

Baromètre de la filière légumes

Audrey Warny, Biowallonie

La filière des légumes bio traverse plusieurs défis. Focus !

En Wallonie, 2,9 % des surfaces cultivées en bio sont dédiées aux légumes avec, en 2021, 364 hectares de plus qu'en 2020. Les pois et haricots à destination de l'agro-industrie dominent les superficies cultivées en bio. Les 461 producteurs de légumes bio wallons cultivent sur des surfaces très variées allant d'un demi-acre à 84 hectares. En 2021, 188 producteurs ont moins d'un hectare de cultures de légumes, 109 cultivent entre 1 et 3 ha, 86 d'entre eux entre 3 et 10 ha, 43 entre 10 et 20 ha et seulement 35 cultivent des légumes sur plus de 20 ha.

Puisque la filière légume est très hétérogène, le baromètre s'y rapportant est divisé en trois « états des lieux ». Le premier se concentre sur les activités de maraîchage, le second fait le point sur les légumes plein champ pour le marché du frais et le troisième cible le marché de l'agro-industrie. Ces données ont été collectées lors de petites animations de groupe, d'appels téléphoniques individuels et de sondage informatique (en juillet 2022).

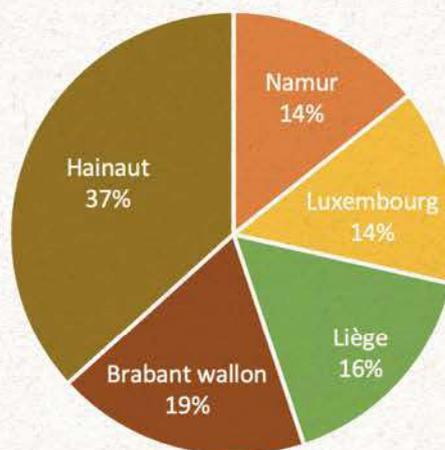
1. Les maraîchers

Le feed-back des maraîchers a principalement été obtenu par le sondage en ligne : pas moins de 49 témoignages ont été reçus ! Neuf d'entre eux sont installés depuis moins de trois saisons tandis que les autres le sont depuis une plus longue période. Les provinces sont représentées suivant les chiffres ci-dessous.

Perception de l'offre et de la demande

Les maraîchers ressentent un déséquilibre sur le marché : l'offre est supérieure à la demande. À ce titre, la perception des maraîchers installés depuis moins de trois saisons est quasi identique à celle des « anciens ». La jauge ci-dessous parle d'elle-même.

Répartition géographique des répondants



* Maraîchers installés depuis moins de 3 saisons

** Maraîchers installés depuis plus de 3 saisons

Perception des maraîchers de l'offre et de la demande bio

Nous avons demandé aux producteurs de positionner leur perception de l'offre et de la demande sur une jauge. À l'extrême gauche, l'offre est très inférieure à la demande (score 1) ; à l'extrême droite, l'offre est très supérieure à la demande (score 5). Nous avons ensuite tiré une moyenne de ces résultats.

Extrême gauche (1) = offre inférieure à la demande

Extrême droite (5) = offre supérieure à la demande

Plusieurs maraîchers ressentent une « grosse concurrence avec le local non labellisé ».

D'autres évoquent des problèmes liés à la distribution de leurs produits : « Pour moi, le

marché du légume bio n'est pas saturé. Ce qui manque, ce sont les clients prêts à acheter directement au producteur. Dans le Brabant wallon, nous subissons particulièrement la

concurrence des épiceries bio qui se disent aussi locales et des moyennes surfaces qui ont des légumes bio emballés, rarement belges

Elles attirent les clients, nous achètent parfois de très petites quantités à très bas prix mais vont surtout vers des grossistes et vendent parfois des courgettes italiennes et des carottes hollandaises à côté de chez nous... Pour moi, fidéliser les clients moins motivés, offrir autant de confort que le magasin bio

