



Evolution de la consommation bio, le comportement des consommateurs et les prix

Journée Débouchés 16 février 2023

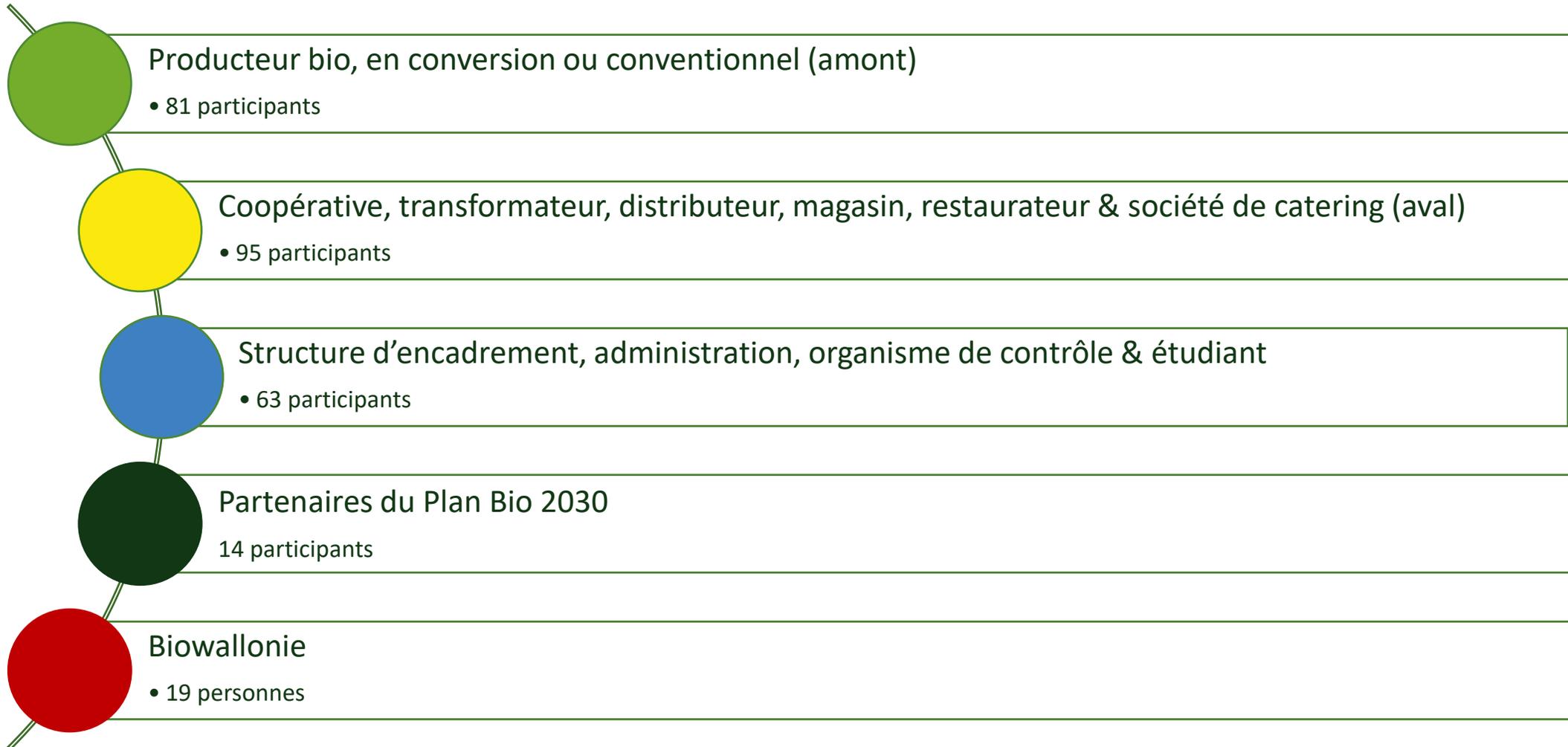
Ariane, Sylvie et Mélanie

Structure d'encadrement du secteur bio



BIOWALLONIE

Qui est présent aujourd'hui ?



Déroulement de la journée

9h : Introduction de la journée

9h20 : Focus sur l'évolution du secteur bio

10h30 : 4 ateliers

12h : Lunch bio et local

13h30 : Comment convaincre les bio-septiques ? Quels sont les arguments pro-bio à mettre en avant ?

14h45 : 3 min pour convaincre — Une dizaine d'acheteurs bio

15h25 : Intervention du Ministre de l'Agriculture Willy Borsus

15h50 : Speed-dating entre acheteurs, producteurs et artisans bio

16h35 : Verre de clôture



Faisons connaissance!

Allez-vous inscrire au speed-dating!



Quelques chiffres sur le secteur bio



En avant-première...premiers chiffres de 2022

Production bio wallonne (2021 → 2022)

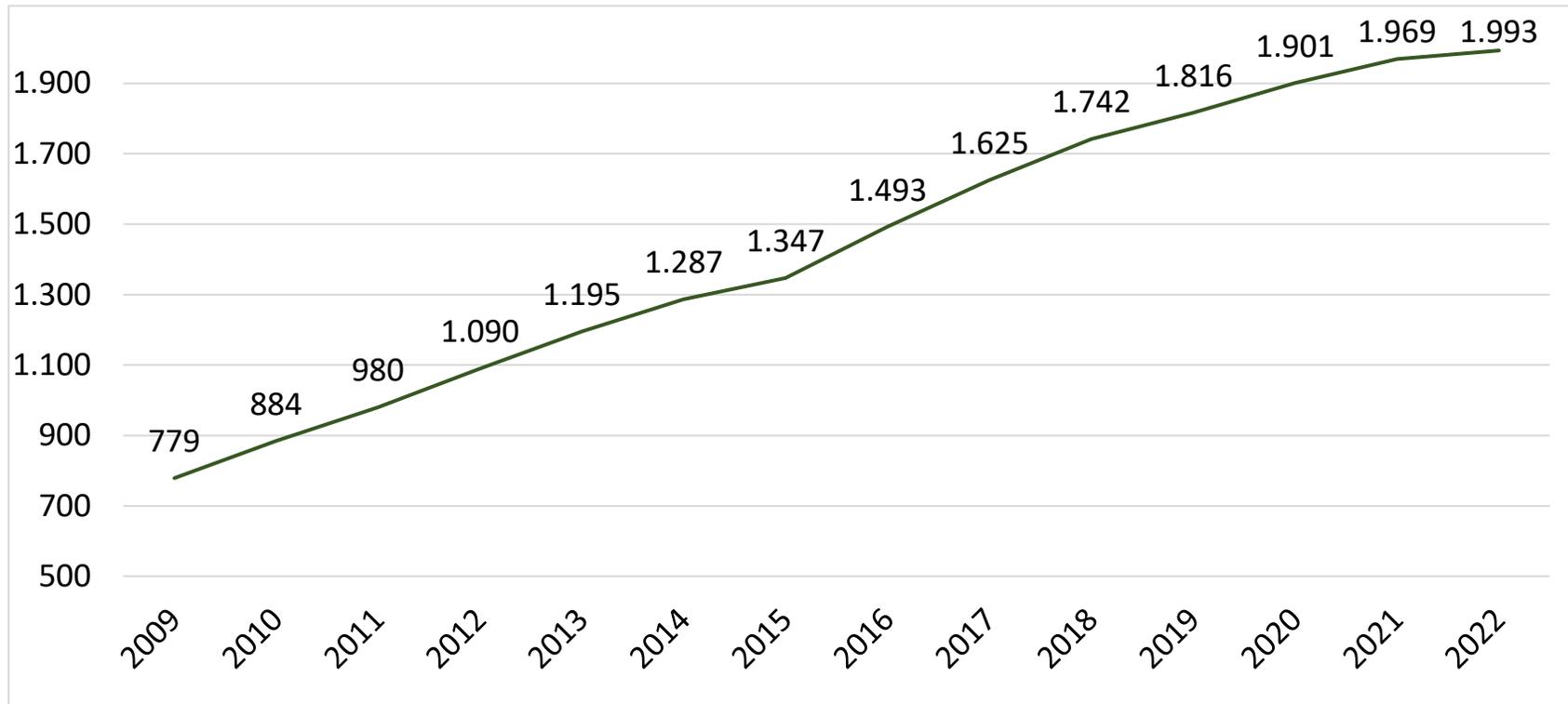
- Producteurs: 1.969 → 1.993
- + 24 producteurs
- Plus faible progression depuis 2005 (+16)

Consommation bio belge (2021 → 2022)

- Baisse de la part de marché bio: 3,5% → 3,3%
- Baisse en volume: 2,4% → 2,3%
- Nombre de ménage en hausse: 97,7% → 98,3%



Evolution des fermes bio en Wallonie depuis 2009



Tendances générales

- Inflation très importante en 2022: 9,58%
- Secteur bio tendu pour la première fois depuis 10 ans!
- La hausse nécessaire de la consommation bio
- Une année 2022 très compliqué à tous les niveaux
- Marché très instable, difficile de prévoir d'une semaine à l'autre/un mois à l'autre
- Coûts de production en hausse (énergie, salaire, emballage, engrais...)
- Quelques arrêts/faillite de producteurs, d'artisans, de magasins
- Fusion d'opérateurs
 - Magasins Färm/Biostory avec Ekoplaza (dont Biofresh)
 - Deux grossistes: Vajra/Delibio...



État des lieux du secteur

Producteurs bio



Au niveau des producteurs

- Plus faible progression du nombre de fermes bio en 2022 (depuis 2005)
- Quelques déconversions de producteurs (principalement dans la filière avicole)
- Charges en augmentation
 - Alimentation animale, énergie, pétrole, engrais, emballage...
- Prix stable ou en légère augmentation pour le producteur
 - Prix augmentent moins qu'en conventionnel
 - Ne couvre généralement pas les augmentations des coûts de revient



Au niveau des producteurs

- Productions à l'équilibre pour de nombreuses filières
- Crise plus importante:
 - De la filière volaille
 - De la filière porcine (enquête en cours: contactez Bruno!)
 - 3 facteurs principaux:
 - **Coût de production (dont alimentation)**
 - Alimentation volaille: +23% en 2021 et +20% en 2022
 - **Consommation en baisse**
 - **Importation de viande (dans la GMS)**



Comment évoluent les prix bio et conventionnel au niveau du producteur et du consommateur en GMS?

D'où viennent nos prix ?

- Prix payés aux producteurs: administration flamande et wallonne qui collectent ces données auprès de fédérations belges.
- Les prix en GMS: Socopro qui récolte chaque mois depuis janvier 2021 les prix de produits conventionnels et leur équivalent bio dans les 3 grandes enseignes présentes sur le territoire belge (hors hard discount)

