.

TUV NORD
INTEGRA



Pour une agricultrice en tout début de carrière comme moi, c'est assurant d'être accompagnée par un bureau qui affiche **30 ans d'expérience** dans la CERTIFICATION BIO.



Ce qui est appréciable avec eux, c'est qu'**ils parlent notre langue**. Leurs auditeurs ont de l'expérience dans notre secteur, ils savent de quoi ils parlent.

Vous cherchez un partenaire d'expérience dans la CERTIFICATION BIO ?
Demandez votre pack d'information sur www.bio-avec-tuv.be

4 | REFLETS

L'ENTREPRISE COOPÉRATIVE

6 | DOSSIER

UNE AGRICULTURE « MADE IN BELGIUM »,
RÉALITÉ OU UTOPIE ? ANALYSE DE LA FUGEA
ALIMENTATION LOCALE POUR LES ANIMAUX – FWA
APLSIA

LE CONSOMMATEUR BELGE EST-IL EN DEMANDE
DE PRODUITS BELGES ?

LA PLACE DU LOCAL DANS LE SECTEUR DE LA
RESTAURATION COLLECTIVE

PORTRAITS « MADE IN BELGIUM »

« MADE IN BELGIUM » SUR UN EMBALLAGE :
QU'EST-CE QUI EST PERMIS ?

MARKETING ALIMENTAIRE

LA COMMUNICATION PAS SI INAPERÇUE DU PACKAGING
LE FÄRMOSCOPE

BIOGARANTIE BELGIUM

ORIGINE ET ÉTIQUETAGE

BIOLAIT

TERRENA

BIOCOOP

LA FNAB ET SON LABEL DE PROGRÈS

44 | CONSEILS TECHNIQUES

CONSEIL TECHNIQUE POLY CULTURE/ÉLEVAGE

Conservation des fourrages : réussir ses ensilages
Focus sur la réussite d'une récolte de céréales immatures

CONSEILS TECHNIQUES GRANDES CULTURES

Diversification : rotations et débouchés en grande culture

50 | LES AVANCÉES DU BIO

DU SOJA EN BELGIQUE

56 | LA RÉGLEMENTATION EN PRATIQUE

LE CONTRÔLE ET LA CERTIFICATION BIO

59 | L'ACTU DU BIO

LE COIN DES PRODUCTEURS

De l'aquaculture en Wallonie

ÉVÉNEMENTS

La poule qui roule, des poulaillers mobiles autoconstruits

NOUVELLES DES RÉGIONS

Logiciel dégâts de gibier : les prix
« Baby food »
Leclidlocal.be

68 | RENDEZ-VOUS DU MOIS

AGENDA

73 | MANGER DURABLEMENT

ChanGo

74 | PETITES ANNONCES

Bimestriel N°58 de mai/juin 2021. Itinéraires BIO est une publication de Biowallonie,
Rue du Séminaire 22 bte 1 à 5000 Namur.

Tél. 081/281.010 – info@biowallonie.be – www.biowallonie.be

Ont participé à ce numéro : Philippe Grogna, John Blanckaert, Antoine Gallez, Baptiste Guillaume, Bénédicte Henrotte, Sophie Engel, Stéphanie Goffin, Ariane Beaudelot, Stéphanie Chavagne, Jade Liénart, Damien Counasse, Carl Vandewynckel, François Grogna, Patrick Silvestre, Raphaël Boutsen, Mélanie Mailloux, Céline Berger, Charlotte Ramet et Ariane Cugnon, Biowallonie ; Timothée Petel de la FUGEA ; Caroline Decoster et Laura Lahon, FWA ; Florian Mélon, Accueil Champêtre en Wallonie ; Maxime Goudeseune, ProbiLa-Unitrab et Biogarantie ; Bérénice Fassotte et Émilie Lefebvre, AgriLabel ; Matthieu Christopherson de Cointet, FNAB ; Anne-Michelle Faux et Fabienne Rabier, CRA-W ; Benoît Thomassen, Marie Poncin et Thomas Schmit, Collège des Producteurs ; Jérôme Widar, DNF ; Joëlle Vandersteen et Delphine Dufranne, APAQ-W.

Photo de couverture : Shutterstock

Directeur d'édition : Philippe Grogna – philippe.grogna@biowallonie.be

Conception graphique : idFresh – hello@idfresh.eu

Impression : l'imprimerie BIETLOT. Ce bulletin est imprimé en 17.800 ex. sur du papier UPM Sol Matt 80 g – PEFC. 100% recyclé.

Insertions ou actions publicitaires : Denis Evrard +32(0)497/416.386
denis.evrard.pub@gmail.com



Chères lectrices, chers lecteurs,

À l'heure où j'écris ces lignes, dans les derniers jours de bouclage du magazine, la Journée annuelle de réseautage a déjà eu lieu. Vous étiez nombreux à nous rejoindre lors de ce premier événement, en présentiel et à cette échelle, organisé par le secteur bio en 2021. 90 personnes étaient sur place, dans le respect de conditions sanitaires optimales, accompagnées de plus de 110 personnes présentes en ligne. Nous sommes heureux d'avoir pu vous proposer cette rencontre ainsi que des ateliers toujours plus nombreux et qualitatifs. Merci à toutes les personnes présentes et à toute l'équipe de Biowallonie d'avoir su faire de cette journée un franc succès. Les documents et présentations sont déjà disponibles via notre nouvelle page web dédiée à cette journée annuelle.

Dans ce numéro d'*Itinéraires BIO* qui, comme chaque année à cette période, est envoyé à tous les agriculteurs wallons, nous nous concentrerons sur le bio « Made in Belgium ». Nous inspecterons la production et ses limites en Wallonie, en passant par le packaging et ses implications à la fois communicationnelles et réglementaires. Nous verrons aussi d'autres possibilités de labellisation avec la FNAB et BioGarantie, notamment, pour celles et ceux qui souhaiteraient aller plus loin que le label européen.

Vous retrouverez également les rubriques habituelles, des conseils techniques (optimisation des ensilages, conduite des céréales immatures, importance de la diversification en bio, pourquoi pas avec du lin ?) à l'agenda. Nous sommes heureux d'accueillir à nouveau le Collège des Producteurs dans nos pages, avec un article sur l'aquaculture en Wallonie, et, bien entendu, APAQ-W, pour évoquer Le Clic Local et la Semaine bio. De son côté, le CRA-W nous proposera un retour d'essais sur la culture de soja en Wallonie.

Le lectorat plus large de ce numéro nous semblait l'occasion rêvée pour proposer un rappel du processus de conversion bio, avec un focus sur les points de contrôle et la certification. Nous profitons de cette opportunité pour inviter toutes celles et tous ceux qui seraient intéressés à nos séances d'information sur la conversion bio. Elles se tiennent régulièrement en ligne cette année et accueillent de plus en plus de participants sans contrainte géographique. Les séances en ferme, avec visite et témoignage, seront évidemment organisées fin d'année.

Bonne lecture,
Philippe Grogna, Directeur



Vous ne recevez jamais d'e-mail de la part de Biowallonie (et vous n'avez pas, volontairement, fait ce choix) ? C'est que nous n'avons pas votre adresse e-mail !

Inscrivez-vous via www.biowallonie.be dans l'onglet « À propos de nous » ou envoyez un e-mail à ariane.beaudelot@biowallonie.be !



Wallonie



DGO 3



Wallonie
agriculture
ApaQ-W



COLLÈGE des
PRODUCTEURS



Wallonie
service public
SPW



Province
de Liège
Agriculture



Wallonie
recherche
CRA-W

L'entreprise coopérative est en vogue. Récemment assujéti à des changements juridiques, le modèle n'en demeure pas moins intégré dans ces valeurs et propositions. Dans ce reflet, il ne s'agit pas d'aborder ces changements législatifs en profondeur, mais bien de présenter les avantages qu'apporte ce modèle : solidarité, sécurité, partage et complémentarité, entre autres. Pour approfondir et illustrer les bénéfices sociaux et économiques que la coopérative comporte, nous sommes allés interroger deux coopératives : « Les trois maraîchers » et « En direct de mon élevage ».

Les trois maraîchers

Antoine Gallez, Biowallonie



Cette coopérative « entreprise sociale » est située à la Ferme de Vevy Wéron (Wépion), un lieu que se partagent une boulangerie, un habitat groupé ou encore une activité d'élevage caprin. À quelques pas du corps de ferme se tient l'exploitation maraîchère, répartie sur un hectare et demi. Guidés par une éthique écologique, les objectifs des trois maraîchers sont clairs : « produire des légumes biologiques, et de qualité, être bien dans leur travail et travailler harmonieusement ensemble. » Nous verrons que la structure coopérative est appropriée pour répondre à ces objectifs.

D'abord, comme activité individuelle gérée par l'un d'eux, le projet s'est ensuite transformé en coopérative. Lorsque Jean-François Aseglio (entre autres), que nous avons rencontré, a rejoint le projet, des questions se sont rapidement posées : celles du partage du matériel, du travail collectif, de la TVA, de

l'impôt ou de la distribution du revenu. Pour répondre à ces défis, ils créèrent en 2016, à trois, la coopérative « Les trois maraîchers ».

Travailler sur un même pied d'égalité

Au cours de notre rencontre, Jean-François nous explique l'avantage d'une entrée et d'une sortie flexibles au sein du capital. Cette flexibilité permet une levée de fonds rapide et salvatrice en cas d'urgence. Aussi, la coopérative permet une distribution plus aisée des ressources et des revenus, même si nous verrons qu'il y existe des limites. Au démarrage, à trois, ils désiraient travailler sur un même pied d'égalité. Après quelques mois, contraints de bricoler la distribution des revenus à l'aide d'un statut d'indépendant, ils s'associèrent en coopérative. Les derniers arrivés rachetèrent au porteur initial du projet les investissements déjà réalisés, à hauteur de leurs amortissements.

Des horaires « à la carte » et des compétences partagées

La coopérative offre un avantage considérable dans la gestion des horaires de travail : « Nous n'avons pas envie de passer toute notre vie aux champs. Par exemple, j'ai deux filles. Je préfère venir tôt pour pouvoir aller les chercher à l'école, alors qu'un maraîcher seul doit attendre que le soleil descende pour fermer les serres », nous déclare Jean-François. Une organisation des horaires à la carte semble offrir un confort de vie. Pour Jean-François, c'est le principal avantage. En plus, « on prend un mois de vacances chacun par an ».

En plus d'offrir une flexibilité des horaires, l'organisation coopérative permet une répartition aisée des tâches et des compétences. La comptabilité, la commercialisation, le travail administratif en général sont répartis entre les maraîchers-coopérateurs.

D'un point de vue commercial, chaque maraîcher-coopérateur a pu apporter, grâce à son expérience précédente, un canal de ventes distinct, assurant ainsi des débouchés diversifiés à l'activité. Par exemple, l'un a ouvert au marché de Namur, l'autre gérait déjà les paniers vendus à la Ferme de Vevy, et les gère encore, et le troisième assure le débouché GASAP (Groupes d'Achat solidaires de l'Agriculture paysanne). Le partage de la gestion commerciale offre une diversification intéressante mais demande une planification précise de la production. En fonction des débouchés de chacun, ils organisent ensemble les plans de culture. Ces trois débouchés commerciaux sont la principale source de revenus de la coopérative et assurent à chacun un revenu décent, à condition « de faire du black », nous affirme Jean-François. « Et je l'assume

publiquement », ajoute-t-il

Le pouvoir laissé aux producteurs

Pour administrer l'activité, l'organisation comporte plusieurs types de parties prenantes, les parts A et les parts B. Les parts A ont un veto que n'ont pas les parts B. Seuls les producteurs disposent de cette catégorie de parts. Aussi, il est convenu qu'eux seuls décident des orientations stratégiques du projet, les détenteurs de parts B restant « simples » contributeurs financiers et observateurs.

Communication et solidarité

Lorsqu'un des maraîchers est en incapacité de travail, le caractère collectif de la coopérative agit comme une mutuelle solidaire. Contrairement à un indépendant qui, en incapacité de travail, verrait son

exploitation à l'arrêt, ici, à Vevy Wéron, le groupe prend le relais. Se rassembler pour se protéger. Le caractère collectif du projet implique une entente entre les parties. Pour ce faire, des discussions très régulières ont lieu et les décisions sont prises au consensus. Une règle simple structure ces négociations « qui ne dit mot consent ». Lorsqu'un désaccord majeur émerge, les maraîchers se sont accordés pour oser dire les choses franchement. La clef : une parole sincère. Et pour apporter un outil à la résolution de conflits, la purge du chapeau noir (les chapeaux de Bono) est une méthode utilisée.

L'entreprise sociale : entre « avantages » et « inconvénients »

Étant donné sa finalité sociale, la coopérative entend produire de manière respectueuse du vivant, apporter une « plus-value

sociale » à la collectivité. Ce statut permet d'engager des bénévoles rémunérés, ce qui est un avantage en haute saison. Aussi, ce statut affiche d'entrée de jeu les valeurs de l'activité ; il est un moyen de communication puissant. Cependant, pour Jean-François Aseglio, le statut de coopérative à finalité sociale peut poser problème dans leur cas. En effet, selon lui, il est compliqué « moralement » de laisser partir un maraîcher de la coopérative ayant participé activement à sa vie, sans qu'il ait de plus-value sur ses parts. La personne ayant investi de son temps et de son argent ne récupère, à sa sortie, que l'investissement initial. La « juste » rétribution du coopérateur-maraîcher pour la totalité du travail et du capital apportée n'est donc pas une chose facile dans ce cas.

En direct de mon élevage

Antoine Gallez et Baptiste Guillaume, Biowallonie



Cette coopérative bovine, née en 2018, est basée à Perwez (Brabant wallon) et rayonne sur une grande partie de la Wallonie. Bien qu'elle ait bénéficié d'une croissance rapide (de 80 bovins à 200 bovins/semaine en deux ans), elle reste très attachée à ses valeurs : l'agriculture familiale et la qualité de la viande.

Une levée de fonds rapide

Concernant le financement du projet, les administrateurs envisageaient un apport de 30 % d'Ardenne Bovin, société privée détenue par Yves Perreaux, de 30 % des agriculteurs et le reste via le crédit bancaire. À la surprise générale, grâce à l'engouement d'une centaine d'agriculteurs et d'autres coopérateurs, le besoin en capital fut comblé rapidement, écartant le besoin d'endettement. Un atelier de découpe a même pu être acheté.

Des débouchés sur les chapeaux de roue

Le démarrage a été facilité par l'entreprise

Ardenne Bovin, l'une des fermes coopératrices. En effet, cette entreprise de chevillards¹ entreprit de ne plus acheter de bêtes dans les fermes tierces et de déléguer cette tâche à la coopérative. Ainsi, chaque bovin acheté par la coopérative était automatiquement écoulé via Ardenne Bovin. Dès le début, la coopérative écoula donc 80 bêtes/semaine, une garantie sécurisante en début d'activité.

Un prix juste et une position de force

« En direct de mon élevage » veut avant tout offrir à l'agriculteur une stabilité en garantissant un prix juste pour chaque bovin vendu (veau, génisse, taurillon). La forme coopérative, où l'union fait la force, permet également la négociation de certaines assurances avantageuses pour le producteur. Aussi, elle permet la réduction des coûts de transport : « avec un camion rempli, on peut passer d'un transport de 40 à 50 euros à un transport aux environs

de 28 euros, par exemple », nous explique Yves Perreaux. En plus de la réduction de ces coûts divers, la garantie d'une juste rémunération permet à l'éleveur de vivre décemment de son activité.

Des incitants à devenir coopérateur

La Région wallonne permet au producteur de bénéficier d'un subside allant jusqu'à maximum 2.000 euros pour un investissement dans une coopérative active dans son secteur².

Les coopérateurs de « En direct de mon élevage » ont profité de ce levier, ce qui a permis à chaque éleveur entrant au capital d'apporter ce montant, et d'en être donc « remboursé » dans un délai raisonnable par la Région. Étant donné le faible investissement financier, et donc potentiellement le faible investissement personnel dans la coopérative, une obligation de sept années d'engagement a été décrétée. Le producteur s'engage alors à fonctionner avec les règles de la coopérative pendant cette période.

Un avenir prometteur

« En direct de mon élevage », en pleine croissance, présage le meilleur. En effet, avec 50 à 60 nouveaux producteurs désireux d'entrer dans la coopérative, l'avenir semble prometteur. Le modèle coopératif a fait ses preuves durant les années écoulées et, à l'heure actuelle, il suscite toujours l'engouement de potentiels nouveaux entrants.

¹ Bouchers, bouchères en gros ou en demi-gros. ² Les détails précis de cette aide sont disponibles sur demande à l'adresse : developpement.filieres@biowallonie.be

Agriculture bio « Made in Belgium »

Introduction

Sophie Engel et Bénédicte Henrotte, Biowallonie

« *Made in Belgium* », « *acheter local* », ça veut dire quoi ? Où est-on en Belgique ?

Une marque belge vendue dans un commerce belge peut-elle se targuer d'être locale ? Est-ce qu'un produit transformé en Belgique est *de facto* local ? Ou faut-il que celui-ci contienne des matières premières belges ? Est-ce le savoir-faire qui est belge (recette traditionnelle...) ? Un produit vendu en circuit court justifie-t-il d'office d'une appellation « *locale* » ? Et, au fond, « *local* », qu'est-ce que ça veut dire ? En l'absence de label, pas facile de s'y retrouver... Quelles sont les règles ? Comment mettre en avant nos produits belges ? Quel avenir pour le « *Made in Belgium* » ? Le consommateur belge est-il en demande de ces produits ?

Nous avons mené l'enquête pour tenter de répondre à ces questions ! Nous sommes allés à la rencontre d'acteurs de terrain, syndicats agricoles, syndicat des indépendants franchisés, Apat-W... afin d'avoir leur avis sur la question.

Nous avons demandé aux experts de nous expliquer quelle est la loi en vigueur pour développer notre chauvinisme, sans toutefois tromper les consommateurs. Quelles sont les armes dont vous disposez pour mettre en avant l'aspect local de vos produits ?

Nous sommes aussi partis chercher l'inspiration en France, mais surtout en Belgique, pour vous présenter des acteurs (parmi tant d'autres) qui jouent le jeu de s'approvisionner localement et de développer les filières de leur pays.

Noir, jaune, rouge, cultivons notre chauvinisme, valorisons notre terroir et notre savoir-faire !





Une agriculture « Made in Belgium », réalité ou utopie ? Analyse de la FUGEA

Timothée Petel, FUGEA

Un système agroalimentaire libéralisé, spécialisé et mondialisé

La politique agricole a peu à peu été libéralisée. Les filières agricoles et les agriculteurs sont soumis à la loi des marchés internationaux. Les prix des denrées agricoles dépendent des cours mondiaux et européens. Les agriculteurs sont mis en concurrence avec des productions ne respectant pas les mêmes normes mais pouvant être importées et vendues sur nos territoires. Dans une même logique, certaines de nos denrées envahissent des marchés étrangers, qui sont incapables de concurrencer nos productions subsidiées.

La concentration du secteur de la transformation agroalimentaire

Ces dernières décennies, c'est dans une logique d'échanges débridés que l'industrie agroalimentaire s'est concentrée et orientée vers un nombre restreint de filières agricoles stratégiques, tournées vers l'exportation. Par exemple, à l'échelle nationale, le nombre de laiteries est passé de 95 à 15 depuis le milieu des années 1970. Certaines filières sont

absentes ou mal structurées et ne permettent pas de valoriser nos productions sur notre territoire. Ainsi, malgré des capacités de production importantes, nous avons structuré des filières déficientes qui ne répondent pas complètement aux demandes de notre territoire et ne permettent pas d'assurer notre souveraineté alimentaire.

La diminution du nombre d'infrastructures s'est inévitablement accompagnée de l'agrandissement de celles restantes. Au fil du temps, les principales industries de transformation se sont modernisées pour accueillir de grands volumes de production, majoritairement destinés à l'export, délaissant le développement de filières locales.

La spécialisation de notre agriculture

Sous la pression de l'agro-industrie, les agriculteurs sont poussés à se spécialiser et à s'agrandir dans une logique d'économie d'échelle, perdant toute capacité de résilience en période de crise.

En effet, le dimensionnement grandissant des industries agro-alimentaires a exclu peu à peu les fermes diversifiées de petite et moyenne tailles, incapables de fournir les quantités exigées. De plus, faute d'**accessibilité aux outils de transformation**, des agriculteurs et agricultrices ont également dû **abandonner certaines spéculations**. Cette fuite en avant a poussé de **nombreuses exploitations à se spécialiser dans une production et à s'agrandir**.

Il est important de souligner que cette modernisation des exploitations a également été poussée par les politiques agricoles (en particulier la PAC).

La spécialisation de notre agriculture se traduit par une surproduction par rapport aux besoins de notre territoire et une **nécessité d'exporter dans certaines filières**. À l'inverse, nous **ne produisons pas assez dans certaines spéculations et dépendons donc d'importations**.

Pour la FUGEA, il est nécessaire de tout faire pour améliorer l'autonomie alimentaire de

notre territoire et éviter des situations de filières trop déficitaires.

Situation au niveau belge

L'exemple emblématique est celui de la filière pommes de terre. À l'échelle nationale, nous produisons seize fois plus que les besoins de la population belge¹. C'est aussi le cas pour les filières viande lorsque l'on s'intéresse aux chiffres belges (échelle à laquelle ces filières s'organisent). Pour la filière porc, le taux d'autosuffisance (rapport entre la production et la consommation locales) est estimé à 252 %, ce qui signifie que nous produisons plus de deux fois ce que nous consommons en Belgique². Le taux d'autosuffisance pour la filière viande bovine est de 160 % et celui de la viande de volaille de 241 %³. Pour la filière lait et les produits laitiers liquides, ce taux est évalué à 135 %⁴. Surtout, nous exportons près de la moitié de notre production dédiée à cette catégorie de produits. Le taux d'approvisionnement en légumes est de 149 %⁵. Ces filières se retrouvent face à la nécessité d'exporter et sont donc dépendantes de la situation des marchés européens et mondiaux (libéralisés et concurrentiels). En cas de fermeture de certains marchés, comme

durant la crise actuelle, les conséquences peuvent être désastreuses pour ces filières et les producteurs.

Situation au niveau wallon

À l'échelle wallonne, les constats sont différents, à l'exception de la pomme de terre, dont nous produisons aussi 16 fois plus que les besoins de la population (en tenant compte de la population bruxelloise dans les calculs)⁶. Pour les autres productions, le poids de la Flandre est très important. À l'échelle wallonne, nous savons que nous ne sommes pas autosuffisants en viande de volaille ou de porc. Pour le lait, la production wallonne couvre les besoins de la population wallonne et bruxelloise en produits laitiers (taux de couverture des besoins de 104 %)⁷. Si l'ensemble de la production était valorisé sur le territoire et si nous n'importions plus de produits laitiers, nous pourrions être en autosuffisance et ne plus dépendre des marchés extérieurs. En Wallonie, d'autres filières sont largement déficitaires. C'est le cas des fruits et légumes frais, le taux d'autoapprovisionnement étant de 17 %⁸. Le taux de couverture des besoins en céréales pour l'alimentation humaine est de 34 %⁹ (en tenant compte de la population bruxelloise).

¹ Chiffre pour l'année 2015, basé sur le rapport « État des lieux et scénarios à horizon 2050 de la filière des pommes de terre en Région wallonne » de l'UCLouvain.

² Chiffre pour l'année 2018, issu de Statbel 2020. ³ Chiffre pour l'année 2018, issu de Statbel 2020. ⁴ Chiffre pour l'année 2012, issu de Statbel 2020. ⁵ Chiffre pour la période 2012-2013, issu de Statbel 2020. ⁶ Chiffre pour l'année 2015, basé sur le rapport « État des lieux et scénarios à horizon 2050 de la filière des pommes de terre en Région wallonne » de l'UCLouvain.

⁷ Chiffre pour l'année 2015, issu du rapport « État des lieux et scénarios à horizon 2050 de la filière lait en Région wallonne » de l'UCLouvain.

⁸ Chiffre issu du « Plan de développement stratégique de la filière horticole 2018-2028 ».

⁹ Chiffre pour l'année 2015, issu du rapport « État des lieux et scénarios à horizon 2050 de la filière des céréales en Région wallonne » de l'UCLouvain.



La mise en concurrence de notre agriculture doit cesser

La mise en concurrence déloyale de notre agriculture avec des productions ne respectant pas nos normes est une réalité dénoncée par la FUGEA. Cette concurrence se traduit inévitablement par une pression à la baisse sur les prix, poussant les agriculteurs et les filières à se spécialiser et à augmenter les volumes de production pour tenter d'être rentables. De manière générale, cette situation est un danger pour le maintien de notre agriculture et... freine le « Made in Belgium ». Dans ce contexte, certaines filières déficitaires peinent à se développer ou à se maintenir car elles ne peuvent pas faire face à la concurrence étrangère. C'est le cas de la filière des légumes, une production caractérisée par un besoin en main-d'œuvre élevé. Or, le coût de la main-d'œuvre est très élevé en Belgique. En guise de comparaison, on constate qu'en Belgique le coût horaire moyen de la main-d'œuvre est estimé à 39,7 euros, contre 6,9 euros en Roumanie et 5,4 euros en Bulgarie¹⁰. Pour faire face aux légumes importés à bas coût,

les producteurs sont donc poussés à recourir à des travailleurs saisonniers « bon marché » (le bas revenu d'un saisonnier agricole en Belgique correspond au revenu moyen appliqué en Europe de l'Est).

La **protection de nos productions locales** soumises à des contraintes environnementales, économiques ou sanitaires strictes, **est un choix politique**. Force est de constater que ce n'est pas forcément la priorité de l'Union européenne, en témoigne les négociations de traités de libre-échange, comme c'est le cas actuellement avec le **Mercosur**. L'objectif de ces accords est simple : libéraliser encore plus les échanges (et donc diminuer les taxes sur les produits agricoles importés). Une aberration quand on sait que les produits qui seront importés sur nos territoires sont déjà produits chez nous (cas de la viande bovine). Et c'est une façon d'accentuer la mise en concurrence de notre agriculture avec des productions ne respectant pas les normes strictes imposées aux agriculteurs européens.

Paradoxalement, la Commission européenne a adopté en 2020 sa stratégie « **Farm to Fork** » pour un « système alimentaire juste, sain et respectueux de l'environnement ». Une stratégie qui devra être soutenue par la **PAC Post-2022** en cours de négociation. Cette PAC imposera plus d'efforts environnementaux à ses agriculteurs et agricultrices. La signature d'un tel accord en pleine négociation PAC serait donc totalement incohérente. L'Europe envisage ainsi de demander l'impossible aux agriculteurs et agricultrices : respecter des standards de production plus élevés, tout en étant concurrentiels avec des productions encadrées **par des normes plus laxistes**. *Cette accentuation de la mise en concurrence de notre agriculture serait fatale pour nos agriculteurs, en particulier ceux engagés dans une agriculture durable.* *En conclusion, en signant de tels accords, l'Union européenne ne favorise pas son autoproduction et donc pas le « Made in Belgium ».*

¹⁰ Eurostat 2018.

Vous désirez faire analyser vos terres ou légumes dans le réseau REQUASUD ?

Faites confiance à la compétence des **5 laboratoires** du réseau qui réalisent rapidement et à faible coût vos analyses et ce, en toute indépendance



> **La Hulpe** (Brabant Wallon)
ASBL **Brabant Wallon Agro-qualité**
Centre provincial de l'agriculture et de la Ruralité
Contact : **M. Renneson**
rue St Nicolas, 17 à 1310 La Hulpe
tél. 02 656 09 70
agriculture@brabantwallon.be

> **Tinlot-Scry** (Liège)
ASBL **CPL-PROMOGEST**
Laboratoire de la Province de Liège
Contact : **V. Genot**
rue de Dinant, 110 à 4557 Tinlot-Scry
tél. 04 279 38 00
spaa@provincedeliege.be

> **Ath** (Hainaut)
ASBL **CARAH**
Hainaut Analyses
Contact : **C. Vandermiers**
rue Paul Pastur, 11 à 7800 Ath
tél. 068 26 46 90
ha.labo-ath@hainaut.be

> **Ciney** (Namur)
ASBL **OPA-Qualité Ciney**
Office Provincial Agricole de la Province de Namur
Contact : **J. Roulet**
Domaine St Quentin
Chemin d'Hajjoux, 4 à 5590 Ciney
tél. 081 77 68 16
labo.opa@province.namur.be

> **Bastogne** (Luxembourg)
ASBL **Iqualux**
Centre de Michamps
Contact : **B. Wavreille**
Horritine à 6600 Bastogne
tél. 061 21 08 20
centredemichamps@uclouvain.be

Pour toute information
ASBL **REQUASUD - Cellule d'appui**
rue de Liroux, 9 - 5030 GEMBLoux
Tél. 081/87 58 96
requasud@cra.wallonie.be
<http://www.requasud.be>





Un secteur de la transformation à repenser en profondeur

La perte de la maîtrise des outils de transformation

Cette concentration de l'offre a provoqué une perte de contrôle progressive des outils de transformation par les agriculteurs et les agricultrices. Cantonné au maillon de la production, leur pouvoir de négociation au sein

de la chaîne s'est fortement restreint face à l'agro-industrie, qui impose désormais les prix. Rappelons que la grande majorité de ces entreprises est dirigée par des individus dont le mandat est de contenter les actionnaires et les

créanciers. La maximisation des profits passe notamment par une diminution des coûts de production et donc du prix d'achat des matières premières, en l'occurrence, le fruit du travail des agriculteurs.

Le manque d'outils de transformation de petite et moyenne tailles en Wallonie

La Wallonie compte aujourd'hui trop peu d'outils de transformation accessibles aux agriculteurs diversifiés, notamment en termes de moulins, conserveries, légumeries ou malteries. Cette insuffisance d'infrastructures limite la valorisation locale de nos productions agricoles voire carrément le développement de filières potentielles, entraînant une perte

de la plus-value pour les agricultrices et les agriculteurs. Les céréales panifiables sont à ce titre un cas emblématique. En effet, les producteurs désireux de réinvestir cette filière pour alimenter des artisans locaux (boulangers, biscuiteries...) éprouvent aujourd'hui de nombreuses difficultés à trouver un meunier capable de mouler leurs

grains en farine. Ce chaînon manquant bloque l'émergence d'une filière locale, nous rendant dépendant des importations. Pourtant, la Wallonie possède toutes les compétences techniques pour produire des céréales panifiables dans ses fermes.

La relocalisation de notre agriculture : vers un « Made in Belgium » exclusif ?

L'augmentation du « Made in Belgium » dans nos assiettes est freinée, entre autres, par la structuration des filières agricoles et leurs niveaux de production. Certaines filières sont en situation de surproduction et de dépendance aux exports, tandis que d'autres présentent une faible autonomie et une dépendance aux importations. Ces constats sont importants et constituent un point clé de la résilience de notre système alimentaire.

Logiquement, pour favoriser le « Made in Belgium », il paraît nécessaire de limiter notre dépendance aux exportations et aux importations. Pour y arriver certaines productions déficitaires doivent être soutenues en priorité. Cette stratégie, si elle est couplée à une relocalisation des filières, permettrait aux producteurs de sortir de la dépendance aux marchés mondiaux et leur instabilité.

Toutefois, la FUGEА ne plaide pas pour un repli sur soi avec une Belgique ou une Wallonie 100 % autonome et sans échanges commerciaux. Notre agriculture est dépendante de notre contexte pédoclimatique et des compétences de nos agriculteurs. Certaines productions, comme la viande bovine, doivent se maintenir à un certain niveau, en veillant à ne pas exporter à outrance. À l'inverse, nous savons que certaines

productions continueront à être importées. Cette cohérence et ces échanges doivent être pensés à l'échelle européenne ; l'Union se devant d'être autonome pour un maximum de denrées alimentaires vu les capacités de production des États membres.

Le chantier d'une agriculture et d'une consommation « Made in Belgium » est important. Les pistes de solutions défendues par la FUGEА depuis de nombreuses années sont reprises dans *La Lettre Paysanne* de mai 2020, voici le lien pour y accéder :

<https://fugea.be/la-lettre-paysanne-3/>





**MOLENS MOULINS
DEDOBDELEER**

Le numéro 1 en alimentation animale biologique

Pour tous les animaux (bovins, porcs, volailles, ovins, caprins, équidés, ...)

- Calcul de rations
- Aliment minéraux
- Aliments complets
- Achat de céréales panifiables, fourragères et en reconversion
- Conseils de diversifications

Graankaai – 1500 Halle
Tel : 02/356.50.12
info@dedobbeleermills.be







Alimentation locale pour les animaux : et nous alors ? Proposition de la FWA

Caroline Decoster et Laura Lahon, FWA

Le nouveau règlement bio, d'application en janvier 2022, inclut de nouveaux objectifs pour la production biologique dont, notamment, favoriser les circuits courts de distribution ainsi que les productions locales, et contribuer à la protection de l'environnement et du climat. Cependant, la Fédération wallonne de l'Agriculture (FWA) constate qu'aucune règle supplémentaire n'a été prévue dans le nouveau règlement pour s'assurer de la mise en œuvre de ces nouveaux objectifs. Développons un exemple simple qui permettrait concrètement d'augmenter les matières premières bio locales dans nos produits transformés.

Dans le nouveau règlement bio, on retrouve des exigences en termes de régionalité des approvisionnements pour l'alimentation des animaux biologiques : « *les aliments pour animaux proviennent principalement de l'exploitation agricole dans laquelle les animaux sont détenus ou d'unités de production biologique ou en conversion appartenant à d'autres exploitations de la même région* ». Et pour notre alimentation bio ? Il n'existe aucune exigence similaire concernant la régionalité des approvisionnements pour l'alimentation humaine. Pourtant, force est de constater le rôle essentiel joué par cette exigence de régionalité qui permet, pour l'alimentation animale, de concrétiser l'objectif poursuivi par la production biologique de privilégier les productions locales.

En effet, nous constatons qu'en Région wallonne, **le prix est trop souvent un critère de choix plus décisif que l'origine locale des matières premières, pour les opérateurs qui produisent des denrées alimentaires transformées, destinées à l'alimentation humaine.** Ainsi, les matières premières produites localement sont délaissées en faveur de matières premières plus compétitives, qui parcourent des distances parfois considérables avant d'arriver dans nos assiettes. Cette situation est incompatible avec la rencontre des objectifs du règlement bio, notamment : contribuer à la protection de l'environnement et du climat,

et favoriser les circuits courts de distribution et les productions locales dans les divers territoires de l'Union.

Partant de ces constats, la FWA propose, afin d'encourager le recours aux matières premières locales et de protéger le climat, d'adopter la règle suivante : « **un maximum de matières premières utilisées pour la production de denrées alimentaires transformées proviennent de la même région que celle du lieu de transformation, si les matières premières peuvent être cultivées dans la région concernée** ». L'adoption de cette règle permettrait de joindre l'esprit à la lettre, garantissant ainsi, l'intégrité de la production biologique.

La notion de régionalité n'étant pas définie dans le règlement européen, chaque État membre est libre de définir individuellement cette notion pour son territoire. En Région wallonne, la zone géographique considérée comme région regroupe l'intégralité du territoire de la Belgique, l'intégralité du territoire du Grand-Duché de Luxembourg ainsi que certaines régions limitrophes en France, en Allemagne et aux Pays-Bas. Étant donné la notion de régionalité très restreinte qu'applique la Wallonie, l'adoption de cette nouvelle règle de régionalité permettrait, comme pour l'alimentation animale, de répondre pleinement à l'objectif de localité, et garantirait un débouché local à nos productions agricoles à destination humaine.

Augmenter la part de local dans nos produits transformés à destination humaine : une utopie ?

Non, du bon sens ! Il faudra sans doute du temps pour se l'imposer à tous mais la FWA y travaille. Car il s'agit d'une mesure pouvant avoir un impact très fort sur les débouchés de nos matières premières. Heureusement, en parallèle, de magnifiques projets de transformation bio voient le jour, avec une attention particulière portée à un approvisionnement 100 % local. Merci à tous ces acteurs qui font vivre notre agriculture bio wallonne et qui lui donnent du sens !



FWA



APLSIA, quelle vision sur la tendance « Made in Belgium »

Bénédicte Henrotte et Sophie Engel, Biowallonie

Rencontre avec Sophie Boval (chargée de communication) et Paul Mathieu (représentant des magasins bio et administrateur APLSIA).

L'APLSIA est l'Association professionnelle francophone du Libre-Service indépendant en Alimentation. Ses membres sont des chefs de PME actifs dans le libre-service alimentaire, qu'ils soient franchisés¹ ou non. On retrouve parmi eux des commerçants indépendants en Wallonie et à Bruxelles, exploitant des magasins sous une grande variété d'enseignes (tels que les AD Delhaize, Proxy Delhaize, Spar, Match, Carrefour Market, Carrefour Express...). Elle compte plus de 200 membres dont 80 sont des points de vente spécialisés bio (Al'Binète, Biocap, Sequoia...).