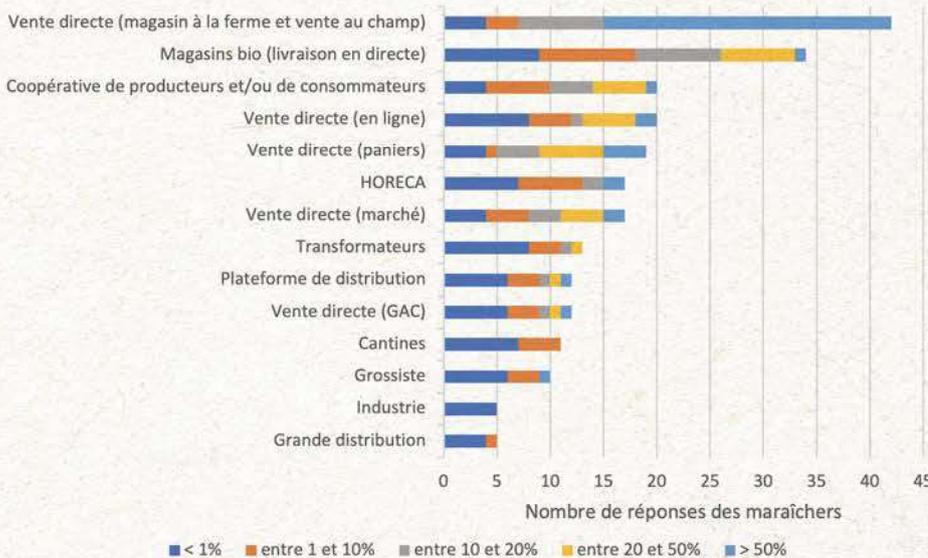
d'à côté, cela demande trop d'investissements (chambre froide, carburant et véhicule ou magasin à la ferme) et des heures de travail que je n'ai pas. »

« La clientèle se rabat vers les grandes surfaces et les solutions faciles et moins chères. Le modèle de vente directe est très

défavorisé en ce moment, et en cas de crise, le bio a du mal. »

Des témoignages peu rassurants pour le secteur, d'autant que la vente directe est le canal le plus usité par les maraîchers pour écouler leur production comme indiqué dans le sondage ci-dessous.

Volumes de ventes par canaux de distribution



8 maraîchers ont répondu qu'ils ont un volume de ventes inférieur à 1 % par vente directe (en ligne). Ce canal représente plus de 50 % des ventes chez seulement 2 maraîchers.

L'amertume est perceptible. « Beaucoup de travail pour des revenus modestes. Beaucoup d'efforts et peu de soutien en retour. » « La saison 2021 a été extrêmement difficile. Mildiou dans les pommes de terre, arrachage de carottes difficiles, désherbage des oignons qui a échoué... La qualité des produits n'était pas au rendez-vous... et le consommateur non plus. »

Évolution de la consommation bio

Qu'en est-il de leurs ressentis par rapport à l'avenir de la consommation bio ? 32 % des maraîchers sont (très) sceptiques, 25 % sont confiants et les autres sont mitigés (43 %).

« Le bio va souffrir à court terme à cause du pouvoir d'achat en berne. À long terme, je suis plus optimiste mais je crains que les petits ne soient laminés par les robots... »

Ces constats et incertitudes seraient-ils annonciateurs de déconversions ? Peut-être pas à court terme, car cultiver en bio est, pour 77 % des répondants, d'abord une question de valeurs.

Mais, pour certains, réduire l'offre s'impose. « Pour ne pas avoir trop d'excédents, nous avons fortement réduit le maraîchage pour 2022. » (maraîcher) « Il est extrêmement