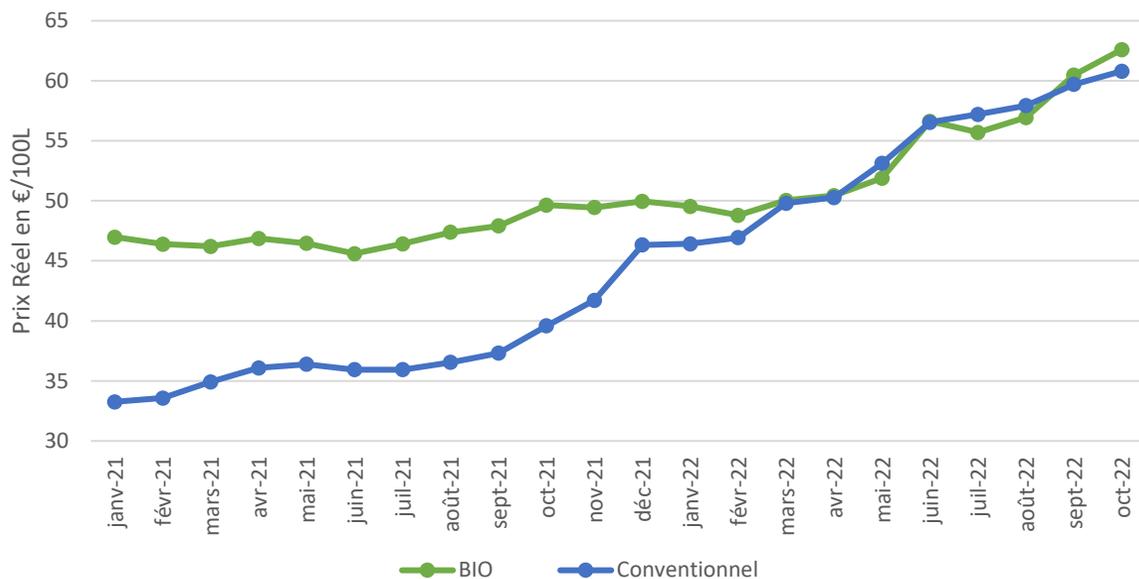
Analyse sur 7 produits:

lait, œuf, poulet, chou-fleur, courgette, pomme et poire

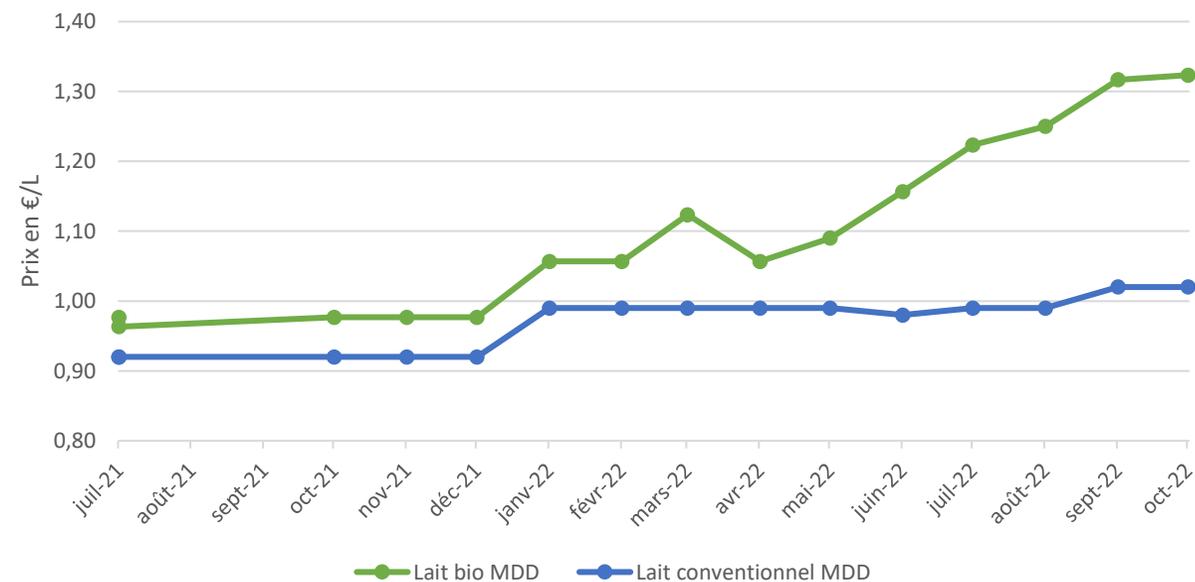


LAIT: comparaison prix producteurs vs GMS

Prix aux producteurs



Prix consommateurs GMS



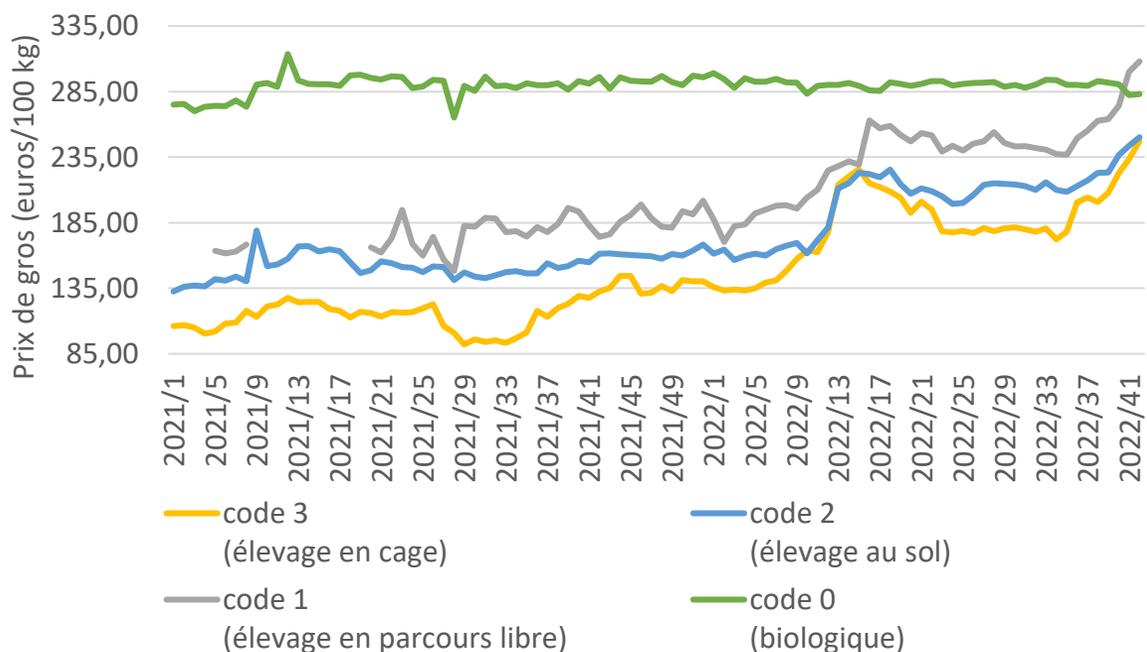
Entre juillet 21 et octobre 2021:

- Producteurs: prix bio +35% et prix conventionnel +69%
- Consommateurs: prix bio +35 % et prix du lait conventionnel +11%

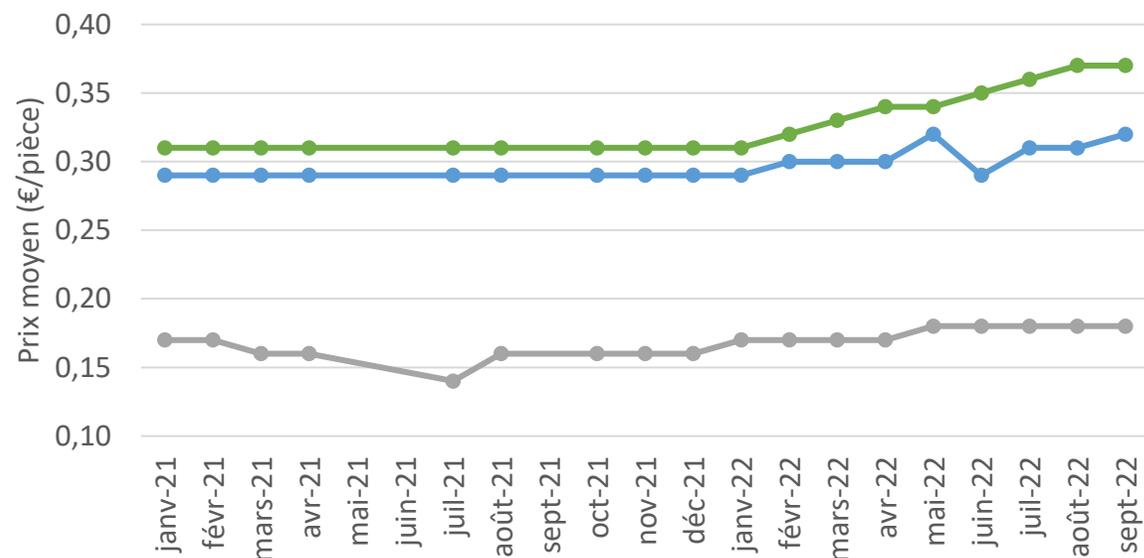


OEUFS: Comparaison prix producteurs vs GMS

Prix aux producteurs

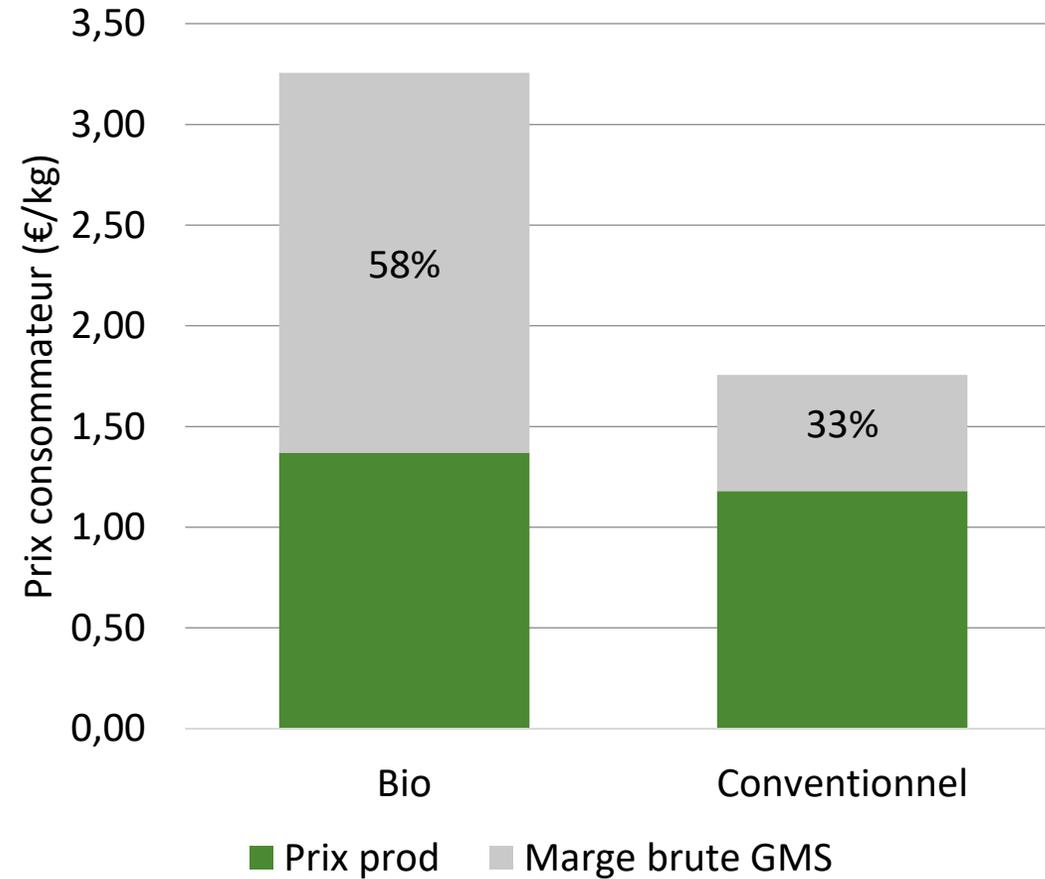


Prix consommateurs GMS



Entre février 2021 et septembre 2022: le prix de l'œuf bio est resté assez stable chez les emballeurs (+3%) et a progressé de +21% en GMS.

CHOU-FLEUR: structure de prix consommateur du chou-fleur bio et conventionnel



Retrouvez l'article complet dans Itinéraires BIO n°68

Quelques conclusions:

- Déconnection entre le prix d'achat et de vente
- Le prix donné aux producteurs est plus stable en bio qu'en conventionnel dans toutes les spéculations.
- Lait : le prix du lait bio donné aux producteurs est 3% supérieur qu'en conventionnel et est 29% supérieur en GMS (en octobre 2022).
- Courgette : Le prix à la criée a diminué de -2% en bio et a triplé en conventionnel (comparaison entre septembre 2021 et 2022).
- Pomme : En novembre 2022, en GMS, un kg de pomme bio est 10% plus cher qu'en novembre 2021 alors que les pommes conventionnelles ont diminué de -26%. Sur la même période, en criée, le prix a baissé de -16% en bio et a progressé de +4% en conventionnel.