Nous les avons interrogés pour connaître leur vision sur le développement du « Made in Belgium » dans leurs enseignes.

L'APLSIA souligne que les magasins franchisés ouvrent de plus en plus leurs portes aux producteurs bio et locaux. Ces supermarchés de proximité offrent l'avantage de pouvoir être livrés en direct en produits locaux, sans devoir passer par une centrale d'achat.

Cependant, Paul Mathieu pointe du doigt **plusieurs défis d'avenir**, qui permettraient d'augmenter la présence des produits belges dans les rayons :

- La **clarification de la notion de produit « local » ou « Made in Belgium »** pour ne pas induire les consommateurs en erreur. L'offre en produits belges augmente ; certains définissent le caractère belge d'un produit selon son site de production, d'autres selon l'origine des ingrédients, etc.
- Le **manque d'outils de transformations sur notre territoire** : même s'ils se développent petit à petit, nos voisins sont plus forts à ce niveau-là. Ex. : les flocons d'avoine floconnés en Allemagne.
- La **distribution** qui n'est **pas encore optimale** : il faut démultiplier de nombre de distributeurs pour obtenir tous les produits que l'on souhaite et c'est parfois le parcours du combattant pour certains produits.

On constate aussi que les distributeurs ne jouent plus spécialement le jeu du local. Ils sont appâtés par les marchés extérieurs, par exemple. Paul nous explique que beaucoup de produits français arrivent chez nous à des prix plus compétitifs (les petits distributeurs du début se font racheter par des grands groupes qui sont moins attentifs au local).

- La conscientisation des consommateurs à **payer le prix juste** pour leurs produits alimentaires : un prix qui rémunère le producteur, le transformateur mais également le point de vente !

« Depuis ces cinq dernières années, le marché des produits belges évolue à une vitesse fulgurante. L'idéal serait que les politiques et les structures du paysage alimentaire wallon se fédèrent autour d'objectifs communs pour arriver à accompagner correctement le développement de ces produits locaux. »

Un conseil pour ceux qui souhaitent livrer leurs produits locaux chez un franchisé ?

Les produits belges ont le vent en poupe. En fonction du volume proposé, il faudra démarcher le gérant des magasins locaux. Il est possible, si l'on a de petits volumes, de livrer directement le magasin ou, pour les volumes plus conséquents, de livrer directement la centrale. Les franchisés peuvent avoir un rayon « produits locaux ». En fonction des enseignes, la liberté du gérant est différente.

Pour Paul Mathieu, une des clés du succès, lorsque la livraison se fait en direct avec le supermarché de proximité, c'est la relation humaine ! Avoir un bon contact avec le gérant, bien expliquer son produit, permettra que celui-ci soit bien mis en avant dans les rayons.



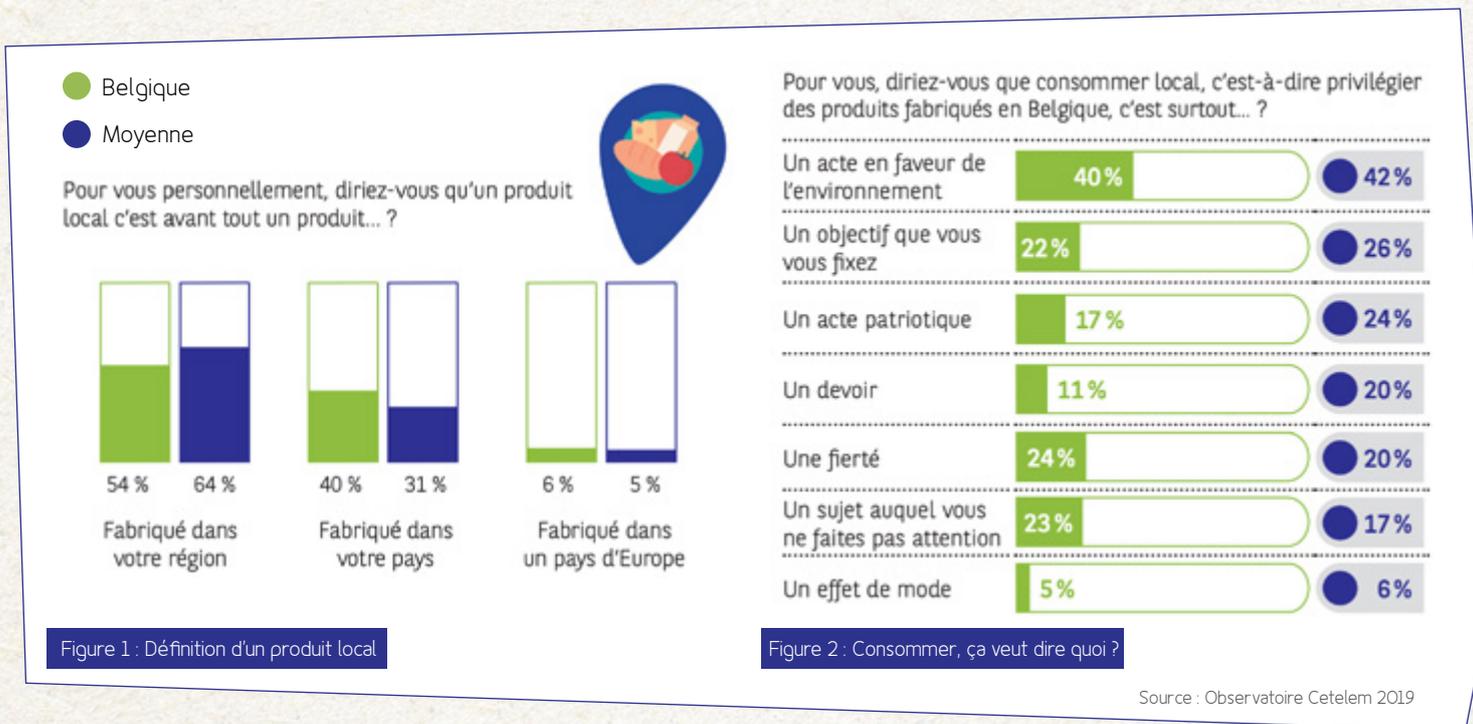
¹ Un magasin franchisé indépendant est avant tout un magasin indépendant. Un entrepreneur, le franchisé, « achète » à une marque nationale le droit d'exploiter son image de marque, son concept, son savoir-faire, sa gamme de produits, etc. Mais il reste indépendant : c'est-à-dire qu'il gère son entreprise comme il l'entend ; il n'a pas de lien de subordination avec l'enseigne. En ceci, les commerçants franchisés se distinguent des gérants salariés. Pour le consommateur, il n'y a aucune différence entre un magasin franchisé et un magasin en succursale : c'est tout le principe de la franchise ; tous les points de vente doivent offrir la même expérience au client.



Le consommateur belge est-il en demande de produits belges ?

Sophie Engel, Biowallonie

D'après l'observatoire Cetelem de 2019, la Belgique se distingue des Européens occidentaux (Italie, France, Espagne, Allemagne...) par un rapport particulier à la question de la consommation locale, définie comme **une production nationale** plutôt que régionale (Figure 1). L'enquête a également mis en évidence que la motivation principale à consommer local, pour les Belges, est la sensation de réaliser **un acte en faveur de l'environnement** (Figure 2). En revanche, quelle que soit la catégorie de produits (alimentaires ou non), le consommateur belge semble moins fréquemment recourir à des produits fabriqués en Belgique que la moyenne des autres pays. Pour l'alimentaire en particulier, 75 % des répondants belges déclarent privilégier souvent l'achat de produits fabriqués en Belgique alors que la moyenne des autres pays européens est de 87 % !



En mars 2020, lors du premier confinement, des changements importants dans les habitudes de consommation ont été observés. Afin de mieux comprendre le comportement et les motivations des consommateurs belges, de nombreuses études ont été réalisées. Voici quelques éléments qui ressortent de celles menées par Biowallonie, l'Apaq-W et Fairtrade Belgium.

Le consommateur belge et le choix de produits locaux

Étude de Biowallonie « Impact du Covid-19 sur le secteur bio wallon », réalisée entre le 13 mars et 18 mai 2020 auprès des acteurs certifiés bio en Wallonie. 115 réponses via un formulaire en ligne et 53 enquêtes téléphoniques – Étude complète sur le site de Biowallonie.



BIO WALLONIE

Il ressort de l'étude de Biowallonie que 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, **huit producteurs sur dix** proposant ce type de vente ont augmenté leurs ventes directes. Une augmentation de 20 à 50 % pour six fermiers sur dix et de plus de 50 % pour deux fermiers sur dix.

Témoignage de **Pierre Le Maire**, producteur de légumes plein champ à 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 la Covid-19.** »



Étude de l'Apag-W « L'agriculture biologique et les produits bio en Belgique », réalisée en mai 2020, par le bureau de sondage Listen, sur un échantillon représentatif de la population belge de 1.000 personnes.



L'étude de l'Apag-W montre qu'acheter des produits locaux est jugé important pour 36 % de la population belge. Ce critère « achat de produits locaux » arrive en quatrième position et 11 % des répondants l'ont même placé en première position ! (Figure 3)

Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les trois engagements que vous jugez les plus importants aujourd'hui ?

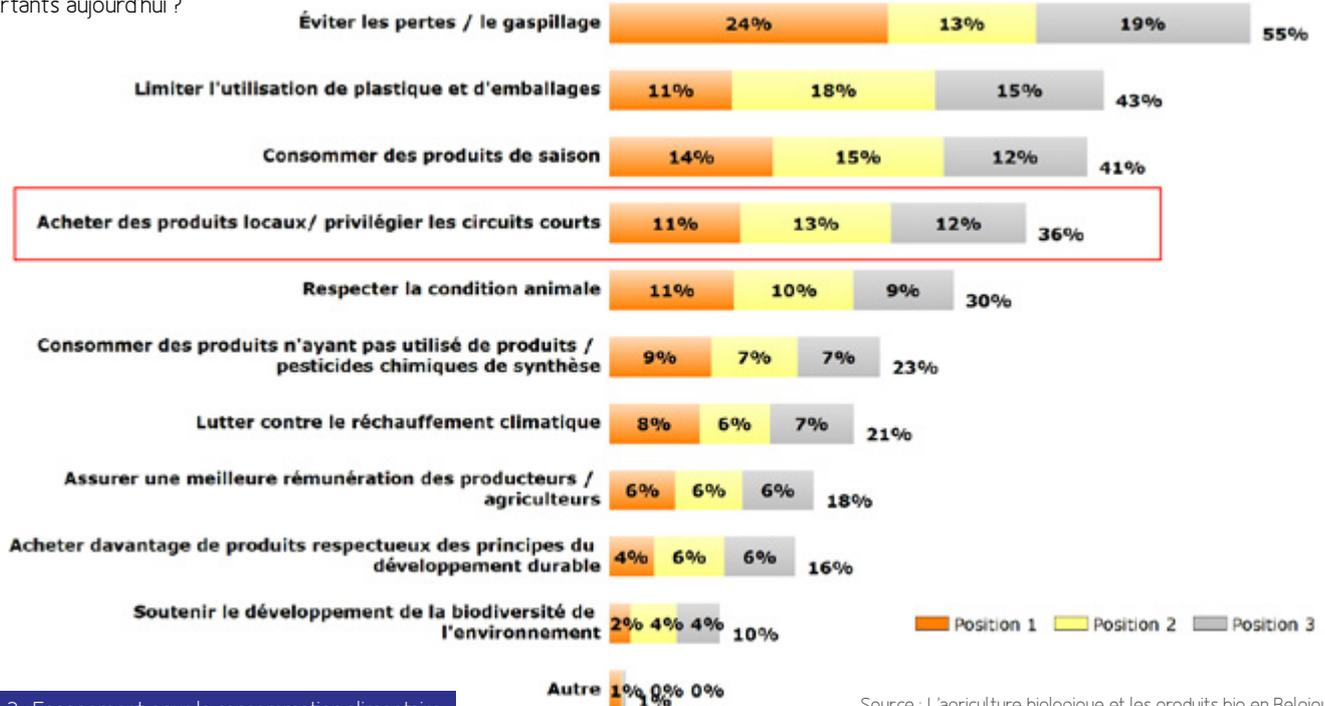


Figure 3 : Engagement pour la consommation alimentaire

Source : L'agriculture biologique et les produits bio en Belgique - Baromètre 2020, Listen-Apag-W

Étude de Fairtrade Belgium, réalisée en septembre 2020, par le bureau de sondage AQRate, sur un échantillon représentatif de la population belge de 1.000 personnes.



Cette tendance se confirme également avec l'étude de Fairtrade Belgium. La figure 4 montre que 81 % des répondants à cette étude considèrent comme important le fait que les produits qu'ils consomment soient produits localement. Les critères « bons pour la santé » et « produits sans pesticides » arrivent en tête avec respectivement 97 % et 91 % et presque la moitié des répondants souhaitent la certification bio.

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

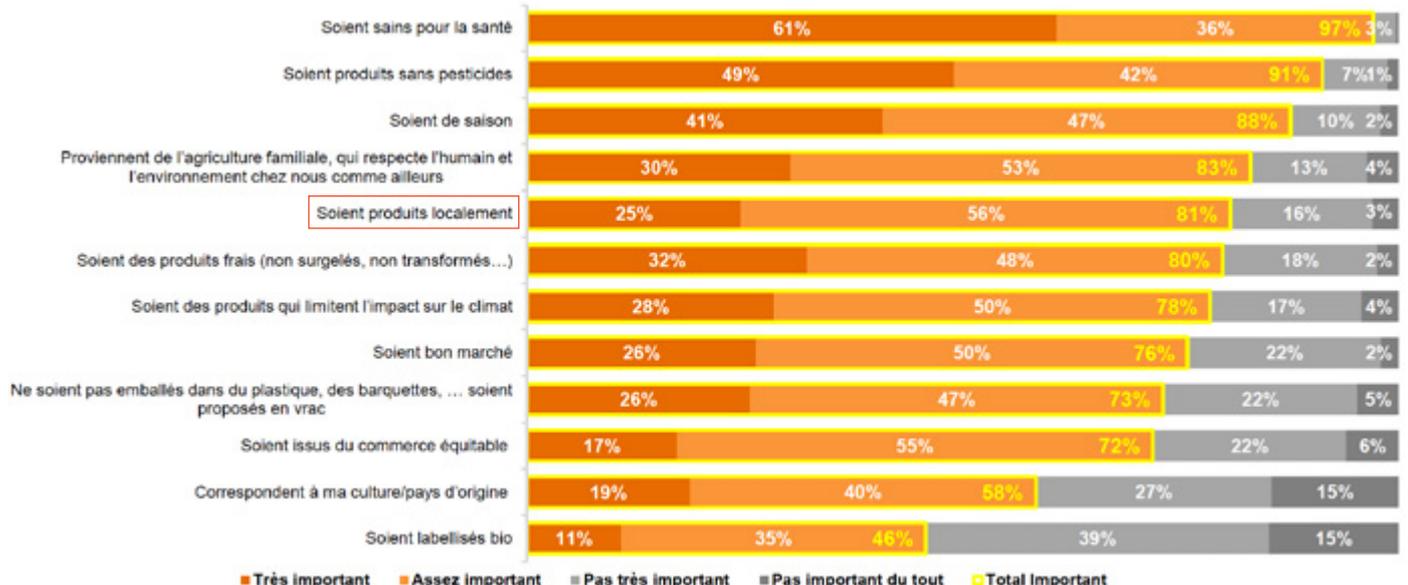


Figure 4 : Critères d'importance pour le choix des aliments

Source : AQRate, Barriers on sustainable consumption, Fairtrade Belgium, septembre 2020



Lieux d'achat des produits alimentaires

D'après une étude réalisée par GfK, en 2019, la part de marché des « petits » canaux de distribution, pour les produits frais en Belgique, représentait 6,2 %. Dans cette catégorie « Petits canaux », on compte l'e-commerce, la livraison à domicile, la vente directe à la ferme et les marchés de producteurs. **Ce qui veut dire qu'environ 94 % des achats de produits alimentaires frais sont réalisés au sein de la grande distribution, des magasins hard discount, des supermarchés de proximité, des supermarchés spécialisés...**

Zoom sur les lieux d'achat des produits bio

Le constat est similaire ! En 2019, les achats de produits bio locaux, à la ferme ou sur des marchés, représentent 6 % des parts de marché. Les achats de produits bio en supermarché sont en tête avec 53 % des parts de marché, suivi par les magasins spécialisés avec 22 % de part de marché (Figure 5).

Les supermarchés et magasins bio : un rôle important dans la distribution et la mise en avant de produits locaux !

Lorsque l'on interroge les consommateurs sur la visibilité de différentes catégories de produits en supermarché, **60 % des consommateurs déclarent qu'il serait souhaitable que les produits locaux soient mieux mis en avant** (Figure 6).

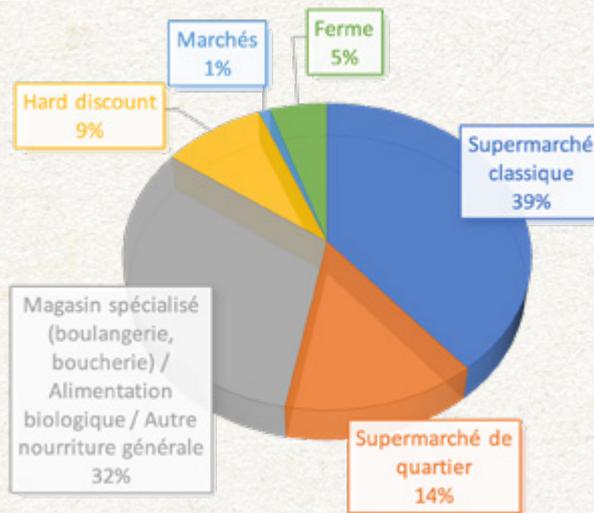


Figure 5 : Les canaux de distribution de produits alimentaires bio en Belgique, en % des dépenses en 2019

Source : VLAM – GfK Belgium. Bioplanet est inclus dans la partie « Magasin spécialisé/alimentation biologique/ Autre nourriture générale »

Dans quelle mesure les produits suivants devraient-ils être mis plus ou moins en avant par les distributeurs (supermarchés, etc.) suite à la crise du coronavirus ?

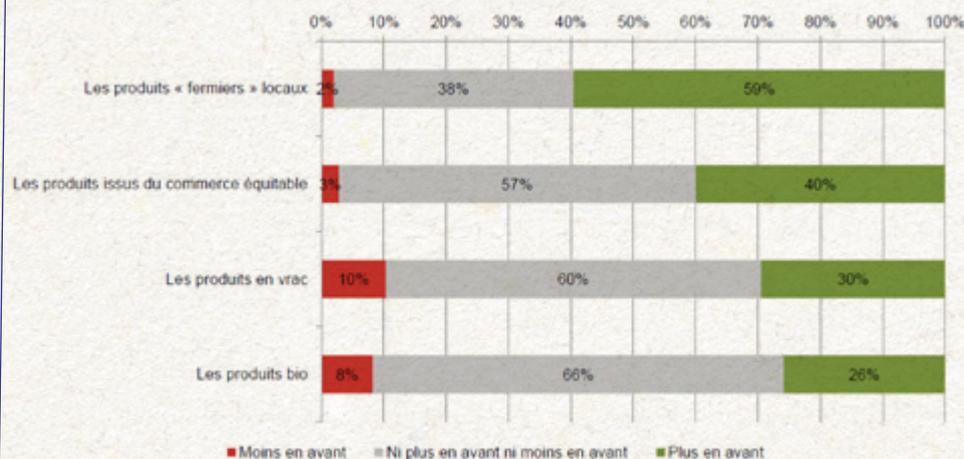


Figure 6 : Les distributeurs sont appelés à mettre plus en avant les produits locaux

Source : AQRate, Barriers on sustainable consumption, Fairtrade Belgium, septembre 2020

En conclusion

Les différentes études montrent que le **consommateur est en demande de produits locaux et belges**. Le supermarché reste le canal de distribution le plus utilisé pour l'achat des produits locaux. Le consommateur est cependant en demande de **meilleures mises en valeur et identifications de ces produits locaux** dans les rayons des distributeurs pour l'aider à faire ses choix.

Ces trois études, menées en période de crise sanitaire, mettent en évidence le fait que le coronavirus a accéléré la tendance à l'achat de produits locaux et en circuit court. Avec le relâchement des mesures, les Belges ont en partie repris leurs anciennes habitudes de consommation. On constate malgré tout que l'alimentation locale est l'un des critères auxquels le consommateur est très sensible.



La place du local dans le secteur de la restauration collective

Stéphanie Goffin, avec la participation de Baptiste Guillaume, Biowallonie

Le secteur de la Restauration Collective (RC)¹ « se met au vert » progressivement ! Il en découle une volonté croissante du secteur de s'approvisionner en produits locaux... « Made in Belgium » ! Mais où en est-on aujourd'hui ? Quelle est la place du bio dans ces approvisionnements locaux ? Quelles sont les perspectives d'avenir ? Quels sont les canaux de distribution existants pour lier producteurs et cantines ?

Voilà autant de questions auxquelles nous allons tenter d'apporter des éléments de réponse.

Où en est-on aujourd'hui ? Quelle est la place du bio dans ces approvisionnements locaux ?

Les données chiffrées sont cruellement manquantes pour caractériser le secteur de la RC. Néanmoins, en Wallonie, grâce au Green Deal « cantines durables », toute une série de données sont en cours de collecte dont notamment la caractérisation

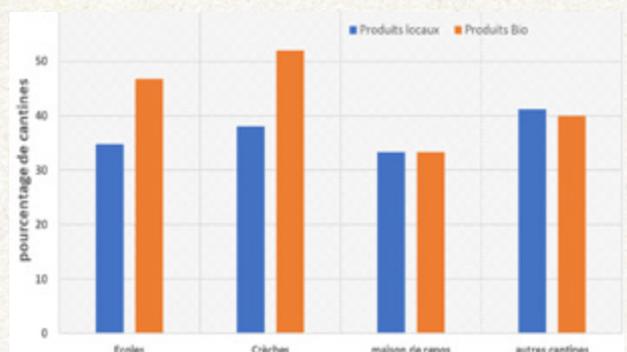
des produits d'origine locale et bio dans les cantines wallonnes. Certaines tendances peuvent déjà être mentionnées bien qu'il faille attendre encore un peu pour vous faire part de l'analyse complète des résultats. La Région bruxelloise a une longueur d'avance en sortant

récemment une étude qui dresse l'état des lieux des cantines du territoire en matière d'alimentation durable, dont notamment les approvisionnements locaux et bio (Sonocom, octobre 2020).

Les données à notre disposition sont reprises ci-dessous. Elles ne sont pas toujours comparables d'une région à l'autre.

Région wallonne	Région bruxelloise
Nombre de cantines	
Le secteur RC est évalué à 200.000 repas/jour soit plus de 126 millions de repas/an	Le secteur RC est évalué à 1.657 cantines avec un total de 73 millions de repas/an
Tendance vers une alimentation durable	
220 cantines sont engagées dans le Green Deal « cantines durables »* (≈100.000 repas/jour) * Le Green Deal = démarche volontaire, sans obligation de résultat. Chiffres des accompagnements Green Deal Les chiffres qui suivent sont issus d'une collecte de données auprès de 87 cantines accompagnées dans le cadre du Green Deal. • Plus de 75 % des cantines engagées dans le Green Deal déclarent utiliser des produits d'origine wallonne. • Plus de 56 % des cantines auditées déclarent utiliser des produits biologiques. Ces cantines déclarent en moyenne acheter plus de six produits exclusivement en bio. Ceux-ci dépendent d'une cantine à l'autre, mais on retrouve souvent des légumes, œufs, produits laitiers (yaourt, fromage, beurre), fruits (pommes et poires), légumineuses, viandes et charcuteries.	57 cantines labellisées « Good Food »* (≈24.669 repas/jour) * Le label Good Food = démarche volontaire, avec obligation de résultats et contrôle externe. Chiffres de l'étude Sonocom 2020 Les chiffres qui suivent proviennent d'une enquête envoyée à toutes les cantines bruxelloises (labellisées ou non), dont 136 ont répondu. • 52 % des cantines interrogées déclarent travailler avec des producteurs locaux : 11 % déclarent que ce sont des producteurs de la commune ou de la voisine, 7 % de producteurs à moins de 50 km et 34% de producteurs belges. • Plus de 65 % des cantines interrogées déclarent utiliser des produits biologiques : 34,7 % parfois, 20,2 % souvent et 10,4 % tous les jours (voir graphique ci-dessous).

La place du bio dans les approvisionnements locaux est difficile à établir, car les critères bio et local sont traités séparément dans les enquêtes de terrain. Bien que les chiffres de la Wallonie et de Bruxelles ne puissent être comparés en toute rigueur, car les uns sont collectés auprès de 87 cantines sensibles à l'alimentation durable, et les autres auprès de 136 cantines sensibles ou non à cette démarche, on peut relever une tendance d'intérêt. **Le bio dans les cantines bruxelloises semble primer sur le caractère local des approvisionnements, alors que la tendance inverse semble s'observer en Wallonie.**



¹ Par Restauration Collective, on entend les cantines ou cuisines de collectivité, c'est-à-dire le local où les membres d'une collectivité (élèves, bébés, personnes âgées, étudiants, infirmières, employés, prisonniers...) peuvent acheter et consommer des aliments et des boissons à un prix modéré.



Quelles sont les perspectives d'avenir ?

Les Régions bruxelloise et wallonne sont toutes deux conscientes du potentiel que représente la restauration collective dans la transition vers un système alimentaire durable. Toutes deux œuvrent dans le sens d'une **augmentation** des approvisionnements en **produits bio et locaux**, dans le secteur de la **restauration collective**.

La Région wallonne s'est fixée des objectifs très ambitieux dans sa Déclaration de Politique régionale,

à savoir un approvisionnement en produits bio et locaux de **10 % en 2021** et de **20 % en 2025**, dans le secteur de la restauration collective.

La Région bruxelloise n'a pas encore fixé d'objectifs en ce sens dans sa Déclaration de Politique régionale, mais c'est en cours. Biowallonie collabore avec la Région bruxelloise pour convenir d'objectifs en adéquation avec le secteur agricole wallon.

Pour augmenter la part des produits locaux dans la restauration collective, il y a plusieurs défis à relever, autant du côté de la production, que du côté des cantines. Pour plus de détails, veuillez-vous référer au dossier « À la découverte du secteur de la restauration collective » de l'*Itinéraires BIO* n°53.

Défis au niveau de l'offre	Défis au niveau de la demande
<ul style="list-style-type: none"> • Organisation de la logistique • Rassemblement de l'offre • Manque de connaissance du secteur RC • Produits adaptés au secteur RC (conditionnement, type de produits...) • Réponse à des marchés publics 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement profond en termes d'organisation (personnel, fournisseurs, menu, communication) • Manque de connaissance du secteur agricole • Bon choix des produits • Rédaction des marchés publics adapté au secteur agricole wallon 

Quels sont les canaux de distribution existants pour lier producteurs et cantines ?

L'organisation d'une logistique spécifique entre producteurs et cantines est l'un des défis principaux pour faire se rencontrer la fourche wallonne et la fourchette des usagers

des cantines du territoire. Il y a deux possibilités pour y arriver : **le circuit court et le circuit long**. Les deux présentent leurs propres **avantages et inconvénients** et tous deux

sont indispensables et doivent coexister pour augmenter la part d'approvisionnements locaux dans les repas de la restauration collective.

Livraison des cantines wallonnes et bruxelloises	Défis
Circuit court	Augmenter l'accessibilité des marchés publics des cantines aux producteurs, coopératives, grossistes et plateformes logistiques spécialisées en distribution de produits locaux. <i>Exemple : Plateforme Made in BW.</i>
Circuit long	Donner une plus grande place aux producteurs locaux dans la distribution classique, à savoir chez les grands distributeurs déjà bien présents en restauration collective. <i>Exemple : Plateforme D'ici (Frank Mestdagh).</i>









MINILIC HERBAVER
Le parasitisme ?
Pas chez mes animaux !

15 kg



NATU'FLY
Barrière naturelle
redoutable face aux insectes

20 kg



BOVIBLOC® I /Se
Bloc de sel enrichi en iode et
sélénium pour **stimuler l'immunité**

24 kg

GAMME BIO

Découvrez la gamme complète bio
sur www.nutrilor.be

CONTACT
Bureaux +32 (0)85/84.60.36
Nicolas LEROY +32 (0)478/54.65.24
Damien GREGOIRE +32 (0)473/52.33.96
Mathieu BINET +32 (0)497/28.52.94
Édouard DENOLF +32 (0)497/55.35.06
Maxime BERNARD +32 (0)498/97.97.60

Ets P.LALOUX S.A. - Zone industrielle de Sclayn - Anton - 5300 Andenne (Belgique) | Tél : +32 (0) 85 84 60 36 | info@nutrilor.be | www.nutrilor.be



Made in BW, du circuit court entre producteurs locaux et cantines

Made in BW est né de la volonté de la province du Brabant wallon et du GAL Hesbaye brabançonne d'apporter un soutien aux producteurs de la région. En septembre 2015, l'ASBL devient un outil paraprovincial à part entière ciblé exclusivement sur les produits locaux. Made in BW se décrit comme une plateforme logistique (de produits alimentaires et non alimentaires), d'encadrement et de soutien administratifs. Aujourd'hui, environ 130 producteurs font partie de l'aventure dont 45 en agriculture biologique. Dans leur gamme actuelle se trouvent plus de 600 références différentes en bio. 85 % des fruits et légumes distribués sont bio.

Leur modèle de fonctionnement se veut assez pratique. C'est-à-dire que les producteurs peuvent apporter leurs marchandises aux dépôts ou les marchandises sont directement collectées chez les collaborateurs par Made in BW. Les collectes se font en début de semaine pour privilégier les livraisons aux clients en fin de semaine. Made in BW livre plusieurs canaux de commercialisation. Les producteurs remplissent au départ une fiche d'adhésion dans laquelle ils spécifient où ils souhaitent valoriser leur produits (grandes et moyennes surfaces, petite épicerie, restauration collective...). Chaque producteur reste ainsi maître de son produit et de sa commercialisation.

60 % des producteurs référencés par Made in BW souhaitent écouler leurs produits dans le secteur de la restauration collective, ce qui traduit bien l'engouement des producteurs pour ce secteur.

Made in BW répond à des marchés publics pour pénétrer davantage le secteur de la RC. Les marchés publics sont vu comme une véritable opportunité d'avoir des débouchés sûrs et réguliers. Plusieurs collectivités sont déjà livrées par Made in BW, comme la cantine de la SNCB d'Ottignies, la cantine de GSK, des cantines d'établissements de la province du Brabant wallon. Récemment, la structure a remporté un marché public pour l'approvisionnement de l'ensemble des crèches de la commune de Woluwe-Saint-Lambert en produits laitiers et en légumes. Les retours sont très positifs.

Tous les marchés publics ne sont pas accessibles. Il faut que le cahier des charges soit rédigé de manière cohérente avec une offre de producteurs locaux, dont l'offre varie avec les saisons. Fournir des fraises en hiver est, et demeure, impossible ! Made in BW veut aussi casser cette image que les marchés publics ne sont accessibles qu'aux gros acteurs du milieu. L'ASBL se veut fédératrice des producteurs qu'elle encadre, c'est cela qui lui permet de répondre à toutes les demandes qu'elle reçoit, tout en ouvrant de nouveaux débouchés à ses collaborateurs.

D'ici, un lien entre producteurs locaux et sociétés de catering

Frank Mestdagh est connu pour avoir développé le concept et ouvert le magasin D'ici, à Naninne, en 2013. Un autre magasin ouvrira prochainement à Wépion. Chez D'ici, les rayons témoignent d'une large diversité de produits (2.000 références dont 10-15 % bio) issus de plus de 220 producteurs locaux.

Les circuits classiques de distribution, Frank connaît, il maîtrise. Le travail et les relations avec les producteurs locaux, c'est également son domaine. C'est pourquoi, il a voulu mettre à profit ses compétences pour permettre à des producteurs locaux de pénétrer dans le secteur de la RC, tout en gardant les circuits de distribution déjà fort utilisés par ce secteur, à savoir les grands distributeurs classiques avec une offre centralisée.

Cette aventure commence fin octobre 2019. Frank commence à travailler avec dix producteurs (dont quelques-uns en bio) pour mener son expérience pilote. Il propose une quinzaine de produits locaux à deux acteurs de la RC (Culinao et DUO Catering), en passant par leurs distributeurs respectifs : Solucious et MECO Group, acteurs très présents dans le secteur RC.

Frank joue les rôles de gestionnaire d'un carnet d'adresses important de producteurs locaux et de gestionnaire administratif (gestion des commandes et des factures), entre les producteurs et les grossistes précités. Le client final, à savoir les cantines, sont exigeantes : elles veulent des quantités précises, des produits calibrés, des conditionnements adaptés, des DLC fixées, des codes-barres et ne tolèrent aucun retard de livraison. Il faut donc travailler avec des producteurs qui peuvent répondre à toutes ces exigences, et c'est là que Frank intervient.

Les producteurs choisis doivent livrer les différentes plateformes situées sur l'ensemble du territoire appartenant aux groupes. Les produits livrés pour l'instant sont le fromage, la charcuterie et les biscuits. Ces produits ont été choisis pour plusieurs raisons : leur goût se distingue des produits « classiques », leurs DLC sont plus longues, la différence de prix n'est pas trop importante (entre les produits locaux et les produits traditionnellement distribués), le conditionnement est identique et ils sont disponibles toute l'année.

Les commandes sont faites aux producteurs huit semaines à l'avance, ce qui permet aux producteurs d'anticiper. Les critères pour qu'un producteur soit retenu sont les volumes importants, la fiabilité, la possibilité de livraison (ou de faire appel à un sous-traitant) et le fait de pouvoir trouver des solutions à tout éventuel problème.

À l'avenir, Frank a le souhait de proposer aux sociétés de catering davantage des produits frais comme les fruits, légumes et pommes de terre ainsi que des produits transformés (yaourt, sirop de Liège, compote, mayonnaise, croquette, quiche...).

Il souhaite également proposer ses services à d'autres sociétés de catering. Il n'a pas la volonté de répondre à des marchés publics pour le moment.



PORTRAIT



Labelge, un distributeur de produits 100 % belges et bio

Ariane Beudelot, Biowallonie

Mailly Staveaux a grandi dans le bio avec une maman gérante de deux magasins bio dans la province de Liège. En travaillant dans le magasin familial, elle s'est rendu compte de la problématique suivante : soit les petits artisans locaux n'étaient pas référencés par les distributeurs bio classiques, soit ils étaient noyés dans la large gamme de produits distribués et donc pas assez mis en avant. Certains artisans voulaient alors livrer le magasin en direct entraînant d'autres problèmes : rupture d'approvisionnement, commandes multiples, livraisons compliquées... Un intermédiaire, à taille humaine, entre artisans et magasins manquait. L'idée a fait son chemin et a germé en avril 2018. « Labelge » était née ! Des produits bio et belges distribués par une structure à taille humaine, avec une vraie collaboration entre l'artisan et le distributeur.

Mère de trois enfants, Mailly a travaillé de très nombreuses heures pendant deux ans pour lancer son projet ambitieux ! « Au début, je livrais et gérais les artisans et les clients seule. Aujourd'hui, on est trois dans l'entreprise avec des livreurs indépendants ! »

Des clients nombreux et une petite taille

Labelge livre plus de 250 clients partout en Belgique mais également au Grand-Duché de Luxembourg et dans le Nord de la France. « Le Nord de la France raffole de produits locaux, et les produits belges sont géographiquement plus proches que des produits provenant de Marseille. » Sa clientèle est surtout composée de magasins en vrac mais également de magasins bio de petite et moyenne tailles, de magasins à la ferme et d'épicerie fines. « Ma clientèle, dont je suis proche, doit accepter les aléas de l'artisan : parfois le stock est vide, les produits changent selon les saisons... »

Au niveau de son évolution, son chiffre d'affaires progresse chaque mois. « J'ai juste observé une stabilisation pendant le confinement strict de mars à mai 2020, où les consommateurs achetaient davantage de produits de base. Ensuite, la situation est revenue à la normale et en hausse. Actuellement, les gens veulent se faire plaisir avec leur alimentation ! »

Une gamme 100 % belge

Maily s'est fixée des balises au niveau de sa gamme : que du Belge, qualitatif, éthique et bio. « Je me suis fixée une ligne de conduite et je tiens à tenir mes engagements. Introduire des produits français, même très qualitatifs, ne serait pas cohérent. »

Les produits distribués par Labelge sont :

• **Belges** : le plus local possible. La fabrication des produits doit être belge mais les ingrédients

aussi, quand ceux-ci existent évidemment. Mailly remarque une évolution positive ces dernières années : les clients veulent davantage de produits belges et l'artisanat se développe de plus en plus en Belgique.

• **Bio** : au début, elle a accepté des artisans non bio, mais leurs produits se vendaient moins bien que les produits bio, donc elle a arrêté. En revanche, elle accepte toujours des artisans en cours de certification. Et du miel belge de qualité [le miel bio est quasi introuvable sur notre territoire].