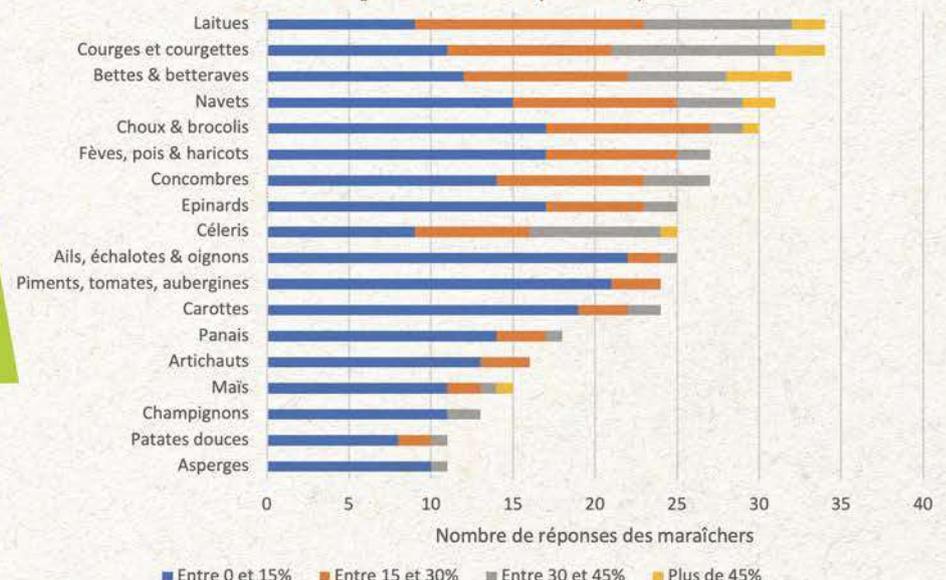
difficile de parvenir à maintenir plusieurs activités sur une ferme quand l'une d'elles (la vente) bat de l'aile. Nous avons fermé 2 magasins bio (petites épiceries de quartier fournies entre autres par notre ferme) ces 10 derniers mois [faute de clientèle] » (coopérative)

Caractérisation de la demande

Nous avons demandé aux maraîchers d'estimer leurs invendus (en pourcentage), par légumes, entre juin 2021 et juin 2022. Les résultats sont repris dans le tableau ci-contre.

8 maraîchers ont répondu qu'ils ont un volume d'invendus compris entre 15 et 30 % en fèves, pois et haricots. Un seul maraîcher a eu des invendus supérieurs à 45 % pour ses choux et brocolis.

Volumes des légumes invendus entre juin 2021 et juin 2022



Nous les avons ensuite interrogés sur les légumes les plus demandés.



Les carottes font partie des légumes les plus demandés chez 29 maraîchers. Les artichauts font partie des plus demandés chez seulement 4 maraîchers.

C'est en croisant les résultats de ces deux graphiques que l'on peut identifier les légumes populaires et impopulaires auprès des consommateurs. En effet, certains légumes sont invendus car ils sont hors calibre, moches ou produits en surquantité, et non parce qu'ils sont mal-aimés de la clientèle. Par exemple, les laitues, les courges et courgettes, ou encore les concombres, sont en haut de la liste des invendus. Or, ils sont aussi largement demandés par les consommateurs.

Les produits « gagnants », largement demandés et bien écoulés, sont les solanacées estivales, les carottes et les légumineuses. À l'opposé, ceux qui peinent à se vendre et qui suscitent peu d'intérêt chez le consommateur sont le navet, les bettes, les betteraves et les choux.

2. Les producteurs de légumes plein champ pour le marché du frais

Perception de l'offre et de la demande

Les producteurs de légumes plein champ pour le marché du frais sont les plus inquiets. Leur réponse est sans équivoque : la demande est inférieure à l'offre. Le marché serait même « hypersaturé ». « Nous sommes quelques

gros producteurs à nous en sortir malgré le contexte très difficile. Nous n'osons pas imaginer ce que les plus petits producteurs doivent traverser. »

« Pour augmenter nos débouchés, on a besoin de transformateurs locaux capables de brasser de gros volumes. » « Idéalement, il faudrait des acteurs qui recentralisent la demande, qui achètent des grosses quantités. »



Perception des producteurs de légumes de plein champ de l'offre et de la demande en bio

Extrême gauche (1) = offre inférieure à la demande

Extrême droite (5) = offre supérieure à la demande

Risque de déconversion

Ils sont relativement sceptiques quant à une évolution positive de la consommation bio. Le risque de déconversion est présent ; plusieurs agriculteurs y réfléchissent déjà.