État des lieux du secteur

Transformateurs bio



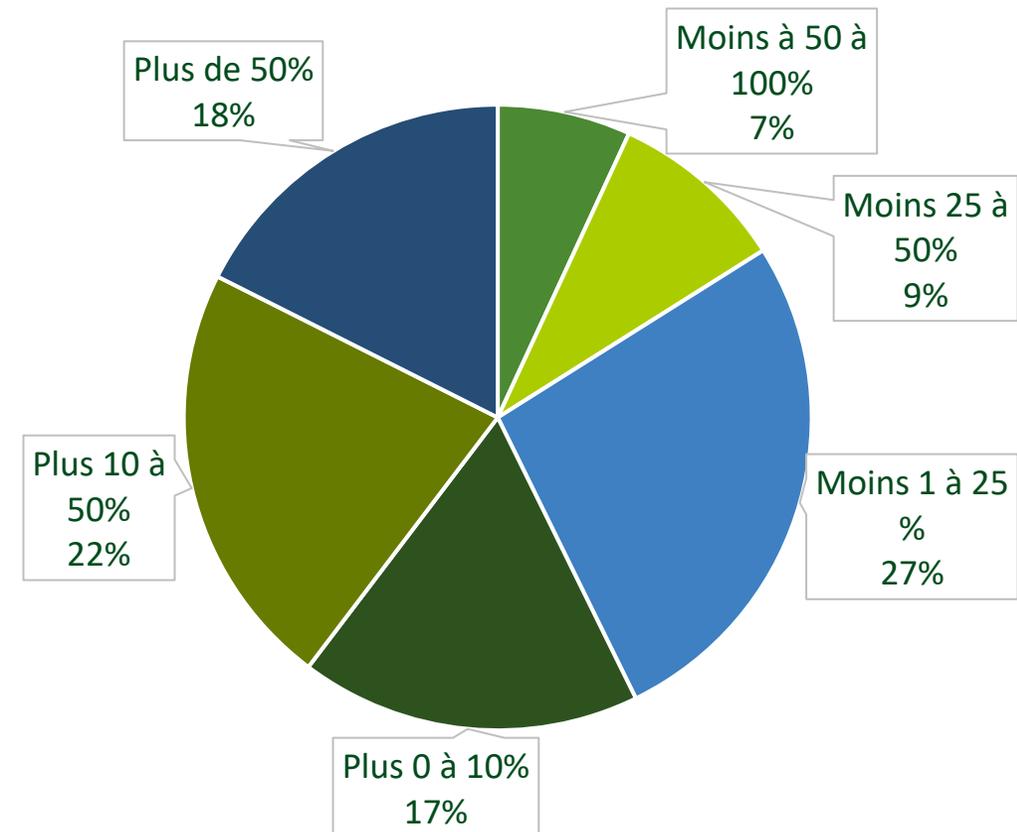
Evolution du CA des transformateurs bio wallons et bruxellois (comparaison 2021 -2022)

Sur base de données anonymisées transmises par Certisys (représentant 18% des transformateurs)

57% a un CA en augmentation en 2022

Dont 40% de >10%

Données partielles



État des lieux du secteur

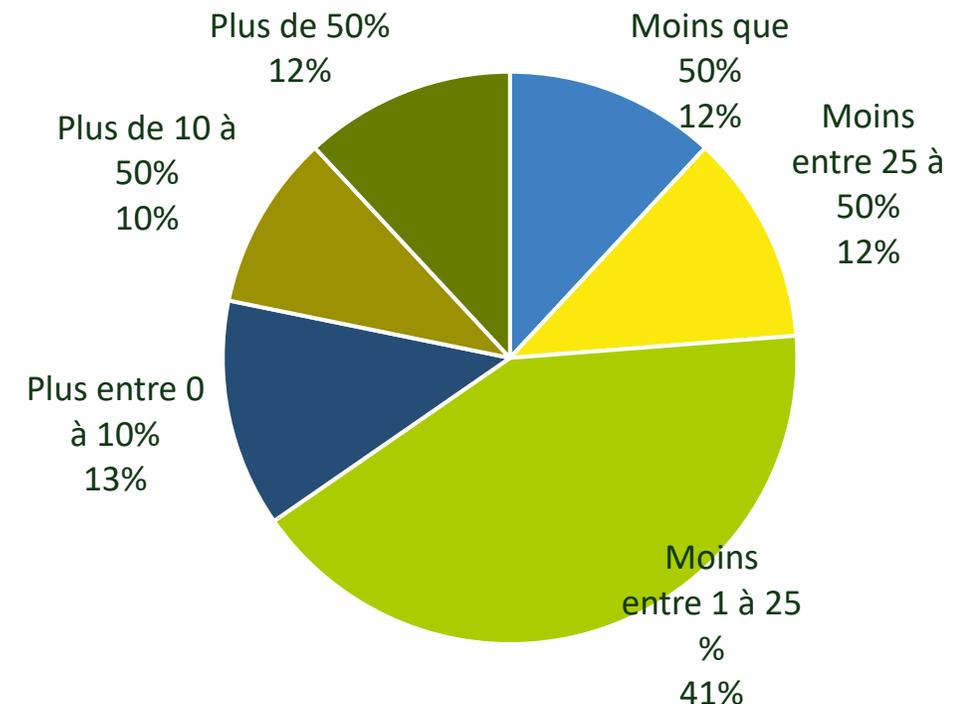
Points de vente bio/vrac/circuit court



Evolution du CA des points de vente bio wallons et bruxellois (comparaison 2021 –2022)

Sur base de données anonymisées transmises par Certisys (représentant 25% des points de vente)

- 35% ont vu leur CA augmenté
- 42% ont vu leur CA diminué entre 1 et 25%
- 23% ont vu leur CA diminué de plus de 25%



Données partielles

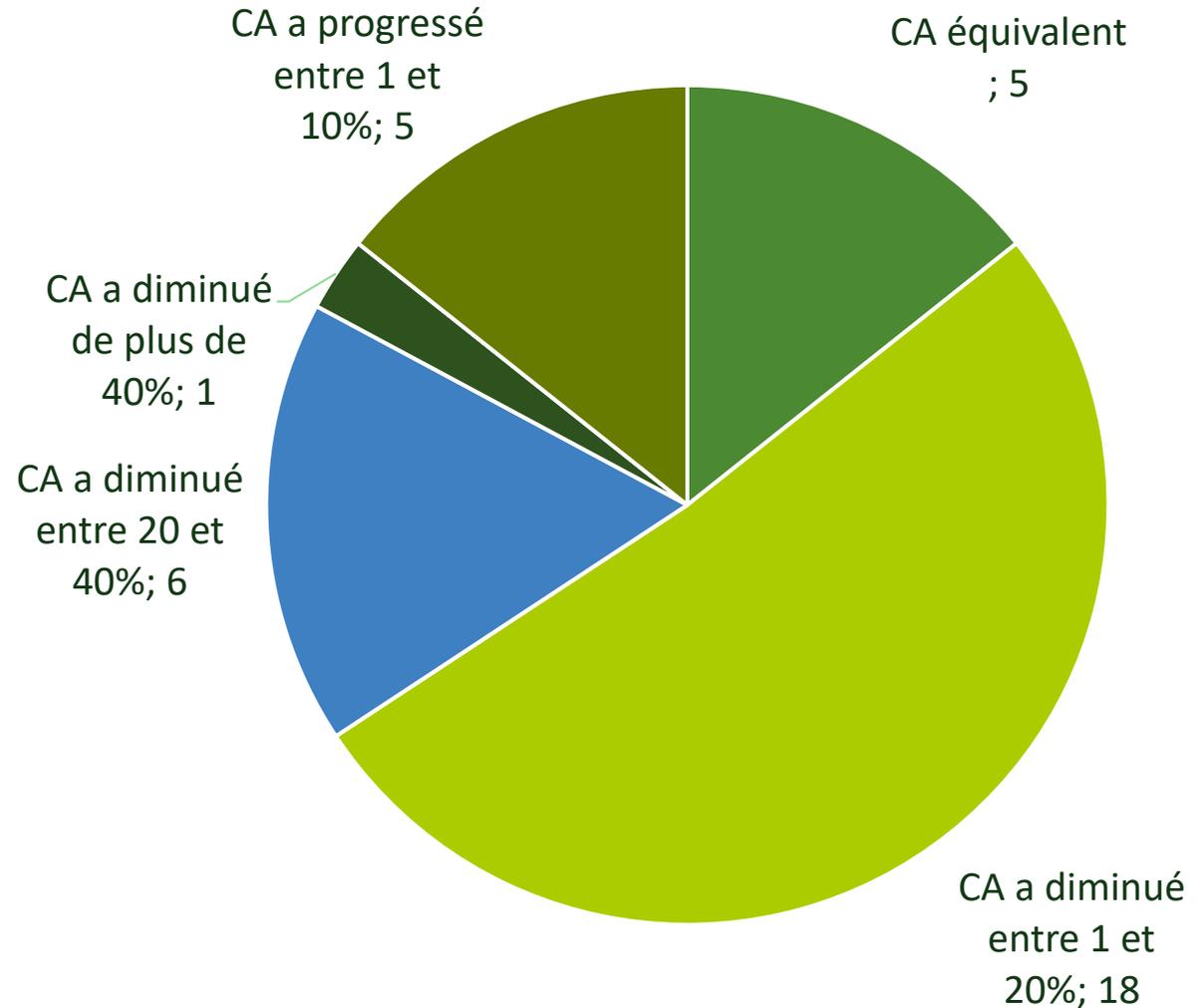
Baromètre de la distribution bio, vrac et circuit court

- En collaboration avec ConsomAction et Collectif 5C
- Tous les 6 mois, 3^{ème} édition, en cours d'analyse, formulaire toujours ouvert
- 45 répondants actuellement: magasin bio indépendant, chaîne de magasins bio, magasin vrac, magasin à la ferme, coopérative en circuit court
- Résultats partiels présentés ici
- Résultats complets publiés en mars



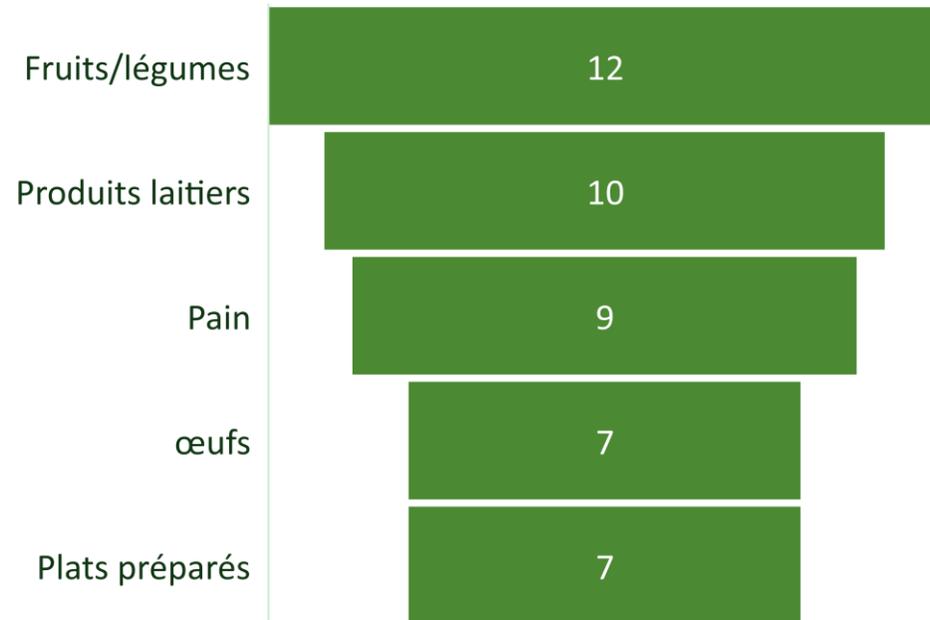
Evolution du CA entre 2021 et 2022

- 32% des magasins ont vu leur CA progressé
- 11% ont eu un CA stable
- 57% ont vu leur CA baissé
 - 41% entre 1 et 20%
 - 16% de >20%

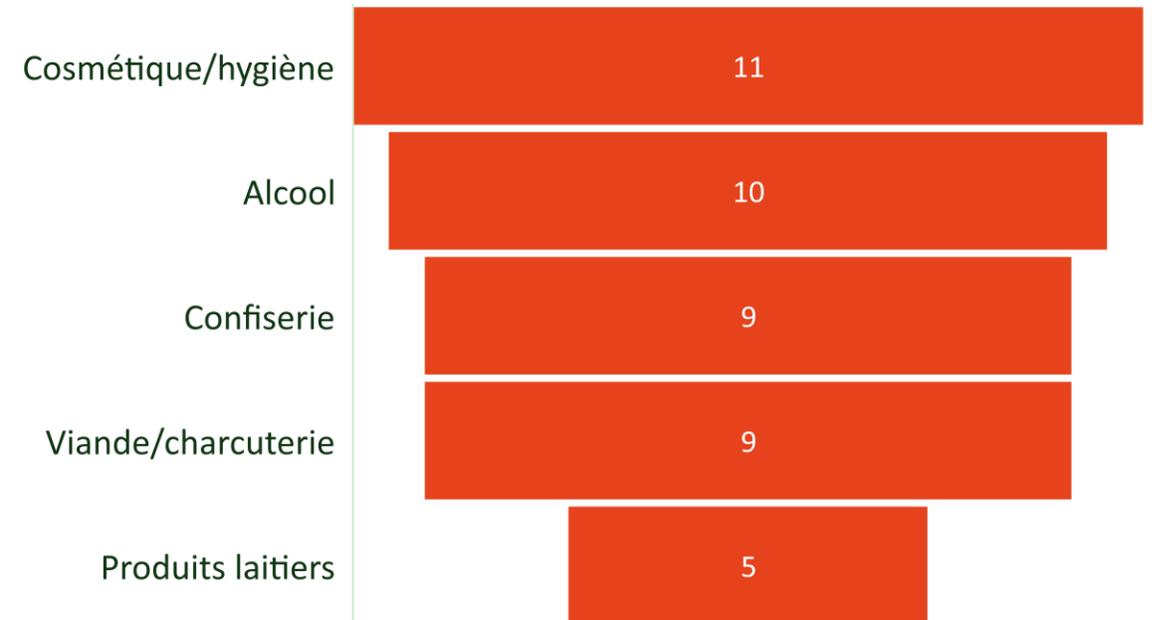


Quels produits ont vu leur vente progressé ou diminué?