• **Secs** : elle a choisi de ne distribuer que des produits alimentaires secs et du non alimentaire. « Le frais, j'ai bien connu la rigueur qu'il faut avoir en travaillant en magasin bio, c'est un autre métier, chacun son créneau. Si on me contacte avec un produit frais, je renvoie à des collègues en qui j'ai confiance. »

• **Simple**s : au niveau des ingrédients, elle choisit des produits non industriels. « Je recherche des produits, comme à la maison, avec des ingrédients qu'on pourra avoir chez soi. »

• **Majoritairement en vrac** : Mailly amène ses artisans vers le zéro déchet, pas à pas, en fonction de leurs moyens. 70 % de la gamme est distribuée en vrac. « Antonio Meneghin, avec qui j'ai commencé l'aventure, un de mes artisans pionniers, avait d'abord un emballage en plastique, puis compostable. Son emballage est maintenant consigné. Le zéro déchet n'a de sens que si les emballages diminuent autant chez les clients finaux qu'au niveau du magasin. Pour certains produits, c'est impossible. »

Un nouvel artisan chaque mois

De bouche à oreille, l'entreprise fait sa place tant au niveau des clients que des artisans. « J'ai maintenant une liste d'attente au niveau

des artisans. Je rentre un artisan par mois dans mon catalogue pour pouvoir le rencontrer et le mettre en avant le mieux possible. Je fonctionne dans mes choix par coup de cœur, par passion ou par cohérence avec ma philosophie. Mes artisans peuvent être référencés par d'autres grossistes mais jamais dans la grande distribution. »

Des produits manquants ?

Actuellement, son catalogue est composé de 30 artisans et plus de 400 références de biscuits, chocolats, confitures, céréales et légumineuses, pâtes [de la ferme des Eaux Bonnes], crackers, boissons alcoolisées et non alcoolisées, mais également des cosmétiques, produits d'entretien et tissus zéro déchet. « Je suis une gourmande, donc ma gamme est très sucrée. Mais ma gamme se diversifie avec des tapenades, des crackers et des boissons fermentées comme celles proposées par L'Annexe Brasserie Fermenterie de Bruxelles ou le Kéfir Eau vertueuse fabriquée à Lasne. »

Sur base de sa connaissance du marché et des retours de ses clients, elle serait intéressée d'ajouter à sa gamme des chips, du lait végétal, des bonbons et des céréales petit-déjeuner, entre autres. Tout « Made in Belgium », bien entendu !

Des projets, Mailly en a plein la tête : une cuisine partagée, des ateliers de coworking pour ses artisans et se lancer dans la livraison de l'Horeca et des boulangeries. Nous suivrons son projet de près, tant son enthousiasme est communicatif et son projet cohérent.



Contact

Labelge - Mailly Staveaux
info@labelge.bio



© Olivier Venderpleyn

La coopérative de la Brasserie de la Lesse : du bio et du local, sans concession

Antoine Gallez, Biowallonie

Dans le cadre de ce numéro « Made in Belgium », nous nous sommes interrogés sur la viabilité d'un projet brassicole achetant toutes ses matières premières bio, localement. Pour trouver réponses à nos questions, nous sommes allés à la rencontre des producteurs de quelque 1.700 hectolitres de bière. Où ? À la Brasserie de la Lesse, située à Éprave (Rochefort), en bordure de rivière. Et, cette fois, après quelques minutes d'échanges, le ton est donné : un projet bio, local, viable et sans concession.

En entrant dans la salle de soutirage, Norbert commente le bâtiment construit par Paille-Tech, une entreprise namuroise utilisant des matériaux de construction naturels et locaux. Car, oui, de l'approvisionnement en malt et en houblon, en passant par les consommables énergétiques, le bâti et les débouchés commerciaux, les administrateurs défendent un projet à l'ADN local, éthique et social.

Un approvisionnement local et solidaire

La Brasserie de la Lesse collabore avec Fabian Daniel, producteur d'orge bio installé à Hélécinne (Brabant wallon). Ensemble, ils fixent à l'avance un prix de vente permettant à l'agriculteur de se rémunérer correctement. Ce prix reflète également les aléas que peut rencontrer le producteur. En effet, il couvre les risques d'un déclassement de l'orge en fourragé tous les trois ans. Ainsi, en plus de réduire l'impact environnemental de son approvisionnement, la coopérative entend assurer un bien-être et une sécurité économique en amont de la chaîne. Récoltée en Hesbaye brabançonne, l'orge est ensuite maltée à Anvers, avant de redescendre dans la vallée de la Lesse pour y être brassée. Le houblon bio (5 % de la matière première totale) vient quant à lui de Poperinge (Flandre occidentale).

Une énergie écologique et locale

Pour produire une bière, il est nécessaire de chauffer de grandes quantités d'eau (5.000 litres d'un coup). D'abord, pour porter ce volume à 80 °C, la Brasserie utilise une chaudière à bois, lequel provient du village voisin. Ensuite, afin de disposer

d'une puissance plus vive et d'atteindre l'ébullition, du gaz est utilisé. L'inertie et les échappements de vapeurs chaudes sont ensuite récupérés pour alimenter les sanitaires et les espaces de travail. Au total, 70 % de l'énergie consommée vient du bois.

Des débouchés triés sur le volet

La demande de bières artisanales est forte, à l'exportation aussi. Norbert évoque des projets de microbrasserie belge dont les stratégies reposent principalement sur l'exportation. L'équipe de la Brasserie, elle, refuse d'aller manger à tous les râteliers. L'admission en centrales de la grande distribution est exclue, l'exportation aussi. Ils privilégient le commerce de proximité : magasins conventionnels du coin, magasins bio spécialisés, vente via les distributeurs bio et ventes directes à la Brasserie.

En effet, pour raccourcir encore davantage le circuit et se rapprocher du consommateur, la production brassicole est vendue sur place. Depuis 2018, ce débouché en circuit hypercourt a pris de l'importance. Représentant 10 % du chiffre d'affaires total en 2018, il y contribue en 2020 à hauteur de 20 %. « L'été post-confinement n'y a pas été pour rien », nous explique Norbert. Bien que l'équipe ne fasse aucune concession quant aux débouchés, elle parvient néanmoins à parfaitement écouler ses stocks et à faire tourner la boutique.

Des coûts élevés, des prix démocratiques

L'approvisionnement local et respectueux du producteur coûte assurément davantage. Ce choix peut être considéré par certains comme un frein à la « compétitivité » et donc potentiellement à la viabilité de



© Olivier Venderpleyn



© Olivier Venderpleyn

l'entreprise. Ici, il n'en est rien. Norbert et Julien, en chœur, nous affirment que leurs bières sont 30 % moins chères que d'autres, artisanales ou conventionnelles. Comment expliquer des charges plus élevées et des prix de vente plus faibles ? Une partie de la réponse se trouve dans la finalité sociale de la coopérative et surtout dans les choix des administrateurs. Cette bière, selon Julien, ne doit pas être un produit d'élite, mais un produit accessible à toutes et tous. C'est pourquoi la coopérative a choisi d'appliquer un prix juste et démocratique, sans s'arroger des marges conséquentes. Aussi, par définition, la coopérative à finalité sociale n'a pas vocation à enrichir ses coopérateurs et travailleurs, même s'il convient qu'ils soient justement rémunérés, ce qui est le cas depuis quelques années.

La coopérative, une structure aux multiples avantages

La société coopérative à finalité sociale de la Brasserie de la Lesse se compose de 400 coopérateurs, dont une partie de la région rochefortoise. Avec des parts à 250 €, la coopérative a pu rapidement lever 300.000 € de fonds propres. En plus de cela, le fonds Walter¹ a apporté 200.000 € supplémentaires. Deux des avantages observés du financement coopératif sont qu'il trouve une flexibilité, une réactivité dans la constitution du capital et qu'il fédère une communauté autour du projet. Cette communauté a d'ailleurs été une ambassadrice très efficace auprès du public et une excellente représentante commerciale auprès des points de vente, nous explique Norbert.

Au lancement du projet, la communauté a pu apporter son savoir-faire. L'un a apporté ses compétences en électricité, quand l'autre s'est dévoué à la création des étiquettes. C'est une certitude, la société coopérative est un vivier de compétences en puissance.

L'objet social visant à relocaliser l'économie et à dynamiser la région a suscité un engouement auprès de l'administration et des institutions publiques, « permettant un avancement plus rapide du projet, des permis, etc. », nous explique Norbert, avec certitude.

Un projet de société viable

Compte tenu des faits et des valeurs évoqués précédemment, il nous semble que ce projet, riche en expériences et en valeurs, réussisse plus qu'honorablement à allier un approvisionnement local, un respect des travailleurs, un prix démocratique et une viabilité économique. Bien que chaque filière ait ses spécificités et ses contraintes, il est galvanisant pour nous, Biowallonie, de penser que ce modèle pourrait devenir une norme en Belgique. Un projet qui se tient à des valeurs fortes, sans concession, et qui fonctionne, c'est l'espoir d'en voir apparaître une multitude à l'avenir.

Contact

Brasserie de la Lesse
Rue du Treux 4, 5580 Rochefort
www.brasserie dela lesse.be

¹ W.Alter (SRIW) soutient la création de coopératives via un accompagnement, un apport en capital ou un prêt.



Malts Bio
- Château Nature -

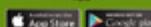
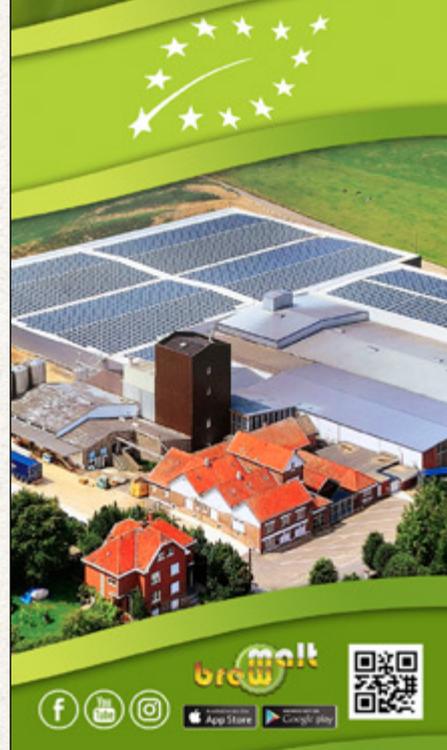
Autres produits de Brasserie BIO

Une Usine verte pour la Nature

Parfait pour la bière bio!
Bon pour la Nature



www.malterieduchateau.com
info@castlemalting.com
+ 32 (0) 87 662 095





Deux sœurs à la conquête de pâtes locales : avec goût, peps et saveurs !

Stéphanie Chavagne, Biowallonie

Goffard Sisters, entreprise liégeoise créée en 2014, est dédiée à la création et à la fabrication locale et artisanale de pâtes alimentaires gourmandes, certifiées bio.

Aldento et Frangines sont les deux gammes de pâtes proposées par Sophie et Géraldine Goffard. Ces deux sœurs se sont lancées le défi d'amener sur le marché belge des pâtes alternatives, artisanales, naturelles, bio et « Made in Belgium » !

Goffard Sisters a débuté sur le marché avec la gamme Aldento. Combinant l'innovation et la tradition, ces pâtes, composées de blé dur bio, sont renforcées à la farine d'insectes comestibles, naturellement sources de protéines à haute qualité nutritionnelle et à faible impact environnemental. La gamme Frangines a été développée plus tard, en 2017, pour proposer des pâtes classiques revisitées avec goût.



« Pour faire de bonnes pâtes, il faut du bon matériel et de bons ingrédients ! »

Afin de garantir une qualité constante et un séchage lent à basse température (max. 42 °C), qui préserve les qualités nutritionnelles et organoleptiques des pâtes, les deux sœurs se sont équipées de machines italiennes.

Pour l'approvisionnement, en collaboration avec des agriculteurs belges qui cultivent des céréales anciennes, ou rustiques, les deux sœurs essaient de s'approvisionner au maximum en produits belges. La pastification est un procédé qui requiert du développement et un certain savoir-faire. Pour parvenir à mettre en avant le blé dur belge, les deux sœurs ont largement investigué le terrain jusqu'à trouver les recettes et les méthodes les plus adéquates.

Sophie et Géraldine ont déjà mis en place des collaborations avec un producteur de blé dur. Elles souhaiteraient élargir cette

collaboration en circuit court à un cercle plus large. Géraldine a déjà eu plusieurs échanges avec des producteurs bio et conventionnels pour déterminer les conditions optimales de culture et le choix des variétés de blé dur. **Elle a aussi échangé avec plusieurs acteurs actifs dans l'accompagnement agricole pour creuser les meilleurs voies de collaboration. Aujourd'hui, à travers cet article, les deux jeunes entrepreneuses lancent un appel aux producteurs bio : le souhait est de développer de nouveaux partenariats de long terme et de confiance,** en complément des partenariats déjà existants. Les deux sœurs savent que cette culture encore innovante sur notre sol belge peut faire craindre des premiers rendements aléatoires. **Mais la volonté est de travailler côte à côte,** de partager l'ensemble des données déjà collectées sur la culture, et de déterminer, ensemble, les

meilleures pistes pour parvenir à produire et à transformer.

Au-delà de l'appel aux producteurs pour l'emblavement de blé dur, **les deux sœurs aimeraient aussi trouver des producteurs belges d'orties bio déshydratées, et en poudre, et des agriculteurs qui tiennent un magasin à la ferme et qui voudraient revendre les pâtes.** Goffard Sisters travaille également avec une farine de graines de chanvre bio et wallon, qui apporte des protéines complètes d'origine végétale, afin de satisfaire le plus grand nombre.

Contact

Sophie Goffard – 0475/97 43 83
www.goffardsisters.com
sophie@goffardsisters.com

Nouveau
PRODUIT
2021

Translateur SideSonic

Le tout-en-un du guidage d'outils



Robuste

Léger

Compact

Pas d'entretien

Polyvalent

Type d'outils:

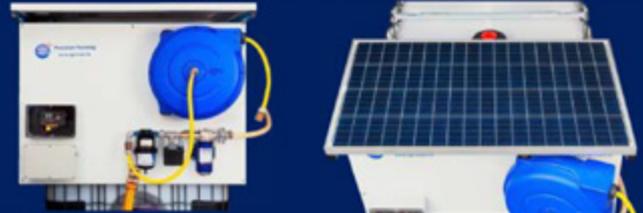
- Préparation
- Semis - plantation
- Binage
- Récolte

Type de gestion:

- Manuel
- Ultrasons
- Caméra
- Tâteurs

Arrosoir GreenWet

Concept original pour espaces verts



Silencieux

Simple

Ecologique

Performant

Adaptable

Aucune nuisance sonore pour les citoyens
Et les utilisateurs

Aucune émission de gaz à effet de serre
Zéro carbone



Ag Leader
Technology

Auto guidage véhicules
et outils

Renseignements
Démonstrations



Désherbage
mécanique

www.agrivaux.be



Guidage

info@agrivaux.be



Préparation sol et
conditionnement légumes

0032 474 97 40 54



VISA reg
VENTAS INTERNACIONALES SA

info@hortischo.be

www.hortischo.be

063 225 304

Rejoignez

les nombreux professionnels
convaincus par le système

Arrosage suintant localisé

Installation sur demande

Facile
Écologique
Économique



Little Green Box : la box bio locale et zéro déchet

Stéphanie Chavagne, Biowallonie

Little Green Box est une coopérative à finalité sociale qui propose des box repas à cuisiner chez soi. La grande particularité de cette start-up, lancée en 2017, repose sur deux concepts : des plats composés de produits bio belges et un emballage zéro déchet.

Retour sur la genèse du projet : Szandra Gonzalez, jeune maman et employée, est à la recherche d'une solution de facilité pour cuisiner des bons petits plats durant ses semaines très chargées. Pas question d'y sacrifier des principes importants tels qu'une alimentation saine et locale, et une logique de diminution maximale des déchets. Un seul constat : les alternatives sont peu nombreuses, voire inexistantes. Alors, qu'à cela ne tienne : Szandra se lance dans l'aventure de Little Green Box. D'abord seule, pendant un an et demi, ensuite à trois pour piloter le navire, la petite start-up compte aujourd'hui quinze personnes, en prenant en compte les stagiaires qui accompagnent l'équipe.

Le concept

Une formule hyperflexible de box repas bio, prêtes-à-cuisiner, livrées chez vous ou en point relais. Le client choisit le nombre de repas et de portions qu'il souhaite par semaine, en mode veggie ou flexi (avec viande). Il peut opter pour la formule avec ou sans abonnement. Les ingrédients sont conservés dans une box isotherme consignée et avec des contenants réutilisables : bocaux en verre, sacs en tissus... Après la dégustation des repas, le client remet l'ensemble des contenants dans la box qui retourne chez Little Green Box et ceux-ci sont nettoyés et réutilisés.

L'activité a connu un gros « boost » à la suite du confinement de mars à juin 2020. Le nouveau public ayant adhéré à la formule est resté fidèle. Et Little Green Box continue à attirer un plus large public en innovant ou en adaptant son offre continuellement. La grille des prix a, par exemple, été revue pour correspondre aux attentes des consommateurs. Des nouvelles formules ont vu le jour telles que la box brunch et la box raclette.

Dans cette évolution, trois concepts ont assuré la cohérence du projet : **la provenance locale des aliments, le choix d'aliments certifiés bio et le zéro déchet.**

Justine a rejoint l'équipe en août 2019 en tant que responsable de la communication. Elle a répondu à nos questions sur

l'approvisionnement local, ses forces et ses faiblesses.

Choisir le local, qu'est-ce que cela apporte ?

Justine C'est une **base solide pour le projet, une fierté et un guide dans le choix des repas** que nous proposons aux clients. Les échanges en direct avec les producteurs sont une richesse pour eux, comme pour nous. **S'approvisionner en local permet de connaître les gens avec qui nous travaillons. Cela assure aussi une flexibilité dans les échanges.** Si un maraîcher connaît

une saison fleurissante et récolte une plus grande quantité d'un légume, il nous en informe et nous adaptons nos plats si possible. À l'inverse, si nous connaissons une demande particulièrement forte (excédant les prévisions) au cours d'une semaine, nous pouvons donner un coup de fil et être aidés par le producteur ou son cercle de relations pour remplir nos box.

Nous organisons des réunions avec les producteurs pour planifier avec eux leurs cultures et nos repas pour les mois à venir.



Par exemple, nous nous sommes rencontrés en mars pour réajuster au plus près des réalités le calendrier des légumes.

Quelle logistique, quelle organisation ?

Justine Les producteurs nous livrent deux fois par semaine. Nous organisons un système de précommande pour estimer les quantités et nous confirmons les commandes avec les besoins précis le jour précédent la livraison. Les produits nous sont livrés en vrac ou en contenant en verre, de préférence consignés.

Comment mettez-vous le local en avant ?

Justine Chaque box est accompagnée d'un guide recette qui reprend l'ensemble des ingrédients. Nous précisons la source et le lieu d'approvisionnement.

Cette transparence nous permet de communiquer au plus près des attentes de nos consommateurs. Le site Internet nous permet aussi de présenter notre ADN. Sur les réseaux sociaux, nous mettons régulièrement en avant nos partenaires de travail. Tantôt les Goffard Sisters lorsqu'elles lancent leur nouvelle gamme de pâtes (article en page 22), tantôt la Ferme des Noyers pour valoriser l'un de nos fournisseurs en viandes.

Les inconvénients du local et du bio

Justine Le manque de diversité des ingrédients disponibles, par exemple en fin de saison, peut créer des frustrations chez certains consommateurs. Nous essayons de diversifier nos recettes au maximum, mais nous ne pouvons pas empêcher la répétition de certains ingrédients. Par exemple, il est difficile de ne pas reprendre des épinards en avril. Quand les clients se plaignent, nous essayons de leur expliquer le principe de saisonnalité et nous les sensibilisons aux contraintes d'une alimentation locale. Certains restent. Pour d'autres, cela ne suffit pas, mais malgré cela nous souhaitons continuer notre travail de sensibilisation et d'éducation à la consommation saine et durable.

En ce qui concerne l'approvisionnement, aujourd'hui, nous rencontrons toujours



certaines difficultés pour nous approvisionner dans certaines matières premières comme :

- Les produits laitiers. Il nous manque de la crème pasteurisée en pot de verre par exemple. Les autres produits laitiers de vache, emballés dans des contenants en verre, manquent aussi.
- Les produits de la mer ou des rivières qui peuvent être certifiés bio et transportés dans des box réfrigérées.
- Un producteur d'aromates en petits pots biodégradables et sans plastique autour.
- Des petits pois frais déjà écosés.

Et vous, Justine, quel est votre rapport à ce choix du bio, local, zéro déchet ?

Justine J'adore mon métier. J'ai la sensation de faire des tâches que j'aime pour un projet qui a du sens. Je me souviens d'un excellent moment. J'avais été contactée par l'un de nos maraîchers. Il me consultait sur les commandes de la saison suivante. Il envisageait d'acquérir de nouvelles terres pour répondre à notre demande grandissante. Ce jour-là, en raccrochant, je me suis dit « Wouah ! » on arrive à aider l'agriculture locale à se développer !



Contact

www.littlegreenbox.be

En tant que coopérative à finalité sociale, la coopérative est toujours à la recherche de nouveaux coopérateurs, plus d'infos disponibles sur le site.



LITTLE GREEN BOX

« Made in Belgium » sur un emballage : qu'est-ce qui est permis ?

Bénédicte Henrotte, Biowallonie

Quelles sont les règles pour communiquer sur l'origine des produits ? Entre mentions, logos, pictogrammes, photos, appellations... comment s'y retrouver pour le consommateur ? Qu'est-ce qui est permis ?

Ce qui est primordial à retenir, c'est qu'on ne peut **jamais induire le consommateur en erreur à propos des caractéristiques de la denrée alimentaire** et, notamment, le **pays d'origine** ou le **lieu de provenance**. C'est vrai pour tout ce qui est emballage, publicité, **mais aussi** pour la présentation (donc dans les rayonnages) des denrées alimentaires, pour l'information orale transmise au consommateur (par exemple sur un marché ou au magasin à la ferme), sur un site Internet ou un e-shop par exemple (voir point encadré). Notez que les informations **volontairement ajoutées** sur les emballages ne peuvent, de ce fait, pas être ambiguës, déroutantes ou trompeuses. Elles doivent se fonder, le cas échéant, sur des données scientifiques pertinentes¹.

Mentions obligatoires : « Dans quels cas doit-on indiquer l'origine d'un produit ? »

Beaucoup d'informations obligatoires figurent déjà sur les emballages, sur base de la législation (Règlement UE 1169/2011)², comme :

- Indiquer le nom et l'adresse de l'exploitant responsable qui met le produit sur le marché. Celui-ci est responsable de l'exactitude des informations exigées par la législation. Cette mention ne fait pas office d'indication du pays d'origine ni du lieu de provenance de la denrée alimentaire.
- **Indiquer l'origine** – obligatoire pour cette série de produits alimentaires, sur base de règlements ou de directives européens³ :

- Les fruits et légumes
- La viande bovine (voir photo 1)
- La viande ovine, caprine, porcine et de volaille
- Le miel
- Les poissons
- L'huile d'olive
- Les vins

- **Indiquer l'origine** – obligatoire quand son absence pourrait induire le consommateur en erreur.

Notez que le Règlement bio impose déjà la mention de l'origine des matières premières bio, sous le logo européen bio.

Sur un emballage, il y a plusieurs niveaux d'informations qui sont difficiles à distinguer et qui peuvent induire en erreur. C'est pourquoi certaines règles existent pour ne pas induire le consommateur en erreur (voir point 2).

Les plateformes de vente en ligne doivent également respecter cette législation. Une étude récente de Pierre Ozer⁴ démontre que malgré les injonctions de différents acteurs de terrain, ce n'est pas toujours le cas, notamment pour les fruits et légumes. L'indication d'origine est rarement disponible sur l'e-shop. De plus, la mention « voir emballage », indiquée à la place de l'origine, n'est pas légale.

¹ Règlement (UE) 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires.

² La dénomination du produit, la liste des ingrédients, les allergènes, la quantité de certains ingrédients, la quantité nette de la denrée, la date de durabilité minimale ou la date limite de consommation, les conditions particulières de conservation et/ou d'utilisation, le nom et l'adresse de l'exploitant responsable, le pays d'origine ou le lieu de provenance lorsque c'est prévu, un mode d'emploi et une déclaration nutritionnelle. Pour les boissons titrant plus de 1,2 % d'alcool, il faut aussi le titre alcoométrique. Pour aller plus loin, rendez-vous sur www.diversiferm.be/tas-tout-sur-ton-etiquette et sur www.diversiferm.be/vade-mecum.

³ Miel (Arrêté du 19/3/2004 et Directive 2001/110), poissons (Règlement 1379/2013), fruits et légumes (Règlement 543/2011), viande bovine (Règlement 1760/2000), viande ovine, caprine, porcine et de volaille (Règlement 1337/2013), huile d'olive (Règlement 29/2012), vins (Règlement 1308/2013).

⁴ Pierre OZER, « La vérité sur le "Made in Belgium" de l'e-commerce alimentaire », Département des Sciences et Gestion de l'Environnement, UR SPHERES, ULiège, étude de 2021.

⁵ Article 2, point 2. G et point 3 du Règlement (UE) 1169/2011: g).

Les définitions techniques pour « l'origine » issues des règlements concernés

On entend par « **denrée alimentaire** » (ou « aliment »), toute substance ou produit, transformé, partiellement transformé ou non transformé, destiné à être ingéré ou raisonnablement susceptible d'être ingéré par l'être humain.

Le « **lieu de provenance** » est le lieu indiqué comme étant celui où a eu lieu la dernière **transformation substantielle**, mais qui n'est pas le « **pays d'origine** » tel que défini dans la législation douanière. L'emballage ou le conditionnement ne sont pas des **opérations substantielles**.

Le nom, la dénomination commerciale ou l'adresse de l'exploitant du secteur alimentaire figurant sur l'étiquette n'équivaut pas à une indication du pays d'origine ni du lieu de provenance de la denrée alimentaire⁵.

Le « **pays d'origine** », au sens douanier, est différent en fonction de l'origine de la(des) matière(s) première(s), du composant et, le cas échéant, du(des) lieu(x) de transformation de celle(s)-ci.

Si le produit est entièrement obtenu dans **un seul pays**, le « **pays d'origine** » correspond au pays dans lequel le produit a été entièrement obtenu.

Exemple : du lait bio collecté en Belgique, transformé et emballé en Belgique.

Si **plusieurs pays** interviennent dans le processus de fabrication du produit (cas fréquent des produits transformés avec plusieurs ingrédients), le « **pays d'origine** » est le **pays où a eu lieu la dernière transformation substantielle**.

Exemple : du chocolat belge. Ici, le cacao n'est pas belge, le sucre peut provenir d'un autre pays aussi mais la dernière transformation substantielle est belge ! Pour le chocolat, on peut indiquer l'origine de la pâte (masse) de cacao ou l'origine des fèves. Souvent, la pâte de cacao est fabriquée en Belgique, ce qui est considéré comme une opération substantielle. Donc, dans ce cas, on peut écrire « au chocolat belge », sans indiquer l'origine des fèves.



Photo 1

Exigences spécifiques en matière d'étiquetage de l'ingrédient primaire

L'ingrédient primaire est la matière première principale ou caractéristique du produit. Il est défini comme « l'(les) ingrédient(s) d'une denrée alimentaire qui constitue(nt) plus de 50 % de celle-ci ou qui est(sont) habituellement associé(s) à la dénomination de cette denrée par les consommateurs et pour le(s)quel(s), dans la plupart des cas, une indication quantitative est requise ». Exemple : pâtes aux œufs. L'ingrédient primaire est l'œuf. >> Pâtes (sans autre mention) : l'ingrédient primaire est le blé.

Le Règlement (UE) 1169/2011⁶ impose des règles en termes d'indication de l'origine de l'ingrédient primaire, dans les cas où une indication volontaire* de l'origine figure sur le produit alimentaire⁷.

Premièrement, si une indication du pays d'origine, ou du lieu de provenance, de la denrée alimentaire finale est indiquée volontairement sur l'étiquette (drapeau, sigle, mention, dénomination de vente par exemple : bière belge, etc.), les informations sur l'origine de l'(des) ingrédient(s) primaire(s) doivent également l'être.

Indications volontaires :

- **Drapeau national**, dénomination évoquant une zone géographique...



- Les mentions telles que « **fabriqué en Belgique, en Wallonie** » et « **produit en/à/au(x) (pays)** » sont associées par les consommateurs à une indication d'origine, et doivent donc, en principe, être considérées comme indiquant le pays d'origine ou le lieu de provenance d'une denrée alimentaire.



- La mention « **emballé en/à/au(x)** » indique **clairement** le lieu où une denrée alimentaire a été emballée et, d'une manière générale, n'est pas susceptible d'impliquer pour le consommateur une indication d'origine.

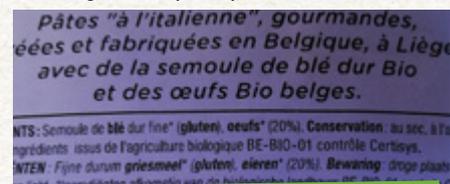
Cependant, *placer un drapeau belge sur un produit alimentaire qui est simplement emballé en Belgique est trompeur car un drapeau est considéré comme faisant référence à une origine géographique des ingrédients par le consommateur.*

- Les mentions officielles IGP, AOP... n'impliquent pas cette règle, sauf si, en plus du logo officiel, des mentions supplémentaires (ex. drapeau, indication de lieux) sont ajoutées sur l'emballage.

Deuxièmement, lorsque le pays d'origine ou le lieu de provenance d'une denrée est indiqué sur l'étiquette (volontairement ou pas), et lorsque celui-ci diffère de l'origine/provenance de l'ingrédient principal ou caractéristique de l'aliment.

Dans ce cas, l'entreprise doit alors fournir :

- **Soit le pays d'origine ou le lieu de provenance de l'ingrédient principal.**



Exemple : pâtes aux œufs, avec mention du lieu de fabrication. Voir ci-dessus l'ingrédient caractéristique mis en avant : œufs. Donc, il faut indiquer son pourcentage et son origine : ici, origine belge et 20 %.

Les dispositions du Règlement bio, pour les denrées alimentaires biologiques, rendent déjà obligatoire l'indication du lieu de provenance des matières premières agricoles⁸ et répondent donc à cette règle.

- **Soit indiquer que le pays d'origine/le lieu de provenance de l'ingrédient principal est différent du pays d'origine/du lieu de provenance de l'aliment.**



L'indication d'origine de l'ingrédient primaire doit être présentée de manière claire et visible pour les consommateurs, toujours dans le même champ visuel que l'indication d'origine du produit⁹. Si la répétition de l'origine du produit a lieu sur différentes faces de l'emballage, l'information sur l'origine de l'ingrédient primaire doit être répétée sur chaque face (chaque champ visuel).

Différents moyens de faire référence à l'origine des matières premières :

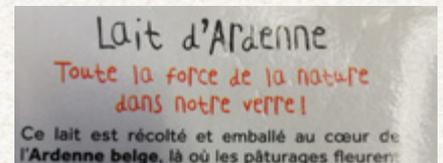
- « **UE** », « **non-UE** » ou « **UE et non-UE** » ;



- **Un ou des États membres ou pays tiers ;**



- **Une région ou toute autre zone géographique comprise dans un État membre.**



⁶ Article 26.3 et Règlement d'exécution 2018/775 (origine de l'ingrédient primaire).

⁷ En application du Règlement d'exécution 2018/775.

⁸ Règlement (UE) 889/2008 : l'indication de l'endroit où les matières premières agricoles qui composent le produit ont été produites, visée à l'article 24, paragraphe 1, point c) du Règlement (UE) 834/2007, figure directement sous le numéro de code de l'organisme de contrôle bio, à côté du logo bio européen, sous la forme d'« Agriculture UE », « Agriculture non-UE » ou encore « Agriculture UE/non-UE ». Vous pouvez même indiquer le pays d'origine dans le cas où 98 % des matières premières agricoles qui composent le produit ont été produites dans ce pays. La quantité totale de matières premières non originaires du pays n'exécède pas 2 % de la quantité totale en poids de matières premières d'origine agricole.

⁹ Règlement (UE) 2018/775 d'application depuis le 1^{er} avril 2020. Article 3.

1. Les informations visées à l'article 2 : « L'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de l'ingrédient primaire » sont indiquées dans un corps de caractère qui n'est pas inférieur au corps minimal prévu à l'article 13, paragraphe 2, du Règlement (UE) n° 1169/2011. 2. Sans préjudice du paragraphe 1, lorsque le pays d'origine ou le lieu de provenance de la denrée alimentaire est signifié par des mots, les informations visées à l'article 2 figurent dans le même champ visuel que l'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de la denrée alimentaire, et dans un corps de caractère tel que la hauteur de x soit au moins égale à 75 % de celle utilisée pour ladite indication. 3. Sans préjudice du paragraphe 1, lorsque le pays d'origine ou le lieu de provenance de la denrée alimentaire est signifié autrement que par des mots, les informations visées à l'article 2 figurent dans le même champ visuel que l'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de la denrée alimentaire.

Les mentions facultatives : pictogrammes, logos et labels

En ce qui concerne le marketing, il existe des labels européens, nationaux ou privés qui font référence à l'origine des produits. Tous ne sont pas reconnus !

• Les labels reconnus : européens, nationaux ou privés

Les labels « officiels » sont strictement réservés aux mentions officielles définies par un texte réglementaire, délivrées à l'initiative et sous le contrôle de l'Union européenne, d'un État, comme c'est le cas du label bio européen (Euro feuille), les AOP et IGP...

Des sociétés ou associations peuvent aussi mettre en place des labels « privés » et en faire la promotion, pour autant qu'elles respectent toutes les dispositions légales et réglementaires en la matière. Plusieurs marques peuvent les utiliser si elles respectent le cahier des charges « reconnus » pour l'utilisation de ce label.

Ex. pour les aspects locaux : Biogarantie Belgium, agréé FNAB...

En Région wallonne, nous avons aussi le système régional de qualité différenciée avec une garantie officielle de qualité et des cahiers des charges agréés (ex. Porc fermier de Wallonie, Le foie gras mi-cuit de la Sauvenière...).

• Initiatives marketing « privées » non officielles

Certains logos ou pictogrammes aux couleurs de la Belgique sont uniquement le fruit d'une démarche marketing. Dans ce cas aussi, ils doivent, bien entendu, ne pas induire en erreur le consommateur et respecter les législations en vigueur vues ci-dessus. Le **contrôle de ces mentions** sur l'étiquetage et la publicité est réalisé par l'Inspection économique du SPF Économie. Il contrôle les pays d'origine et lieux de provenance des produits alimentaires ainsi que les étiquetages potentiellement trompeurs pour le consommateur.

Tableau 1 : Tableau récapitulatif

	Labels officiels		Marque/Logo
	officiels	privés	
Exemples			
Contrôle du cahier des charges	Organisme de contrôle indépendant accrédité pour le contrôle de ce label		En interne
Contrôle des mentions	SPF Économie contrôle la conformité des étiquettes (mentions d'origine et publicité mensongère)		

Nous vous présentons, dans la suite de ce dossier, des exemples de labels pour promouvoir le local ainsi qu'une explication sur comment les présenter sur vos emballages et publicités.

LOCAL ? BELGE ? Que se cache-t-il derrière ces termes ? Attention, tout le monde n'utilise pas la même définition de local !

Gondola Academy utilise une définition très stricte du terme « local » : il s'agit de produits belges fabriqués en Belgique, où les bénéfices sont réalisés en Belgique et où les impôts sont également payés ici. Beaucoup de multinationales, qui ont une unité de production locale, ne rentrent pas dans cette définition pour cette raison. Les entreprises qui fabriquent des produits locaux sont, par exemple, Rombouts, Soubry, Fairebel, IJsboerke ou Spadel. Sur la base de ce critère, l'assortiment des supermarchés est limité. Il est impossible de donner une estimation précise car les supermarchés ne divulguent aucune donnée à ce sujet.

Dans les réponses que donnent les supermarchés belges, le pourcentage de produits locaux est beaucoup plus élevé, car ils utilisent un critère différent. Une entreprise étrangère qui produit localement et fournit ainsi de l'emploi en Belgique est aussi, pour eux, un produit local. Ce n'est pas pour rien qu'il est important pour les supermarchés d'utiliser une définition large : le local est un argument de vente important. Selon eux, Coca-Cola et Lay's sont également des produits locaux car ils ont une unité de production ici. Toutes les entreprises alimentaires ne sont pas satisfaites de cette situation, et certainement pas les entreprises belges, car elles estiment que l'étiquette « local » est utilisée de manière abusive et que les consommateurs sont induits en erreur. Soit dit en passant, la définition de Gondola n'est pas la plus stricte qui soit (certains définissent le caractère belge d'un produit selon son site de production, d'autres selon l'origine des ingrédients, etc.). Cela signifie par exemple que Devos & Lemmens, Alpro, IJsboerke, Côte d'Or et bien d'autres marques ne sont pas des produits belges.