« La déconversion n'est pas encore à l'ordre du jour mais il faudra peut-être y penser. Au final, c'est le consommateur qui décidera. » (Producteur plein champ – frais)

« J'ai beaucoup de crainte sur le pouvoir d'achat et donc la consommation bio. J'hésite même à diminuer les surfaces bio l'année prochaine, surtout vu la demande en conventionnel pour les grandes cultures (froment, pomme de terre, betterave...). » (Producteur plein champ – frais)

« Je me pose actuellement la question d'arrêter la production en mode bio, ce que nous ferons déjà sur l'une de nos deux fermes en fin d'année. » (Producteur plein champ – frais)

Demande en hausse de légumes

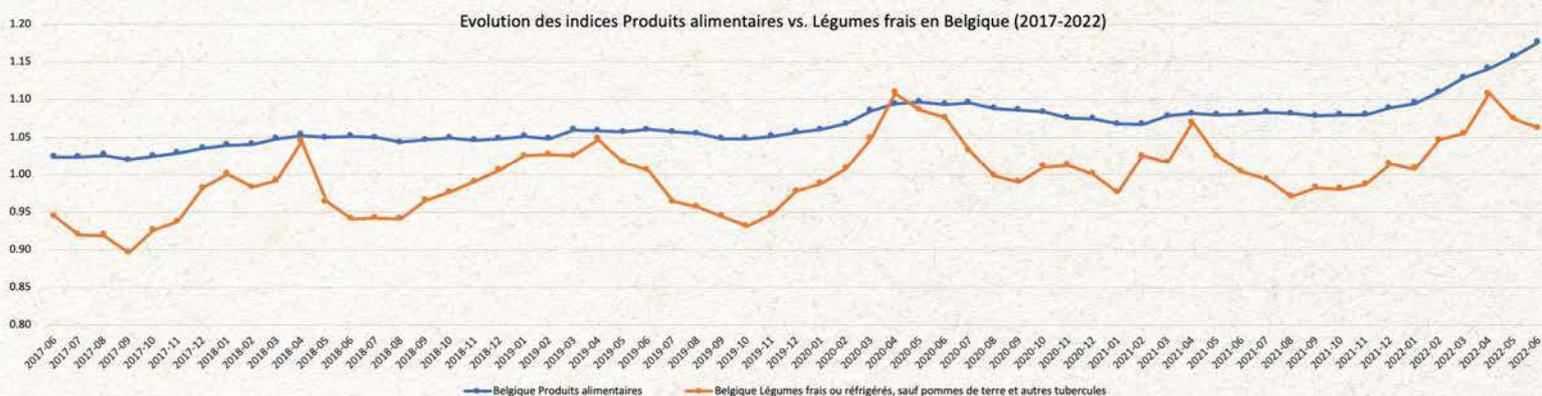
Vu la conjoncture, il n'y a pas vraiment de demande « en hausse » pour l'un ou l'autre légume, sauf pour la chicorée (qui est une astéracée). La demande reste relativement présente pour l'ail, l'échalote, les oignons.

Baromètre des prix

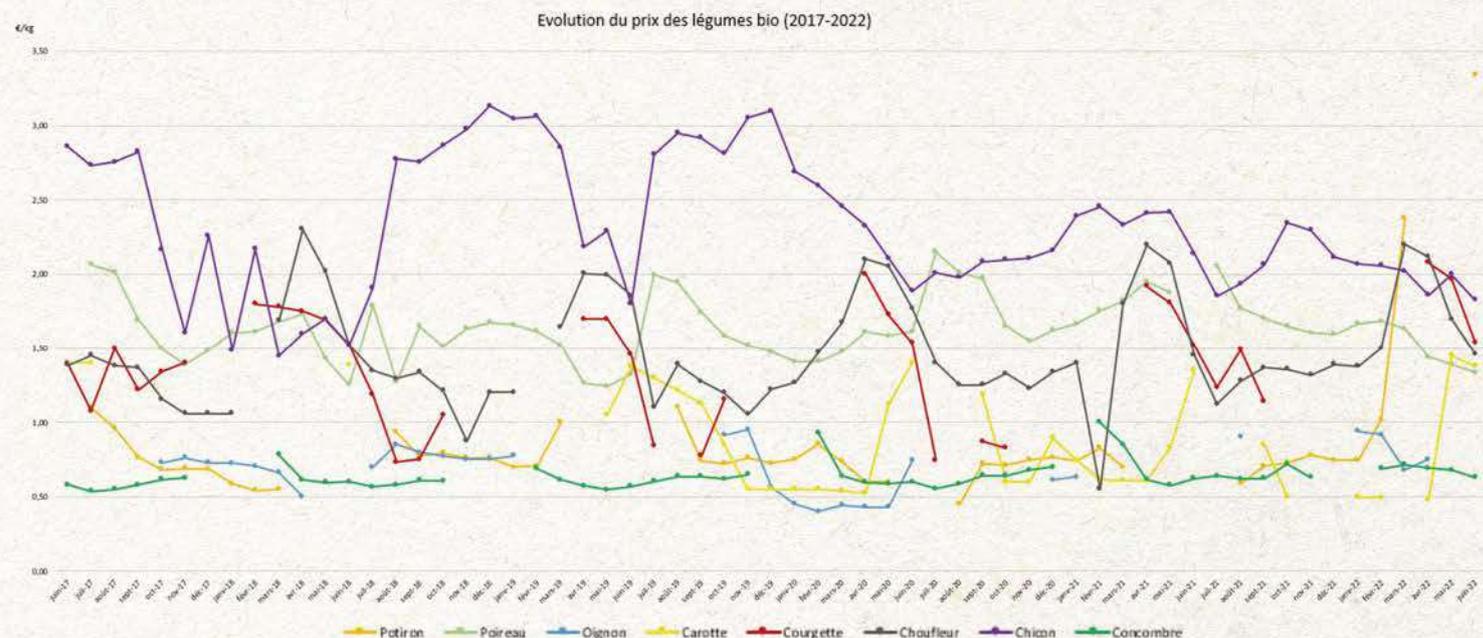
Le tableau ci-dessous reprend l'évolution de deux indices de prix¹ entre janvier 2017 et juin 2022 (source : Eurostat/BE – 2015=100).