Quels sont les 5 produits qui ont le plus progressé au niveau des ventes en 2022 ?

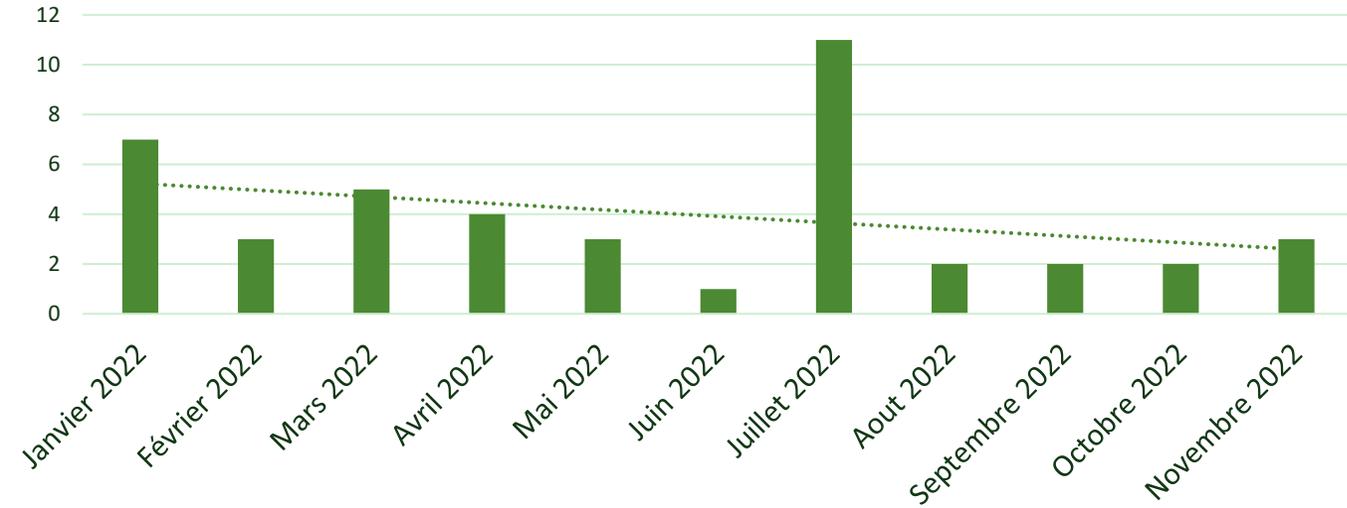


Quels sont les 5 produits qui ont le plus diminué au niveau des ventes en 2022?