Source : Gondola, Dominique Soenens, octobre 2020



Marketing alimentaire : faites connaître votre savoir-faire

Florien Mélon, Accueil Champêtre en Wallonie, Service Communication

Vous avez créé un produit de qualité, vous l'avez pensé, testé et conçu avec soin, parfois avec contraintes — par exemple s'il est issu de l'agriculture biologique, cuisiné avec des ingrédients locaux, fabriqué suivant une certaine démarche éthique... — vous y avez mis tout votre cœur et vous êtes très fier du résultat. Pourtant, les ventes ne décollent pas, voire même le produit vous coûte plus qu'il ne rapporte. Vous êtes certainement passé à côté d'une étape indispensable à la bonne commercialisation de votre production : le marketing. Comment le client voit-il votre produit ? Pourquoi choisit-il une marque et pas une autre ? Avant d'être jugé sur son goût ou sa qualité, votre article doit séduire et attirer le client, sous peine d'être délaissé au profit d'un concurrent. Bienvenue à l'ère du choix où la règle de la survie du plus fort s'applique aussi aux pots de yaourt et au beurre de ferme !

Mettez-vous un instant à la place d'un consommateur lambda. Il se promène dans les rayons de son épicerie locale ou de son supermarché pour faire ses courses et souhaite acheter du yaourt. Il se rend au rayon des produits frais et se retrouve face à un choix cornélien : quel article prendre ? Quelle marque acheter ? Face à cette myriade de produits et cet arc-en-ciel de couleurs, comment faire pour qu'il choisisse votre pot de yaourt ? Comment vous démarquer ? Voilà le but du marketing alimentaire.

Qu'il le souhaite ou non, qu'il en soit conscient ou non, tout producteur doit tirer une carte « marketing » pour pouvoir atteindre la case départ de ce grand Monopoly commercial qu'est la vente indirecte (la vente aux consommateurs, en passant par un intermédiaire). Comme dans le jeu de notre enfance, il faut savoir poser de bonnes bases pour pouvoir construire ces maisons qui feront de vous le roi du plateau. Avant d'être jugé pour sa texture ou son goût, votre produit sera jugé sur son aspect, son emballage et sur la manière dont il parle aux clients. Souvenez-vous que la qualité intrinsèque d'un produit n'est appréciée par le consommateur qu'après l'achat. On ne peut donc se contenter d'avoir le meilleur produit du marché : il faut aussi le faire savoir. Images, étiquette, logo, texte, labels... les armes sont multiples. Face à l'inconnu, ce qui va déterminer la probable qualité d'un produit, et donc son achat, c'est la perception qu'en aura le consommateur en regardant son emballage, pas le produit lui-même.

L'importance de l'étiquette

Que vous souhaitiez présenter votre marque, donner un complément d'information ou simplement mettre en valeur votre produit, **l'étiquette** est la porte d'entrée privilégiée entre votre clientèle et vous. C'est la première chose qu'on voit, c'est ce qui différencie vos produits, c'est ce qui vous démarque de vos concurrents. Ce n'est donc pas quelque chose que l'on peut bâcler.

Une étiquette a des obligations d'information. Date de péremption, ingrédients, allergènes, origine des produits... Tout cela prend une certaine place. Ajoutez-y un code-barre et

celle-ci sera déjà conséquente... Et sans une once de charme. **Votre étiquette doit être belle, il faut qu'elle attire**, qu'elle suscite l'intérêt, qu'elle crée du désir et pousse à l'acte d'achat. Après tout, si personne n'achète un chat dans un sac, en quoi cela serait-il différent pour un yaourt ?

Reprenons notre exemple précédent : notre consommateur lambda est toujours devant le rayon des produits frais de son commerce local. Si tous les articles devant lui avaient une étiquette blanche ne comprenant que les informations obligatoires, vers quelle

information d'achat se tournerait-il ? Le prix, évidemment. Pour beaucoup, il est, et restera, le nerf de la guerre. Mais ensuite ? Il ne faut pas croire que le client moyen va lire toutes les informations écrites sur un produit. Qu'est-ce qui va le motiver à le prendre ? Son étiquette. Bien hiérarchisée, celle-ci va séduire le client et présenter vos spécificités en un clin d'œil. Si vous avez un argument de vente spécifique, comme la provenance locale de vos ingrédients, il faut le mettre sous les yeux de vos clients, le rendre immanquable.

Le poids des images

La première chose que verra votre futur client, forcément pressé, peut-être distrait, certainement occupé, ce ne sont pas vos textes descriptifs ou les petits caractères d'obligations légales mais bien les **images**. Le cerveau humain cherche continuellement des raccourcis et des facilités de lecture, il ne va donc pas se fixer en premier sur quelque chose qui prend un certain temps à comprendre. Si le client cherche un yaourt aux fraises, il va naturellement privilégier les emballages roses aux emballages bruns et les photos de fraises aux photos de vache mauve. On ne peut donc se contenter d'une étiquette

blanche sur laquelle sont indiquées de manière neutre des informations descriptives. Si certaines veulent des paillettes dans leur vie, **vos clients veulent des images sur vos produits**. Soyez direct et visuel !

Des images, oui, mais **pas n'importe lesquelles !** Vos clients veulent un produit qui s'accorde avec leur vision ou leurs principes. La réalité de la ferme, qui est avant tout fonctionnelle, qui peut être boueuse, qui peut être un peu défraîchie, ne représente pas la vision idyllique que doit avoir la commercialisation d'un produit. Mettez-vous à la place de votre client qui ne connaît pas votre

marque et montrez-lui ce qu'il doit voir. Pour caricaturer, pensez à « Martine à la ferme ». Le plus souvent, les gens veulent voir une ferme rêvée, telle qu'ils l'imaginent quand ils parlent du monde agricole. Une ferme où le coq chante de bon matin, où les fermiers vont traire les vaches dans les champs un épi de blé en bouche, où le tracteur est rouge et où la botte de foin est propre et confortable. Dans cet imaginaire, il n'y a pas d'enclos, pas de boue, pas de machines. Pour paraphraser une marque dont on taira le nom, **si votre produit est bon à l'intérieur, cela doit se voir à l'extérieur !**

Le choix des mots

Si votre principal argument de vente marketing (donc, sans parler de la qualité de votre produit) est l'origine locale des ingrédients, il ne faut pas se contenter de la simple mention « fabriqué en Belgique », apposée en bas de

l'étiquette ou à l'arrière de la boîte. Il faut le montrer, **l'indiquer en grand**, en faire votre slogan de vente. « 100 % local », « Made in Belgium », « Produit de Wallonie »... Une des clés d'une bonne communication est la

répétition. Il faut parfois taper et retaper sur le clou pour qu'une information passe... Ou pour être sûr que votre message soit bien compris.

Le pouvoir des labels

Hourra ! Vous avez enfin obtenu un label après de gros efforts tant structurels que qualitatifs. Vous en êtes sûr, cette petite pastille va vous permettre d'atteindre des sommets commerciaux. Disons-le tout de suite : c'est un « oui, mais... ». Oui, cela va aider vos clients à comprendre votre démarche et donc apporter un regard neuf sur votre produit. Mais **cette pastille doit être pensée au sein du packaging** ou de votre étiquette, pour que le message

passse. Seule, elle n'aura pas grande incidence. Souvenez-vous : **la clé est dans la répétition**.

Un label est intéressant car c'est un raccourci d'information : pas besoin de lire l'entièreté de l'étiquette ou de vérifier vos secrets de fabrication, si un produit est labellisé bio, c'est forcément qu'il est issu de l'agriculture biologique. C'est un signe direct, visuel et qualitatif qui indique clairement en quoi votre produit est différent de sa concurrence.

Notez que **la puissance d'un label dépend de sa notoriété** : dans la kyrielle de labels ou de logos existants, **tous ne vont pas marquer le consommateur de la même manière**, cela dépendra de sa reconnaissance et de la compréhension qu'en ont les clients. Néanmoins, entre atout marketing, gage de qualité, promesse de fabrication et mise en avant de vos valeurs, on peut dire qu'un label n'est pas bête.

Les clés d'une communication réussie

Si le message à faire passer est la provenance belge des ingrédients, cette information doit être indiquée par autant de signaux que possible. Voir l'exemple ci-dessous. On va donc l'utiliser comme slogan, on va l'illustrer, jouer avec les couleurs ou des images, mettre en valeur le label qui s'y rapporte ou la reconnaissance qui l'indique... Et cette démarche va se retrouver sur l'ensemble de vos canaux de communication : site Internet, publicités, affiches... Si la qualité de votre produit est ce qui poussera les consommateurs à le racheter, ce sont les informations « extérieures » (marketing) qui vont créer le premier acte d'achat.

EXEMPLE ABSTRAIT : MISE EN AVANT DES ARGUMENTS DE VENTE D'UN BEURRE BIO ARTISANAL



Boîte à
outils

Cynique, tout ça ?

En s'attachant à démontrer certains critères d'achat ou de vente, cet article n'a pas essayé de cacher le côté cynique d'une démarche marketing. Et pour cause, comme nous l'avons dit, si vous avez un savoir-faire, il faut le faire savoir. Tout investissement (temporel, financier, humain) doit avoir des retombées pour être rentable, viable ou simplement pour

pérenniser une petite entreprise. La finalité d'une démarche sera donc toujours, qu'on le veuille ou non, financière sous peine de mettre la clé sous le paillason.

Si le client pense qu'une entreprise agricole tient toujours de « Martine à la ferme », ne pensez pas pouvoir commercialiser vos

produits avec le pouvoir des Bisounours ! Pensez à votre packaging, travaillez votre étiquette, hiérarchisez l'information et montrez clairement ce que votre client ou futur client doit voir. Peu importe la taille de votre structure ou de votre magasin, ne soyez pas un Bisounours au milieu des loups, mais apprenez à nager avec les requins.

Quel(s) label(s) pour prouver l'origine belge de mon produit ?

Il existe différents labels qui vont indiquer, d'une manière ou d'une autre, la provenance du produit (comme les Biogarantie Belgium, les Appellation d'Origine protégée...). Ce qui est important, c'est qu'ils soient connus du grand public. N'hésitez pas à vous renseigner avant d'entamer les démarches (voir les exemples ci-contre).



Les pseudos labels « Belgique »

Les aspects positifs : l'utilisation des couleurs belges est toujours porteuse ! Le local a le vent en poupe, il faut en jouer avec lui.

Les aspects négatifs : l'utilisation de pastilles ou de drapeaux aux couleurs de la Belgique ont beau ressembler à des labels, agir comme des labels et être des outils marketing aussi efficaces que des labels, ce ne sont pas des labels ni des certifications ! Ce genre de visuels est donc, au mieux, une promesse marketing.

Notre glace vanille 100% bio dans les colruyt



BIENVENUE DANS UN MONDE PLUS ÉQUITABLE.

Stake

La communication pas si inaperçue du packaging

Jade Liénart, Biowallonie

Le processus de la terre à l'assiette passe par différents acteurs. Le premier, c'est vous, les producteurs belges. Ensuite, viennent éventuellement les transformateurs et les distributeurs, selon le type de produit qui sera vendu. Finalement, les derniers maillons de la chaîne, ce sont les consommateurs, ceux qui doivent être convaincus du produit pour l'acheter et encore mieux, y être fidèles. De nos jours, ces décideurs ont de plus en plus tendance à scruter le produit qu'ils comptent acheter. L'emballage, la composition et la provenance sont examinés. C'est pourquoi il est important de proposer une bonne communication.

Plusieurs critères sont à prendre en considération pour une meilleure visibilité ainsi que de meilleures ventes : les valeurs que l'on souhaite transmettre, la vérité sur les produits ainsi que la créativité que l'on déploie.

Transmettre ses valeurs et être vrai est essentiel lorsqu'on commercialise un produit, car c'est ce qui va le rendre crédible aux yeux des consommateurs.

Quant à la créativité, elle permet de transformer les valeurs en un message. Ce dernier sera relayé par divers moyens de communication et notamment via le packaging, qui est le premier ambassadeur de la marque rencontré par le consommateur. De ses cinq sens, deux priment au niveau de l'emballage, à savoir la vue et le toucher. Au travers d'exemples, cet article devrait vous aider à améliorer votre packaging.

Pour ce qui est de l'alimentaire, le tout premier sens que l'on utilise est bien souvent la vue. Le cortex visuel, partie du cerveau qui traite les stimuli visuels, occupe la plus grande place de nos cinq sens dans la tour centrale de notre corps. C'est aussi un sens sur lequel nous faisons reposer une certaine fiabilité. En effet, lorsqu'il y a un conflit entre deux sens, la vision tranche sur la perception finale afin qu'elle corresponde à ce que l'on voit.

Le visuel d'un produit doit donc sortir du lot. Il faut tout d'abord savoir nuancer la palette de couleurs sur le packaging étant donné que chacune d'elles enclenche une certaine émotion, que notre conscience veuille bien l'admettre ou non. Par exemple, le rouge est signe d'énergie, de passion, de chaleur et attire l'attention tandis que le vert représente la fraîcheur, la santé et l'écologie. Le bleu engendre un sentiment de confiance, de sécurité ou encore de protection ou de froid. Au fil des études menées, on a découvert que l'œil assimile plus rapidement le rouge que le bleu. Il nous faut 0,06 seconde pour percevoir le bleu, mais seulement 0,02 seconde pour le rouge. C'est pour cela que les panneaux de signalisation ainsi que les promotions en magasin portent cette couleur.

Tealish Organic Teas est une entreprise familiale canadienne produisant du thé. C'est un exemple qui utilise bien des couleurs en fonction des caractéristiques gustatives ou

médicinales, mais qui reste tout de même dans un registre sobre. Le vert clair est dédié à la menthe, le jaune au citron, ce qui correspond aux attentes des clients parce que les thés gardent la couleur de leur ingrédient principal. Mais qu'en est-il des thés apaisants ou revitalisants ? Tealish opte pour un design aux couleurs pastel pour la douceur : bleu (détente et rêve), vert (apaisement et rétablissement), orange (purification et renouveau). Ces mêmes couleurs, mais utilisées de manière vives, vont alors avoir un effet « boostant » : bleu (énergie et remontant), vert (nourrir et inspirer), orange (réveil et balance). À l'arrière-plan, deux petites montagnes se distinguent. Ces éléments, signes de calme et de sagesse, illustrent parfaitement le crédo de Tealish Organic Teas qui est « SIP, BREATHE, RELAX

AND ENJOY ! » [Sirotez, respirez, relaxez-vous et profitez du moment !]

À retenir : transmettre un message ou une information ne doit pas toujours passer par l'écrit. Ici, il a été possible de le faire par les couleurs qui entraînent un état d'esprit, ainsi que par le dessin en arrière-plan qui communique la valeur de la marque. Une idée serait de mettre à l'honneur une caractéristique de votre région.



C Par exemple, **Charleroi** a su embellir son image grâce à sa nouvelle identité graphique. Le logo paraît simple à première vue mais regorge de significations. La lettre C, pour Charleroi, se veut sérieuse. Au-dessus surplombent trois triangles posés les uns à côté des autres qui peuvent avoir trois significations. La première symbolise les terrils, le passé industriel de la ville et ses usines. La seconde fait référence à la crête du coq hardi qui est l'emblème de la Région wallonne. Finalement, on peut facilement imaginer la couronne du Roi Charles II qui possédait la ville en 1666. Ainsi, le logo transmet énormément en peu de choses.

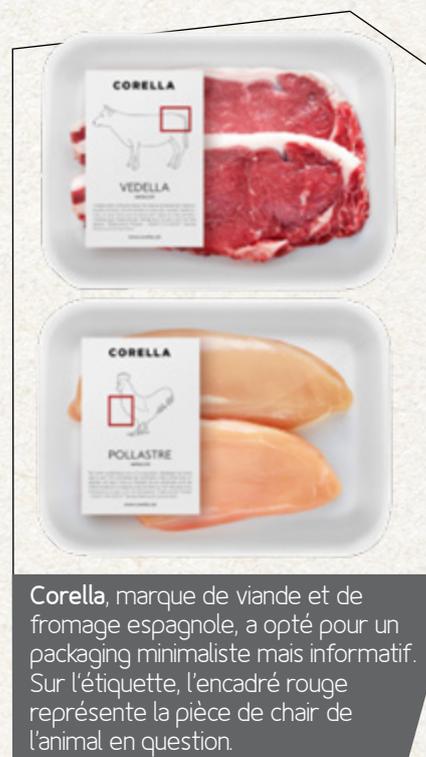
La marque de farine Doves Farm (UK) a su redynamiser un produit de première nécessité grâce à ses couleurs hors normes.



Dans un monde de plus en plus soucieux de l'environnement, les emballages éco-responsables doivent être mis en avant. C'est le cas de **Yumi**, venu tout droit de France, qui vend des jus bio. L'idée est d'utiliser des « veganbottles » (bouteilles vegan) faites à partir de résidus de canne à sucre, ce qui permet aux bouteilles d'être compostables et biodégradables en 84 jours seulement. Son second plus est d'être transparent et de permettre au consommateur de voir directement le produit. C'est ce que l'on appelle un « packaging-vérité ».

À retenir : accordez votre packaging à vos valeurs. Par exemple, le suremballage est mal perçu. D'après Sven Van De Voorde, manager de la filière Fruits & Légumes chez Delhaize, l'idée du marquage au laser est d'abord venue par souci de l'environnement, pour diminuer les emballages inutiles. Il faut savoir reconnaître le bio facilement et ne pas le mélanger avec le conventionnel. C'est pourquoi sans packaging, il était nécessaire d'entamer la démarche d'un marquage au laser. « On a commencé avec les machines

disponibles sur le marché mais on s'est vite rendu compte qu'il n'était possible de marquer que les légumes durs comme par exemple le potiron. Avec l'avancée des technologies, nous avons récemment acheté des machines plus performantes qui permettent de ne pas abîmer le fruit ou le légume par la chaleur des lasers. Cette machine prend désormais en compte la forme du fruit ou du légume, pour maintenir une distance égale entre le produit et le laser. Cela empêche ainsi que le marquage soit trop profond à certains endroits et détériore le produit. » explique Sven Van De Voorde. L'impact de ce changement du plastique au laser s'est vu sur les ventes qui ont remarquablement augmenté de 40 %. Ajoutons à cela que cette pratique est deux fois plus rapide que l'emballage normal et coûte moins cher étant donné qu'il n'y a que le produit brut.



Corella, marque de viande et de fromage espagnole, a opté pour un packaging minimaliste mais informatif. Sur l'étiquette, l'encadré rouge représente la pièce de chair de l'animal en question.



**Votre exploitation certifiée BIO ?
Des audits combinés vous intéressent ?
(QFL, autocontrôle, CodiplanPLUS bovins, Vegaplan, ... ?)**

Contactez-nous:

certification@comitedulait.be | 087/69.26.02 | www.comitedulait.be

Boîte à
outils

Le second sens, le toucher, a aussi son importance. Le marketing tactile donne la possibilité au consommateur de se forger sa propre idée du produit. Il y a deux sortes de toucher : *instrumental* et *autotélique*. Le premier a pour but d'informer, comme on prendrait une poire pour savoir si elle est mûre. Le second est plus une question de plaisir, comme pour sentir la douceur d'un pull par exemple.

C'est sur le toucher autotélique, aussi appelé hédonique, que nous allons nous concentrer. Devant le rayon d'huile d'olive, c'est **Mediterraneò** (Italie) qui attire l'attention. Au premier coup d'œil, le produit nous

immerge dans une atmosphère de nature. Les couleurs rappellent ainsi le sol en brun, la mer en bleu, en accord avec le nom du produit : *medi* (milieu), *terra* (terre), *neo* (nouveau). L'étiquette, en papier naturel, affiche des zones au toucher différent. Les zones bleues se veulent lisses et brillantes comme si l'on se retrouvait face à la mer sous un soleil d'été. Quant aux lettres écrites en relief, elles donnent une certaine attirance et incitent à effleurer cette zone. Enfin, la colombe, portant un rameau d'olivier, est un symbole de paix et de liberté. Elle a pour but de transmettre la qualité du papier mais également la direction du produit qui se veut bon pour l'environnement.

À retenir : la subtilité dans le packaging permet au potentiel acheteur de voyager dans l'histoire de votre marque. Il n'est plus seulement question de vendre. Il faut impliquer le consommateur à travers le contenant pour informer sur le contenu, mais aussi sur vos valeurs, votre philosophie, votre histoire, etc. Jouer sur la texture et sur les petits détails peut aider votre produit à se différencier.

Un dernier conseil indispensable : soyez présent sur les réseaux sociaux ou ayez un site Internet. Mettez-y vos coordonnées ainsi que les heures d'ouverture. C'est un moyen d'être joignable auprès de la cible mais également de pouvoir être partagé par ceux qui vous sont fidèles. Il faut savoir que le bouche à oreille est très important. Dans un rapport publié par Nielsen, il ressort que 83 % des consommateurs mondiaux prennent en compte l'avis d'un de leurs proches. Vos clients sont donc votre meilleur moyen de communication et, qui plus est, le plus économique !



Plus d'infos sur la communication efficace et la réglementation liée au packaging :

www.biowallonie.be/accompagnement/communication

Le Färmoscope, un outil pour « booster » les consommateurs dans leur transition alimentaire

Bénédicte Henrotte, Biowallonie

Le Färmoscope est un indicateur de durabilité innovant, qui a été développé par Färm, dans son réseau de magasins. L'indice de durabilité permet d'analyser en un clin d'œil l'impact économique, écologique et sociétal de chacun des produits vendus et d'encourager les consommateurs dans leur transition alimentaire « vers une consommation plus durable ».

Au travers du Färmoscope, Färm valorise les produits qui lui sont chers : production locale, bio, éthique, transparence, placés sous la bannière globale de la durabilité. L'enjeu sociétal derrière le Färmoscope est de permettre aux consommateurs de se réapproprier pleinement la valeur des produits, pas uniquement à travers la notion habituelle de « prix ». « *Nous espérons que cet exemple puisse inspirer d'autres acteurs du changement* », précise Alexis Descampe, cofondateur de la coopérative Färm.

Trois ans de Recherche & Développement pour créer cet outil, déjà indispensable

C'est la toute première fois qu'un acteur du secteur agroalimentaire matérialise de manière aussi complète et simple à la fois la notion de durabilité sur chacun de ses produits.

Grâce aux informations présentes sur l'étiquette du produit, le client peut être accompagné dans son choix et percevoir le degré de durabilité du produit sous la forme d'un simple chiffre appelé le Färmoscore, présenté

sur toutes les étiquettes de produits. Sur ces dernières, on retrouve également l'origine de production et certains autres labels. Toutes ces informations se retrouveront également sur le ticket de caisse, afin que chacun puisse prendre conscience de son impact positif et de l'évolution de celui-ci.

Boîte à outils

Voici les 11 critères de durabilité sur lesquels se base le Färmoscore pour accorder « un point » :

1. aux produits issus de l'agriculture bio ou en conversion
2. aux marques non cotées en Bourse : un des piliers de leur Charte Produits
3. aux sociétés belges
4. aux productions et transformations belges. Ils privilégient les entreprises qui apportent réellement une plus-value à leurs produits.
5. aux produits contenant au minimum 80 % d'ingrédients belges
6. aux marques belges ou européennes qui indiquent clairement la provenance des ingrédients. La transparence est fondamentale pour Färm.

7. aux marques détenues par les producteurs et/ou travaillant avec une filière identifiée
8. aux produits avec un label complémentaire au label bio
9. aux produits bruts et moins énergivores : ce sont les produits peu, ou pas, transformés et végétariens
10. aux produits dans un emballage consigné ou dans au min. 90 % de papier
11. aux produits vendus en vrac.

Chaque produit est analysé sous la loupe de ces 11 critères qui, ensemble, vont permettre à tous de comprendre l'importance des enjeux écologiques, économiques et sociétaux d'un produit.



LE FÄRMOSCOPE

COMPARONS 3 sortes de lentilles vertes pour COMPRENDRE le färmoscore de chaque produit !



	GREENAGE 7,38€/KG	GRAINES DE CURIEUX 8,30€/KG	GRAINES DE CURIEUX EN VRAC 7,50€/KG
+1 Aux produits issus de l'agriculture bio	✓	✓	✓
+1 Aux sociétés non cotées en Bourse	✓	✓	✓
+1 Aux sociétés belges	✓	✓	✓
+1 Aux producteurs et transformateurs belges	✓	✓	✓
+1 Aux produits contenant min. 80% d'ingrédients belges	✓	✓	✓
+1 Aux marques belges ou européennes qui indiquent clairement la provenance de leurs ingrédients	✓	✓	✓
+1 Aux marques détenues par le producteur et/ou travaillant avec une filière identifiée	✓	✓	✓
+1 Aux produits avec un label complémentaire au label bio	✓	✓	✓
+1 Aux produits bruts et moins énergivores	✓	✓	✓
+1 Aux emballages consignés ou avec min. 90% de papier	✓	✓	✓
+1 Aux produits vendus en vrac	✓	✓	✓

Les clients ont très bien accueilli cette démarche. Pour en savoir plus, rendez-vous sur : www.farm.coop/farmoscope

Boîte à
outils

La certification « Bio et Belge » ? C'est « Biogarantie Belgium » !

Maxime Goudeseune, Probila-Unitrab, Biogarantie

En 2020, le bio a fait un bond de 30 % et la tendance s'applique aussi à la consommation locale. Bref, le « Bio et Belge » annonce un avenir prometteur pour nous, agriculteurs et artisans de bouche.

Le label « Biogarantie Belgium » offre aux consommateurs une certification officielle, leur garantissant la proximité du lieu de production et de transformation des aliments bio qu'ils achètent. Le but est de promouvoir et de protéger le travail des agriculteurs et transformateurs belges. Un avantage de poids pour aborder la transition des habitudes de consommation.

Les contrôles pour obtenir ce label sont réalisés au même moment que ceux effectués pour la certification biologique européenne. Ils n'entraînent pas de coûts supplémentaires pour le contrôle : un gain de temps et d'argent ! L'opérateur paie une cotisation annuelle à l'une des trois associations suivantes : UNAB, Bioforum ou Probila-Unitrab ainsi qu'un faible pourcentage de royalties sur les produits labellisés « Biogarantie ».

Les contrôles portent directement sur :

1. le respect de l'origine belge du produit (sont visés ici les produits transformés) : l'ingrédient primaire (soit plus de 50 % du produit final ou celui associé au nom du produit par le consommateur) doit être produit en Belgique ;
2. la juste rémunération des agriculteurs et une collaboration saine et durable entre les parties (modèle de calcul de prix équitable et spécifique à chaque type de fermes) ;
3. les mesures en faveur de la biodiversité que les agriculteurs prennent volontairement au sein de leur ferme. Ceci dans le but de réaliser un état des lieux et de suivre l'évolution vers plus de biodiversité, sur base des informations que vous nous envoyez.

Fort de sa notoriété, le label « Biogarantie Belgium » a pour vocation de recréer le lien de confiance entre les agriculteurs bio, les transformateurs et les consommateurs et ce, dans l'intérêt de tous.

Alors, envie de nous rejoindre ?

Contactez info@unab-bio.be
(pour les agriculteurs) ou
info@biogarantie.be (pour les
transformateurs) pour toute information.



Fabriqué sur notre site de Lavaux-Sainte-Anne

Le système
GENOSAN
Générateur de santé

MONSEU
Nutrition animale & végétale

MONSEU
Nutrition animale & végétale

A appliquer lors de la conception du silo

GENOSIL
Améliorant et conservateur d'ensilage
minéralisé

GENOSEL
Sel enrichi en oligo-éléments

GENOSEL I/SE
Sel enrichi en iode et Sélénium

Rue Baronne Lemonnier, 122 - 5580 LAVAUX-SAINTE-ANNE - Tél. 084/38.83.09 - Fax 084/38.95.78 - E-mail : info@monseu.be

Origine et étiquetage : le cas des systèmes européens de qualité

Bérénice Fassotte, Émilie Lefébure AgriLabel–cellule d'appui

Depuis 1992, l'Europe dispose de systèmes de qualité pour les produits agricoles et les denrées alimentaires. Ils permettent de protéger les dénominations des produits, dont les caractéristiques sont liées à l'origine géographique ou à la tradition. Ces systèmes sont les suivants :

1) les indications géographiques (IG) qui couvrent les produits agricoles et agroalimentaires, vins, boissons spiritueuses et produits vinicoles aromatisés. Un lien avec le territoire est essentiel pour ces produits. Ce système comprend :



- l'appellation d'origine protégée (AOP), qui identifie un produit dont la qualité et les caractéristiques sont exclusivement liées à l'origine. Toutes les étapes de production se déroulent dans la zone géographique définie, au moyen d'un savoir-faire reconnu. Les matières premières sont issues de cette zone ;



- l'indication géographique protégée (IGP), qui identifie un produit originaire d'une zone géographique déterminée et dont une qualité, la réputation ou une autre caractéristique y est attribuable. Au moins une étape de la production a lieu dans cette zone. Il n'y a aucune contrainte sur l'origine des matières premières.

2) les spécialités traditionnelles garanties (STG), qui ne couvrent que les produits agricoles et alimentaires. Il s'agit de protéger une méthode de fabrication ou une composition traditionnelle d'un produit, sans lien à une zone géographique. Aucune contrainte n'est imposée sur l'origine des matières premières.



La demande de reconnaissance est portée par un Groupement de Producteurs, qui doit constituer un dossier centré sur un cahier des charges et ses annexes. Contrairement aux marques, les IG constituent un patrimoine collectif et ne sont pas la propriété d'opérateurs économiques à titre privatif. Tout opérateur de la zone géographique, qui répond aux critères du cahier des charges, peut prétendre à la certification et bénéficier d'une IG. La certification est compatible avec le secteur bio. Hormis le coût annuel de certification, à charge de chaque opérateur, aucune autre contribution n'est à prévoir.

Les objectifs de ces systèmes de qualité sont d'assurer une concurrence loyale pour les opérateurs et des revenus équitables, ainsi que d'assurer le respect des droits de propriété intellectuelle. Ils permettent également de fournir des informations fiables aux consommateurs. Enfin, les zones rurales sont directement impactées par la mise en œuvre de ces systèmes.

Des règles d'étiquetage spécifiques à ces systèmes de qualité sont imposées par la législation.

En Région wallonne, l'étiquette doit comporter :

- la dénomination exacte, reproduite telle qu'enregistrée au Journal officiel de l'Union européenne ;
- l'abréviation AOP/IGP/STG correspondant à la protection dont la dénomination fait l'objet ;
- le logo officiel.

Ces éléments sont indissociables et doivent figurer sur l'étiquette principale, en dehors de la liste d'ingrédients. Ils ne peuvent être dissimulés ou séparés par d'autres éléments.



Des informations supplémentaires

sont disponibles sur le site d'AgriLabel : www.agrilabel.be. AgriLabel soutient les producteurs wallons qui désirent entamer une démarche de reconnaissance de leur produit, notamment en rédigeant les documents officiels nécessaires à la procédure.



Biolait : le choix d'une alimentation 100 % d'origine française

Sophie Engel, Biowallonie

Biolait est une société par action simplifiée, spécialisée dans la collecte du lait bio en France. Son rôle est de collecter le lait et de le revendre aux transformateurs ou aux distributeurs.

Elle a été fondée en 1994 par six agriculteurs bio autour de deux objectifs : le premier, garantir un prix stable et identique pour tous les éleveurs, où que soient leurs fermes et quels que soient leurs volumes ; le deuxième, développer une filière équitable et transparente, des éleveurs aux consommateurs. À l'époque, beaucoup de lait bio n'était pas collecté ; il y avait un réel besoin de structurer la filière. La coopérative s'est donc développée très rapidement et, en l'espace de deux ou trois ans, tout le territoire français était couvert.

Depuis 2017, Biolait garantit un lait produit par des vaches nourries avec des aliments 100 % d'origine française. Nous avons rencontré deux administrateurs pour en savoir un peu plus sur cette démarche.

En 2020, Biolait représente...

30 %

de la collecte bio en France

300 millions

de litres collectés

1400

fermes adhérentes

Dans 74

départements

90 salariés

dont 34 chauffeurs

100

clients

Comment est née l'idée ?

Valérie et Jean-Luc nous expliquent que l'idée a germé dans les années 2000, avec l'intensification de la production bio en France.

En 2012, face à la croissance du lait bio sur le marché français, il y a eu ce besoin pour la coopérative d'affirmer son identité et de franchir de nouvelles étapes dans l'engagement pour l'environnement.

Plusieurs questions se sont alors posées : **que veut-on comme lait bio ? Comment protéger notre label bio, notre joyau qui nous fait vivre ? Quelles procédures mettre en place pour sécuriser ce label et garder la confiance des consommateurs ?**

Le conseil d'administration s'est donc penché sur la question de la traçabilité des matières

premières, en menant une enquête auprès des producteurs et des fournisseurs d'aliments.

De cette enquête, est née, en 2013, « **la démarche qualité Biolait** ». Son objectif était de tracer les aliments entrant dans la filière. Un cahier des charges a été établi avec un certain nombre de contraintes comme : « *La réalisation d'analyses OGM systématiques si les aliments sont achetés via des courtiers, l'obligation pour les producteurs de déclarer la provenance de ceux-ci à Biolait...* »

Ces procédures, certes efficaces, étaient lourdes à gérer. Cependant, ce travail et l'expérience acquise sur la traçabilité ont permis d'oser proposer aux coopérateurs le **concept d'une alimentation 100 % française... une première en France !**

Certifier une alimentation 100 % française répond à deux objectifs qui animent les producteurs coopérateurs :

- Sécuriser leurs approvisionnements et donc le label bio ;
- Ne pas participer à la déforestation et limiter son empreinte carbone en bannissant le soja qui provient de Chine, d'Afrique ou du Brésil.





Une mise en place très rapide !

Biolait a commencé par contacter les fabricants d'aliments afin de leur présenter le projet. Souvent, les premières réactions étaient : « C'est impossible, nous ne pourrions pas y arriver ! », « C'est trop compliqué. »...

« Au début, nous avons pensé prendre contact avec une coopérative céréalière afin de créer une filière française et de nous approvisionner via ces coopératives. Mais cela n'a pas abouti et, finalement, les producteurs se sont débrouillés. », nous explique Jean Luc.

Ce projet a poussé chaque producteur à travailler sur l'autonomie de sa ferme, à

analyser son système en place, à mieux réfléchir à son approvisionnement en protéines, à valoriser au maximum l'herbe disponible...

Les éleveurs ont pris de nombreuses initiatives. Ils ont contacté les céréaliers de leur région afin de travailler avec eux et ont acheté des toasteurs pour les céréales et protéagineux... Pour Jean-Luc, lorsque l'on pense en termes de filière, on s'aperçoit que c'est très intéressant ! **Les céréaliers doivent mettre des protéagineux dans leurs rotations** pour équilibrer leur bilan azoté. Ils ont tout intérêt, eux aussi, à travailler avec des éleveurs français. C'est un cercle vertueux.

Les coopérateurs ont également travaillé en direct avec leur fournisseur d'aliments afin de trouver des solutions. En l'espace de deux ans, des gammes d'aliments bio certifiées 100 % françaises ont vu le jour chez les différents fabricants d'aliments.

Valérie souligne : « Il ne faut pas nier qu'il y a eu des difficultés, notamment pour les producteurs en montagne plus dépendants des concentrés, car il n'y a pas les surfaces pour produire des protéines. Au final, nous avons observé que ce travail a permis de réduire la quantité de concentré achetée à l'extérieur, grâce à un système basé sur l'herbe. »

Comment est-ce contrôlé ?

Cette exigence en termes de traçabilité est contrôlée par les organismes de contrôle. Le contrôleur réalise un contrôle supplémentaire sur le point « achat d'aliments 100 % français »

lors de sa visite annuelle. Biolait prend en charge le coût de ce contrôle. Biolait emploie une personne qui est en contact direct avec les organismes de contrôle et qui est chargée de

suivre les retours d'audits, notamment pour les personnes qui ne savent pas prouver l'origine française de leur aliment.

Aliment 100 % français et aléas climatiques, est-ce toujours possible ?

La France a la chance d'être vaste et de posséder plusieurs contextes pédoclimatiques, ce qui permet de pouvoir garantir l'origine française. Si certaines régions sont touchées

par de mauvaises conditions, Biolait met les producteurs en relation avec différentes bourses d'échanges de fourrage afin que ceux-

ci puissent trouver du fourrage disponible au plus près de leur secteur.

Comment le marché a-t-il accueilli cette initiative ?

En France, depuis plus de vingt ans, l'interprofession laitière a beaucoup travaillé sur l'image du lait et l'origine française. Aujourd'hui, le lait français est très plébiscité par le consommateur français. L'origine française est estampillée sur la majorité des bouteilles de lait vendues.