1. En bleu, l'indice « Produits alimentaires »

2. En orange, l'indice « Légumes frais ou réfrigérés sauf pomme de terre et autres tubercules »



Si on compare les prix de juin 2017 et ceux de juin 2022, les prix des **produits alimentaires** ont augmenté d'environ **15 %** alors que les prix des **légumes frais** ont pris 12 %. Observons maintenant l'évolution des prix de huit légumes bio entre juin 2017 et juin 2022. Aucun n'a augmenté de 12 ou 15 %. Par exemple, le prix du chicon a diminué d'1,03 €. Les prix du concombre, chou-fleur, courgettes et carotte sont restés relativement stables.



Source : <https://landbouwcijfers.vlaanderen.be/marktinformatie>. Ce site est géré par l'administration flamande. Il donne les prix de certains légumes bio par semaine. Les prix indiqués sont des prix moyens, calculés à partir de ceux obtenus par les criées affiliées à la VBT (association des coopératives horticoles belges)

¹ L'indice des prix à la consommation est un indicateur économique qui a comme vocation première de mesurer, de façon objective, l'évolution, au cours du temps, des prix d'un panier de biens et services, achetés par les ménages, et censé être représentatif de leur consommation. L'indice est déterminé mensuellement à l'aide de la valeur de ce panier. L'évolution des indices montre l'évolution du coût de la vie pour les ménages (https://www.belgium.be/fr/economie/informations_economiques/indice_des_prix)

3. Les producteurs de légumes plein champ pour l'industrie

Perception de l'offre et de la demande

Les producteurs de légumes pour l'agro-industrie sont les mieux lotis mais craignent que le vent ne tourne. « *La demande est relativement stable, suffisante pour écouler notre production. On pourrait encore augmenter légèrement nos surfaces mais il n'y a plus de place pour des nouveaux producteurs.* »

Comme leurs confrères pour le marché du frais, ils ont fait le choix du bio par souci environnemental mais aussi pour avoir une offre qui corresponde aux attentes des acheteurs. Aujourd'hui, cette demande est moins franche. Les déconversions ne sont pas à l'ordre du jour mais les conversions sont ralenties.

À l'heure où nous écrivons ces lignes, la révision des prix pour les contrats de 2023 est en cours de réflexion. Selon nos informations, les prix vont être augmentés.



En conclusion

Je tenais à terminer cet article en remerciant les nombreux*ses producteurs*rices qui m'ont livré leurs témoignages, ingrédients indispensables à l'écriture de ce baromètre. Leur enthousiasme, pour aider la filière, confirme, une nouvelle fois, la solidarité entre les acteurs du secteur bio.