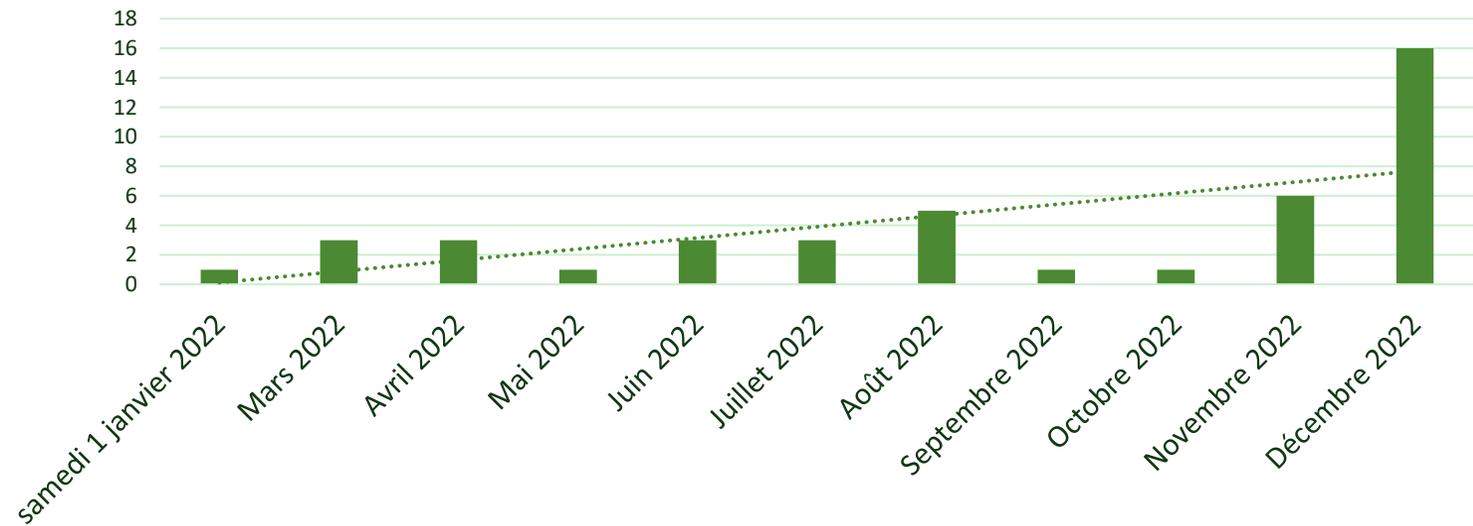


Evolution mois après mois

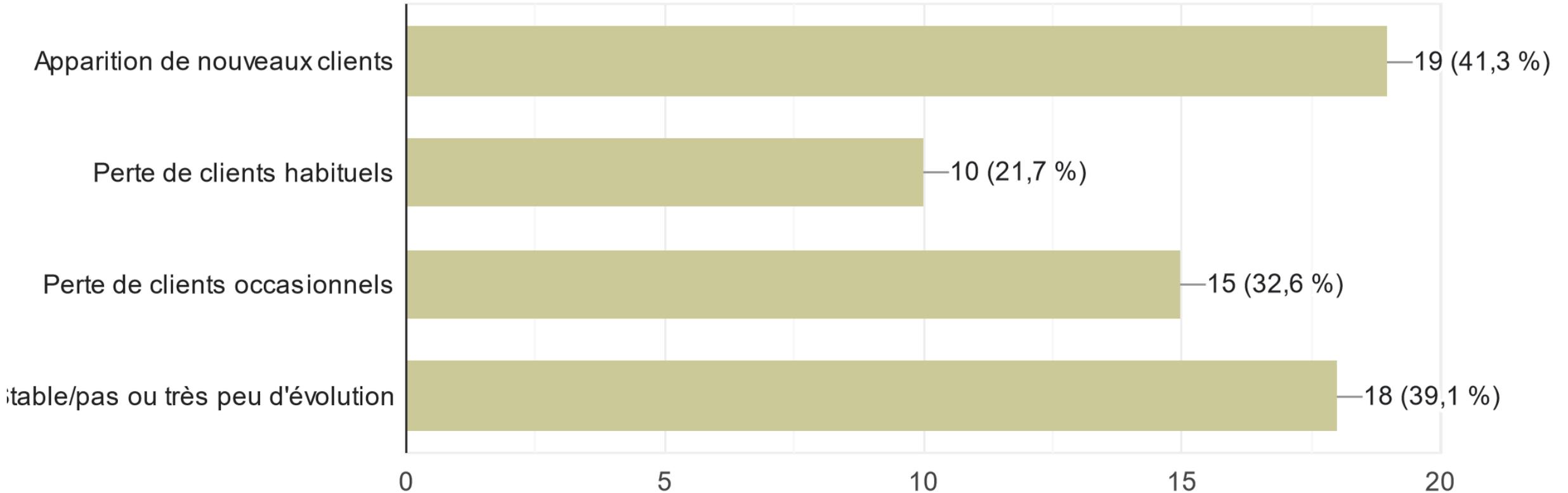
Pire mois CA 2022



Meilleur mois CA 2022

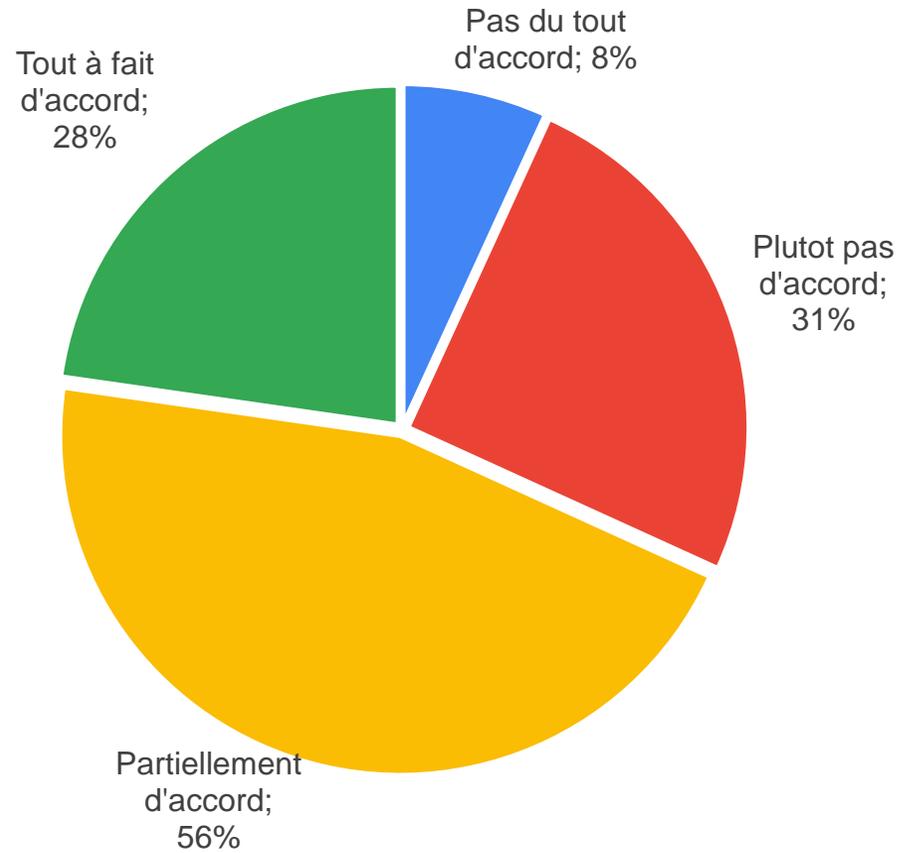


Evolution de la clientèle depuis juillet 2022

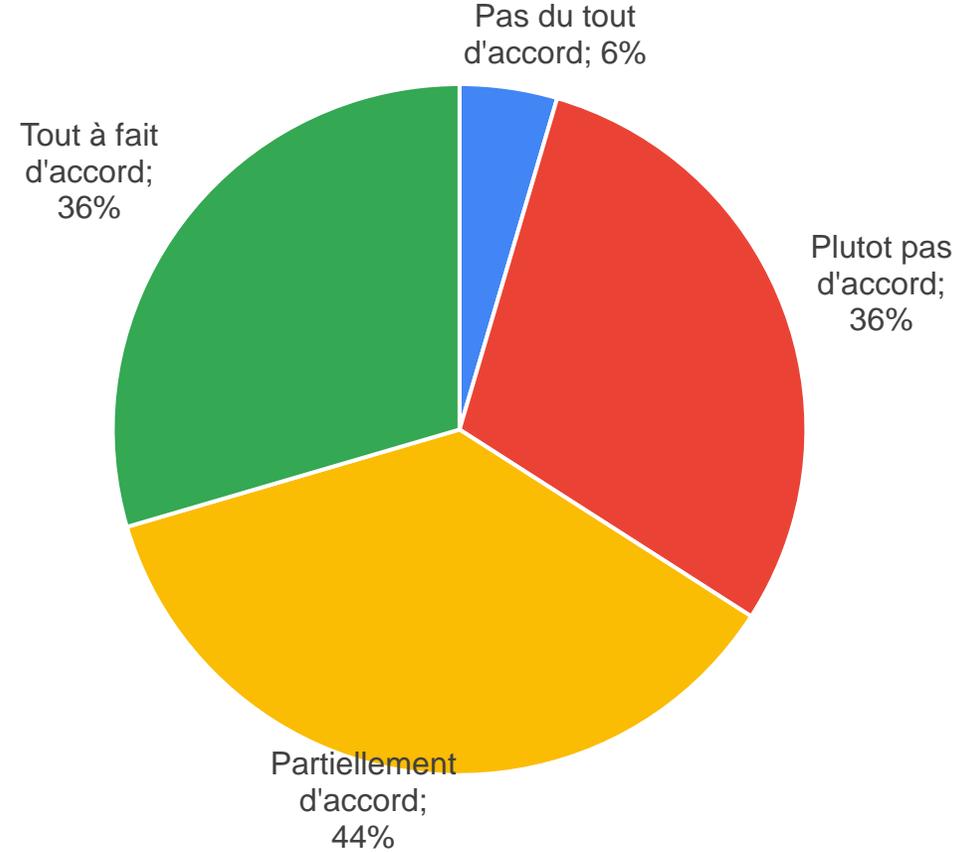


Projection vers l'avenir

Le CA du magasin va augmenter en 2023



La fréquentation du magasin va augmenter



Projection pour les 6 prochains mois

Plutôt optimisme grâce:

- Une meilleur fréquentation en janvier 2023 par rapport à 2022
- Le prix de l'énergie/essence qui diminue et banalisation du conflit en Ukraine
- Gros effort pour mobiliser la clientèle
- Plus de clients grâce à la fermeture d'autres magasins

Seul 2 magasins ont dit avoir un risque de devoir fermer ses portes en 2023



Actions menées par les commerces et besoins

Actions:

- Diversification : création de panier "plats préparés" avec recette; proposition de desserts/plats maisons
- Publicité plus agressive (réseaux sociaux, système de parrainage,...)
- Agrandissement de la gamme et de l'offre OU réduction du nombre de grossiste et se concentre sur les top ventes
- Développement de la vente en ligne

Besoins:

- Il y a une grosse demande pour une communication positive sur le secteur bio/vrac (valeurs, prix, local)
- Campagne de lutte contre le greenwashing
- Casser l'image négative du bio



Observatoire des prix

Par Sylvie Droulans (ConsomAction)



Mise en place



- Partenariat Biowallonie et ConsomAction
- Test en décembre 2022, lancement en janvier 2023

Objectifs

- Comparer objectivement les prix des magasins bio/vrac avec ceux de la GMS (Carrefour, Colruyt, Delhaize)
- Créer un outil de comparaison
- Connaitre l'évolution des prix (trimestre, année, ...)
- Développer une communication et un argumentaire ciblés



Méthodologie

- Récolte des prix GMS grâce à l'Observatoire de la Socopro
- Prix magasins bio/vrac via formulaire d'enquête envoyé trimestriellement

 **32 réponses (représentant 58 points de vente)**

- 4 chaînes bio, 7 bio, 12 vrac, 1 en ligne et 8 à la ferme
- Réparti sur le territoire wallon et bruxellois
- = 12% des PDV bio et vrac wallonie/Bxl



Données récoltées

31 Produits BIO

Viandes & oeufs	Laitage	Fruits et légumes	Céréales et secs	Boisson
<ul style="list-style-type: none">• Poulet entier• Œufs• Entrecôte de bœuf• Américain nature• Jambon cuit• Saucisse de porc	<ul style="list-style-type: none">• Lait• Beurre• Yaourt• Fromage type gouda• Fromage à croute fleurie• Chèvre frais	<ul style="list-style-type: none">• Pommes de terre• Pomme• Poire• Carotte• Tomate• Chou blanc• Courgette• Oignon• Poireau	<ul style="list-style-type: none">• Farine• Pain• Pâte• Riz• Noisette• Huile de colza• Huile d'olive• Sucre de canne• Flocons d'avoine	<ul style="list-style-type: none">• Jus de pomme



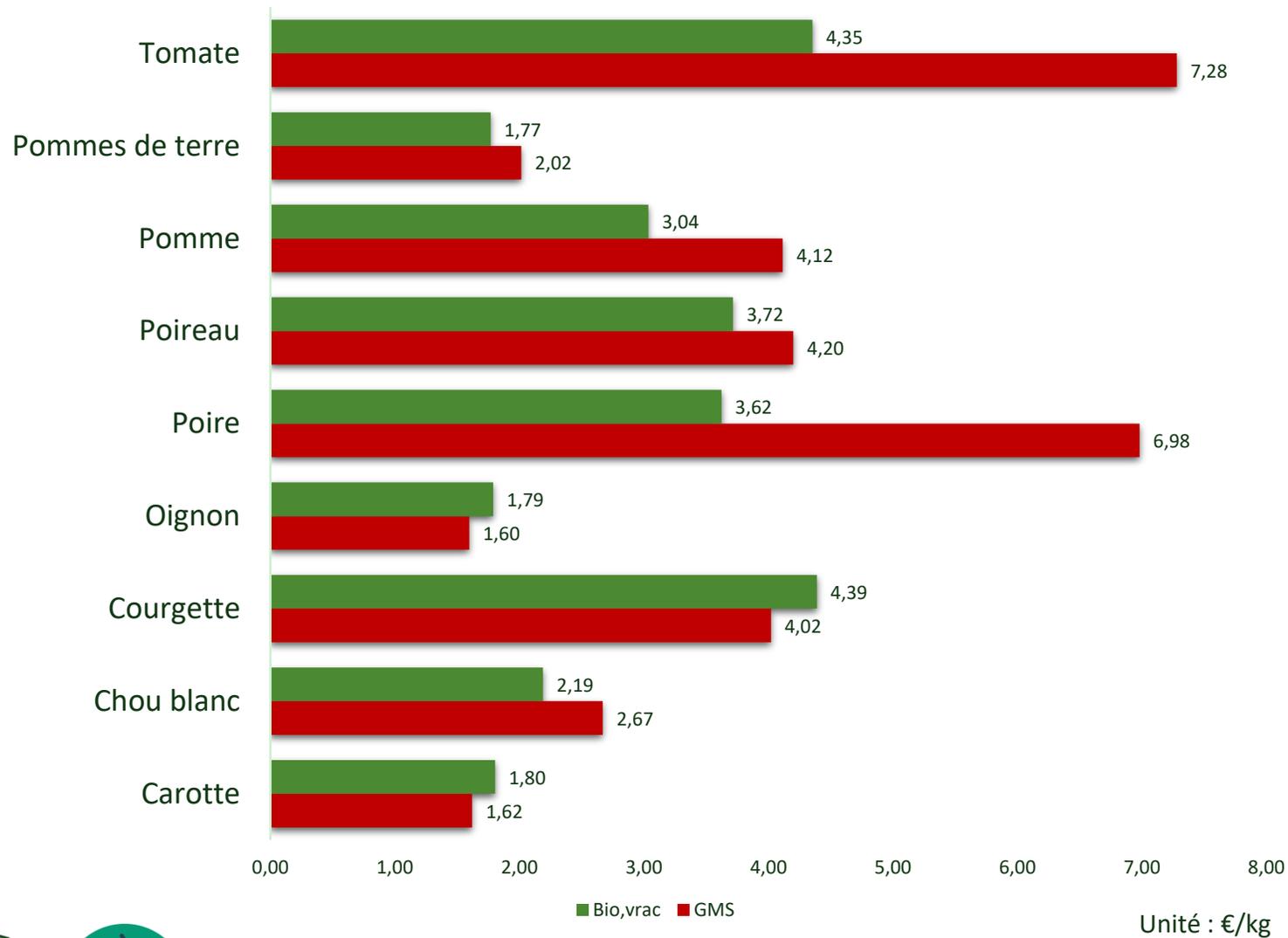
Données récoltées

Critères d'analyses

- Produits de base représentatifs de ce que consomme le plus grand nombre (produits "courants")
- Comparables avec la GMS
- Prix : €/kg
- Type d'emballage : en vrac / consigné / emballage jetable
- Origine du produit : belge / pays limitrophes / UE / hors UE



Résultats: fruits et légumes BIO

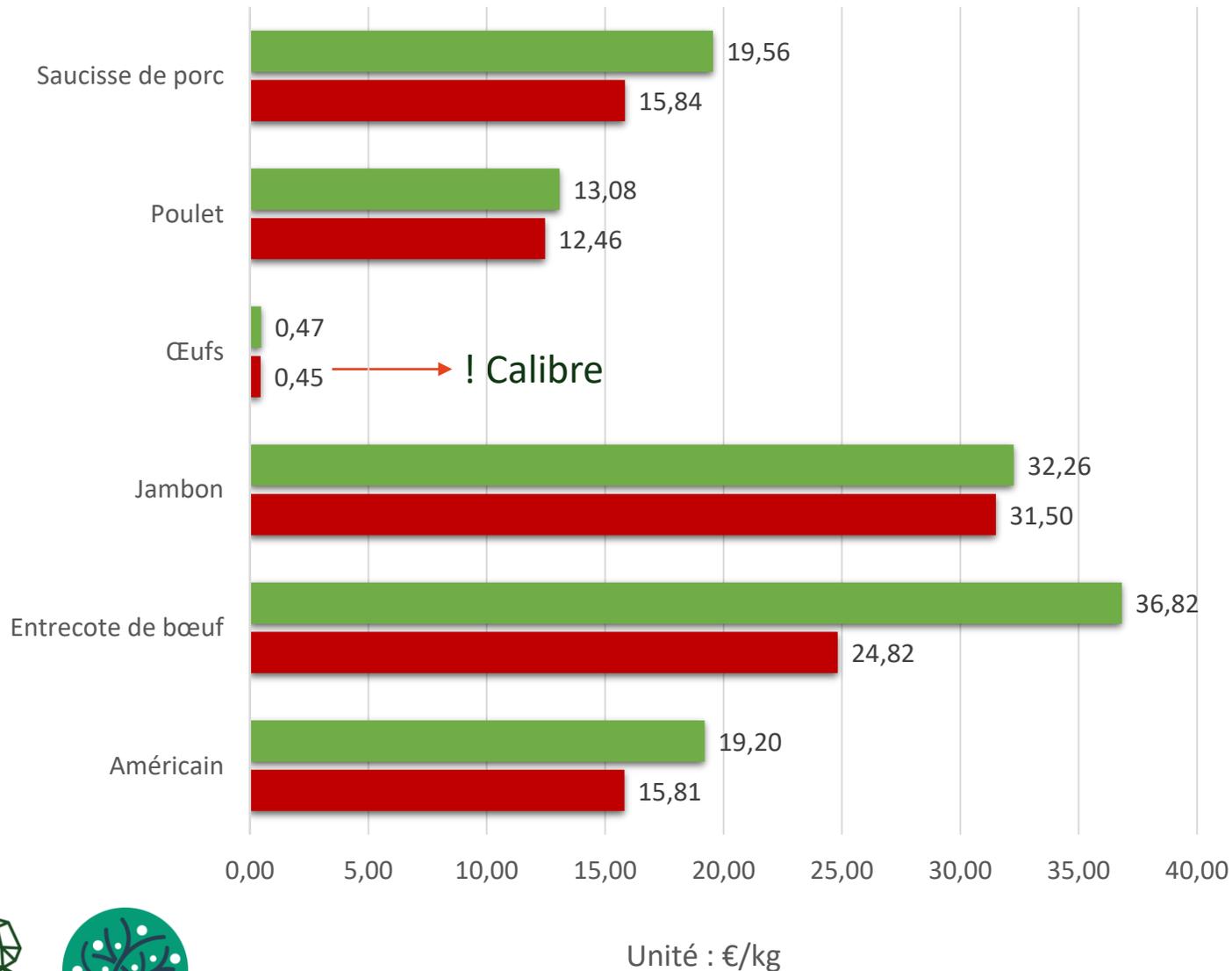


- Poire, tomate, poireau, chou blanc, pomme, pomme de terre
 - Moins chers en PDV bio/vrac
- Carotte, Oignon, Courgette
 - Moins chers en GMS
- A suivre en fonction de la saison