En revanche, les clients de Biolait ne sont pas forcément demandeurs d'une démarche « alimentation 100 % française ». En effet, si le consommateur accorde de l'importance à la provenance de son lait, l'alimentation des vaches n'est pas un critère prioritaire. **L'enjeu pour Biolait n'était pas forcément de trouver**

une valorisation pour le lait, mais plutôt une sécurisation. Certains clients choisissent donc de communiquer sur ce critère, d'autres pas... Biolait espère aujourd'hui que cela va se développer et devenir un critère de choix supplémentaire pour le consommateur.

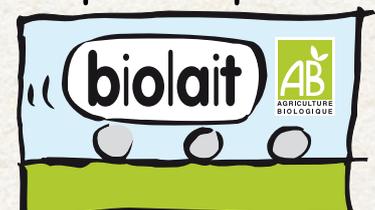
Biolait a de nouveaux projets dans les tuyaux !

Toujours dans une démarche d'amélioration continue, Biolait souhaiterait mettre en place des règles supplémentaires en matière de pâturage. Cela fait maintenant deux ans que le travail est en cours avec les producteurs. L'idée est de garantir un minimum de surfaces disponibles par vache pour le pâturage,

ceci couplé avec un pourcentage minimum d'herbe dans la SFP (surface fourragère principale¹).

Mais, comme toute décision prise chez Biolait, celle-ci devra passer par l'étape du débat et du vote lors de la prochaine assemblée générale ! Affaire à suivre !

la bio partout et pour tous !



www.biolait.eu

¹ La surface fourragère principale (SFP) correspond à la surface des parcelles affectées aux cultures fourragères annuelles et à la prairie sous toutes ses formes (prairies permanentes, prairies temporaires, prairies artificielles).



Terrena, fabricant d'aliments bio garantis 100 % français !

Sophie Engel, Biowallonie

Entretien avec Bertrand Roussel, Directeur de l'Agriculture biologique du Groupe Terrena.

Fondée il y a 130 ans, Terrena est une coopérative située dans la région des Pays de la Loire. Elle compte aujourd'hui plus de 21.000 producteurs adhérents et possède plusieurs outils de transformation. La filière bio de Terrena compte 1.780 agriculteurs bio (soit 8,5 % des membres de la coopérative). Dix-sept sites du Groupe ont une activité bio. On trouve parmi ceux-ci des abattoirs, deux usines de nutrition animale, deux moulins, des silos de stockage...

Depuis le 1^{er} janvier 2021, Terrena propose une gamme d'aliments bio certifiée 100 % française pour les volailles (chair), les porcs et les bovins.



Genèse de l'idée de garantir une alimentation bio 100 % française

L'idée a commencé à germer en 2015, avec le constat que la bio prenait de plus en plus d'ampleur au sein de la coopérative. Le conseil d'administration a émis le souhait de mieux structurer l'activité et d'avoir une vision stratégique à long terme. Plusieurs questions

ont été soulevées : avec la croissance du bio, comment sécuriser nos filières et nos marques ? Qu'est-ce qui permettrait de nous différencier ? Les Français font confiance au circuit court ; comment s'en rapprocher alors que nous sommes une structure assez

conséquente ? ... Toutes ces interrogations ont trouvé une réponse commune : sécuriser et maîtriser l'approvisionnement des filières avec une alimentation bio 100 % française¹.

Cinq années de travail et plusieurs défis relevés

Un manque de matières premières agricoles françaises

Au moment du démarrage du projet, le premier constat était le manque de matières premières bio disponibles en France. Les céréales et le soja bio étaient principalement à destination de l'alimentation humaine. Il n'y a pas eu trop d'inquiétudes pour arriver à l'autosuffisance en céréales via les adhérents de la coopérative. En revanche, pour le soja, il a été nécessaire de trouver des solutions d'approvisionnements externes. Ainsi, la décision a été prise de passer des contrats pluriannuels avec des coopératives du sud-ouest pour s'approvisionner en soja français.

Il a également été nécessaire de retravailler la formule de certains aliments en fonction de la disponibilité des matières premières. Par exemple, certains ingrédients non bio comme le gluten de maïs n'existait pas en origine française. Il a donc été nécessaire de reformuler nos mélanges. Mais ce fut un mal pour un bien car finalement cela a permis

de proposer un aliment 100 % français et 100 % bio !

Un manque d'outils de transformation et de stockage

Une seconde étape du projet a été le développement des outils nécessaires pour développer la filière. Ces outils ont vu le jour au cours de l'année 2020.

On a construit un nouveau silo bio permettant de stocker des céréales. Aujourd'hui, la capacité de stockage de la coopérative est de 70.000 tonnes. La mise en service d'un outil de trituration pour la réalisation de tourteaux de soja et de tournesol a également été nécessaire ainsi que la mise en service d'une seconde usine d'alimentation animale. Le Groupe possédait déjà une usine pour l'alimentation animale bio, mais il a été décidé qu'une nouvelle usine dédiée à l'alimentation bio d'origine française serait plus propice en termes de gestion et de traçabilité afin d'assurer le succès du projet.

Actuellement, les outils de transformation de la coopérative sont alimentés à un peu plus de 40 % par les matières premières des coopérateurs. L'objectif est d'atteindre 66 %.

Arriver à proposer aux consommateurs des productions animales nourries avec une alimentation bio 100 % française ne s'est pas fait du jour au lendemain. Une fois que tous les interlocuteurs des maillons des filières ont été convaincus du bien-fondé de cette démarche, il a fallu s'assurer de la disponibilité des matières premières, prévoir les investissements d'outils de stockage et de transformation et trouver le financement pour en permettre la réalisation. Pour ce projet, cinq années de travail ont été nécessaires pour arriver à proposer une gamme bio 100 % française. Aujourd'hui, 45 % des aliments bio produits par la coopérative sont garantis 100 % français. Une partie sert à alimenter les propres filières de la coopérative et une autre est achetée par des clients.



Bertrand Roussel nous explique : « Lorsque Biolait fit la demande d'un aliment bio 100 % français, ce projet était donc déjà entamé depuis quelque temps chez nous. Cette demande arriva un peu tôt, mais confortait l'orientation prise alors que nous n'étions pas encore prêts. Pour répondre à leur besoin, l'organisation était plus compliquée au début. Nous devions par exemple dédoubler, au sein de la même usine, les matières premières agricoles... »

Un projet porteur de valeurs

Terrena, c'est 30 % de la part de marché de la volaille bio en France. Le fait d'avoir changé la provenance des matières premières agricoles permet de diminuer de 11 % les émissions de CO₂ de cette filière volailles de chair.

Bertrand Roussel s'appuie sur d'autres chiffres qui montrent l'impact potentiel de ce projet : « Pour autoalimenter nos outils de transformation avec ce passage en céréales et

oléoprotéagineux d'origine française, il faudra 8.000 hectares supplémentaires en bio. Ce qui équivaut à environ 200 fermes qui pourront soit se convertir au bio, soit développer leur activité bio. Or, plus le bio se développe dans la région, plus la biodiversité augmente. Ce projet fait donc sens pour nous. Nous avons beaucoup de chance, le secteur bio augmente rapidement mais c'est un secteur "jeune" où l'on peut encore construire de belles choses. »



Le lancement de productions animales nourries avec des céréales et oléoprotéagineux 100 % d'origine française, le 1^{er} janvier 2021, a été une étape importante dans l'orientation prise en bio par la coopérative. Mais elle ne sera validée que si les clients et les consommateurs montrent de l'intérêt pour cette initiative en achetant ces produits. L'augmentation du prix de l'aliment va-t-elle être comprise et acceptée par le marché ? Le défi est maintenant de mettre en avant et d'accompagner cette démarche afin qu'elle jouisse de tout le succès qu'elle mérite. Rendez-vous dans 18 mois pour un bilan que nous souhaitons positif...

Biocoop : un géant du bio local

Antoine Gallez, Biowallonie

Pour s'enrichir d'une expérience hors de nos frontières qui « joue le jeu du local », nous nous sommes tournés vers un acteur majeur du secteur bio français : Biocoop. Cette coopérative au chiffre d'affaires dépassant le milliard d'euros est composée de coopérateurs salariés, distributeurs, consommateurs et producteurs. Réputée attentive à la localisation de son approvisionnement, nous voulions en comprendre les méthodes et marches à suivre. La coopérative est détenue par des coopératives, des SARL et par des sociétés anonymes. Ensemble, elles partagent une plateforme d'approvisionnement (leur « propre grossiste ») chez qui elles se fournissent.

Pour ce faire, nous sommes allés à la rencontre de Gérard Batot, 60 ans, gérant d'un magasin Biocoop installé à Cambrai (Nord). Il y a 25 ans, il créa son point de vente aux abords de la ville. Aujourd'hui, il compte une clientèle de 2.000 personnes au sein de l'agglomération cambraïenne (45.000 personnes au total).

Au plus local possible et quelques concessions

Au sein du magasin Biocoop de Cambrai, les produits français représentent une part prépondérante de l'offre totale. En effet, 85-90 % des références sont françaises. Le magasin fonctionne avec une vingtaine de producteurs locaux qui livrent en direct. Et tout en bio, mis à part les produits non alimentaires, bénéficiant cependant d'un label écologique.

Selon la charte Biocoop, le local, c'est 150 kilomètres par route (« pas à vol d'oiseau », nous précise Gérard Batot). Néanmoins, certains produits ne sont pas produits en France ou alors de manière plus tardive (la saison des tomates, par exemple). Pour cela, la coopérative se tourne vers les paysans voisins (Italie, Belgique, Allemagne). L'approvisionnement

hors Europe, en dernier recours, n'est utilisé que pour quelques denrées (bananes, ananas, mangues...). Pour s'assurer de la qualité et de la provenance de l'approvisionnement, un contrôleur est dépêché par la coopérative elle-même dans chaque magasin.





Un cahier des charges stricts

Le cahier des charges est définitivement orienté bio et la **filière solidaire Nord-Nord** est très présente au sein de la coopérative. Avec le label propre à la coopérative : « Ensemble, Solidaires du producteur au consommateur », la coopérative assure une transparence de la provenance, une garantie de la charte sociale, un respect des travailleurs et de leurs justes rémunérations. Par exemple, à la Biocoop de Cambrai, les employés sont rémunérés 10 % au-dessus du niveau du barème de la convention collective. Lorsqu'un bénéfice est réalisé par le magasin de Cambrai, Gérard Batot nous explique qu'il est redistribué aux travailleurs. Pour fixer un prix juste, les groupements de producteurs se réunissent tous les ans au sein de la coopérative, au niveau national. Ainsi, les travailleurs sont défendus à leur juste valeur. Néanmoins, attention à ne pas

privilégier un petit groupe de producteurs au dépend d'autres plus petits. Gérard Batot n'a jamais entendu un conflit de ce type au sein de sa région des Hauts-de-France. Selon lui, les valeurs de Biocoop sont partagées au-delà de sa région, partout sur le territoire français. Lorsqu'il rencontre ses collègues toulousains ou marseillais lors des assemblées générales nationales, tous les deux ans, jamais il n'a identifié de conflits majeurs portant sur des enjeux commerciaux ou de valeurs. Au contraire, lors de ces assemblées, les décisions sont très souvent votées positivement par 90 % des coopérateurs répartis sur toute la France. D'ailleurs, leurs valeurs sont inscrites dans leurs statuts juridiques : « *On est carrément dans ce que l'on appelle l'économie sociale et solidaire.* » Pour s'assurer du respect de la charte d'approvisionnement local et

éthique, un contrôleur interne à Biocoop est détaché dans le magasin.

Au niveau régional, un soutien est amené par l'association Bio-Haut-de-France. Gérard Batot y siège au conseil d'administration comme représentant des magasins. Ensemble, ils travaillent à développer les filières, à offrir de la formation aux nouveaux venus dans le secteur bio ou encore à faire connaître un produit. Au niveau régional, toujours, les 23 Biocoop et les différentes parties prenantes se réunissent au minimum deux fois par an pour accorder leurs violons et échanger sur leurs expériences respectives. Un groupement de producteurs régional offre un service intéressant aux petits producteurs. Il vient chercher la production et assure la logistique, ce qui leur permet une réduction du temps passés sur la route. La solidarité, localement.

Le BIO, au ❤️ de notre métier depuis 40 ans



Il y a près de 40 ans, un groupe de pionniers passionnés par la terre s'est formé autour de valeurs communes : le respect des sols, de la biodiversité et du bien-être. De là est né CERTISYS®, tout premier organisme de contrôle et de certification dédié à l'agriculture biologique en Belgique. Depuis, nous ne cessons de mettre notre connaissance du terroir belge, notre expertise et notre passion à votre service pour garantir la crédibilité de vos produits BIO.

Le saviez-vous ?
70% des agriculteurs wallons
choisissent CERTISYS®.
MERCI pour votre confiance !



Limousines
certifiées par
CERTISYS®



La FNAB et son label de progrès

Matthieu Christopherson de Cointet, Fédération nationale d'Agriculture biologique

Le label AB est aujourd'hui une norme crédible et reconnue, mais comment aller plus loin dans cette démarche ? Comment mieux répondre aux enjeux sociétaux et aux attentes toujours plus exigeantes des consommatrices et des consommateurs ? L'agriculture fait face à de nombreux défis : biodiversité menacée, changement climatique, revenus insuffisants des paysannes et des paysans... L'agriculture biologique, dans le strict respect de son cahier des charges, n'y répond pas tout à fait.

Un nombre croissant de productrices et de producteurs, de coopératives, de marques de transformateurs et de distributeurs font ainsi évoluer leurs pratiques au-delà du Règlement bio. Mais aucun outil ne leur permet de valoriser ces nouveaux engagements.

C'est pourquoi, la Fédération nationale d'Agriculture biologique (FNAB), le réseau des agriculteurs et agricultrices bio français, a lancé en 2020 son propre label, « Bio Français Équitable », avec, pour objectif, d'en faire le label de référence d'une bio exigeante, en constante amélioration, d'ici cinq ans.

Un label bio « Made in France »

Le label garantit l'origine française, de la production à la transformation. La commercialisation des produits doit se faire également principalement sur le marché français. Il s'agit bel et bien de relocaliser l'ensemble des filières.

Un label bio de commerce équitable

Conformément à la loi française, ce label comprend déjà la juste rémunération des producteurs, des projets collectifs de développement et des contractualisations longues. C'est un véritable label de commerce équitable Nord-Nord. Des produits sont déjà en rayons dans certaines régions de France et les consommateurs ont répondu présents.

Un label de progrès

2021 est, pour notre réseau, l'année du travail sur la labellisation à la ferme. Deux sujets prioritaires ont été identifiés :

La biodiversité

Les paysans des GAB (les Groupements départementaux) font souvent un travail remarquable pour favoriser la biodiversité sur leur ferme. Ces efforts ne sont pas reconnus par le label européen. Il est temps de faire reconnaître cette valeur ajoutée des fermes bio et de construire avec les paysans un chemin de progrès vers plus de biodiversité.

Le social

Les paysans de la FNAB vont construire ensemble des règles communes pour améliorer le bien-être de toutes les personnes qui travaillent dans les fermes. Il s'agit autant des conditions de travail et de rémunération des salariés que de celles des paysans eux-mêmes.

La méthode de construction

Ce sont les paysans eux-mêmes qui vont construire les règles sur ces deux sujets. Les paysans sont choisis par les GRAB

(Groupements régionaux), pour participer à la commission label et aux groupes de travail thématiques.

Ces paysans seront épaulés par les techniciens du réseau FNAB et par Ecocert, choisi pour lancer le projet.

Notre label est coconstruit, pour aller vers une agriculture bio mieux-disante. Notre ambition est d'accompagner le changement d'échelle de la bio, avec une agriculture de plus en plus exigeante sur le plan environnemental, tout en étant créatrice d'emplois et de conditions de rémunérations justes pour ses acteurs.

Le déploiement

Le label est déjà présent sur le marché français, localement dans le sud-ouest de la France. Le déploiement du label est progressif, comme sa construction. Des discussions sont en cours avec tous types de filières. Le travail se réalise aussi bien sur des filières longues d'échelle régionale ou nationale, sur des légumes surgelés par exemple, que sur des filières beaucoup plus locales, à l'échelle intradépartementale, sur tous types de produits.

Pour toute question sur le label : label@fnab.org



**RETROUVER LE NOUVEAU CATALOGUE VRAC 2021
POUR LES MARAICHERS ET PROFESSIONNELS SUR NOTRE SITE WEB !
WWW.CYCLE-EN-TERRE.BE**



cycleterre

- Une coopérative locale à taille humaine
- Des producteurs de semences bio et reproductibles
- Des semences de qualité adaptées à nos régions



CONTACT : [INFO@CYCLE-EN-TERRE.BE](mailto:info@cycle-en-terre.be) | 0487/72.06.47





Conservation des fourrages : réussir ses ensilages

Damien Counasse, Biowallonie

Que ce soit pour faire du foin ou de l'ensilage, on ne peut rendre le fourrage meilleur qu'il n'était au moment de la fauche, mais il est capital de réduire les pertes quantitatives et qualitatives.

Conservation en silo : de nouvelles réalités

Le principe de conservation en silo n'a pas changé depuis qu'il est pratiqué, mais le changement climatique et la taille de plus en plus grande des chantiers amène à redoubler d'attention pour atteindre les conditions recherchées pour une bonne conservation.

L'**ensilabilité** d'un fourrage dépend de trois facteurs : la teneur en **matière sèche**, le **taux de sucre** et le **pouvoir tampon**¹. Plus le taux de sucre est élevé et le pouvoir tampon faible, plus le pH de stabilité est atteint rapidement. Un taux de matière

sèche entre 30 et 40 % est idéal pour un tassement optimal de la masse de fourrage et permettre aux bonnes fermentations d'avoir lieu. En dessous de ces valeurs, il y a des risques de pertes par écoulement de jus et, au-delà, il est plus difficile de faire partir l'air présent dans le tas. Toutefois, pour des fourrages avec peu de sucre et un faible pouvoir tampon (comme la luzerne ou le trèfle violet et le dactyle), il est préférable d'avoir une teneur en matière sèche supérieure à 50 % pour limiter les mauvaises fermentations. La conservation en balles

enrubannées est alors plus adéquate.

Le **stade physiologique optimal** pour la fauche se situe entre la fin de montaison et le début d'épiaison, pour les graminées, et le bourgeonnement, pour les légumineuses.

L'utilisation de couteaux bien **affûtés** est capitale car elle permet de rendre plus disponibles les sucres pour la réalisation de la fermentation lactique, qui est à la base de l'ensilage. De plus, une bonne coupe permet un bon tassement de la masse et, ainsi, l'évacuation de l'air.

pH	≤4 ou + si >35 % de MS (selon le type de silo et l'espèce ensilée)
MS	Graminées : 30-35 % (et + selon type de silo) - Légumineuses : 40-45 % (et + selon type de silo)
Température dans le silo	Max. 10 °C de plus que la température ambiante en début de fermentation puis décroissance
Acide lactique	2-8 %
Acide butyrique	0 %

Figure 1 : Valeurs cibles pour un ensilage de qualité

Le contre-la-montre de la récolte

Pour préserver le maximum de potentiel du fourrage, le délai entre la fauche et la récolte doit être le plus court possible. Cela demande une organisation très rigoureuse et exigeante des chantiers, mais cela en vaut la peine compte tenu des enjeux économiques qui y sont liés. L'objectif est de perdre le maximum d'eau et le minimum de sucre et de protéine, sans dépasser 48 h entre la fauche et la récolte. En effet, toutes les 24 h, l'herbe fauchée perd 2,5 points de MAT et 1 point de digestibilité et la respiration consomme des

sucres indispensables pour le bon démarrage des fermentations.

La fauche doit être réalisée idéalement l'après-midi, pour avoir le maximum de sucre.

Pour gagner du temps, la qualité du préfanage est capitale : il faut donc utiliser au mieux l'énergie du soleil et la ventilation naturelle.

Pour cela :

- choisir, évidemment, une fenêtre météo ensoleillée ;
- faucher à plat (80 % de la parcelle doit être

recouverte par le fourrage) ;

- opter pour une **coupe haute**² pour assurer une ventilation naturelle, **7-8 cm** et **9 à 10 cm** en luzerne ;
- éviter l'utilisation de conditionneur pour que le fourrage puisse perdre de l'eau par les stomates ;
- effectuer un fanage si l'épaisseur de fourrage est importante et les conditions météo non optimales.

Lorsque l'objectif de MS est atteint, l'andainage et la récolte doivent se suivre.

¹ Capacité à résister à une variation de pH. ² Remarque : faucher haut impacte peu le rendement (-80 à -200 kg de MS/ha/cm de coupe), mais cela a un effet positif sur la qualité du fourrage récolté (plus d'énergie et de protéines et moins de cendres).

CONSEILS TECHNIQUES

POLY-CULTURE/ÉLEVAGE

Confection des silos : rappels

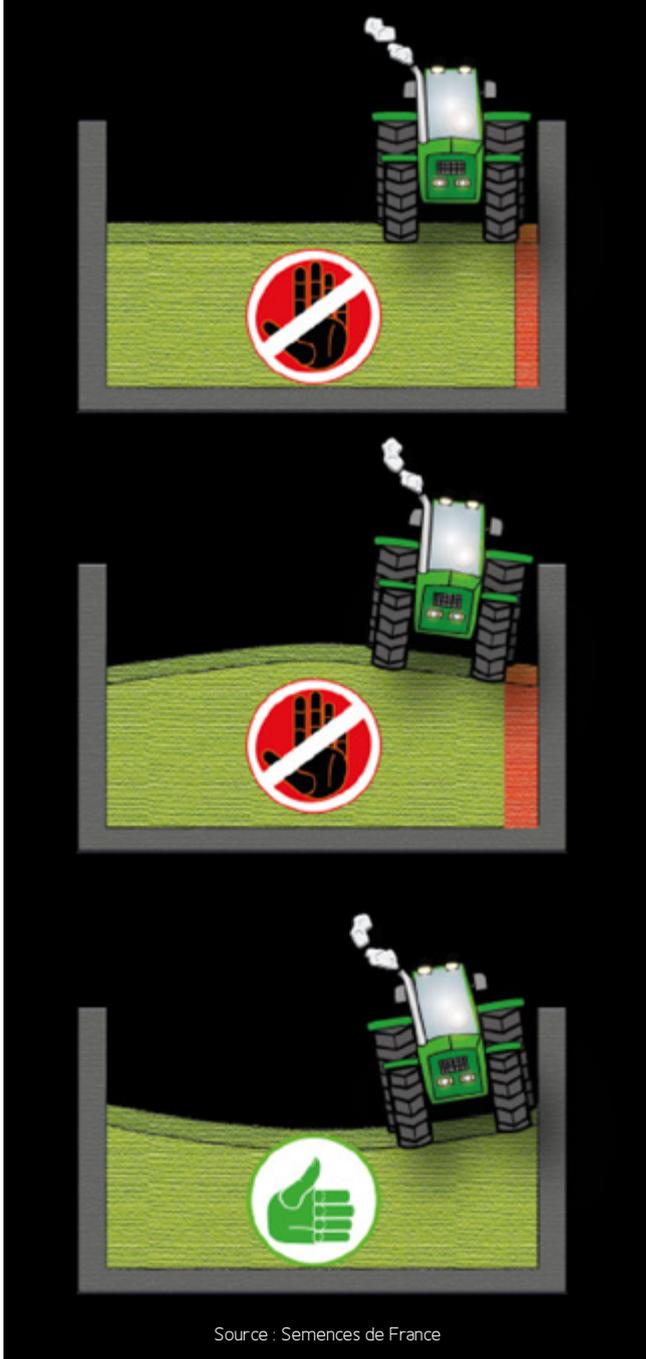
Règles pour le tassement du silo :

- Pression des pneus **maximale**
- **Charger plus le long des murs**, pour démarrer, pour mieux tasser les bords !
- **Poids de tassage** = débit au silo (tonnes de MS rentrante/heure) x 400 kg
- **Éviter** les roues jumelées
- Vitesse entre **4 et 6 km/h**
- Couches de fourrage de max. **30 cm à la fois**
- Tassement dès la première remorque
- **3 passages** par remorque déposée et poursuivre encore 1 h après la fin du silo
- **Déchargement des remorques alterné gauche et droite**
- Longueur de coupe < **40 mm** (plus la teneur en MS augmente plus la coupe doit être fine)

Remarque

Au-delà d'un débit de chantier de 20 t de MS/h, l'idéal serait de travailler sur deux silos avec deux tasseurs.

La couverture du silo doit être la plus rapide possible. L'idéal est de ne pas dépasser 12 h entre le début de la récolte et le recouvrement étanche du silo.



Source : Semences de France

- **Vous êtes agriculteur, agricultrice ou conjoint d'agriculteur.trice**
- **Vous rencontrez des difficultés financières, juridiques, techniques, familiales ou sociales ?**
- **Vous vous sentez dépassé, fatigué, démotivé ?**



www.agricall.be



Agricall
Wallonie asbl

Confidentiel et gratuit
Ne restez pas seul(e), appelez-nous !

0800 / 85 0 18
Du lundi au vendredi 10 h-19 h



Focus sur la réussite d'une récolte de céréales immatures

Carl Vandewynckel et François Grogna, Biowallonie

Le méteil, récolté en fourrage ou en grains, apporte une sécurité alimentaire au système tout en permettant une bonne couverture du sol, notamment pendant les sécheresses que nous connaissons actuellement. De plus, il permet de diversifier les rotations. Son aspect couvrant permet également une réduction, voire un arrêt, de technique de désherbage et la fertilisation en est aussi diminuée. D'autres avantages indirects sont des points forts de la culture immature, la libération des terres pour une implantation d'une deuxième culture ou d'une nouvelle prairie, le faible coût d'implantation ou le fait que la culture fourragère soit éligible à l'aide de la PAC (notamment mb6).

Implantation

Dans la plupart des cas, le semis se fait en octobre pour bénéficier des pluies d'hiver et optimiser le rendement final. Un semis de printemps se fera fin mars, avec une implantation d'une prairie, généralement. Le choix des espèces est important pour la réussite du méteil. La céréale principale sera de préférence rustique. Elle sera un tuteur solide pour offrir une bonne résistance à la verse et augmenter le potentiel de productivité. Dans la majeure partie des cas, ce sera le triticale qui sera choisi pour assurer

ce rôle. L'avoine apporte un pouvoir couvrant et un apport minéral non négligeable. Le seigle, quant à lui, est là pour « tirer » vers le haut les légumineuses comme les pois et les vesces et en augmenter le potentiel fourrage, grâce à sa taille supérieure au triticale. Les variétés de pois fourrager d'hiver seront à choisir en fonction de la région, mais surtout en fonction de la destination finale de la culture. Certaines variétés sont fourragères, dites « affilas ». On a dès lors moins de production de folioles,

une meilleure résistance à la verse et on peut donc en planter bien plus au m². La féverole est un excellent tuteur, mais attention, car certaines variétés sont gélives. Les vesces comme les pois apportent leurs valeurs en MAT et PDI pour la partie protéique. Au niveau des proportions en légumineuse—graminée, nous allons tourner sur du 60 % de dose plaine en légumineuse et 100 % de dose plaine au cumul des groupes (exemple : pois + vesce + féverole = 60 % DP et triticale + avoine + seigle = 100 % DP).

Conduite en cours de végétation

La fertilisation étant généralement prévue avant l'implantation, il restera une correction suivant les cas avec un apport de 30 à 50 unités d'azote organique, avant le stade de

montaison, surtout pour le méteil récolté en grain immature. Aucune intervention de désherbage n'est généralement nécessaire, mais, sur des terres battues, un passage de

houe rotative ou d'un roule sur sol ressuyé par bon vent permettra un meilleur démarrage du méteil.

Quand récolter

Il faut d'abord déterminer le stade de récolte et celui-ci dépend de la finalité du fourrage. Si l'on privilégie le rendement, il augmentera entre le stade de floraison de la céréale majoritaire et le stade laiteux-pâteux et plafonnera par la suite. La matière sèche augmente rapidement de 15 % au stade floraison à 45 % au stade pâteux mi-dur, et l'inverse pour la digestibilité. En pratique, on regarde le stade de la céréale avec une attention sur les 15 premiers centimètres de la plante. Un jaunissement avant le premier nœud et un grain non coulant dans la main sont un signe d'une récolte imminente. Les conditions météo et le mode de récolte détermineront le bon moment de la récolte.

Sepeba ebra Conçu et fabriqué en France

Distributeurs Polyvalents
engrais,
graines,
microgranulés,
ou les 3 avec le même outil ...

Semoirs Maraîchers
manuels ou attelés

(33) 02 41 68 02 02 - (33) 02 41 79 83 71
info@sepeba.fr - www.sepeba.fr - www.ebra-semoir.fr

Moyens de récolte

Ces dernières années, l'évolution dans ce domaine est très intéressante. On est passé du fauchage-andainage-ensilage à l'ensilage en direct, avec une coupe de céréale immature. La récolte en deux parties présente des inconvénients, des risques météo et surtout des risques concernant la qualité du fourrage. La matière sèche évolue très vite à ce stade de récolte et de la terre peut être ramassée

lors de la récolte de l'andain. L'ensileuse-récolteuse permet de bien maîtriser le stade de récolte et aussi la longueur des brins. Pour une meilleure conservation, la longueur dépendra du stade principalement, de 15 à 20 cm, pour un ensilage jeune, et de 7 à 8 cm, pour un ensilage pâteux mi-dur. Pour la récolte du grain immature, on considère que le grain est au stade plus que pâteux mi-dur,

avec un taux de 20 % de MS, la récolte se fait avec une moissonneuse traditionnelle. La possibilité d'ajuster la hauteur de coupe procure une grande flexibilité quant au choix de la qualité du fourrage distribué. Cette dernière doit être définie afin de valoriser au mieux ce fourrage.

Conservation de la céréale

L'ensilage d'une céréale immature est difficile à tasser ; la porosité entre les brins et dans les nœuds des pailles enferme beaucoup d'air dans le silo. Il faut donc privilégier la fermeture rapide du silo ou, mieux encore, remettre une couche d'herbe fraîche pour améliorer le tassage et un peu de sel en surface et refermer rapidement avec une bonne bâche et une couverture assez lourde, pour faciliter la fermentation lactique. Tant qu'il y a de l'oxygène dans le silo, la fermentation est retardée.



Ets **FAYT CARLIER**
Produits Bio pour l'Agriculture



Engrais organique

- Utilisable en culture bio
- Contient de l'azote ammoniacal rapidement absorbé par la plante
- Le plus efficace sur le marché
- Prix raisonnable

Semences céréales Bio

- Céréales
- Fourragères

Mélange prairie « SENCIER »

Aliments animaux Bio

- Aliments simples : orge, épeautre, avoine, triticale
- Féveroles, pois, maïs, tourteaux de soja, tourteaux de tournesol
- Aliments composés vaches, jeunes bovins, porcs, volaille
- On peut travailler à la carte. C'est vous qui décidez.

Condiments minéraux Bio

- Sels minéraux Bio
- Blocs à lécher
- Sel marin
- Algues marines
- Magnésium, cuivre, sélénium
- Huile de foie de morue



Rue des Déportés 24-6120 JAMIOULX
Tél. 071/21 31 73-Fax 071/21 61 85

Diversification des rotations et des débouchés en grande culture bio

Patrick Silvestre, Biowallonie

Une culture, encore présente de manière anecdotique chez nous, et qui, pourtant, présente un bel avenir dans des régions voisines, est la culture du lin textile bio.

Nous avons différents échanges depuis quelques mois avec une association normande, très dynamique « *Lin et chanvre bio* » (LCBio). LCBio a pour buts de construire et de soutenir une filière bio en France, d'accompagner l'ensemble des acteurs (producteurs, tailleurs, filatures, créateurs de mode...) pour la production de lin et de chanvre textile bio. Elle est basée en Normandie, région qui est le berceau de la production du lin français.

- Le lin est une espèce intéressante dans les rotations longues, comme en bio, et sa culture est tout à fait réalisable.
- Déjà cinq tailleurs ont labellisé des lignes de production. Pour le lin, ce label s'appelle GOTS (Global Organic Textile Standard).
- Une volonté de relocaliser des outils textile industriels est forte, comme la filature, qui est majoritairement réalisée en Asie. Actuellement, même la filasse bio parcourt le monde pour être transformée !
- Les créateurs de marques de vêtements ont un grand intérêt pour le lin bio et local.
- L'aspect local pour du lin correspond à l'Europe de l'Ouest. Afin de pouvoir alimenter l'industrie linière, qui se relocalise dans notre région d'Europe. Selon LCBio, une production de lin bio du BENELUX en fait partie.

Cela fait plus de dix ans que le lin textile est cultivé en bio en Normandie et dans les Hauts de France. Les producteurs et conseillers techniques ont depuis maîtrisé les techniques culturales dont voici les bases :

- Le lin doit rentrer dans une rotation longue de minimum sept ans.
- Éviter la culture du colza dans la rotation pour empêcher le salissement du lin par cette espèce, qui peut être problématique.
- Choisir des variétés résistantes aux maladies

(triple résistance à la fusariose, à l'oïdium et aux brûlures). Actuellement, il n'existe pas encore de variétés certifiées en bio. Il faut utiliser des semences conventionnelles non traitées. L'enrobage de zinc est interdit. Par contre, l'utilisation de sulfate de zinc au champ est autorisée. Par exemple, la variété Bolchoï convient à tout type de sol et répond à ces critères.

- Reporter la date de semis de 2-3 semaines par rapport au conventionnel (deuxième quinzaine d'avril, voire début mai). Ceci permet un démarrage rapide de la culture pour être concurrentiel vis-à-vis de l'altise, un ravageur redouté en culture de lin, et pour avoir une longueur d'avance de développement par rapport aux levées d'adventices.
- 2-3 faux semis peuvent être réalisés tout en préservant la structure du sol et pour éviter un assèchement du lit de germination.
- La densité de semis est plus élevée qu'en conventionnel car une perte d'environ 10 % par passage en plein de la herse étrille est à prendre en compte : 2.300 grains/m² (130 kg/ha pour un pmg de 5-6 g).



- Il est recommandé de rouler le semis pour freiner l'activité des altises, avoir un

bon contact graine/sol et avoir un sol plat et régulier pour faciliter le désherbage mécanique.

- Le **semis** peut être réalisé avec un interligne classique (en ligne comme une céréale), pour avoir un recouvrement rapide et réaliser du désherbage en plein, soit semer à plus grand interligne pour pouvoir biner (6 à 25 cm). Semer entre 15 et 18 cm est idéal avec un maximum de 20 cm pour éviter une diminution de rendement et une fermeture des lignes plus lente.
- Le **désherbage** en plein est principalement réalisé avec une herse étrille dès que le lin a 3-4 cm. La houe rotative a tendance à trop déchausser le lin.

Le désherbage en plein peut-être réalisé jusqu'au stade 10 cm du lin et 20 cm pour le binage. Certains liniculteurs ne désherbent pas leurs lins certaines années.

Le binage est plus fréquemment pratiqué dans les rotations légumières, où le matériel est plus présent et la maîtrise des adventices est plus exigeante.

Les adventices qui posent problème lors du teillage sont le liseron, la renouée faux liseron, le gaillet et le colza.

La présence d'autres adventices ne semble pas poser de problème lors du teillage, d'après les tailleurs. Si la chaîne de transformation est un peu ralentie, cela est compensé par une plus grande facilité de rouissage.

- Contrairement au lin conventionnel, le bio a un temps de rouissage rapide, car il y a absence de fongicides. Ceci réduit le temps de salissement éventuel de la parcelle. Le passage d'une souleuse de lin est très efficace pour ralentir la croissance d'adventices (comme en conventionnel).



Lin semé le 1^{er} mai 2019 en Wallonie

• Le **rendement** : le producteur de lin est rémunéré sur la production de filasse/ha et la graine à une valeur intéressante en bio.

Le rendement moyen de filasse est de 1.100 kg/ha. La filasse se négocie entre 3,5 et 4,5 €/kg (conventionnel : 2 à 2,5 €/kg).

Le rendement en graine (production secondaire) est d'environ 400 kg/ha (jusqu'à 1.000 kg parfois) pour de l'écapsulage au champ (si le matériel est disponible et si le timing le permet) et 0 à 400 kg/ha pour de l'écapsulage au teillage.

La graine de lin (triée) pour l'alimentation humaine vaut 1.400 à 1.500 €/t. Le tourteau de lin est recherché pour l'alimentation animale.

Pour la production de graine de lin oléagineux, il existe des variétés exclusivement pour cette production (lin plus petit).

Le LCBio travaille avec l'ensemble de la filière pour mettre en place un système de contrat sur trois ans, pour commencer avec un prix garanti.