Magasins bio /vrac	GMS
99% des références = vrac	Toujours un emballage jetable
Origine : 87% Belgique 13% Europe (légumes hors saison)	Origine : 26% Belgique



Résultats: viandes et œufs BIO



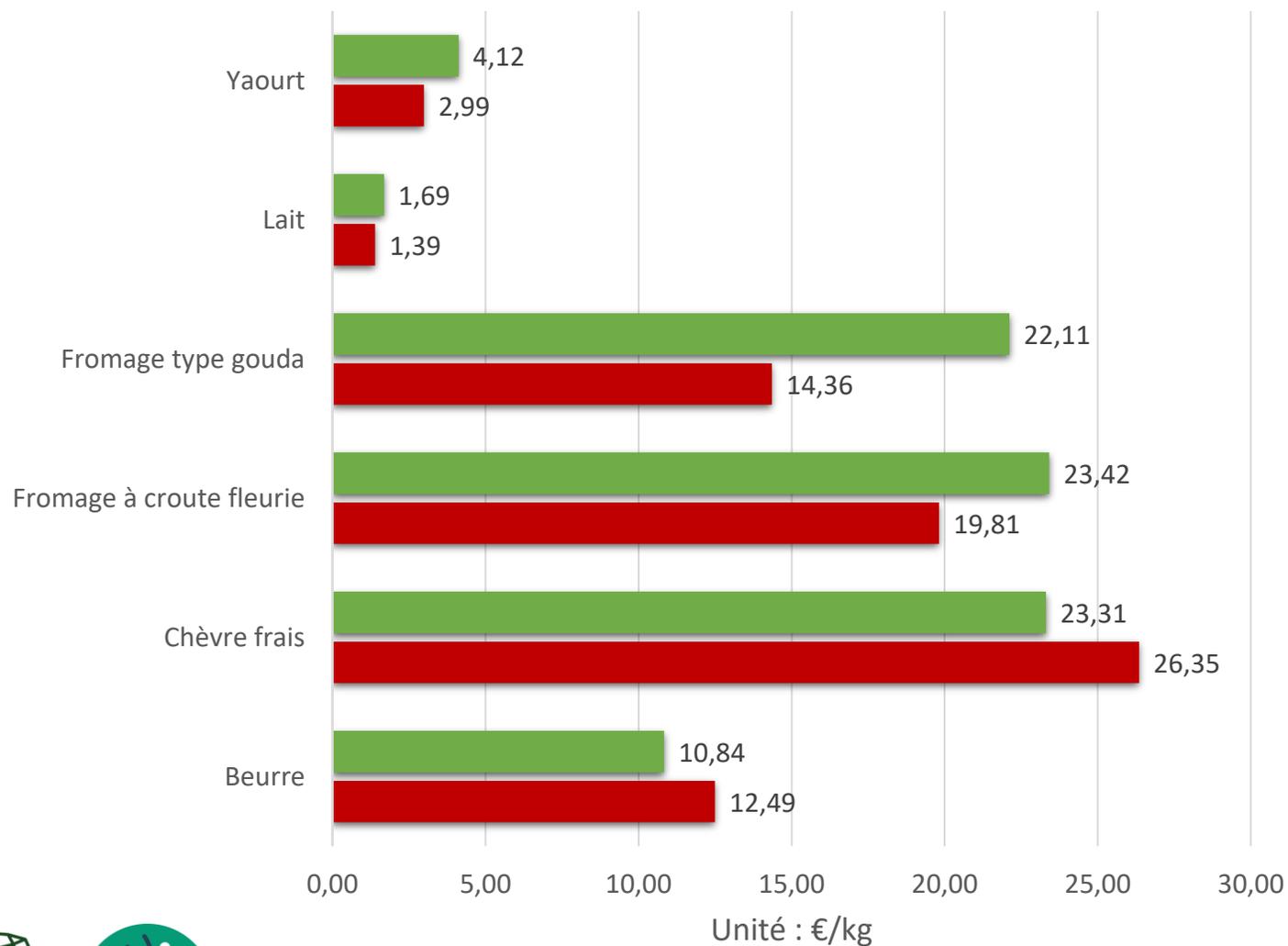
- Les prix sont généralement plus élevés en magasins bio/vrac

Mais

- **100% belge (vs. GMS = 33%)**
- Qualité supérieure :
 - Age, race, taille du cheptel
- Variation de prix importante selon les magasins
 - A la ferme : globalement moins cher



Résultats: produits laitiers BIO

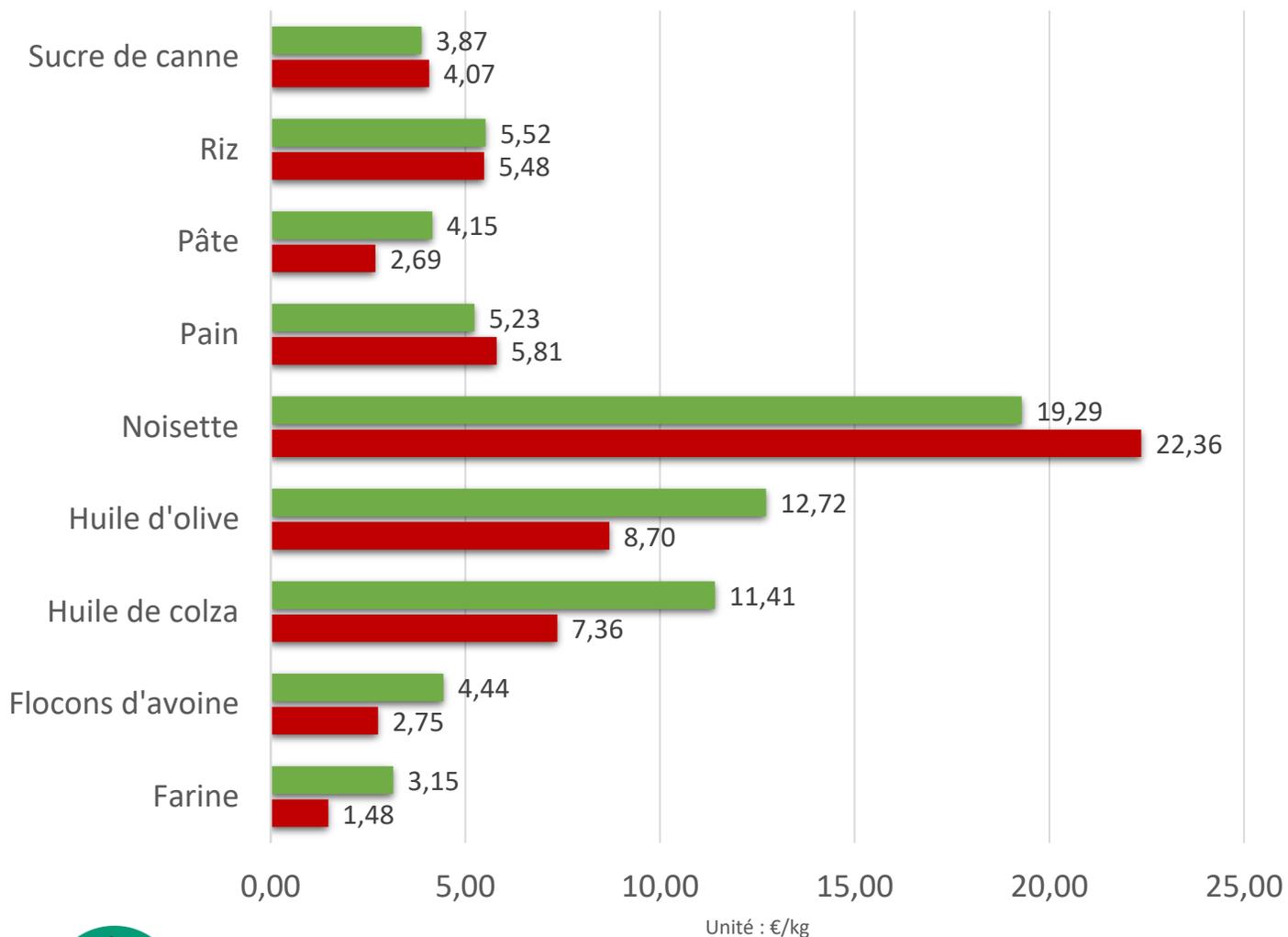


- Beurre et chèvre frais = moins cher en PDV bio/vrac
- Pour le reste : GMS est moins chère
 - Mais produit de qualité différente

Magasins bio /vrac	GMS
92% belge	50% belge (Carrefour: 0%)
Taille des entreprises et méthodes plus artisanales	Méthodes industrielles à grande échelle (ex: yaourt à base de poudre de lait)



Résultats: céréales et secs BIO



- Pain froment-levain, noisette, sucre de canne : moins chers en PDV bio/vrac
- Quasi le même prix : riz
- Beaucoup de produits d'exportation :
 - GMS a le pouvoir de négociateur
- Différence de qualité
 - Origine (100% des farines d'origine belge en PDV bio/vrac) alors que 0% en GMS
 - Méthode d'extraction
 - Transparence sur la chaîne



Un panier BIO/VRAC

- Outil permettant de comparer l'évolution du prix d'un panier moyen au cours du temps
- 24 produits basés sur la quantité moyenne d'une famille sur une semaine

Le prix du panier moyen est de 103€ en magasin bio/vrac et de 101,6€ en GMS

=> La différence est statistiquement nulle !

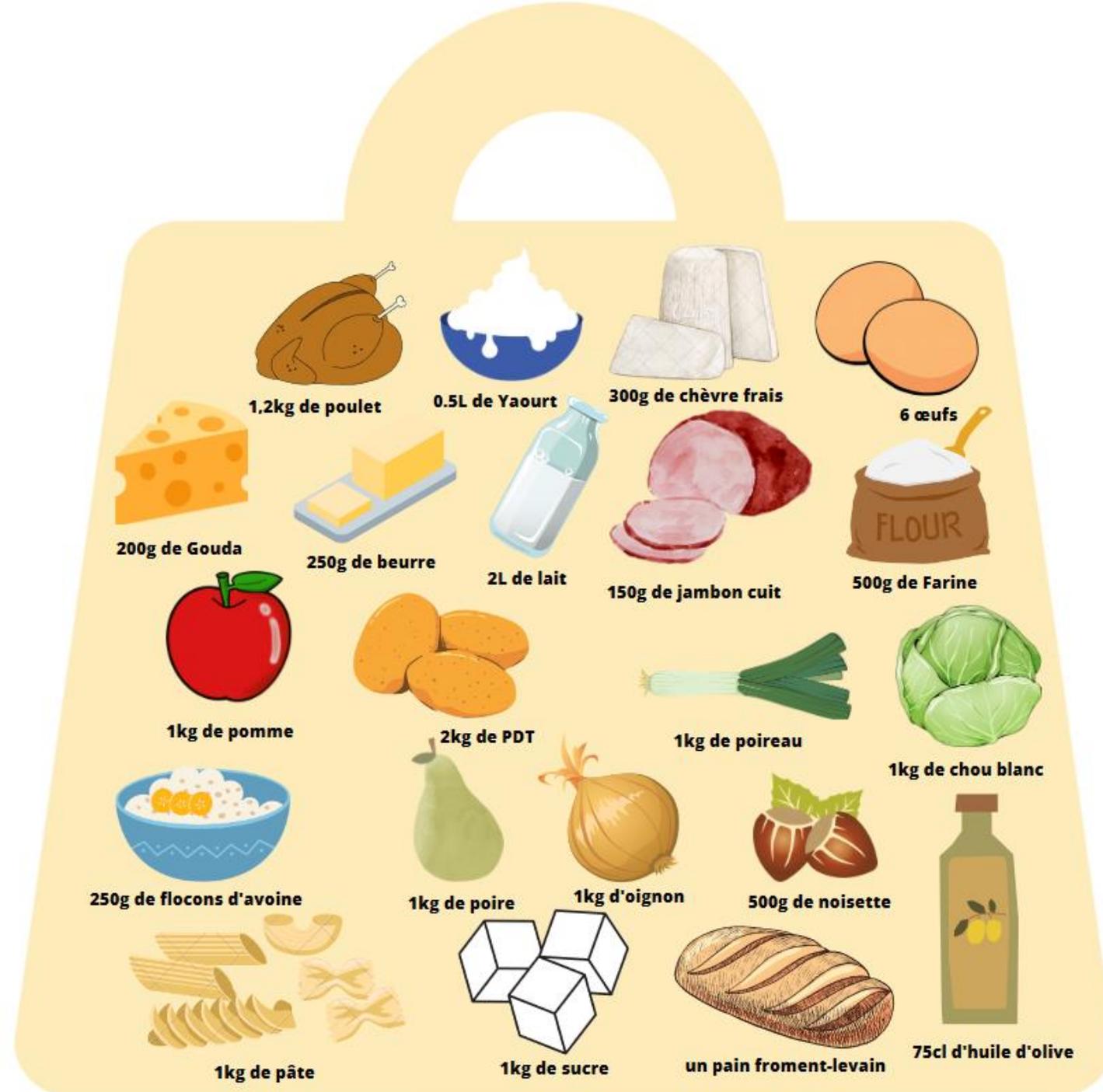


Conclusions

Paniers en magasins bio/vrac
= **prix similaire à la GMS**

Mais avec de nombreuses externalités positives :

- Davantage de produits belges
- Moins d'emballage
- Soutien à l'artisanat et aux petites entreprises
- Meilleure répartition des marges sur toute la chaîne
- Meilleure relation/collaboration entre tous les acteurs



Pratiques commerciales "frauduleuses" mais autorisées ...

- Pour un même produit et un emballage identique, la quantité est différentes entre la GMS et les magasins bio/vrac
- GMS = 250 gr
- Magasins bio/vrac = 300 gr
- Prix de vente au kilo du fournisseur = identique !
- Technique qui a pour effet de tromper le consommateur final
- Lui donner le sentiment qu'il paye moins cher en GMS



Pratiques commerciales "frauduleuses" mais autorisées ...

- **Skrinkflation (réduflation)** : face à l'inflation, certaines grandes marques ont modifié récemment la taille de leurs produits-phares pour masquer une hausse des prix
- Plusieurs marques déjà épinglées : Kiri, St Hubert, Saint Louis, Salvetat, Lindt, Teisseire (source : FoodWatch)
- Exemple : Kiri
 - Réduction de la portion de fromage fondu de 10%
 - Petites portions passent de 20g => 18g
 - Prix à l'unité ne semble pas avoir changé MAIS le **prix/kilo a augmenté de 11%**



Moins 12% en taille, plus 25% en prix

En moyenne, le panier composé de 6 produits épinglés par foodwatch => poids = -12% MAIS prix/kg ou /litre = +25%



Tendances de consommation

Par Mélanie Longin (experte du marché bio belge)



Tendances en cours 2023

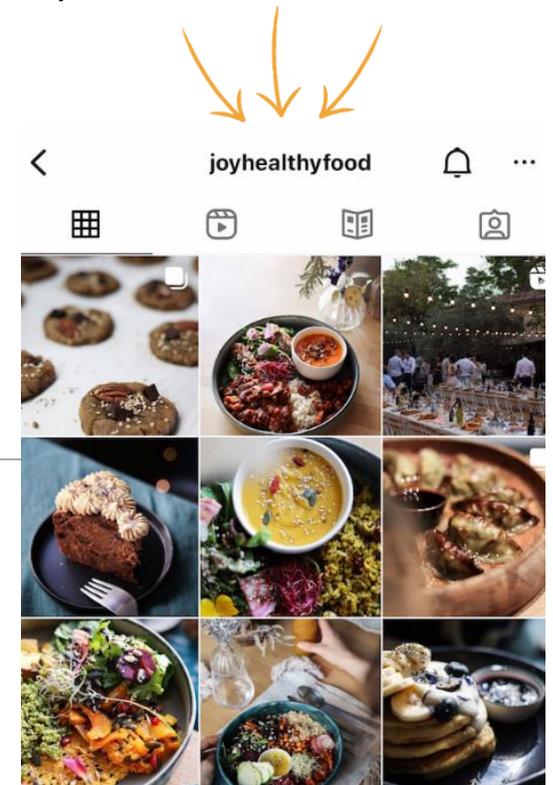
Avec l'inflation et divers, nos habitudes alimentaires vont changer !

Alimentation consciente : la population jeune modifient leurs habitudes pour avoir un impact positifs sur l'environnement. **Plus que le label bio, DURABLE !**
(produit certifié bio avec une orientation durable +++)

- Croissance vers l'alimentation **les régimes flexitariens**, végétarien et VEGAN
- Alimentation à base de plantes (ex algues)
- Probiotiques et prébiotiques
- Super-aliments



Restaurant Eco responsable



Tendances en cours 2023

Avec l'inflation et divers, nos habitudes alimentaires ont et vont continuer à changer !

Manger à petit prix (€) : 2 belges sur 3 envisagent de remplacer de + en + la viande par des aliments d'origine végétale pour une question financière. Ou aussi préparer des plus grandes portions et la manger en plusieurs fois. → Retour au base et au fait maison



L'écologie avec pédagogie et facilité pour tous : **DIY = do it yourself = le faire soi-même**

Ex : révolution de la dilution = pastille à diluer pour avoir un produit nettoyant vitre

Du Zéro gaspi au sacre du surcyclage : L'ère du recyclage, du réutilisable, du biodégradable succède à celle du Jetable dans un monde de ressources infinies. La **circularité** est la nouvelle règle

Gastronomie numérique pour la génération Z : monde culinaire à sa place en ligne – séduction-



Nouvelles plateformes de livraison éthique :

DELICITY

<https://max.sudinfo.be/restos/quelles-seront-les-tendances-food-de-2023>

<https://www.talk-cm.com/blog/tendances-food-alimentaires-2023>

Tendances en cours 2022 – 2025

Le mot d'ordre de 2023 : **PRENDRE SOIN DE SOI** > Détente (priorité d'équilibre – nouvelle génération)
« High wellness » (= bien être au plus haut)
+ l'intimité féminine libérée (ex sex-toys, développement du féminin intime)

La **transparence** des marques et la **traçabilité** des produits (*extrait d'un article*)



Armés de leurs téléphones mobiles, les consommateurs scanneront à toute berzingue les codes-barres des produits (aidés de la très connue application Yuka) et passeront au peigne fin les étiquettes de composition, les labels éthiques et autres informations disponibles.

Attendez-vous à ce que les clients vous demandent d'où proviennent vos produits, comment ils ont été sourcés et bien d'autres questions. Bienvenu dans l'ère du clean label !

A retenir : Pour répondre à ces exigences, concentrez-vous sur la simplicité. Des plats avec peu d'ingrédients mais axés sur la qualité : produits locaux, de saison, durables et éthiques.



AUJOURD'HUI
2000 ans d'habitudes



Mission sociale de l'alimentation stimulée par des temps incertains (Cygne noir). Montée des produits ethniques, nouvelles saveurs



Commande Internet ponctuelle : pizza, hamburgers...

En cours



Tendances aliment nu, « fresh », distriration, «Grocerant »

2030

Repas assistés multi-couches



REPAS MAISON ASSISTÉS

- Repas livrés, Box et kits repas
- De ma liste de courses aux recettes ultra-personnalisées transformées en liste de courses livrées à domiciles



Commande Internet « poreuse » à la demande
Livraison possible 15mn

* **Grocerant :** magasin hybride Faiseur épicerie restauration

BOOSTÉ en 2022-2025 par GENY GENZ

Résumé

Les consommateurs actuels et futurs sont plus regardant sur leurs achats
Régimes ou **alimentations saines** sont toujours plus appréciés
Suite à la pandémie et à l'inflation, axé sur les bases et l'équilibre bien être



Post pandémie, l'attention est axée sur la santé et l'environnement
→ produits locaux, bio & **durables**

La **population** semble avoir **adopté** et aura davantage recours aux
services de livraison à **domicile**

Tenez-vous au courant **des tendances** et intégrer les informations dans les services de
développement produits ou commerciales

OSEZ l'innovation



Différences entre Flandre et Wallonie ?

La consommation belge, qu'en est il ?

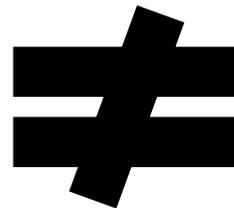
Chaque **région** belge a ses spécificités de consommation. Cependant, là où la Wallonie et la Flandre se rejoignent sont sur les spécialités belges mais aussi sur la consommation durable (bio, local, vrac) cependant à une autre échelle.

Malgré ces similarités, les motivations autour d'une consommation durable sont en réalité différentes :

En Wallonie, les consommateurs du bio ont des profils plutôt engagés, à la recherche **de qualité et de confort**.

Tandis qu'en Flandre, les consommateurs, **plus traditionnels**, s'intéressent au bio car **meilleur leur santé (nécessité)** et celles de leur entourage, et moins par **conscience écologique** (la nouvelle génération z va changer cette constatation).

Attention, le contexte économique reste impactant puisqu'actuellement le critère de prix prime sur tous les actes de consommation.



Différences entre Flandre et Wallonie ?

FOCUS SUR LES REGIONS Linguistiques

Critères	Flandre	Wallonie	Bruxelles
Nbr Hab.	6 623 505	3 624 377	1 259 281
Densité	490	214	néant
Superficie	13 522	16 901	259
Appét. bio	53€	115€	
dépenses	+/- 390 M	+/- 587 M	

57%

de la pop. est situé en Flandre



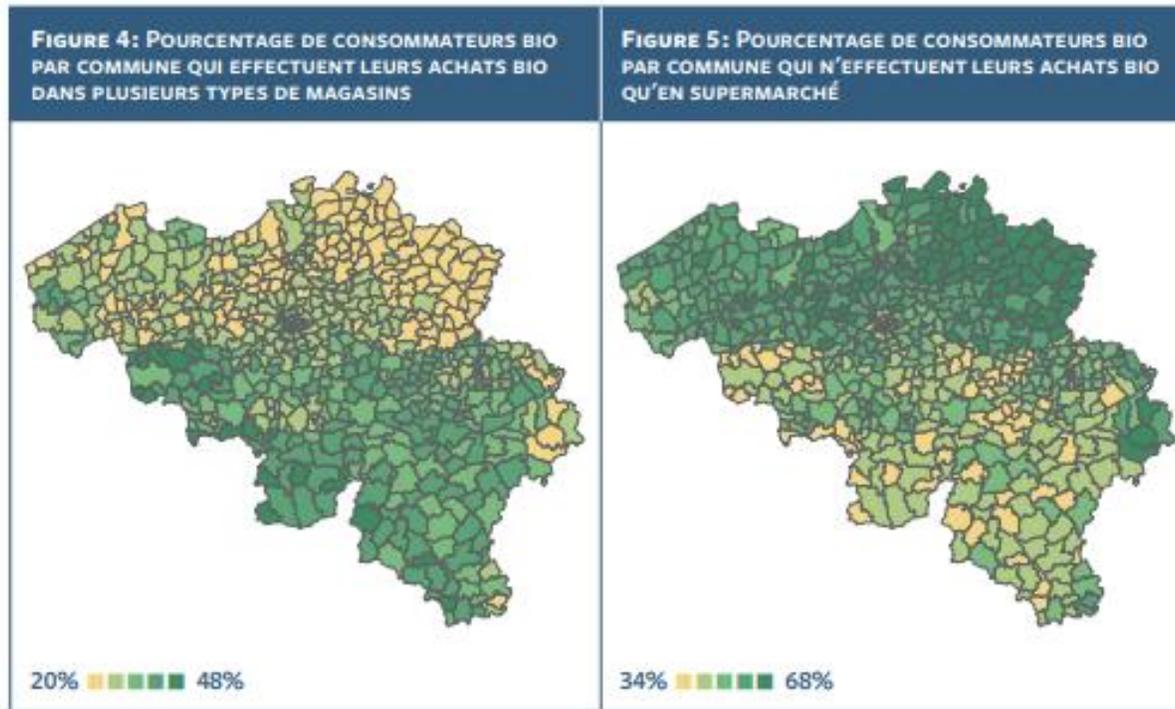
61%

des terres agricoles (bio et non bio)