Événements à venir

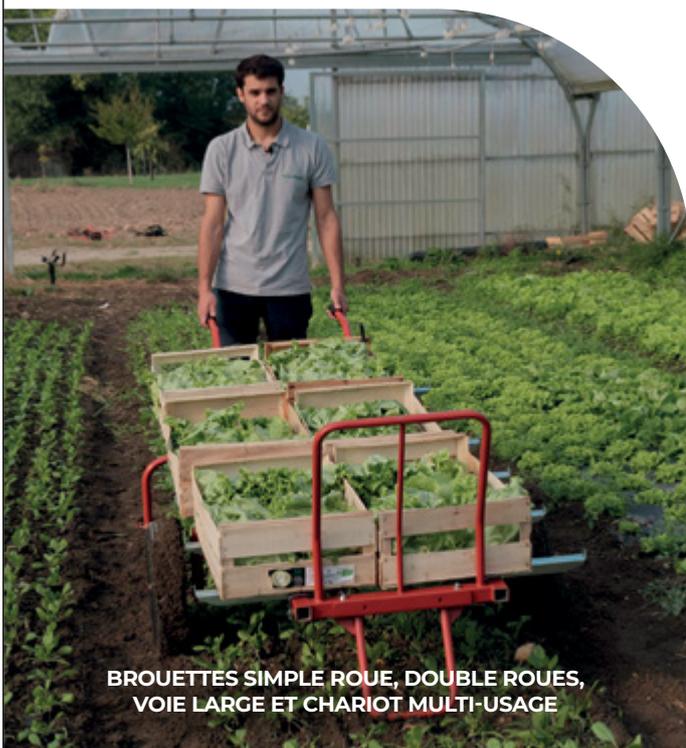
- Le LCBio organise une journée de visite de producteurs de lin textile bio en Normandie le 15 juin. Les producteurs et teilleurs belges sont les bienvenus. Une publicité est disponible sur le site Internet de Biowallonie. Espérons que la crise sanitaire nous permettra de nous rendre à cet événement.
- En Wallonie, l'asbl Valbiom a repris l'association « Chanvre wallon ». Tout comme le lin, le chanvre bio textile a un intérêt grandissant. Valbiom réalise des essais de culture et de récolte. Article sur le chanvre textile belge : <https://linetchanvrebio.org/index.php/actualites/>
- Biowallonie et Valbiom présenteront la culture du lin et du chanvre textile bio lors de la Journée du Bio à Horion Hozémont le 1^{er} juillet (à confirmer).

Actuellement, en Belgique, la grande majorité des récoltes de lin textile est réalisée par les teilleurs. Nous serons ravis de les rencontrer prochainement pour échanger sur l'intérêt de la culture et ses débouchés en Belgique et dans nos pays voisins.

BROUETTES MARAÎCHÈRES MANUELLES ET ÉLECTRIQUES



Distributeur Terrateck
sandrine@ferauchetgillet.eu
0470/655.711



BROUETTES SIMPLE ROUE, DOUBLE ROUES,
VOIE LARGE ET CHARIOT MULTI-USAGE



- + Châssis tube de Ø30mm pour une rigidité et une robustesse optimale lors des opérations de transport de charges lourdes.



- + Capacité de charge de 120kg en version électrique avec une autonomie pouvant aller jusqu'à 6h

Terrateck



+33(0)3.74.05.10.10 - contact@terrateck.com

Du soja en Belgique : le point sur la culture et les enseignements d'une saison d'essai

Ramillies-Offus, 15/07/2020

Anne-Michelle Faux et Fabienne Rabier, CRA-W

Des désastres environnementaux et sociaux causés par sa culture en Amérique du Sud à la recherche d'autonomie protéique en Europe, le « roi soja »¹ fait, bien malgré lui, très souvent la une des médias. L'espèce présente, il faut le dire, des atouts majeurs. Le CRA-W a testé en 2020 une gamme de variétés de soja en agriculture biologique (AB), dans le cadre d'essais menés conjointement avec son homologue flamand, l'IL VO. L'occasion de faire le point sur cette culture et sur les opportunités et difficultés qu'elle présente.

De l'Est asiatique à la conquête du monde

Le soja, *Glycine max* (L.) Merr., soybean en anglais, aurait été domestiqué dans le Nord-Est de la Chine il y a 6.000 à 9.000 ans (Sedivy *et al.*, 2017). Sa culture s'est étendue à l'extérieur du continent asiatique au 18^e siècle. Elle prit une ampleur commerciale hors d'Asie d'abord aux États-Unis, qui devinrent les premiers producteurs mondiaux de soja après la Seconde Guerre mondiale. Elle se développa ensuite en Amérique du Sud, particulièrement dans les années 1970. Le Brésil est actuellement le premier producteur mondial de soja.

Quelques faits :

- La production mondiale de soja était de 334 millions de tonnes en 2019. Le Brésil, les États-Unis et l'Argentine en assuraient 80 % (respectivement 34, 29 et 17 % ; FAOSTAT, 2021) ;
- L'Europe assurait 3,5 % de la production mondiale en 2019, la majeure partie étant issue de Russie et d'Ukraine (respectivement 37 et 31 % ; FAOSTAT, 2021) ;
- En 2018, 78 % des surfaces de soja dans le monde étaient emblavées de semences

génétiquement modifiées (ISAAA, 2018) ;

- L'Union européenne est le premier importateur mondial de tourteau de soja (18 millions de tonnes en 2020 ; IndexMundi, 2021) ;
- Le soja cultivé en AB représentait 0,4 % des surfaces mondiales en 2017. La Chine, l'Inde et les États-Unis sont les trois premiers producteurs mondiaux de soja bio. À la différence du secteur conventionnel, la majorité des volumes de soja bio est valorisée dans l'alimentation humaine (Agence BIO, 2020).

Classification botanique et description

Le soja est une **espèce oléagineuse** appartenant à la famille des *Fabaceae* ou légumineuses. C'est une plante herbacée annuelle, atteignant entre 0,3 et 1 m de hauteur. Les feuilles sont trifoliées, comparables à celles du haricot, et les fleurs, violettes ou blanches, se développent à l'aisselle des feuilles (*Figure 1*).

La **tige** émet des rameaux latéraux à partir des bourgeons axillaires de la base, tandis que les bourgeons axillaires supérieurs fourniront des fleurs. Chez le soja, les phases de développement végétatif et génératif se chevauchent partiellement : de nouvelles inflorescences apparaissent tandis que de nouveaux nœuds portant des fleurs trifoliées sont initiés par le méristème apical. Il existe au sein de l'espèce des types déterminés, semi-déterminés (le méristème apical passe finalement en transition florale) et indéterminés (le méristème apical reste végétatif).

La **racine pivotante** peut s'enfoncer jusqu'à 1,5 m mais le système racinaire descend rarement au-dessous de la semelle de labour. Les racines présentent des **nodosités** dans lesquelles sont hébergées des bactéries (*Bradyrhizobium japonicum*) capables de fixer l'azote atmosphérique (Hekimian Lethève *et al.*, 2002).

L'**autopollinisation** est la règle (taux de fécondation croisée de 0,5 à 1 %). Le fruit est une gousse verte, velue, brune à maturité. Les **gosses** contiennent une à quatre graines presque rondes, généralement jaunes mais qui peuvent aussi être brunes, vertes ou noires avec des colorations brunes à noires au niveau du hile (point d'insertion de la graine dans la gousse).

La **graine de soja** a une teneur en lipides d'environ 18 % (graine crue, incluant 8 % d'humidité), soit nettement plus faible que celle d'autres espèces oléagineuses

(respectivement 33, 42 et 44 % pour le lin, le colza et le tournesol ; *Terres Univia*, 2021). Elle est en revanche riche en protéines (environ 35 % dans la graine crue) et contient tous les acides aminés essentiels. Elle est particulièrement riche en lysine, un acide aminé dont les céréales sont déficitaires et que le soja complète parfaitement, mais relativement pauvre en acides aminés soufrés, méthionine et cystine. Produit à partir des graines avec un rendement d'environ 80 % (*Terres Univia*, 2021), le **tourteau de soja** est caractérisé par une teneur brute en protéines de 44 à 49 % selon le mode d'extraction d'huile utilisé (mécanique ou avec solvant) et la réincorporation ou non des coques (INRA, 2021). Le tourteau subit un traitement thermique lors de sa fabrication afin d'inactiver les facteurs antinutritionnels (des inhibiteurs de trypsine) qui agissent négativement sur la digestion des protéines et la croissance des animaux (*Terres Univia*, 2021).



Figure 1. Fleurs, gousses durant la phase de remplissage des grains et à l'approche de la maturité, et graines de soja après séchage (variété Erica).

Exigences écophysologiques du soja

Une température de base, ou zéro de végétation, de 6 °C est généralement considérée pour caractériser le développement du soja (Schori *et al.*, 2003 ; Maury *et al.*, 2015). La **température optimale** pour son développement est d'environ 30 °C (Schoving *et al.*, 2019).

Par ailleurs, le soja est une **plante de jours courts** : le développement de la plante est ralenti lorsque la photopériode (durée du

jour) est supérieure à une valeur critique. La réponse à la photopériode dépend de la variété. Elle a donné lieu à la classification des variétés de soja en groupes de maturité, allant de 0000 à X, lesquels sont adaptés à des zones de latitude distinctes. Les groupes les plus précoces (de 0000 à I), tels que testés dans cette étude (*Tableau 1*), ont les photopériodes critiques les plus élevées, comprises entre 16,4 et

15,7 heures (Yang *et al.*, 2019).

Enfin, le soja est **sensible au déficit hydrique**. La phase la plus sensible au manque d'eau se situe entre la floraison et la formation des grains, pouvant occasionner des pertes considérables sur le rendement (Schori *et al.*, 2003). Parmi les composantes du rendement, c'est le nombre de gousses par plante qui diminue le plus suite au déficit hydrique (Vidal *et al.* 1981).

Conduite culturale du soja en AB

Adaptée au désherbage mécanique, peu sujette aux maladies et aux attaques de ravageurs, capable de fixer l'azote atmosphérique, la culture du soja présente différents atouts pour une conduite en AB. Les points principaux de l'itinéraire technique d'une culture non irriguée en AB sont présentés ci-dessous.

Sol. La température du sol doit être de plus de 10 °C pour permettre la germination de la graine de soja. Le sol idéal est aéré, se réchauffe rapidement et présente une grande capacité en eau. Une humidité du sol de 50 % est nécessaire pour la germination ; cependant, la culture est sensible à l'engorgement (ILVO, 2021). Le pH optimal du sol se situe entre 6 et 6,5, et les sols salins sont à proscrire (Hekimian Lethève *et al.*, 2002).

Variété. Le critère n°1 pour le choix variétal

est la précocité à la maturité. Dans nos régions, en raison de la saison de croissance relativement courte et froide qui y prévaut, seules les variétés de soja appartenant aux groupes de maturité les plus précoces, 0000 et 000, sont adaptées (Aper *et al.*, 2015). Outre la précocité, les autres critères à prendre en compte sont la productivité, la teneur en protéines (≥ 40 % de MS pour l'alimentation humaine), la résistance à la verse, la hauteur de la première gousse (une insertion plus haute limite les pertes à la récolte), et la résistance au sclérotinia (Terres Inovia, 2020).

Inoculation. L'inoculation des semences est indispensable lors d'une première culture de soja. S'il n'y a jamais eu de soja sur la parcelle, il est conseillé d'utiliser deux fois la dose d'inoculant recommandée (ILVO, 2021).

Cependant, sur une parcelle ayant porté du soja inoculé depuis moins de quatre ans, la réinoculation n'est en général pas nécessaire (Terres Inovia, 2020).

Semis. La date optimale de semis dans nos régions se situe autour du 1^{er} mai, quand le risque de gel est suffisamment faible. Le semoir monograine est préféré au semoir à céréales ; il assure une levée plus régulière et permet, en outre, de biner la culture (Terres Inovia, 2020). Le soja est semé à une profondeur de 3 à 5 cm. Une densité de semis comprise entre 65 et 70 graines/m² est conseillée, avec un interligne entre 15 et 40 cm. À noter qu'une densité élevée permet une couverture du sol plus rapide, et est donc avantageuse vis-à-vis des adventices, mais augmente les risques d'attaque par le sclérotinia et de verse (ILVO, 2021).

LES AVANCÉES DU BIO

Fertilisation. Le soja est une culture moyennement exigeante en potasse et peu exigeante en phosphore. En AB, la fertilisation P-K se gère au niveau de la rotation ; elle est à raisonner à partir d'analyses de sol. L'apport de P et K peut être réalisé à tout moment pendant l'interculture qui précède le soja, en ce inclus pendant la préparation du sol (*Terres Inovia, 2020*).

Contrôle des adventices. Les parcelles à fort risque d'enherbement en flore printanière sont à éviter. Le labour avant soja permet de lutter contre les adventices, mais n'est recommandé que tous les trois à quatre ans sur une parcelle donnée. La pratique de faux-semis est conseillée. Aussi, il est nécessaire d'intervenir entre le semis et la levée pour éliminer très tôt les jeunes adventices, l'objectif étant de créer un décalage de stades entre la culture et les adventices (*Terres Inovia, 2020*).

Maladies et ravageurs. Les variétés peu sensibles à la verse et au sclérotinia sont à privilégier dans les situations à risque :

parcelles ayant déjà subi des attaques, retour d'une culture sensible au sclérotinia (pois, colza, soja, féverole, lupin, lentille, notamment) plus d'un an sur deux. Parmi les autres maladies rencontrées sur le soja, on note le rhizoctone, qui provoque des taches par foyer qui conduisent d'abord à un jaunissement des plantes puis à leur dessèchement, et le mildiou, qui se manifeste par de petites taches jaune clair sur le feuillage (*Terres Inovia, 2020*). Le virus de la mosaïque du soja est particulièrement redouté en cas de production de semences. Il se distingue par des boursouffures du limbe et des feuilles présentant des tons contrastés de vert (*Schori et al., 2003*).

Les attaques de mouches peuvent causer des dégâts avant la levée, leurs larves rongent le contenu des graines et des cotylédons dans le sol. L'impact devient négligeable une fois les cotylédons étalés. Les attaques d'acariens sont accrues durant les années chaudes et sèches. Les acariens se concentrent sur la face inférieure des

feuilles et provoquent un jaunissement de la face supérieure des feuilles pouvant conduire à leur chute (*Terres Inovia, 2020*).

Récolte. La maturité est atteinte lorsque les graines sont libres et « sonnent » dans les gousses : elles sont dures, peu rayables à l'ongle, et atteignent 14 à 16 % d'humidité. La plupart des feuilles sont tombées. Dans le cas d'une maturité tardive, le soja se « tient » assez bien et peut se récolter de manière décalée, tant que l'humidité est de maximum 20 % (*Terres Inovia, 2020*). Dans nos régions, la date de récolte se situe entre mi-septembre et mi-octobre. Le soja se récolte avec une moissonneuse-batteuse traditionnelle. Il est important que le sol soit plat pour que la barre de coupe puisse être basse, à environ 2,5 à 5 cm du sol, pour récolter les gousses des étages inférieurs (*ILVO, 2021*).

Le soja sous la loupe en Belgique

Terre d'élevage intensif, la Flandre est grande consommatrice de soja. À la recherche d'options afin de réduire la dépendance vis-à-vis des importations de soja, l'ILVO (*Instituut voor Landbouw-, Visserij- en Voedingsonderzoek*) étudie depuis 2013 la possibilité de cultiver le soja en Flandre. Un premier projet (2013-2017) visait à évaluer le potentiel régional de la culture de soja, avec un accent sur la phytotechnie, le choix variétal et la protection des plantes ainsi que la rentabilité. Un second projet (SOY2GROW) fut lancé en 2019 afin de développer une culture durable et rentable de soja en Flandre. Il vise concrètement l'augmentation du rendement en protéines, la gestion agronomique de la culture en collaboration avec les agriculteurs (suivi des maladies et ravageurs, largeur de l'interligne et désherbage mécanique, rotation des cultures) et la mise en place d'une organisation pour créer une chaîne de valeur pour valoriser le soja. Dans ce cadre, 35 agriculteurs flamands ont testé la culture du soja pour la première fois en 2020 (*ILVO, 2021*). En outre, deux variétés sont développées à l'ILVO. Elles devraient être multipliées cette année pour être disponibles en 2022 (J. Aper, communication personnelle). Les surfaces de soja en Flandre étaient respectivement de 14, 17,

42, 50 et 58 ha de 2015 à 2019 (*Vlaamse Overheid, Département Landbouw & Visserij – Données transmises par J. Pannecouque, ILVO*).

Si le soja ne fait pas, ou pas encore, l'objet d'un vaste programme de recherche en Wallonie, sa culture y suscite également des intérêts. En 2018, à l'initiative de la filière Coq des Prés de la firme ForFarmers et de la SCAR, deux agriculteurs wallons ont cultivé du soja en AB sur un total de 20 ha afin d'évaluer le potentiel du soja comme nouvelle source de différenciation pour les rotations culturales en AB. Deux variétés (Abelina et Merlin) ont été suivies sur deux sites, à Gourdinne et à Wanze. Les rendements étaient encourageants, s'élevant, respectivement, à 2,7 et 2,5 tonnes par ha (11-13 % d'humidité) pour Abelina et Merlin (*Abras, 2018 ; Sillon belge, 2018*). Par ailleurs, des essais sur la culture de soja sont mis en place depuis 2018 par le CePiCOP, tandis que l'intérêt du soja en association avec des céréales en AB est testé dans le cadre du projet Interreg SymbIOse, à l'instar du pois protéagineux, de la féverole et de la lentille (*CRA-W, 2020*). Enfin, de nombreux projets de recherche étudient la production et la valorisation de sources de protéines alternatives au tourteau de soja dans le cadre d'une recherche d'autonomie alimentaire à la

ferme (e.g., AutoProt, GrassMilk, Protecow, SustainBeef ; plus d'infos via <https://www.cra.wallonie.be/fr/>).

Les surfaces de soja en Wallonie entre 2015 et 2019 étaient similaires à celles observées en Flandre : respectivement 13, 16, 9, 48 et 54 ha. Elles s'étendaient à 74 ha en 2020, avec une proportion croissance des emblavements sous certification biologique, soit 42, 65, 81 % des surfaces respectivement en 2018, 2019 et 2020 (*Service public de Wallonie, DGARNE – Données transmises par C. Cartrysse, CePiCOP asbl*).

Essais variétaux de soja en AB à Ramillies-Offus en 2020

Le pôle Variétés et phytotechnie associée de l'Unité de Productions végétales du CRA-W a pour missions la mise en place, le suivi et la valorisation de réseaux d'essais variétaux multilocaux et pluriannuels. Ceux-ci permettent notamment de conseiller les agriculteurs dans leurs choix variétaux. En outre, le pôle est agréé au niveau européen pour la conduite d'examen visant à déterminer la Valeur Culturelle et d'Utilisation (VCU) de variétés en cours d'inscription, que ce soit en céréales à paille, maïs, chicorée, betterave fourragère ou en pomme de terre.

Dans ce cadre, le pôle travaille en partenariat étroit avec l'ILVO. C'est dans ce contexte que le CRA-W a participé en 2020 à l'évaluation de variétés de soja via l'implantation de deux essais :

- un essai incluant neuf variétés, en collaboration avec onze pays européens, ci-après dénommé « **ring-test européen** », et
- un essai incluant six variétés, en collaboration avec l'ILVO, ci-après dénommé « **essai VCU** ».

Ces essais ont été mis en place à Merelbeke

par l'ILVO et à Ramillies-Offus par le CRA-W. Cependant, seul ce dernier était sous les conditions de l'AB. Nous en rapportons ici les principaux résultats et enseignements.

Variétés. Treize variétés distinctes ont été testées, les variétés *Alexa* et *RGT Shouna* étant présentes dans chacun des deux essais (Tableau 1). Elles appartenaient à quatre groupes de maturité, s'échelonnant de « 0000 » à « 0-1 ». L'essai VCU incluait les deux variétés sélectionnées par l'ILVO, actuellement en cours d'inscription (VG/A/093 00004 et VG/A/093 00002).

Tableau 1. Variétés testées à Ramillies-Offus en 2020 dans le cadre de deux essais, un « ring-test européen » et un « essai VCU ». Groupe de maturité, obtenteur et poids de mille grains des semences (PMG)

Essai	Variété	Groupe de maturité	Obtenteur		PMG (g)	
Ring-test européen	<i>Erica</i>	0000	DANKO	Hodowla Roślin Sp. z o.o.	PL	177
	<i>Sculptor</i>	0000	Norddeutsche Pflanzenzucht	Hans-Georg Lembke KG	DE	172
	<i>Tiguan</i>	0000	Agroscope Changins	Wädenswil	CH	200
	<i>Alexa</i>	000	Saatzucht Donau Ges m.BH & CoKG		AT	180
	<i>Aurelina</i>	000	Saatzucht Donau Ges m.BH & CoKG		AT	231
	<i>RGT Shouna</i>	000	RAGT 2n S.A.S.		FR	164
	<i>Boglar</i>	00	Bolyi Mezogazdasagi Termelo es Kereskedelimi Rt		HU	178
	<i>Lenka</i>	00	Semences Prograin Inc.		CA	232
VCU	<i>Ika</i>	0-1	Poljoprivredi Institut	Osijek	HR	142
	<i>Adsoy</i>	000	Globe Seeds B.V.		NL	179
	<i>Alexa</i>	000	Saatzucht Donau Ges m.BH & CoKG		AT	170
	<i>RGT Shouna</i>	000	RAGT Semences		FR	164
	VG/A/093 00002	000	ILVO		BE	170
	VG/A/093 00004	000	ILVO		BE	208
<i>Primus</i>	00	Prograin Eurasia B.V.		NL	224	

Mise en place des essais. La parcelle accueillant les essais était caractérisée par un sol limoneux à drainage naturel favorable. En 2019, elle était occupée par une culture de carottes. Le sol est resté nu durant l'hiver précédant le semis du soja. Après un labour d'hiver, un faux-semis a été réalisé début avril (deux passages à la herse canadienne suivis d'un passage à la herse rotative et au rouleau plombeur). La terre fut préparée juste avant le semis par un passage à la herse rotative suivie d'un rouleau croskillette.

Les microparcelles mesuraient 14,25 m². Chaque variété était testée en quatre répétitions selon un dispositif en blocs aléatoires complets.

Le **semis** a eu lieu le 5 mai. La densité de semis appliquée était de 80 grains/m² et l'interligne était de 30 cm. La distance effective entre semences sur une même ligne était de 4,5 cm. La profondeur de

semis était de 3,5 cm. Les semences ont été traitées la veille du semis avec un **inoculant** liquide (RhizoLiq Top, De Sangosse). Afin de faciliter sa répartition, l'inoculant a été mélangé avec du lait dans un rapport 3:1 lait : inoculant.

Un **désherbage** à la herse roto-étrille a été réalisé une semaine après le semis, avant les premières levées. Ensuite, l'ensemble du désherbage a été effectué manuellement. Les principales espèces d'adventices étaient le chénopode blanc, la renouée à feuilles d'oseille, la morelle noire et le galinsoge.

Particulièrement appétente, la culture fut confrontée à la **visite de corvidés et de lapins**. Les premiers ont causé des pertes de plantules à la germination ; cependant, les dégâts dus spécifiquement aux volatiles sont difficilement quantifiables. La présence de lapins a nécessité la pose d'un treillis protecteur, enterré et haut de 40 à 50 cm.

Déroulement de la culture et principales observations. Le mois de mai fut sec, avec un total de 5 mm d'eau à la station de Leuze (Figure 2). Ces conditions ont rendu la **germination** des graines de soja difficile. Cumulé aux dégâts causés par les corvidés, la densité de peuplement était faible, avec 9,4 ± 3,1 plantes/m² en moyenne, alors que des valeurs comprises entre 45 et 50 sont attendues.

Le **début de floraison** fut observé entre le 29/6 et le 2/7 pour les variétés 0000 et 000 (Tableau 1), le 3/7 pour *Primus*, le 8/7 pour *Lenka*, et le 21/7 pour *Boglar* et *Ika*. Il fut observé à des dates similaires à Merelbeke (J. Pannecouque, communication personnelle). La mauvaise levée ayant entraîné une forte variabilité intravariétale pour les paramètres quantitatifs, les valeurs suivantes sont fournies à titre indicatif ; elles représentent la variabilité observée au sein de l'essai.

LES AVANCÉES DU BIO

La **hauteur des plantes**, mesurée le 25 août, variait entre 44 et 65 cm (55 ± 6). Ces hauteurs étaient comparables à celles observées par Abras (2018) à Wanze (56 à 61 cm), mais plus faibles que celles observées à Gourdinne (83 à 98 cm). La hauteur de la première gousse variait de 4,1 à 8,2 cm ($5,4 \pm 1,3$), soit des valeurs faibles en comparaison avec celles mesurées par Abras (2018 ; 10 à 15 cm) ou Aper *et al.* (2015 ; 9 à 14 cm). En accord avec les observations de Vidal *et al.* (1981), le développement limité des plantes dans nos essais peut être en partie expliqué par le déficit hydrique connu par la culture, en particulier au mois de mai (Figure 2), résultant en un démarrage tardif.

La **maturité** fut atteinte vers le 25 septembre par les variétés *Erica* et *Alexa*, suivies par *Aurelina*, *Sculptor* et *Tiguan*. À l'instar de la floraison, les variétés les plus précoces à la maturité appartenaient donc aux groupes de maturité O000 et O00 (Tableau 1). Ceci suggère, en accord avec

Aper *et al.* (2015) et Pannecouque *et al.* (2018), que les variétés adaptées aux conditions de culture belges sont à trouver parmi ces deux groupes de maturité.

Du point de vue météorologique, la fin septembre correspondait au retour des précipitations (Figure 2). Les parcelles ont été récoltées le 16 octobre, après cinq jours de temps sec caractérisés par des brumes matinales. La **teneur en humidité** des graines à la récolte reflétait le groupe de maturité des variétés, tel qu'observé par Aper *et al.* (2015) : elle était comprise entre 22 % et 25 % pour les variétés *Alexa*, *Erica*, *Aurelina* et *Sculptor*, entre 29 et 33 % pour les autres variétés O000 et O00 (Tableau 1), entre 41 et 43 % pour les variétés OO, et était de 59 % pour la variété O-I (*Ika*). Les graines de ces deux derniers groupes de maturité n'avaient pas atteint la maturité à la récolte. D'après Terres Inovia (2020), supérieures à 20 %, les teneurs en humidité observées étaient trop élevées que pour espérer, le

cas échéant, une utilisation commerciale de la production.

Conséquence de la faible densité de peuplement et du développement sub-optimal des plantes, le **rendement moyen** (15 % d'humidité) était faible, s'élevant à 1.325 ± 305 kg/ha et variant entre 829 (*Tiguan*) et 1.829 (*Boglar*) kg/ha. La **teneur en protéines** des graines était quant à elle satisfaisante, s'élevant à $41 \pm 2,4$ % de MS. Les valeurs les plus faibles étaient observées pour les variétés *Boglar* et *Ika* (36,3 et 37,1 %), et les teneurs les plus élevées, pour les variétés *Lenka* et *Primus* (44,6 et 45,2 %). Le classement des variétés selon leur teneur en protéines était similaire à celui observé à Merelbeke (J. Pannecouque, communication personnelle). La teneur en matières grasses des graines s'élevait à $20,8 \pm 1,4$ % de MS, présentant des valeurs caractéristiques de l'espèce.

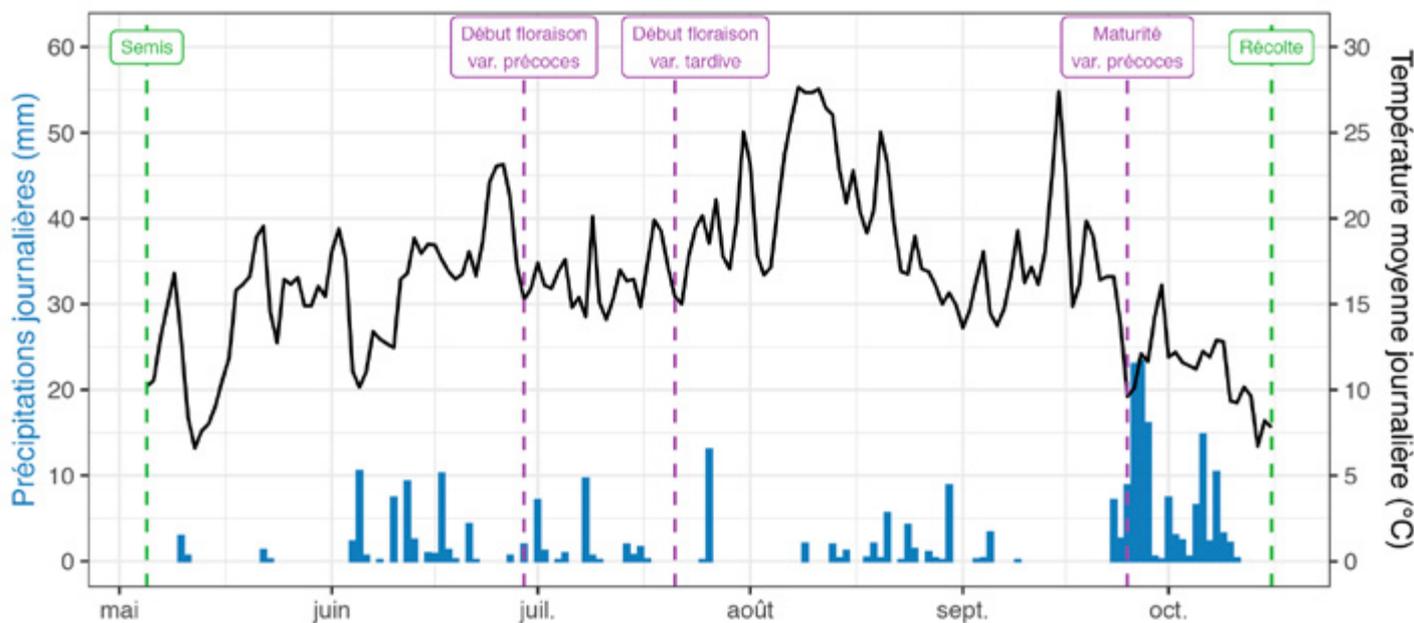


Figure 2. Précipitations et températures journalières moyennes à la station agrométéorologique la plus proche du site d'essais (Leuze, à 11 km du site ; CRA-W/Pameseb 2020). Les variétés les plus précoces (cf. texte) appartenaient au groupe de maturité O000 et O00, et la variété la plus tardive, au groupe de maturité O-I (*Ika*)

Conclusions

Excellente source de protéines, culture à potentiel élevé d'adaptation, le soja présente d'indéniables atouts face au défi de l'alimentation d'une population croissante. Des avancées concrètes sont réalisées afin d'intégrer sa culture dans les rotations belges, tandis que les températures rencontrées apparaissent propices à son développement.

La culture se heurte cependant à différentes difficultés.

Du point de vue climatique, de faibles précipitations printanières et estivales, d'une part, et des aléas climatiques en arrière-saison, d'autre part, peuvent porter significativement atteinte au bon déroulement de la culture, comme cela fut le cas cette année. La germination de la graine est en effet sensible à l'humidité du sol, et le remplissage du grain au déficit hydrique, des périodes qui correspondent respectivement

aux mois de mai et juillet, sous nos latitudes. Afin de limiter tant que possible les risques en fin de cycle de culture, le choix variétal se porte d'emblée sur des variétés précoces (groupes de maturité 0000 et 000).

Du point de vue phytotechnique, la principale difficulté du soja en AB est le désherbage. Semé relativement tard au printemps, à une période où le sol est bien réchauffé, les conditions sont optimales pour la levée des adventices. À l'instar des cultures semées aux mois de mai ou juin, comme le haricot, la vigilance doit être de mise pour limiter aussi tôt que possible le développement des adventices.

Du point de vue économique, la faisabilité de la culture du soja en AB dépendra naturellement de sa rentabilité, et donc des rendements réalisés et des opportunités de commercialisation, au regard des autres

cultures et en particulier de celles qui occupent une place similaire dans la rotation, comme le haricot. Par ailleurs, si la production de soja local, pour l'alimentation animale, présente l'intérêt d'une incorporation aisée dans les rations animales — le soja local substituant directement le soja importé —, elle présente une contrainte majeure dans le cadre d'une recherche d'autonomie alimentaire à la ferme, la nécessité d'un traitement thermique de ses graines afin d'éliminer les facteurs antinutritionnels.

Enfin, le soja représente sans nul doute une culture à haut potentiel. La sélection, en cours à l'LVO, apportera certainement de nouvelles perspectives à l'espèce dans notre pays, tandis que de nouvelles salves d'essais seront nécessaires afin d'en maîtriser au mieux la culture.

Plus de renseignements sur ce projet : a.faux@cra.wallonie.be

Remerciements

Les auteurs remercient Cédric Dumont de Chassart, agriculteur qui a accueilli les essais, l'équipe du pôle Variétés du CRA-W pour l'aide pour la mise en place, l'entretien et la récolte des essais, et le laboratoire de technologie céréalière du CRA-W pour l'analyse de la qualité des graines.

Références

- ABRAS M. (2018). *Essais de faisabilité de la culture du soja bio*, Rapport d'essai, 4 pages.
- Agence BIO (2020). *L'agriculture bio dans le monde*, Montreuil, France, 106 pages.
- APER J., DE CLERCO H., BAERT J. (2015). Agronomic characteristics of early-maturing soybean and implications for breeding in Belgium, *Plant Genetic Resources* 1:1-7.
- CRA-W (2020). *Les légumineuses à graines dans les systèmes biologiques. Visite de la plateforme expérimentale*, Ciney, Juillet 2020.
- FAOSTAT (2021). *Crop production data*. <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>, consulté le 18/03/2021.
- HEKMAN LETHÈVE C., ROUZÈRE A., SCHILLING R., TAILLEZ B. (2002). Les plantes oléagineuses. Le soja. *Mémento de l'Agronome*, pp. 919-924.
- ILVO (2021). *Introductie van sojateelt in Vlaanderen*. <https://soja.ilvo.vlaanderen.be/nl>, consulté le 26/03/2021.
- IndexMundi (2021). *Soybean Meal Imports by Year*. <https://www.indexmundi.com/agriculture/?country=eu&commodity=soybean-meal&graph=imports>, consulté le 29/03/2021.
- INRA (2021). *Tables INRAE-CIRAD-AFZ*. <https://www.feedtables.com/fr>, consulté le 26/03/2021.
- ISAAA (2018). *Biotech Crop Highlights in 2018*. <https://www.isaaa.org/resources/publications/pocketk/16/>, consulté le 29/03/2021.
- MAURY P., ANDRIANASOLO F N., ALRIC F., BERGER M., BEUGNIET G. et al. (2015). *Le semis très précoce : une stratégie agronomique pour améliorer les performances du soja en France ?*, OCL 22, D503.
- PANNICOUQUE J., GOORMACHTIGH S., HEUNGENS K., VLEUGELS T., CEUSTERS J. et al. (2018). Screening for soybean varieties suited to Belgian growing conditions based on maturity, yield components and resistance to *Sclerotinia sclerotiorum* and *Rhizoctonia solani* anastomosis group 2-2IIIb. *The Journal of Agricultural Science* n°156, pp. 342-349.
- SCHORI A., CHARLES R., PETER D. (2003). Soja : sélection, agronomie et production en Suisse. *Revue Suisse d'Agriculture* n°35, pp. 69-76.
- SCHOVING C., ALRIC F., BERGER M., CHAMBERT C., CHAMPOLIVIER L. et al. (2019). Comprendre et prédire la phénologie du soja pour adapter la culture à de nouveaux environnements climatiques *Innovations agronomiques* n°74, pp. 1-14.
- SEDIVY E. J., WU F., HANZAWA Y. (2017). Soybean domestication: the origin, genetic architecture and molecular bases. *New Phytologist* n°214, pp. 539-553.
- Sillon belge (2018). *Le soja, une première chez Jean Marlier à Nalinnes*. <https://www.sillonbelge.be/art/d-20181017-3P5GG1>, consulté le 27/03/2021.
- Terres Inovia (2020). *Soja bio. Guide de culture*, 22 pages.
- Terres Univia (2021). *Graines oléagineuses*. <http://www.terresunivia.fr/produitsdebouches/alimentation-animale/>, consulté le 26/03/2021.
- VIDAL A., ARNALDO D., ARNOUX M., BLAYAC H., CLAPAREDE L. et al. (1981). La résistance à la sécheresse du soja I - Influence d'un déficit hydrique sur la croissance et la production. *Agronomie, EDP Sciences* n°1, pp. 295-302.
- YANG W., WU R., ZHANG X., SONG W., XU C. et al. (2019). Critical photoperiod measurement of soybean genotypes in different maturity groups. *Crop Science* n°59, pp. 1-7.

Le contrôle et la certification bio

Bénédicte Henrotte et Stéphanie Chavagne, Biowallonie

À travers cet article, nous vous proposons deux objectifs. Le premier est de vous rappeler les règles de base de la certification bio, en faisant un focus sur les points de contrôle. Le second, dans le même temps, est de vous offrir une grille de lecture récapitulative, qui permettra aux plus expérimentés de disposer de manière exclusive d'un regard clair sur les offres de nos quatre organismes de contrôle accrédités en Wallonie.

L'appellation bio est protégée. Autrement dit, les termes « bio » et « biologique » peuvent uniquement être employés pour des **denrées produites dans le respect de la législation bio**.