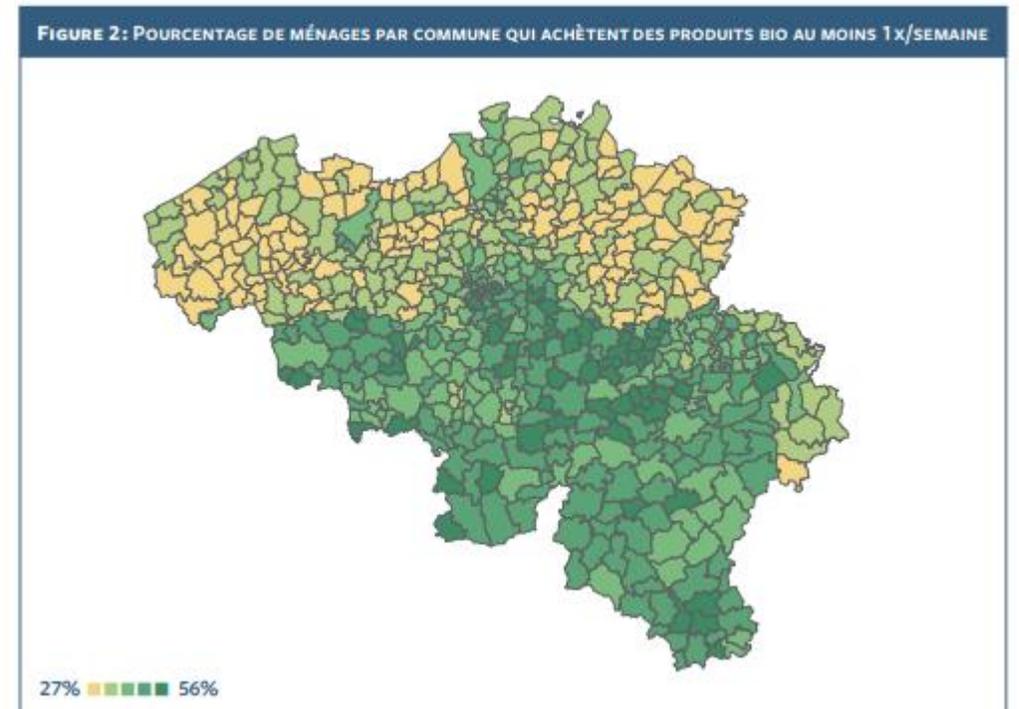
« 46% des magasins bio sont situés en Wallonie contre 39% en Flandre »

Différences entre Flandre et Wallonie ?

FOCUS SUR LES REGIONS Linguistiques



Les ménages flamands restent fidèles aux supermarchés



Le pourcentage de ménages par commune qui achètent Des produits bio au moins 1 x / semaine

Conclusion



Forces du secteur bio

- Une diversité d'acteurs
- Un secteur innovant
- Un secteur dynamique et très réactif
- Un secteur résilient
- Un secteur moins dépendant des intrants
- Une conversion progressive des fermes en Wallonie
- Davantage de coopération
- La structure du marché bio, 100% physique, le rend plus résilient



Opportunités pour le secteur bio

- Une demande des consommateurs pour des produits qui soutiennent à la fois la santé et l'environnement et reflètent leurs valeurs, et le bio répond à ce besoin!
- Deux crises successives (covid et Ukraine) qui vont vers la relocalisation de l'alimentation



Défis pour le secteur bio

- Augmenter la consommation bio malgré la diminution du pouvoir d'achat
- Meilleure connaissance des consommateurs des plus-value du bio
- Prix rémunérateurs pour tous (en tenant compte de l'inflation), tout en restant accessible pour le consommateur
- Equilibrer l'offre et la demande pour **TOUTES** les filières
- Soutenir l'achat et l'utilisation de matières premières bio locales
- Augmenter la transformation au niveau régionale
- Améliorer la logistique entre tous les maillons de la chaîne (et vers Bruxelles)



Quelques informations pour le secteur



Actualités de Biowallonie

- Plusieurs nouveaux collègues: Emilie (com), Thibault (conseiller technique), Bruno (dev. filières), Julien (conseiller technique), Sylvie (aide compta), Burim (entretien) — départ Carl à la retraite
- Développement de capsules vidéo: chaîne YouTube de Biowallonie
- Baromètre complet du secteur bio à Libramont 2023
- Projets Relocalisation (financé par le Plan de Relance)
 - Beaucoup de projets bio remportés
 - Partenariats avec Biowallonie:
 - Développement de la filière blé dur
 - Transformation de fruits et légumes
 - Semences



Actualités de Biowallonie

- Evènement 100% HoReCa (Wall'oh bio): 22 septembre
- Formations techniques (producteurs, transformateurs, grossistes, points de vente et HoReCa)
 - Binage en céréales: mars
 - Comment argumenter sur le bio: avril
 - Destruction de luzerne: septembre
 - Autonomie alimentaire en porc: novembre
 - Démonstration de décortiqueuses chez AgroNova : novembre...

Suivez l'agenda du site de Biowallonie, ainsi que nos pages Facebook & LinkedIn !



Guide pratique: à disposition

- Clôture de notre projet « relocalisation de l'alimentation » (financé par la Ministre Céline Tellier)
 - Développer une filière de transformation d'invendus bio en Wallonie pour maximiser la production, diminuer les déchets, augmenter la rentabilité des producteurs et artisans, réduire l'importation de certains produits
 - Quels invendus ? Denrées comestibles, récoltées qui sont perdues avant d'être transformées, distribuées ou vendues
 - Partenaires : Biowallonie, Coduco et Diversiferm
- Guide pratique: *Invendus bio: des denrées, pas des déchets*
 - Fiches informatives par type d'invendus avec des exemple de valorisations innovantes
 - Vulgarisation des règles bio et sanitaires
 - Coordonnées d'acteurs utiles
 - Conseils pour augmenter la rentabilité de son projet.



INVENDUS BIO: DES DENRÉES PAS DES DÉCHETS

GUIDE PRATIQUE DE VALORISATION DES INVENDUS BIO EN WALLONIE

Janvier 2023, par Biowallonie, Coduco, Diversiferm



Coup de Pouce « du local dans l'assiette »

- Dans le cadre du green Deal Cantines Durables
 - Coordonné par Manger Demain
 - Financé par la Ministre Céline Tellier
- Financement des factures des cantines/sociétés de catering signataires du Green Deal (sur dossier de candidature – clôturé)
 - 50% produits locaux
 - 70% produits locaux et bio
- Aide temporaire : 1er janvier 2023 au 30 juin 2024 (18 mois)
- 206 cantines ont répondu à l'appel
- Plus d'infos: Manger Demain



Mécanisme de soutien aux commerces bio, vrac et circuit court

- Dans le cadre du fonds Ukraine
 - Projet coordonné par Manger Demain avec le soutien de ConsomAction, Biowallonie, Collectif 5C et FdSS
 - Financé par la Ministre Céline Tellier
- Trois mécanismes de soutien à l'achat renforçant l'accès à chacun aux commerces de proximité et fidélisant la clientèle
 - Carnets fidéli-bons, caisse de solidarité, expertise marketing et com
- Pour tout point de vente: bio, vrac, circuit court, à la ferme,...
- Dossier de candidature à rendre pour le 28 février 2023
- Plus d'infos: Manger Demain



CONSOMa**ction**
RÉSEAU DES PROFESSIONNELS DE LA CONSOMACTION



Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court



BIOWALLONIE



MANGER
DEMAIN



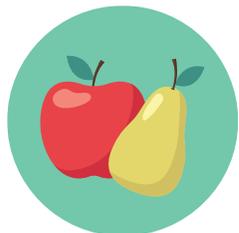
FdSS

FÉDÉRATION
des SERVICES
SOCIAUX

Et maintenant:



Salle 1 : Renforcer les liens cultivateurs-brasseurs pour développer l'orge et le houblon chez nous !



Salle 2 : Comment optimiser son stockage de fruits, légumes et pommes de terre ?

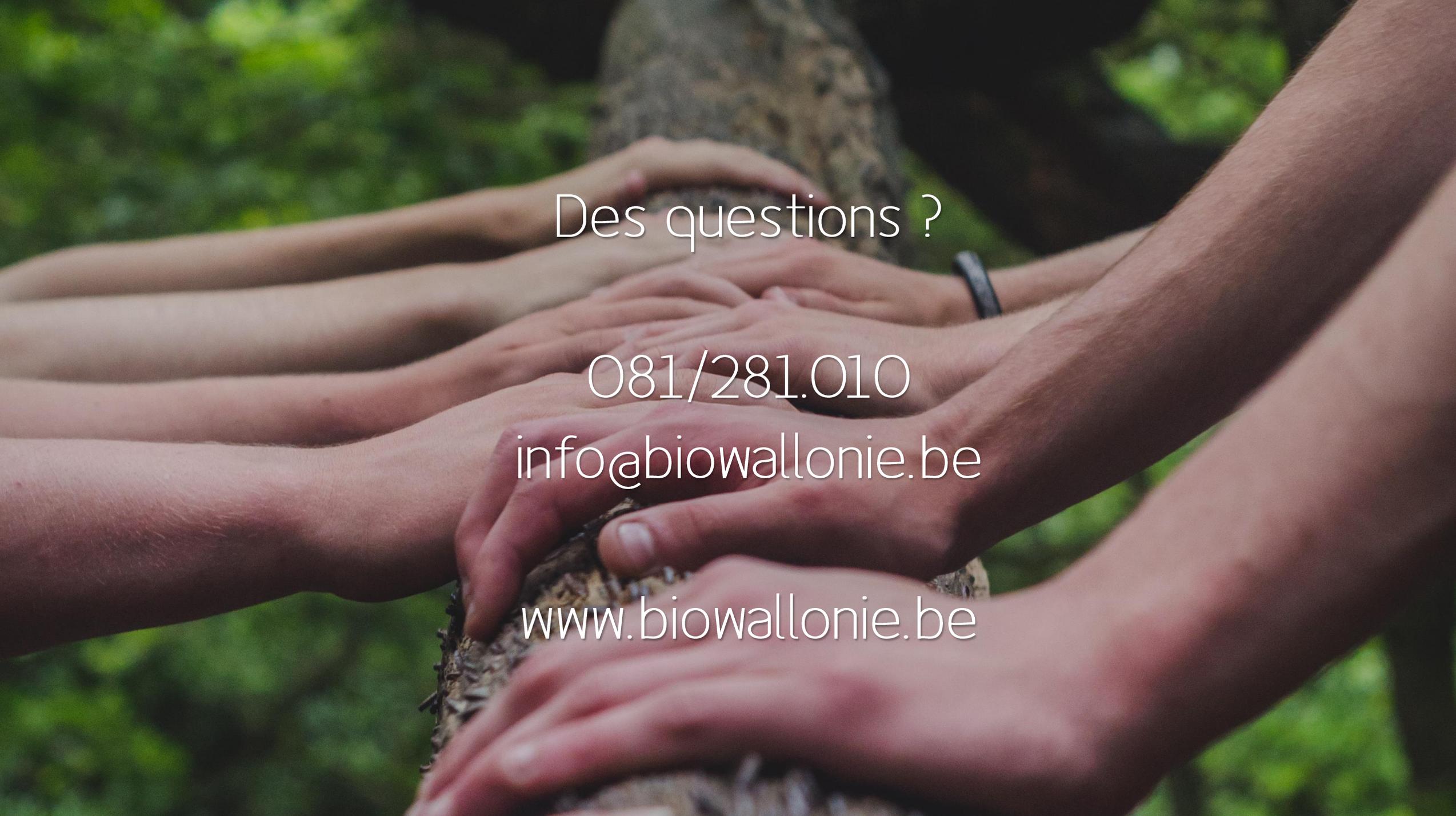


Salle 3 : Comment devenir fournisseur de l'Horeca?



Salle 4 : Exporter vers notre voisin allemand, le plus gros consommateur bio !





Des questions ?

081/281.010

info@biowallonie.be

www.biowallonie.be