Le Règlement bio européen¹, mis en place à partir de 1991, régulièrement mis à jour, couvre **toutes les étapes d'élaboration, de fabrication du produit, de la production** à la ferme à la vente, en passant par la transformation, la distribution et l'importation. Il impose des règles très précises en matière de **bien-être animal** (densité, éclairage naturel, parcours extérieur), de **pratiques culturales** (recours à des méthodes mécaniques, pesticides et engrais chimiques proscrits, OGM interdits) et de **transformation des produits** (liste positive restreinte d'additifs et auxiliaires technologiques).

Depuis 2010, le label européen est **obligatoirement présent sur tous les produits bio européens préemballés**. Un seul visuel commun à toute l'Europe permet de reconnaître les produits bio et garantit que les denrées sont produites dans le respect de la réglementation européenne.

Le label européen donne une indication sur le lieu de production des matières premières agricoles composant le produit.

Le contrôle

Tout opérateur désireux de se lancer en agriculture biologique et de commercialiser des produits labellisés « bio » est obligé d'être **contrôlé par un organisme indépendant de contrôle et de certification**. En Belgique, **quatre organismes de contrôle officiels** sont accrédités par BELAC² : Certisys ; le Comité du Lait (uniquement pour la production primaire) ; Quality Partner et Tüv-Nord Integra. En 2020, le nombre de contrôles moyen des opérateurs bio wallons tout confondus est égal à 1,6 (**sur 100 opérateurs, 160 contrôles ont été effectués**). La moitié de tous les opérateurs sous contrôles bio en Wallonie (53 %) ont fait l'objet de prise d'échantillon et d'analyse en 2020 (source : enquête auprès des quatre organismes de contrôle).

TOUR D'HORIZON DES CONTRÔLES

Chez un producteur bio

Des audits sont réalisés sur le terrain : les enregistrements, ainsi que la traçabilité des intrants et des soins vétérinaires, sont vérifiés sur base de la comptabilité de la ferme. Tous les détails de gestion des parcelles (carnet de culture) et des animaux (carnet d'élevage) sont vérifiés parallèlement à la réalité du terrain.

Un bilan matière est réalisé (aliments du bétail : autoproduits/achetés, matières fertilisantes...). Ensuite, une visite des étables et des parcelles permet de vérifier la conformité des déclarations, notamment en termes de respect des exigences de densité et d'accès aux pâturages et/ou aux parcours extérieurs et, sur base d'une analyse de risque, des prélèvements peuvent être réalisés, destinés à la recherche de substances interdites par la législation bio.

Au terme de l'audit, un rapport de contrôle mentionnant les éventuels écarts à la législation est transmis à l'opérateur, afin qu'il puisse en prendre connaissance, le valider et apporter, dans les cas nécessaires, les corrections nécessaires demandées dans le délai défini.

Le nombre de contrôles est fixé en fonction d'un facteur de risque (ex : une ferme mixte bio/non bio aura un facteur de risque plus élevé). En 2020, la moyenne de fréquence des contrôles était de deux audits sur le terrain, par an, par acteur.

Chez un transformateur

Le contrôle est axé sur le respect des ingrédients utilisés et les méthodes

appliquées. Celles-ci peuvent être mécaniques, physiques ou microbiologiques. L'entreprise agroalimentaire est tenue de travailler avec des matières premières issues de l'agriculture biologique et une liste restreinte d'additifs et auxiliaires technologiques définie par le Règlement bio. Le recours à des OGM et rayonnements ionisants est interdit.

Les contrôles consistent entre autres à vérifier l'origine des matières premières de base et les fournisseurs ; les lieux de stockage ; les mesures de séparations entre les produits conventionnels et biologiques (dans le cas d'une entreprise mixte, comportant une partie bio et non bio) ; les recettes et procédures de transformation ; la corrélation entre les entrées de matières premières et les sorties de produits finis ; l'étiquetage...

Après sa visite, le contrôleur remet un rapport de contrôle. Celui-ci sert de base lorsqu'une adaptation aux normes bio est nécessaire et sera le passage administratif nécessaire pour établir un certificat pour les produits bio.

¹ Les Règlements (UE) 834/2007 et (UE) 889/2008 sont actuellement d'application. À partir du 01/01/2022, le Règlement (UE) 848/2018 sera d'application.

² BELAC est l'unique organisme belge d'accréditation. Il est placé sous la responsabilité du SPF Économie, P.M.E., Classes moyennes et Énergie.

LA RÉGLEMENTATION EN PRATIQUE

L'offre des quatre organismes de contrôle accrédités en Wallonie

Contact (pour un nouvel acteur bio)	Tüv Nord Integra	Comité du Lait	Certisys	Quality Partner
adresse	Rue Nanon 98, 5000 Namur	Route de Herve 104, 4651 Battice	Rue Joseph Bouché 57/3, 5310 Bolinne	Rue Hayeneux 62, 4040 Herstal
Tél.	081/39.08.07	087/69.26.08	081/60.03.77	04/240.75.00
Site Web	www.tuv-nord.com/be	www.comitedulait.be	www.certisys.eu	www.quality-partner.be
Accréditation pour les contrôles bio, par secteur				
Productions primaires	oui	Pour l'instant, uniquement pour la production primaire	oui	oui
Préparation	oui	non	oui	oui
Distribution	oui	non	oui	oui
Exportation	oui	non	oui	oui
Importation	oui	non	oui	oui
Point de vente	oui	non	oui	oui
Restauration collective et Horeca	oui	non	oui	oui
Pet food	oui	non	oui	oui
Produits utilisables en agriculture biologique (ex. engrais)	oui	non	oui	oui
Où peut-on trouver leurs tarifs ?	Site Internet	Site Internet	Site Internet	Site Internet
Simulateur oui/non ?	oui	oui, dans la partie « Document »	oui	non
Accréditation pour contrôler le label bio européen ?				
Région wallonne	oui	oui	oui	oui
Bruxelles	oui	non	oui	oui
Flandre	oui	non	oui	oui
Grand-Duché de Luxembourg	oui	non	oui	oui
France	non	non	non	non
Pays-Bas	non	non	non	non
Autres pays	Burkina, Côte d'Ivoire, Cameroun, Curaçao, Algérie, Égypte, Jordanie, Maroc, Madagascar, Mali, Sénégal	non	Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Ghana, Mali, Ouganda, Rwanda, Sénégal, Tanzanie et Togo	non
Autres accréditations				
Biogarantie	oui	non	oui	oui
Ecogarantie	oui	non	oui	non
Demeter	oui	non	oui (France, Allemagne, Hollande)	non
USDA/NOP	oui	non	oui	npr
Vegaplan	oui	oui	oui via CKCert	non
Codiplan	oui	oui	oui via CKCert	oui
Système autocontrôle AFSCA	oui	oui	oui via CKCert	oui
QFL	non	oui	non	oui
Autres	BioSuisse, Naturland, AB, GlobalGAP/GRASP/ Tesco Nurture, Prix Juste Producteur, Cantines Durables, V-Label, Fairtrade, UTZ, RSPO, LEAF, MSC, FCA, VLOG, BRC, IFS...	GVB, IPM, C'est qui le Patron, Marguerite HappyCow, Lait de Foin...	Global GAP via CKCert, BioSuisse, Naturland	IFS Featured standards, FSSC 2000, ISO 22000, BRC Food, BRC S&D

LA RÉGLEMENTATION EN PRATIQUE

Dans une entreprise de catering bio

En Région wallonne et dans la capitale, les opérateurs faisant de la restauration collective « bio » (préparation de produits biologiques dans les restaurants, les hôpitaux, les cantines et d'autres entreprises similaires du secteur alimentaire³) doivent respecter les règles bio adoptées via des arrêtés ministériels régionaux, conformément aux dispositions prévues par le Règlement bio européen. Ces arrêtés ministériels officialisent le cahier des charges Biogarantie® sur la certification bio de l'Horeca et des collectivités.

Les contrôles, effectués auprès des restaurateurs proposant des plats bio au minimum une fois par an, consistent entre autres à vérifier la validité des certificats des matières premières, les lieux de stockage, les mesures de séparations entre les produits conventionnels et biologiques, la composition des produits préparés, les mesures d'hygiène, l'étiquetage... Des prélèvements peuvent également avoir lieu en vue d'analyses réalisées dans un laboratoire accrédité.

Suite au contrôle, l'auditeur rédige un rapport de contrôle qu'il remet à l'équipe de certification. L'opérateur est ensuite averti des non-conformités éventuelles, des mesures correctives à appliquer et, le cas échéant, de la sanction, fixée en fonction de la nature du problème.

Dans un point de vente bio

Tous les commerçants qui vendent des produits bio en vrac, pour des montants d'achat supérieurs à 5.000 euros HTVA/an, doivent être sous contrôle. Une dispense existe cependant pour les petits détaillants qui vendent des produits biologiques en vrac pour moins de 5.000 euros HTVA/an. Dans ce cas, une déclaration à l'autorité régionale compétence est nécessaire. La notification est gratuite. Pour les détaillants qui vendent uniquement des produits préemballés sans aucune forme de transformation, il n'y a pas lieu de se faire certifier ou notifier.

Plusieurs aspects sont vérifiés lors du contrôle tels que le lieu de stockage ; l'absence de confusion entre les produits biologiques, en conversion ou conventionnels, par des références correctes sur les étiquettes, les pancartes et les affichettes dans le lieu de vente ; la traçabilité des produits en vrac ; la validité des certificats des fournisseurs de produits bio en vrac ; le contrôle des factures d'achat et des bons de livraison...

En cas de doute sur la conformité du mode de production biologique, des prélèvements sur les produits disponibles en magasin sont effectués pour analyse.

Les produits importés

Lorsque des produits biologiques sont importés depuis un pays tiers, ils doivent être accompagnés d'un certificat d'inspection

(COI). Ceci se fait via le système électronique Trade Control and Expert System (Traces nt). **L'importation de produits en provenance de pays tiers peut se faire de deux manières :**

- Importation de produits en provenance de pays tiers reconnus : l'Union européenne a reconnu différents pays ayant le même standard au niveau des règles de production et de contrôle en bio (Article 33, paragraphe 2)⁴ : Argentine, Australie, Canada, Chili, Costa Rica, Inde, Israël, Japon, Nouvelle-Zélande, Corée, Suisse, Tunisie, États-Unis, Norvège et Islande.
- Importation de produits certifiés par un organisme de contrôle reconnu : les produits qui ne viennent pas des pays ci-dessus doivent être certifiés par un organisme de contrôle reconnu à cette fin par la Commission européenne (Article 33, paragraphe 3)⁵.

Dans les deux cas, l'importateur doit notifier préalablement chaque importation auprès de son organisme de contrôle. Les produits doivent être accompagnés d'un certificat d'inspection (COI)⁶, qui garantit que les produits sont certifiés par un organisme reconnu.

Le COI se compose de 21 cases. Les cases 1 à 18 sont complétées par l'organisme de contrôle de l'exportateur (dans le pays tiers). Les cases 19 à 21 sont destinées à l'autorité compétente et au premier destinataire (dans l'UE)⁷.

Ardenne Bio
LE BIO LOCAL ET ÉQUITABLE
qui soutient l'agriculture familiale

Commercialisé par PQA, coopérative gérée par ses éleveurs

PORC • QUALITÉ
Ardenne
P.Q.A.

De la Fourche à la Fourchette

f - www.pqa.be

Avec le soutien de Apaq-W

The image is a promotional graphic for Ardenne Bio. It features the brand name 'Ardenne Bio' in a large, green, serif font at the top left. Below it, the tagline 'LE BIO LOCAL ET ÉQUITABLE qui soutient l'agriculture familiale' is written in a smaller, green, sans-serif font. A small Belgian flag is positioned to the right of the brand name. Below the tagline, it says 'Commercialisé par PQA, coopérative gérée par ses éleveurs'. In the center, there is a circular logo for 'UNE COOPÉRATIVE UNIQUE Ardenne Bio' featuring a pig. To the right, there are two small inset photos: one showing a man in a green shirt tending to a pig in a straw bed, and another showing an aerial view of a farm with green fields and buildings. At the bottom left, there is a cartoon pig wearing sunglasses and sitting in a lounge chair. Next to it is a large, white, oval-shaped logo with the text 'PORC • QUALITÉ Ardenne P.Q.A.' and a small tree icon. At the bottom center, the slogan 'De la Fourche à la Fourchette' is written in a cursive font. At the bottom right, there is a Facebook icon followed by 'www.pqa.be' and a small logo for 'Avec le soutien de Apaq-W'.

³ RE CE n°834/2007.

⁴ L'Article 33, paragraphe 2, du Règlement (CE) n°834/2007 du Conseil du 28 juin 2007, relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant du Règlement (CEE) n°2092/91.

⁵ Article 33, paragraphe 3, du Règlement (CE) n°834/2007 du Conseil du 28 juin 2007, relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le Règlement (CEE) n°2092/91.

⁶ À l'exception des produits originaires de Suisse, de Norvège et d'Islande. Aucun COI n'est requis pour les importations en provenance de ces pays.

⁷ Plus d'infos disponibles dans l'article consacré à ce sujet et publié dans l'*Itinéraires BIO* n°45, p. 4-5



De l'aquaculture en Wallonie

Benoît Thomassen, Chargé de mission en aquaculture au Collège des Producteurs

L'aquaculture wallonne est une production méconnue de la plupart des consommateurs. Saviez-vous que la Wallonie comptait deux éleveurs de truites bio ? Ces deux producteurs (Francis Dupont de La truite de Freux et Olivier Mathonet de la Pisciculture Mathonet) sont d'ailleurs associés, premièrement entre eux, et deuxièmement, avec un distributeur de produits bio, David Grodent d'Ecodis.

Histoire

Cette histoire est née, il y a presque dix ans, de l'envie de Francis de reprendre la plus vieille pisciculture de Wallonie, datant de 1889. Il voulait la convertir en pisciculture bio. Ses truites sont, dans un premier temps, préparées dans une autre société (maintenant disparue) mais très vite, Francis pense à les transformer. Et c'est au hasard d'une assemblée sectorielle du Collège des Producteurs, en 2016, qu'il rencontre Olivier, affineur et transformateur de truites. Cette rencontre est suivie de beaucoup d'autres qui aboutiront à une collaboration à deux, et très vite à trois, avec David, pour la commercialisation de la seule truite bio belge. L'association avec Ecodis permet d'assurer une logistique rapide, tout en réduisant l'impact environnemental et les coûts de distribution, puisque ce distributeur est situé dans la même ville. Cette association et cette proximité garantissent la régularité de l'approvisionnement, la

fraîcheur et la maîtrise des coûts tout au long de la production, de la naissance jusque dans l'étal des magasins spécialisés bio ou dans les cuisines de chefs renommés. Enfin, la communication et les efforts pour promouvoir leur marque « La Reine des Rivières » sont également partagés par ces trois acteurs, tous pionniers du bio en Belgique, dans leur secteur respectif.

Olivier commence par faire agréer son atelier et Francis lui fournit alors les truites prêtes à abattre, avec un stockage de moins d'une semaine. Cette façon de faire présente un inconvénient majeur : il n'est pas possible de gérer les commandes dans l'urgence s'il n'y a plus de poissons. Olivier décide alors de convertir son site, alimenté par le Ru de Recht, en bio. Nous sommes en 2018, année tristement connue des pisciculteurs comme étant celle de l'une des pires sécheresses enregistrées. En effet, le site de Freux, alimenté constamment en eau depuis 1889,



se retrouve presque à sec et plus de la moitié du cheptel ne passe pas l'été. Olivier connaît également quelques pertes mais bien moins fortes. Ils font alors le constat que l'eau est 4 °C plus fraîche en été chez Olivier et 4 °C plus chaude chez Francis en hiver. Ils modifient donc leur manière de produire pour courir le moins de risques et bénéficier des conditions optimales d'élevage pour produire des truites de 350 g en 15 à 16 mois.

Législation

L'histoire est belle et pourrait paraître simple. Cependant, nos deux éleveurs se sont heurtés (et se heurtent toujours) à certains problèmes... Lorsque Francis se lance dans l'aventure du bio, aucun Organisme de Certification indépendant (OCI) belge n'a d'expérience dans ce domaine particulier. Il entreprend alors de faire un résumé de la législation européenne applicable à l'aquaculture et de former son OCI à cette production.

Les différences majeures par rapport à la production de truites conventionnelles sont :

- L'aliment doit être bio, bien qu'il autorise toujours l'utilisation de farines et d'huiles de poissons sauvages (avec obligation d'une pêche durable) ;
- La densité d'élevage est fixée à un maximum de 25 kg/m³ ;
- Le fond des bassins ressemble le plus possible au milieu naturel ;
- Être au moins à 2 km d'une pisciculture conventionnelle (distance au fil de l'eau) ;
- L'interdiction de l'élevage monosexé femelle ou de triploïdes ;

- L'interdiction de faire des pontes différées ;
- L'interdiction d'injecter de l'oxygène liquide dans l'eau ;
- L'absence de systèmes de recirculation d'eau (sauf en cas d'urgence).

Enfin, une aide à la conversion spécifique à l'aquaculture est disponible depuis février 2019. Elle n'est presque pas utilisée car, généralement, les clients des producteurs de truites conventionnelles accordent une importance plus élevée au caractère local qu'à la production bio.

Freins

Le prix de la certification bio est un frein majeur en Wallonie. En effet, le prix n'est pas repris à l'AGW du 11 février 2010 et les OCI peuvent appliquer les prix qu'ils veulent. Le prix est donc actuellement fixé à 0,19 €/kg. Si l'on compare ce prix à ce qui est payé, par exemple pour les canards ou les dindes bio, ramené au kilo (petits élevages tout aussi courants que les truites), on se rend compte que l'on est entre 0,015 et 0,03 €/kg. Des négociations sont donc actuellement en cours pour faire changer cela et ramener ce prix de certification aux alentours de 0,025 €/kg, soit presque huit fois moins !

Un deuxième frein est le manque de visibilité de cette petite filière, qui peine à se faire connaître.

Enfin, du fait de l'interdiction de l'élevage en monosex et des pontes décalées, il est plus difficile d'avoir une production homogène tout au long de l'année, ce qui implique beaucoup plus de manipulations, notamment pour les tris.



Enjeux et récompenses

La truite fumée bio de Francis, transformée par Olivier, a été primée à la Foire de Libramont, en 2018. Quand on demande à Francis ce qui donne ce goût très caractéristique à ses produits, il met en avant l'alimentation de ses poissons. En effet, elle n'est pas composée uniquement d'aliments artificiels et il suffit de se balader autour de ses étangs pour se rendre compte que la pisciculture regorge de vie : batraciens, insectes et petits poissons (autres que des truites). On estime que les batraciens produisent une tonne d'œufs par an sur le site. Parallèlement à cela, Francis élève des petits poissons, des gardons

I Miramag



Résultat nettement supérieur !

- L'engrais calcaire magnésien est un produit 100 % naturel
- Avec des minéraux essentiels, sans azote ni phosphates
- Une augmentation très rapide du pH grâce à sa finesse et porosité
- Utilisable en agriculture biologique conformément au (CE) n° 834/2007

Trouvez un distributeur dans vos environs sur www.miramag.be ou téléphonez au 03-651.66.78





majoritairement, pour les faire pondre et mettre les œufs et alevins dans les bassins de truites, qui s'en nourriront. Une alimentation proche de ce qui se fait dans la nature. De plus, bien que l'Europe autorise des densités jusqu'à 25 kg/m², à Freux, on tourne autour de 1 kg/m², ce qui laisse beaucoup de place aux poissons pour nager et se muscler.

Les enjeux pour l'avenir sont, premièrement, d'élaborer de nouveaux produits transformés, comme la mousse de truite, et qui conservent la typicité du goût de ces truites. Les trois associés accordent par ailleurs une attention toute particulière à ne plus retomber dans

les travers de la grande distribution, qui leur prendrait tous leurs volumes et avec laquelle il faudrait négocier les promotions, des prix toujours plus bas, la concurrence étrangère, etc. Raison pour laquelle ils pensent de plus en plus à passer par le label « Prix Juste Producteur » pour leur garantir un prix équitable minimum, en vue de futures potentielles négociations.

Deuxièmement, nos trois associés sont constamment à la recherche de nouveaux clients, notamment les collectivités pour les truites fraîches, ce qui est difficile en cette ère de Covid.



La poule qui roule, des poulaillers mobiles autoconstruits

Raphaël Boutsen et Mélanie Mailloux, Biowallonie

Retour sur un coin de champ consacré à l'élevage de poulets de chair, en poulaillers mobiles. Julian Kinard nous parle de son élevage de coucous de Malines, à la Ferme de Froidefontaine, à Barsy (Havelange). Il nous décrit comment il a construit ses différents bâtiments.

Julian Kinard élève depuis deux ans des volailles de chair. Au début, il a démarré avec la souche SASSO puis il s'est rapidement tourné vers le coucou de Malines : une race plus rustique et qui permet d'avoir un poids carcasse moyen plus élevé (autour de 1,8 kg normalement, 2,2 kg actuellement au vu du confinement requis suite à la grippe aviaire). L'élevage est certifié bio depuis le départ. Dès lors, pour pouvoir travailler avec cette race, Julian doit élever ses coucous de Malines jusqu'à 84 jours pour respecter le cahier des charges bio. En effet, la souche SASSO est la seule à avoir une dérogation de souche à croissance lente et peut donc être abattue à partir de 71 jours. Un lot de bleues de Hollande est arrivé récemment à la ferme pour faire un essai.

Les poussins de coucou de Malines arrivent à un jour à la ferme et proviennent d'un couvoir en Flandres (Van De Vyvere). Le prix d'achat pièce est de 0,35 € hors vaccin (0,5 € vacciné). Les poussins sont directement installés dans des « poussinières ». Au total, ce sont six bâtiments fixes isolés et chauffés via des chauffages électriques, également construits par Julian. L'option du chauffage au gaz a été éliminée car il génère une ambiance avec du CO liée à la combustion du CO₂. Chaque poussinière est composée de deux portes : la première, pour l'arrivée des poussins et pour assurer l'apport journalier d'aliment ; la seconde, pour donner accès vers l'extérieur, pour évacuer le fumier et sortir les jeunes volailles prêtes à partir en poulailler mobile.

Les poussins ont accès à de l'aliment à volonté (type actipoussin), à de l'eau et à un petit ballot de luzerne déshydratée. De plus, des petits cailloux (Grit - gravier de chez Dedobbeleer ou AGRO P.E.S) sont mis

à disposition pour favoriser la digestion. En effet, les petits cailloux vont se retrouver dans le système digestif des jeunes volailles et favoriser la digestion ainsi que l'assimilation de l'aliment, par leur action mécanique.



À cinq semaines, les jeunes volailles arrivent dans leur demeure mobile, où elles resteront sept semaines, avant de partir à l'abattoir. Julian nous explique l'évolution des constructions. Il a construit l'ensemble des bâtiments lui-même. Chaque bâtiment, de 8 m de long sur 3,2 m de large, a un châssis en acier, recouvert par un bardage en bois sur les côtés. Le tout est chapeauté d'une charpente en bois, sur laquelle sont fixés des panneaux sandwich (4 cm d'isolant), avec des tôles pour la toiture. Des trappes d'aération sont disposées sur chaque côté tout le long du bâtiment, juste en dessous de la fin de chaque pan du toit. Les ouvertures sont oscillobattantes, où l'ouverture est orientée vers la faîtière. Ainsi, l'air extérieur rentre par ces ouvertures et a le temps de chauffer en remontant vers le toit, avant de retomber sur les volailles. Des trappes de sortie sont également installées de chaque côté du bâtiment, pour donner l'accès à l'extérieur. Lors de notre visite,

elles étaient fermées pour cause de grippe aviaire. Le sol du bâtiment est constitué de plaques de plastique recyclé (type mdf, mais à base de plastique). Ce matériau ne pourrit pas, résiste aux fientes et est très facile à nettoyer au Kärcher. L'évacuation des fientes et le nettoyage du bâtiment se font à la main. En hiver, chaque bâtiment en contient l'équivalent de 30 brouettes et, en été, environ 10 brouettes. À l'intérieur du bâtiment, on retrouve une citerne d'eau cylindrique horizontale suspendue, des mangeoires et des abreuvoirs. Les mangeoires sont actuellement posées au sol. Mais, si c'était à refaire, Julian les suspendrait. À nouveau, des cailloux et un ballot de luzerne déshydratée sont à disposition des poulets.



En haut, intérieur du bâtiment en production, avec réserve d'eau au niveau du toit et ballot de luzerne au centre.

L'ACTU DU BIO

ÉVÉNEMENTS

Au niveau du parcours, Julian envisage de planter toute une série de plantes aromatiques (lavande, persil, sauge, thym, menthe, origan, romarin et estragon), protégées par des grillages. Ainsi, les volailles les auront à disposition sans pour autant les détruire. Il prévoit également d'installer des bacs à sable couverts sur les parcours composés de sable, de cendre et de terre de diatomée, afin de permettre aux poulets de « gratter ». De plus, des arbres fruitiers demi-tige (pommiers, cerisiers, pruniers) ont été plantés sur le parcours ainsi que des noisetiers en bordure. Chaque bâtiment est relié à l'eau et à l'électricité. À côté de chaque bâtiment, il y a une boîte hermétique qui permet de stocker l'aliment au sec. Ces boîtes sont transportables via le chargeur d'un tracteur. Chaque boîte peut contenir environ 500 kg d'aliment, qui permettent de nourrir les poulets pendant deux semaines.

Lors du déplacement des bâtiments, un timon est fixé à l'avant du bâtiment ainsi que quatre roues. Actuellement, quatre poulaillers mobiles sont en service. Mais l'objectif de Julian est d'en avoir huit, pour pouvoir ainsi abattre un lot de volailles par semaine et fournir du poulet à ses clients plus fréquemment. Ses poulets sont actuellement abattus à l'abattoir de Bertrix.



Intérieur du bâtiment en construction.



Bâtiment dans le parcours, avec boîte d'aliments à gauche, borne électrique et arrivée d'eau à droite.



Plein Air Concept®

L'ÉLEVAGE RESPECTUEUX®

"Équipements conçus pour faciliter votre travail et le bien-être animal"



TECHNIGÎTE POUR LE PLEIN AIR

TECHNIMAT POUR L'INTÉRIEUR

Renseignements : 04 73 54 26 00
www.pleinairconcept.fr



Logiciel dégâts de gibier : les prix

Jérôme Widar, Département de la Nature et des Forêts

Le Service public de Wallonie et l'asbl Fourrages Mieux ont mis au point un « logiciel informatique dégâts de gibier » aidant les experts agronomes à estimer au plus juste le montant des dégâts de la faune sauvage (espèces gibier et espèces protégées), lors d'expertises en zone agricole de Wallonie.

Les différents barèmes y sont mis à jour deux fois par an, pour suivre l'évolution des marchés. Ils sont avalisés au sein d'une plateforme composée des organismes suivants :

- Fédération des Chasseurs au Grand Gibier de Belgique (FCGGB) ;
- Fédération wallonne de l'Agriculture (FWA) ;
- Fédération unie de Groupements d'Éleveurs et d'Agriculteurs (FUGEA) ;
- Union nationale des Agrobiologistes belges (UNAB) ;
- Département de la Nature et des Forêts (DNF) ;
- Fourrages Mieux asbl.

Les prix TVAC ci-après ont été acceptés par toutes les parties et ce, pour la période allant du 1^{er} mars 2021 au 31 août 2021.

Notons qu'il est envisageable qu'un arrangement passe, non pas par une indemnisation financière, mais par un échange équivalent de culture (mise à disposition d'une culture de remplacement par la personne devant répondre du dommage).

Jérôme WIDAR

Service public de Wallonie
Département de la Nature & des Forêts
Direction de la Chasse & de la Pêche
jerome.widar@spw.wallonie.be – 081/33.51.99



**TRACTEURS
&
MACHINES
AGRICOLES**

Eddy Philippet

TopPartner 2017
Philippet

NEW HOLLAND
AGRICULTURE

PACKO
AGRI

KUHN

Rue de l'Arbre à la Croix, 279
4460 HORION-HOZEMONT
042/50.11.98
eddy.philippet@gmail.com
<http://www.philippet.be/>

Itinéraires BIO 58 • mai/jun 2021

L'ACTU DU BIO

NOUVELLES DES RÉGIONS

PRODUCTIONS AGRICOLES	Agriculture conventionnelle	Agriculture biologique
Cultures fourragères	Prix t/MS	
prairies permanentes	210 €	210 €
prairies temporaires avec légumineuses	270 €	270 €
céréales immatures avec légumineuses (min. 40 % MS)	210 €	210 €
bandes de prairies extensives (tournières, MAE, etc.)	90 €	90 €
maïs ensilage	140 € ⁽¹⁾	180 € ⁽²⁾
Céréales	Prix t	
épeautre fourragère	350 €	525 €
escourgeon	210 €	260 €
froment	215 €	fourrager : 290 €/panifiable : 400 €
orge de printemps	210 €	fourragère : 260 €
orge de brasserie	215 €	-
seigle	195 €	265 €
triticale	205 €	270 €
méteil sans pois	195 €	-
méteil avec pois	225 €	295 € (min. 20 % de pois)
avoine	175 €	245 €
paille (toutes céréales)	120 €	120 €
maïs grain	225 €	295 €
Plantes sarclées	Prix t	
betteraves sucrières	27 €	-
betteraves fourragères	32 €	-
chicorées	60 €	-
pommes de terre, variété Bintje	125 €	-
pommes de terre, variété Fontane et Challenger	147 €	-
pommes de terre, variété Innovator	158 €	-
pommes de terre, variété Charlotte	290 €	-
pommes de terre, variété Nicola	245 €	-
plants de pommes de terre (toutes variétés)	658 €	-
pommes de terre, var. de consommation (Nicola, Plate de Florenville, etc.)	-	400 €
Protéagineux et oléagineux	Prix t	
colza	445 €	-
féveroles	250 €	430 €
pois	250 €	430 €
lupin	460 €	-

TRAVAUX AGRICOLES⁽³⁾ (agriculture conventionnelle et agriculture bio)

Semis de maïs (semoir + semences)	260 €/ha en conventionnelle et 340 €/ha en bio
Semis de maïs sous plastique (film plastique + semoir + semences + pulvérisation)	600 €/ha en conventionnelle
Broyage des tiges de maïs après récolte	120 €/ha
Ramassage mécanique des tiges de maïs après récolte	120 €/ha
Réparation mécanique des dégâts de sangliers en prairies	
hersage	45 €/ha
sursemis avec un combiné « herse/rouleau/semoir »	170 €/ha
sursemis à la Vrêdo	180 €/ha
sursemis à la herse étrille	200 €/ha
sursemis à la herse rotative	220 €/ha
rénovation totale (pulvérisation, labour, etc.)	440 €/ha
Réparation manuelle des dégâts de sangliers en prairies	
boutis superficiels (< 5 cm) et récents	0,38 €/m ²
boutis superficiels (< 5 cm) et anciens	0,55 €/m ²
boutis profonds (> 5 cm), récents ou anciens	0,77 €/m ²

Légende

t = tonne, MS = matière sèche, ha = hectare.

(1) et (2) Prix valables pour du maïs ayant atteint la maturité physiologique (teneur en matière sèche des plantes entières proche de 33 % à la récolte).

(3) Prix moyens TVAC renseignés à titre indicatif. Semences et rouleau compris pour les sursemis et la rénovation totale.



Des débouchés de qualité dans l'alimentation infantile aussi nommée « baby food »

Stéphanie Chavagne, Biowallonie

De nombreux producteurs de légumes plein champ ou maraîchers souhaitent trouver de nouveaux débouchés de qualité. Et si l'alimentation infantile était votre porte d'entrée pour de nouvelles relations commerciales à long terme ?

C'est un secteur de niche ! Certainement ! Mais c'est aussi un secteur sécurisant car nous aurons toujours besoin de nourrir nos bambins en produits frais de qualité. Les entreprises impliquées dans ce secteur, et qui proposent une démarche bio locale, sont des acteurs de la chaîne alimentaire très impliqués, dédiés à des valeurs, tout autant qu'à un « business model ».

Pourquoi font-ils appel à vous aujourd'hui ?

Parce qu'il s'avère difficile pour eux, en ce moment, de trouver des partenariats faciles avec des producteurs ou des distributeurs pour s'approvisionner en bio local et dans le respect de la législation infantile.

Car qui dit « baby food » dit législation spécifique. Cette législation de l'alimentation infantile¹ va, pour certains points spécifiques, fixer des règles plus contraignantes que la législation bio européenne. Cet article ne permettra pas de rentrer dans les détails mais on retiendra, de manière générale, au niveau de l'ingrédient, le taux de nitrate plus contraignant, et, au niveau de la terre, la teneur en plomb et en cadmium. Et plus précisément, pour certains produits, des critères plus restrictifs, tels les seuils de certaines mycotoxines, comme la patuline sur les pommes et poires ou l'ochratoxine A sur les céréales, seront à considérer.

Quels sont les besoins des transformateurs ?

Des superprojets ont vu le jour (découvrez deux portraits ci-dessous). Menés par des entrepreneurs engagés, ils se démènent pour s'approvisionner dans nos contrées. Leur besoin est d'élargir le nombre de producteurs ou distributeurs prêts à les approvisionner et disposés à réaliser les quelques analyses

nécessaires pour assurer que les légumes répondent aux standards fixés par la législation. Les collaborations sont à réfléchir et à mûrir sur le long terme. Voici deux portraits d'entreprises locales : Into the Spoon & Ready to grow.

Into the Spoon



Into the Spoon est une marque bruxelloise fondée en 2019 par trois amis épris de nature et de bonne cuisine. Ensemble, ils relèvent le défi de concevoir une alternative aux petits pots industriels pour bébé, qui manquent singulièrement de goût et de proximité. Leur but : un petit pot bio, de haute qualité et porteur de sens.

Dès le départ, Into the Spoon a fait le choix de privilégier l'économie locale. Le projet a également été conçu en vue de générer

un impact social positif, au-delà de la seule rentabilité. En effet, ils s'approvisionnent en circuit court, exclusivement chez des producteurs bio et autant que possible en Belgique ; l'objectif étant la création de partenariats solides à long terme avec les agriculteurs. Les petits pots sont produits à Bruxelles, en partenariat avec une entreprise de travail adapté. Par ailleurs, les recettes évoluent au fil de l'année pour ne travailler qu'avec des produits de saison, dans le respect de la terre et de ceux qui la cultivent.

Armés de ces objectifs et des meilleurs ingrédients, la petite équipe d'Into the Spoon mijote des petits repas de légumes, savoureux et originaux, à conserver au frais. Au menu du goûter : des compotes de fruits toutes douces qui se conservent à température ambiante, idéales pour partir en balade.

Volumes et logistiques : les produits sont à livrer en vrac à Bruxelles. Voici quelques indications des produits et des volumes recherchés par mois : en légumes, des volumes allant de 250 kg de pommes de terre, à 150 kg de carottes ou encore 30 kg d'oignons. En fruits, une quantité de 500 kg de pommes et 300 kg de poires par mois. Besoins spécifiques en épinards déjà lavés et cuits, prêts à être utilisés. Besoins aussi en betteraves avec bas taux de nitrates, en coings et en fruits rouges.

Contact

aline@itspoon.be
0485/94 46 92
into-the-spoon.be
intothespoon

¹ Arrêté royal 18/02/1991 : <https://www.health.belgium.be/fr/ar-18-février-1991-relatif-aux-denrees-alimentaires-destinees-une-alimentation-particuliere> et Directive 2006/125/CE concernant les préparations à base de céréales et les aliments pour bébés, destinés aux nourrissons et aux enfants en bas âge : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0125&from=FR>

L'ACTU DU BIO

NOUVELLES DES RÉGIONS

Ready to Grow



Ready to Grow, c'est avant tout l'histoire de deux mamans, Caroline et Estelle, qui voulaient offrir ce qu'il y avait de mieux à leurs bébés.

Actives et toujours à courir après le temps, il leur était parfois difficile de garantir des repas frais et de qualité à leurs enfants. Réalisant qu'elles n'étaient pas seules à rencontrer ces difficultés, elles décidèrent de créer des panades fraîches, bio et de saison pour les bébés de 6 à 24 mois. Avec l'aide de pédiatres et de nutritionnistes, elles conçurent des recettes savoureuses qui répondaient au mieux aux besoins des bébés. Parties en quête de produits bio et locaux, elles optèrent pour un mode de cuisson doux à la vapeur, qui préservait les vitamines et minéraux.

Leur site de production à Loyers, en Belgique, a été spécialement conçu pour la production de nourriture pour bébés. Elles cherchent des producteurs bio qui seraient plus attentifs à certains critères dans leur culture, afin de leur

garantir que les produits n'ont aucun résidu de pesticides ni de métaux lourds (ex. : contamination par le sol ou par le champ du voisin).

Volumes et logistiques : les produits sont à livrer en vrac à Loyers (Namur). Voici quelques indications des produits et volumes recherchés **par mois** : plus de 100 kg de pommes de terre, plus de 30 kg de patates douces, entre 15 et 25 kg pour les autres légumes (chou-fleur, céleri-rave, courgettes, brocoli...). Pour les fruits : plus de 100 kg de pommes, près de 80 kg de poires. En viande : 15 kg de bœuf haché et 5 kg de poulet. En féculents : 55 kg de coquillettes...

Contact

estelle.brenez@gmail.com

0477/47 90 43

www.readytogrow.be

 readytogrowbabyfood



Lecliclocal

LA PLATEFORME DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE

Lecliclocal.be : la plateforme digitale de référence des produits locaux, dédiée aux professionnels !

Joëlle Vandersteen, APAQ-W et Stéphanie Goffin, Biowallonie

Vous êtes producteur agricole ou horticole ? Vous souhaitez vendre vos produits à des institutions (crèches, écoles, hôpitaux), à des acheteurs professionnels (Horeca, magasins, etc.) ou encore à des entreprises ? Rejoignez Lecliclocal.be, l'outil développé par l'Agence wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité (Apaq-W). Il vous répertorie en tant que vendeur (producteur, coopérative de producteurs, grossiste) intéressé à fournir, en circuit court, ces publics cibles. 355 acheteurs sont référencés et pas moins de 500 vendeurs se sont déjà inscrits, avec près de 400 produits de qualité. À quand votre tour ?

Quels sont les objectifs de la plateforme ?

L'Apaq-W a pour ambitions, à travers Lecliclocal : 1° de soutenir les producteurs de la région, par l'offre de nouveaux débouchés en circuits courts et par la possibilité d'assurer

une juste rétribution de leur travail ; 2° d'encourager la consommation de produits locaux, en soulageant la charge administrative pour passer ces commandes ; 3° de contribuer à une alimentation saine et durable dans les collectivités ; 4° de répondre aux stratégies publiques en matière de développement d'une

économique locale durable ; 5° de faciliter la mise en œuvre du principe d'exemplarité des pouvoirs publics ; et 6° de fournir un dispositif simple dans les relations entre acheteurs et fournisseurs, tenant compte des règles de marchés publics.

Les chiffres le confirment !

Les consommateurs sont en effet demandeurs de trouver plus de produits locaux en restauration hors domicile (Étude quantitative, Apaq-W, décembre 2020). L'Apaq-W s'est donc engagée comme facilitateur pour l'accès pour tous à une alimentation locale et de qualité. Leclicloca, qui agit en amont de la consommation, est l'un des moyens consacrés au développement de ces marchés.

L'aval ne doit pas être négligé. C'est pourquoi, des animations pédagogiques sont réalisées dans les écoles dans le cadre de l'appel à projets « Goûts et Couleurs d'ici », par exemple. Du matériel pédagogique est réalisé, puis distribué aux fermes pédagogiques ou aux enseignants. Il est aussi mis à disposition gratuitement en téléchargement sur la plateforme digitale, qui référence les outils pédagogiques réalisés par l'Apaq-W : grainesdagri.be.

Leclicloca en pratique !

La plateforme numérique à destination des professionnels, « Leclicloca.be », assure la promotion des secteurs agricole et horticole, en offrant **gratuitement** aux producteurs inscrits qui le souhaitent une **page spécifique, accessible à tous via un outil de géolocalisation, vitrine de leurs produits et de leur savoir-faire**. Les produits alimentaires d'origine agricole transformés ou non et les produits de l'horticulture ornementale sont spécifiquement visés.

Avec près de 40.000 utilisateurs et 100.000 pages vues en 2020, l'Apaq-W ambitionne de renforcer son positionnement dans les mois et années à venir, pour garantir un outil efficace pour le développement du commerce entre professionnels.

La page propre à chaque entreprise peut donc être mise à jour librement. La spécification du mode de production bio est prévue afin de faciliter la recherche des acheteurs souhaitant découvrir les vendeurs labellisés de leur région.

Au-delà du référencement comme point de vente accessible, une fonctionnalité supplémentaire est disponible moyennant connexion. Il s'agit de la passation de marchés de fourniture de produits **exclusivement aux acheteurs/vendeurs inscrits**, en procédure négociée sans publicité (marché d'un montant de moins de 30.000 €). Cette **interface sécurisée** permet en effet aux **acheteurs**

et vendeurs professionnels de rester libres, maîtres et responsables de leurs marchés et de demander gratuitement des offres de prix pour leurs achats soumis à ces marchés publics.

Vous l'aurez compris, la plateforme trouve sa plus-value dans sa base de données et son moteur de recherche. La base de données intègre en effet notamment tous les signataires du Green Deal Cantines Durables (plus de 200 contacts).

Nouveautés !

La plateforme intègre depuis peu les onglets « Petites annonces des vendeurs » et « Petites annonces des acheteurs », où vous pourrez poster gratuitement vos offres ou demandes ponctuelles et temporaires. Les actualités sont également présentées : rencontres virtuelles de l'approvisionnement entre collectivités et producteurs, formations à destination des cantines, business club, colloques, etc. N'hésitez donc pas à consulter le site régulièrement.



Intéressé, que faire concrètement ?

Visitez le site www.leclicloca.be !

Envie de rejoindre la communauté « Leclicloca » ? Si vous souhaitez vous inscrire, rendez-vous sur l'onglet « Connexion », où vous trouverez toutes les informations pratiques.

En cas de question, envoyez-nous un e-mail à leclicloca@apaqw.be ou remplissez le formulaire en ligne. Nous vous répondrons dans les meilleurs délais.

Plutôt intéressé par la vente directe aux consommateurs ?

L'Apaq-W anime également des réseaux de consommateurs. Si vous souhaitez également, ou exclusivement, travailler en direct pour le consommateur, l'Apaq-W peut vous référencer, après inscription, sur ses sites Internet qui y sont dédiés, à savoir sur :

- Biomonchoix.be : réservé aux opérateurs certifiés bio (producteurs, transformateurs, collectivités et points de vente).
- Jecuisinelocal.be : pour tout vendeur de produits locaux.





À la rencontre d'opérateurs bio

Delphine Dufranne, APAQ-W

Du 5 au 13 juin aura lieu la Semaine bio, l'événement annuel attendu du secteur ! Dans le contexte actuel, la Semaine bio s'adapte pour offrir des occasions d'échanges et faciliter des collaborations professionnelles constructives ! Découvrez ci-dessous les activités. L'inscription est obligatoire afin de garantir le respect des mesures sanitaires en vigueur. Selon l'évolution, certaines activités pourraient être modifiées, voire annulées.

#1 Crabe asbl • Rue Sergent Sortet, 23A – 1370 Jodoigne – info@crabe.be

« *Se lancer comme maraîcher bio : partir du bon pied* »

Le 9/6/21 de 19h30 à 22h30 – Payant (5 €) – Inscription obligatoire

Grange du Douaire – Avenue des Combattants 2, 1340 Ottignies

Vous avez un projet en maraîchage bio ? Venez rencontrer les acteurs clés pouvant vous soutenir pour un parcours réussi ! Inscription obligatoire et infos sur www.crabe.be (*).

19h30 : Accueil

20h00 : Présentation des acteurs clés pour un maraîcher en devenir

- L'importance des formations
- La période « test »/L'accompagnement
- Les témoignages

21h30 : Clôture

*Le cas échéant, la conférence pourrait être adaptée pour un suivi à distance.

#2 Cannavie • Rue Fond des Saussalles, 101 – 1457 Walhain – hello@cannavie.be

Le chanvre : de la culture à l'huile

Le 11/6/21 de 14h à 18h – Inscription obligatoire

Venez découvrir les coulisses d'un chanvrier et son huilerie (uniquement sur rendez-vous).

#3 Passion Locale • Rue d'Orbey, 30a – 5070 Fosses-la-Ville – info@passionlocale.be

Découverte de la conserverie

Le 13/6/21 de 10h à 16h – Inscription obligatoire

Plongez dans le quotidien de la production de conserves artisanales. Du choix du fruit ou du légume à la mise en bocal, découvrez les procédés de conservation utilisés.

#4 Walagri • Rue de la Basse Sambre, 16 – 5140 Sombreffe – adrien.sovet@walagri.be

Walagri.Bio

Du 7 au 11/6/21

Chaque jour, une capsule vidéo diffusée sur les réseaux sociaux vous présentera Walagri.Bio !

#5 La Brasserie Hepta • Rue des Raspailles, 11 – 5340 Haltinne (Gesves) – info@hepta.be

Visite de la brasserie

Du 6 au 13/6/21 de 10h à 19h – Inscription obligatoire

Découvrez ses installations au cours d'une visite guidée. Uniquement sur réservation (0485/57.77.74 ou info@hepta.be).

#6 Land, farm and men • Rue du Tronquoy, 10 – 5380 Fernelmont – info@grainesdecurieux.be

Les cultures innovantes

Le 11/6/21 de 15h à 18h – Inscription obligatoire
L'adresse du site sera précisée ultérieurement.

Découvrez des cultures innovantes (quinoa, lentilles) lors d'une visite de champs.

#7 NECTAR & CO • Rue du Trou du Sart, 8 – 5380 Fernelmont – contact@nectar-co.com

Savoir-faire et passion des produits de la ruche

Le 7/6/21 – à préciser – Inscription obligatoire

Miels et produits de la ruche : de la fleur à la tartine, découvrez toutes les étapes de fabrication des produits de la ruche. À l'attention uniquement des revendeurs et transformateurs !

#8 Biowallonie et Angus Bio de Villers-en-Fagne • Rue Matagne, 67 – 5600 Villers-en-Fagne – info@biowallonie.be

Séance d'information sur l'agriculture biologique

5/6/21 de 9h30 à 12h30 – Inscription obligatoire

Vous vous demandez comment vous lancer en bio ? Si c'est le bon choix pour votre ferme ? Pour vous accompagner dans votre réflexion, Biowallonie organise une séance d'information consacrée aux modalités pratiques de la conversion à l'agriculture biologique.

Au programme :

- Témoignage de Jean-Marc Groux, éleveur d'Angus, certifié bio depuis 2012
- Animation par les conseillers techniques, pour répondre aux questions fréquentes liées aux freins techniques lors de la conversion
- La réglementation bio liée aux productions primaires
- Les aides bio : démarches et conditions
- Les chiffres bio wallons
- Les débouchés possibles en Wallonie

Fin de matinée : visite de l'exploitation, avec les conseillers techniques.

Les races bovines bio belges

Le 5/6/21 de 14h à 17h – Payant (7€) – Inscription obligatoire

Test gustatif à l'aveugle avec différentes viandes bovines bio locales.

Concours : qui saura reconnaître de quelle race provient un morceau de viande dégusté ? Prix à gagner.

#9 Réseau Paysan • Rue de Grandvoir, 1A – 6800 Libramont – info@reseausolidairement.be

Devenez membre et bénéficiez d'un appui pour la commercialisation de produits bio de la province de Luxembourg

Le 10/6/21 de 10h à 12h – Inscription obligatoire

Vous êtes producteur/transformateur certifié bio ? Vous avez une épicerie ? Vous désirez ouvrir un point de vente de produits bio ou les travailler dans votre restaurant ? Et vous êtes situé en province de Luxembourg ? La coopérative Réseau Paysan (anc. Réseau Solidairement) vous offre une solution logistique pour le transport des produits et un point de vente flambant neuf. Venez à leur rencontre et découvrez les conditions d'utilisation et les engagements de cet outil logistique mutualisé ! L'inscription par mail est obligatoire (avec présentation de votre projet).

#10 La Brasserie Deseveaux • Rue d'Hanneton, 8 – 7300 Boussu – contact@brasserie-deseveaux.be

Visite des installations

Les 5, 6, 12 et 13/6/21 de 10h à 17h – Inscription obligatoire

Découvrez la brasserie lors d'une visite guidée (départs prévus à 11h, 14h et 15h).


semaine **bio**
Pour consommer bio & local
biomonchoix.be



Dates de nos prochains événements Biowallonie

Céline Berger, Biowallonie

Les sessions d'info en ligne « Conversion bio » ont du succès ! Les sessions en ferme reprennent à la belle saison.

Vous êtes nombreux à vous poser les questions suivantes : « Comment se lancer en bio ? Par quoi commencer ? Quelles sont les démarches et les aides ? Qu'est-ce qui va changer concrètement ? »

Pour vous aider, Biowallonie organise des séances d'info, en ligne et en ferme, sur la conversion bio. Nous vous décrirons en détails les modalités pratiques de cette transition. Pour que vos choix soient soutenus et accompagnés, nous vous présenterons la réglementation, y compris les changements pour 2022.

Au programme

- Présentation de la réglementation pour les productions végétales et animales, incluant les changements d'application au 1^{er} janvier 2022 (Reg. EC/848/2018)
- Témoignages d'agriculteurs invités ou qui nous accueillent lorsque les conditions le permettent
- Animation avec nos conseillers techniques pour répondre aux questions fréquentes liées aux freins techniques du passage au bio
- Présence d'un organisme de contrôle pour répondre à vos questions les plus pointues
- Échanges autour des débouchés en Wallonie et des filières en demande de vos produits

Pour aller plus loin, contactez un de nos conseillers techniques pour un suivi individuel gratuit : <http://www.biowallonie.com/conseils-techniques>.

Info pratiques

Pour qui ? Pour tous les agriculteurs intéressés par l'agriculture biologique.

Comment ? Inscriptions par formulaire (avec votre numéro national), au minimum deux jours avant l'événement. PAF : gratuit.

Au secours, c'est en ligne ! Pas de souci ! Avec Zoom, c'est facile, gratuit et nous vous guidons.

Nos prochaines dates

- Le 5 juin, chez Jean-Marc Groux, éleveur d'Angus bio à Villers-en-Fagne. 9h30-12h30 — accueil et enregistrement dès 9h.
 - Les prochaines sessions en ferme seront organisées en septembre/octobre prochain.
- Suivez les dates sur notre agenda en ligne : www.biowallonie.com/agenda.

Info et contact : celine.berger@biowallonie.be

Coins de champ

Chaque année, nos conseillers techniques organisent, par région et par type de culture, des visites et démonstrations techniques au « coin du champ ». Une façon de vous montrer concrètement chaque situation, chaque spécificité d'une culture sur le terrain. Pas toujours facile à organiser dans les conditions que vous connaissez (semis, météo, matériel, covid...), nous maintenons nos efforts pour partager ces savoirs techniques dans les meilleures conditions. En pratique, nos formations « coins de champ » sont prévues sur une période d'une semaine, mais la date n'est fixée définitivement que quelques jours à l'avance, pour s'assurer des meilleures conditions de culture. Nous vous conseillons donc de vous préinscrire et nous vous confirmerons la date, lieu et horaire définitifs, au plus tard la veille, par SMS.

Fin mai • Coin de champ légumes plein champ

Chez Léopold d'Ansembourg à Klimmen (Hollande). **Sujet :** Culture des petits pois de conserverie en système biné + d'autres cultures classiques.

Fin mai • Coin de champ grandes cultures

À Ittre, 1 ou 2 sites à découvrir. **Sujet :** État des cultures, itinéraires techniques, couverts à implanter.

Fin juin • Coin de champ grandes cultures

Chez Didier et André Spriet à Escanafle (Celles). **Sujet :** Récolte et conditionnement d'une céréale immature (stade, machine, conservation). **Horaire** initialement prévu : 14-16h.

Mardi 7 juillet • Coin de champ maraîchage

Chez Cyrille Guiot à Presgaux (Couvin). La Ferme du Tchapia — ferme maraîchère en diversification fruitière.
Sujet : Obtenir les aides à l'investissement ADISA quand on est maraîcher.

Prochaine période « Coin de champ » en septembre-octobre 2021.

Inscriptions via info@biowallonie.be ou sur la page : <https://www.biowallonie.com/acc-maraichage/>

Prochains événements auxquels participe Biowallonie

Salon Terr'Eau Bio – les 2 et 3 juin 2021, à Brie, en France (O2 – Hauts-de-France)

Le Salon Terr'Eau Bio à Brie (à 90 km de Chimay) est organisé par « Bio en Hauts-de-France », pour transmettre et partager des pratiques, des recherches et des innovations en matière d'agriculture biologique.

Le salon se destine à l'ensemble des acteurs de l'agriculture des Hauts-de-France et des régions voisines, qui s'intéressent aux techniques agroécologiques : agriculteurs, opérateurs économiques, machinistes, semenciers, associations, structures de développement, centres techniques, instituts de recherche...

Dans le cadre du projet transfrontalier franco-belge SymbIOse, Biowallonie y présentera une conférence sur la filière légumineuse dans les trois régions. Dans des conditions climatiques très proches de nos conditions wallonnes, c'est l'occasion de s'informer sur les dernières techniques de cultures. Infos sur www.bio-hautsdefrance.org/salon-terreau-bio-2021

7^{èmes} rencontres interprofessionnelles Lin bio et Chanvre textiles – le 15 juin 2021, à côté de Caen (France)

Biowallonie organisera, dans la mesure du possible, un petit groupe pour visiter nos acteurs voisins et s'en inspirer pour notre Région wallonne. Info et pré-inscription à linchanvrebio@gmail.com

Journée interprofessionnelle du bio – le 1er et 2 juillet 2021, Horion Hozémont (Province de Liège)

Au programme : visite d'essais variétaux en céréales, essai désherbage en chicorée, plate-forme de variétés PDT robustes, lin et chanvre bio, démonstration de matériel de désherbage mécanique en haricot et oignon. Plus d'info sur www.journee.bio.weebly.com

Les nouvelles du Collège

Le secteur Bio du Collège : vos représentants sont André Grevisse, Charles-Albert de Grady, Daniel Collienne et Philippe André, accompagnés des chargés de mission Muriel Huybrechts et Thomas Schmit.

Le Collège des Producteurs, ce sont 44 producteurs répartis en 11 secteurs d'activité. Ils relayent vos avis auprès des pouvoirs publics, des structures de recherche, d'encadrement, de formation et de promotion de l'agriculture en Wallonie.

Les quatre producteurs représentant le secteur Bio au Collège partagent ici, avec vous, l'actualité des dossiers en cours.

Vous êtes concerné de près ou de loin par l'un de ces sujets ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous pour en savoir plus, pour nous informer d'une difficulté ou nous faire part de votre réalité.

Les dossiers en cours à la mi-avril

- Le Plan stratégique pour le Développement de l'Agriculture biologique (PSDAB) horizon 2030 a été envoyé en décembre dernier au cabinet du Ministre Borsu. Nous attendons de savoir s'il est validé en tout ou en partie. Le PSDAB vise à atteindre 30 % de superficie agricole utile (SAU) en bio, d'ici 2030. Il comporte trois volets : un pack d'actions pour développer la consommation de produits bio, un pack d'actions pour développer la production de produits bio, ainsi que l'élaboration de stratégies de développement par filière, pour faire coïncider l'offre et la demande. Des questions, des remarques ? Contactez-nous !
- Il y a actuellement de nombreuses réunions concernant la Politique agricole commune (PAC) post-2020, pour élaborer le Plan stratégique wallon. Il s'agit de définir les mesures qui seront mises en œuvre (MAEC, écorégimes, aides à l'installation, aides bio, etc.) et leur financement, pour répondre aux objectifs fixés au niveau européen. Des questions, des remarques ? Contactez-nous !
- La mise en œuvre du nouveau Règlement bio débute le 1^{er} janvier 2022. Le groupe de travail « législation » planche actuellement sur les modalités à prévoir au niveau régional, car certaines compétences relèvent encore des États membres, en attendant l'élaboration de règles européennes. Il s'agit notamment de l'adaptation des grilles de redevances et de non-conformités, toutes deux appliquées par les organismes de contrôle dans le cadre strictement fixé par les autorités wallonnes. Certains sujets nécessitent une clarification complémentaire, comme la définition du terme « jeune volaille » ou la durée de conversion des plants non traités, destinés à l'horticulture (arboriculture, petits fruits, aromates...)... La liste des points abordés est disponible sur demande. Des questions, des remarques ? Contactez-nous !
- La prochaine Assemblée sectorielle Bio aura lieu le 5 mai 2021 à 20h, en visio-conférence. Dans un contexte de croissance accélérée du secteur, nous reviendrons un instant aux fondements du mouvement bio, en parlant des valeurs avec Marc Fichers, et des pratiques de gestion d'un sol vivant, avec Francis Bucaille. Nous vous y attendons nombreuses et nombreux pour échanger sur ces sujets. Infos et inscription sur flagri.be.

Contact

thomas.schmit@collegedesproducteurs.be
GSM : 0486/71 52 96

VOUS AVEZ L'EMBARRAS DU CHOIX : RENTABILISEZ VOTRE ENGRAIS DE FERME ET OPTEZ POUR LA SÉCURITÉ AVEC JOSKIN !



Multitwist RM
12 et 15 m

Penditwist BASIC
6 et 7,50 m

Penditwist
9 - 12 - 13,50 - 15 - 16 - 18 -
21 - 24 - 27 - 28 et 30 m

Pendislide BASIC
6 et 7,50 m

Pendislide
9 et 12 m



Pendislide PRO
12 - 13,50 - 15 et 18 m

Multi-Action
3 - 4,30 - 5,16 - 6,02 -
6,88 et 7,74 m

Solodisc
3 - 4,30 - 5,16 - 6,02 -
6,88 et 7,74 m

Solodisc XXL
6,37 - 7,12 et 7,87 m

Terraflex/2
2,70 - 2,80 - 3,90 - 4,40 -
4,50 - 5,10 et 5,2 m



Terraflex/2XXL
5,62 - 5,70 - 6,30 - 6,37 -
7,12 et 8,62 m

Terraflex/3
4,40 - 5,10 - 5,20 -
5,70 et 6 m

Terrasoc
2,80 - 3,60 - 4,40
et 5,20 m

Terradisc2
4 - 5 et 6 m

Scalper horiz./vertical
Horiz. : de 12 à 40 sorties
Vertical : 24, 32, 36 et 44 sorties

Spécialisée depuis 30 ans dans les outils d'épandage, JOSKIN vous assure un matériel de qualité et un épandage précis. Une gamme inégalée dans le monde.

joskin.com   

JOSKIN 128B



SCIENCES et METIERS de LA NATURE

www.mafuturecole.be
www.hepl.be

ENSEIGNEMENT AGRONOMIQUE DE LA REID

Institut d'enseignement agronomique La Reid rue du Canada 157 4910 LA REID
christine.rose@provincedeliege.be Tél : 04 279 40 10
Haute Ecole de la Province de Liège rue du Haftay, 21 4910 LA REID
marianne.dawirs@provincedeliege.be Tél : 04 279 40 80

24 avril 2021
Journée portes ouvertes virtuelle de la HEPL





ChanGo – des plats à emporter zéro déchet

Charlotte Ramet, Biowallonie

Animées par une volonté entrepreneuriale et face à la quantité de déchets générés par la vente des plats à emporter, Lauranne Baut et Céline Nagels ont décidé de proposer une alternative durable.

Une idée primée dès sa création

L'été dernier, l'idée des contenants réutilisables a ainsi été présentée à l'incubateur wallon CAP Innove. À peine trois mois plus tard, ChanGo remportait le prix du public ! Grâce aux efforts de ses cofondatrices, le projet a évolué rapidement, tout en maintenant un objectif clair : réduire les déchets à l'aide d'une solution globale et clé en main.

Une solution en trois piliers

- Des contenants réutilisables qui limitent les déchets et permettent une présentation plus qualitative des plats.
- Une utilisation gratuite qui rend le concept accessible, évite d'alourdir la gestion et mutualise l'achat des contenants. Une caution n'est appliquée que si le contenant n'est pas rapporté endéans les 15 jours et celle-ci est gérée directement par ChanGo.
- Un réseau circulaire facilite l'expérience : le contenant peut être ramené dans n'importe quelle structure partenaire, favorisant ainsi leur visibilité.

Une plateforme numérique assurera le suivi logistique et financier en temps réel. Cette plateforme d'échange encouragera l'implication des membres via des statistiques d'utilisation mettant en lumière la plus-value écologique de ChanGo.

Une équipe expérimentée

À la tête de ChanGo, on trouve deux mamans sportives superinvesties, fans de voyages et de découvertes culinaires, ayant des compétences complémentaires et motivées par une vision commune. Forte de sept ans d'expérience en grandes entreprises, Lauranne se charge de la stratégie commerciale, du marketing et de la communication. Ancienne responsable RH

d'une PME de vente de matériel de cuisine au secteur Horeca, Céline gère, quant à elle, les ressources humaines, la logistique et les achats.

Pour accompagner son développement, ChanGo a mis en place un Advisory Board qui se compose de personnes prêtes à mettre leurs connaissances à profit. ChanGo désire se doter d'une réelle culture d'entreprise à impact social (en reversant ses bénéfices à des associations environnementales, en prenant part à des actions de récolte de déchets dans la nature...).

Le plastique, un matériau controversé

Le choix du matériau a fait l'objet d'une étude de marché approfondie, afin de répondre aux contraintes du secteur : un contenant léger, étanche, empilable, lavable, résistant... mais aussi écologique, réutilisable et recyclable.

La fabrication des emballages compostables est parfois la cause de déforestation, de monoculture intensive, d'augmentation du coût des denrées alimentaires... Et encore faut-il qu'ils soient réellement biodégradables à domicile. « Un déchet reste un déchet », il est donc préférable de sortir du système de l'usage unique et de s'écarter de tout risque de « greenwashing »¹.

ChanGo a finalement opté pour une économie de fonctionnalité avec un plastique durable, de qualité, recyclable et sans additifs, fabriqué en Europe par deux entreprises pratiquant l'économie circulaire. À terme, ChanGo aimerait se fournir en Belgique ou idéalement créer ses propres contenants à partir de plastique « upcyclé »².

Dans l'air du temps

ChanGo vise toutes structures de restauration qui proposent des plats à emporter et qui

témoignent d'une volonté de réduire leur impact environnemental, notamment via une offre de plats végétariens, de produits locaux et bio.

D'un côté, les restaurants et services traiteurs permettent de toucher rapidement les consommatrices et consommateurs, via un écosystème délimité géographiquement. De l'autre, les collectivités et sociétés de livraison fonctionnant en circuit fermé nécessitent une solution sur mesure et coconstruite.

Cinq projets-pilotes ont été lancés dans différentes villes afin de tester le concept. Les retours sont déjà très positifs. L'apparition d'une concurrence confirme la demande et l'engouement en faveur de la durabilité. De plus, l'évolution de la législation ouvre des opportunités dans les marchés publics et appels à projets. ChanGo a d'ailleurs reçu une dizaine de marques d'intérêt spontanées.

Les besoins actuels

Des financements. Outre une levée de fonds pour compléter les aides régionales, ChanGo continue de présenter son projet à des structures d'investissement privées ou publiques.

Des contacts. Le projet ayant pour ambition de s'étendre en une multitude de réseaux, toute personne ou organisation intéressée est la bienvenue, tant pour intégrer le projet que pour le soutenir !



Plus d'information
www.chango.be

¹ <http://www.cpcp.be/wp-content/uploads/2019/05/greenwashing.pdf> »

² Dans l'économie circulaire, ce concept consiste à revaloriser un déchet en lui donnant une nouvelle utilité – va plus loin que le recyclage.

PETITES ANNONCES

OFFRES

SOJA BIO

+/- 7 tonnes de soja bio, en big bag, à vendre région de Soignies.

Contact : Payelle Xavier
Mail : xavier.payelle@skynet.be
Tél : 0477/53 78 03

CÉRÉALES BIO À VENDRE

À vendre : maïs bio, avoine bio, seigle C2, seigle bio.

Contact : Ets Monseu SA
Mail : info@monseu.be
Tél : 084/38 83 09

CHEVRETTES LAITIÈRES À VENDRE/RÉSERVER

Chevrettes et chevreaux de race alpine bio, à vendre/réserver.

Contact : Lamberty Romain
Mail : rlamberty94@gmail.com
Tél : 0478/91 76 42

FUMIER DE BOVIN BIO

Fumier de bovin bio disponible à Doische.

Contact : Anceau Alain
Tél : 0471/26 40 39

CHANVRE

147 ballots 120 sur 70 (500 kg).

Idéal pour nourriture.

Paillage très absorbant.

Couverture en maraîchage.

Pour champignonnière.

Contact : Poncelet Stéphane
Mail : stephane.poncelet17@gmail.com
Tél : 0477/95 67 20

FOIN ET PRÉFANÉ BIO EN BALLE RONDE

Foin et préfané bio en balles rondes, à vendre.

Contrôle Certisys.

Région Malmédy.

Contact : Grodent Raphaël
Mail : info@fermegrodent.be
Tél : 0477/37 72 32

FAUCHEUSE KUHN

À vendre faucheuse Kuhn 2m40, sans conditionneur, en bon état.

Contact : Poncelet Stéphane
Mail : stephane.poncelet17@gmail.com
Tél : 0477/95 67 20

METTEL ET LUZERNE BIO

À vendre : 1^{ère} coupe mettel (avoine - luzerne) bio

et 2^e coupe luzerne bio, à vendre - 6 ha - région

Tournai - Frasnes-lez-Anvaing.

Contact : del Marmol Didier
Mail : ddmabbaye@gmail.com
Tél : 04/278 04 14

BINEUSE À VENDRE

Bineuse maïs Monosem supercop 6 rangs. 4.750 €.

Contact : Van Sinay Marc
Mail : vansinay.marc@gmail.com
Tél : 0474/45 34 70

FROMENT C2

Froment C2 à vendre.

Contact : Monseu Jean-François
Mail : jfmonseu@monseu.be
Tél : 0474/99 49 86

HOUE ROTATIVE 450

Houe rotative 4,5 m ; Naïke, Italy, état impeccable, prix 3.900 €.

Contact : Van Sinay Marc
Mail : vansinay.marc@gmail.com
Tél : 0474/45 34 70

À VENDRE LOT DE GÉNISSES ANGUS BIO INSCRITES

Génisses Aberdeen Angus bio inscrites ; de 1 à 2 ans prêtes à mettre à la reproduction, possibilité pour les plus âgées de les acheter confirmées pleines en juin-juillet, IBR I3, kit vente possible. Région Ath-Tournai, organisation du transport possible.

Contact : Saudemont Frédéric
Mail : saudemont21@hotmail.com
Tél : 0496/96 90 44

DEMANDES

RECHERCHE PRODUITS ET PARTENARIATS

Bionaturels (grossiste biologique basé au nord de Bruxelles) recherche plusieurs produits pour compléter son offre actuelle : épinard, échalote, pomme/poire, betterave *Chiogga* et jaune, rouge, cresson, navet jaune, oignon ciboule, radis noir, radis rouge, rutabaga. Si vous avez encore des stocks ou de la disponibilité immédiate, ou à venir prochainement, contactez-moi pour les quantités et la logistique. Nous cherchons encore quelques partenaires producteurs pour du court et du long termes.

Mail : nicolas@bionaturels.be
Tél : 0487/80 73 55

RECHERCHE PETIT ÉPEAUTRE 5 TONNES

Je recherche 5 tonnes de petit épeautre non décortiqué.

Contact : Warnitz François-Xavier
Mail : fx.warnitz@gmail.com
Tél : 0474/23 43 13



OFFRE D'EMPLOI

RESPONSABLE D'ATELIER DE CONSERVERIE – CUISINIER/CUISINIÈRE EXPÉRIMENTÉ(E)

La coopérative COPROBEL, spécialisée dans la commercialisation de volailles biologiques (www.coqdespres.be), recherche pour un engagement immédiat et à durée indéterminée un(e) responsable d'atelier de conserverie – Cuisinier/cuisinière expérimenté(e).

Contact : Rouchet François
Mail : francois.rouchet@coqdespres.be
Tél : 0470/52 63 24

**Vous souhaitez intégrer
une annonce pour une offre de :**

produit • matériel • service ou autre • demande •
recherche de quelque chose lié à votre activité bio

**N'hésitez pas à nous l'envoyer
GRATUITEMENT par e-mail :**

info@biowallonie.be

Les petites annonces sont également régulièrement postées
sur notre nouveau site Internet : www.biowallonie.be

Produire ses propres engrais naturels bas carbone à la ferme

CONSTAT

Quand on laisse tomber par mégarde une poignée d'engrais de synthèse sur le sol, on voit rapidement que la végétation y dépérit, le sol est « brûlé » et rien ne repousse pendant quelques temps. Quel chef d'entreprise raisonnable accepterait de voir ainsi mourir son sol, son outil de travail multigénérationnel, sans réfléchir à utiliser de meilleures solutions pour aujourd'hui et pour demain ?

Il existe aujourd'hui deux autres solutions couramment utilisées :

- utiliser des plantes compagnes & intercultures pour libérer/produire les éléments du sol désirés, comme le phosphore avec le sarrasin, comme l'azote avec les légumineuses et recycler les éléments du sol disponibles au lieu qu'ils se lessivent ou se minéralisent.
- utiliser les micro-organismes de la société Bioenergy pour rendre assimilables naturellement les éléments du sol désirés. C'est ainsi que font de plus en plus d'exploitants dans une vingtaine de grands pays du monde, désireux de protéger leurs sols, leur santé, leurs marges économiques et aussi leur liberté d'entrepreneur à long terme face à l'utilisation d'engrais non naturels. Bioenergy est souvent utilisé d'ailleurs en plus des plantes compagnes pour obtenir l'effet

naturel le plus important possible et réduire la part artificielle d'engrais.

QU'EST BIOENERGY ?

C'est la plus grande société privée de technologies naturelles agricoles d'Europe du Nord. Ils ont gagné plusieurs prix locaux et européens et exportent dans plus de 20 pays désormais, avec une croissance annuelle à 2, voire 3 chiffres.

QUELS SONT LES PRODUITS BIOENERGY ?

L'**Azofix** est composé des bactéries naturelles azotobacter qui prennent l'azote de l'air (78% de l'air qu'on respire) et le mettent à disposition des plantes sous une forme immédiatement utilisable. Ainsi, on peut apporter environ 50 unités naturelles d'azote par an. Au lieu d'aller atteler une remorque, une vis, aller charger des engrais, avoir un deuxième tracteur pour épandre, vous mélangez l'**Azofix** à votre désherbant (ou tout autre produit) par exemple et vous désherbez/fertilisez en un seul passage. C'est simple, cela améliore votre confort, vos marges économiques en protégeant votre capital sol. L'**Azofix** produisant l'azote en continu au niveau des plantes, vous avez aussi moins de risques de carences, de lessivage, de dégagement important de gaz à effets de serre, de particules dans l'air et dans vos poumons etc. C'est tout bénéfique pour l'exploitant, à moins cher que les engrais de synthèse.

rendent le phosphore minéral, présent en quantités largement suffisantes dans le sol, assimilable par les plantes et ainsi, vous libérez environ 40 unités de phosphore par an. **Bacto-K** et **Fosfix**, comme tous les produits naturels Bioenergy se mélangent avec tout, vous économisez ainsi des frais de mécanisation et vous améliorez votre confort et votre fertilité sol.

L'INTÉRÊT CUMULATIF À LONG TERME

Logiquement, en réduisant vos apports d'engrais artificiels au profit de l'utilisation des produits Bioenergy, vous dégradez moins votre sol. Les agriculteurs bio ont une solution nouvelle pour remplacer les fientes. Vous contribuez à redévelopper dans votre sol sa capacité à fournir lui-même vos plantes et ainsi année après année, vous allez voir votre sol redevenir plus riche et plus résilient grâce à une vie du sol protégée, surtout si vous l'activez avec du **Penergetic** (Cf TCS 12/2020).

Ces bactéries apportées ne passant pas l'hiver et les doses apportées étant insignifiantes, vous ne déséquilibrez pas votre sol : vous remettez simplement en route le cycle complet de son auto-fertilité naturelle après plus de 60 ans de baisse de l'activité de la vie du sol pour cause de brûlures mortelles artificielles.



A droite avec Penergetic (6 ans) et Bioenergy (4 ans).

Le **Bacto-K** est composé des bactéries naturelles *Bacillus Megaterium* (à l'origine aussi de la pénicilline comme vous le confirmera leur page sur l'encyclopédie en ligne Wikipedia) qui rendent la potasse minérale, présente naturellement en quantités largement suffisantes dans le sol, assimilable par les plantes et ainsi, vous libérez environ 40 unités de potasse par an.

Le **Fosfix** est composé des bactéries naturelles *Bacillus Megaterium* qui

Plus d'infos sur les produits Bioenergy et penergetic sur : www.tocrop.com

Numéro de téléphone vert européen : 00800 0398 0398 (gratuit depuis les fixes)

Tocrop sera aux Culturelles, à la Foire d'Ettelbruck, à la Foire de Libramont et à Nederlandse Lanbouwers.



Qui d'autre vous aide à trouver les bons ingrédients pour votre plan de financement ?

Nos 200 experts Business sont à votre disposition.

Crelan vous conseille volontiers. Car le succès d'une idée brillante dépend d'un plan de financement bien réfléchi, et cela, nos experts Business le savent mieux que quiconque. Ils se feront un plaisir de vous aider à accentuer les bons éléments, pas à pas, grâce à une bonne dose de conseils financiers assaisonnés d'une vision claire de vos ambitions.

Parlez-en avec votre expert dans une agence Crelan près de chez vous.

www.crelan.be



Crelan

Ensemble pour
une autre banque