

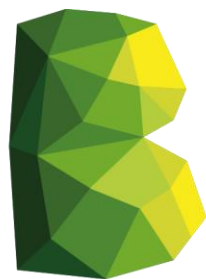
8^{ème} journée de réseautage Bio

20 février 2025 - Biowallonie

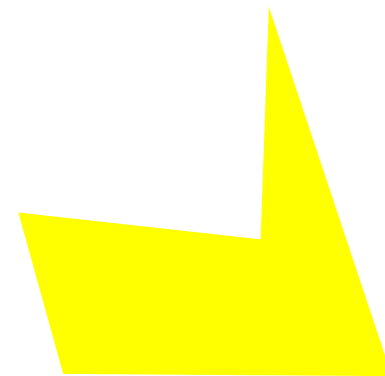


Philippe Grogna

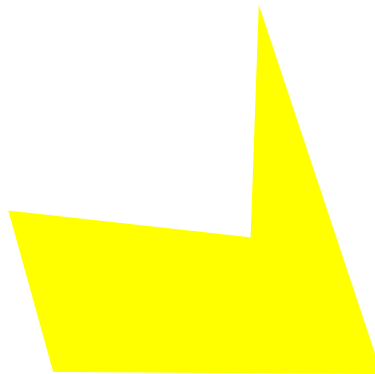
Directeur de Biowallonie



BIOWALLONIE



Monsieur le Ministre Yves Coppieters
Ministre de l'Environnement et de la Santé



Bio à la une : actualités, tendances et perspectives

Journée de réseautage bio – 20/02/2025



Qui sont les participants aujourd'hui ?



84

Producteur·rices



99

Transformateur·rices



65

Distributeurs ou magasins



20

Restauration commerciale ou collective



74

Partenaire du Plan BIO, encadrement, administration, cabinet, organisme de contrôle, formateurs & fédération



23 personnes pour vous accompagner **aujourd'hui!**



Quelles sont les missions de Biowallonie?

► Informer sur le bio

- ▲ Magazine Itinéraires BIO, site internet, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, newsletters et mercuriale de prix...

► Encadrer et accompagner tous les maillons du secteur bio (**BtoB**)

▲ Individuellement et collectivement

- ◆ Technique
- ◆ Règlementaire
- ◆ Observatoire du secteur et suivi du marché
- ◆ Recherche de matières premières bio
- ◆ Recherche de clients ou de partenaires...



Nouveautés

- ▶ **Plusieurs nouvelles vidéos** sur notre chaine YouTube → abonnez-vous!
- ▶ **Newsletter** transformateurs → abonnez-vous!
- ▶ **Bioceres** (www.bioceres.be) = l'encyclo du bio
 - ▲ 125 fiches publiées: culture, élevage et transformation
- ▶ Nouvelle base de données « **Outils pédagogiques** » en ligne (dans le cadre du Plan Formation Bio)
 - ▲ 306 outils (animations, multimédia, publication)

Biowallonie
@biowallonie5871 · 215 abonnés · 35 vidéos
En savoir plus sur cette chaîne ...plus
Abonné

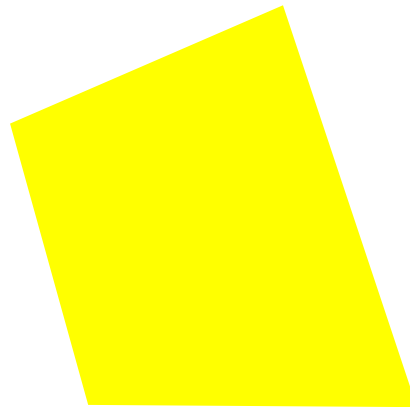
Accueil Vidéos Playlists

Pour vous

Webinaire "Valoriser mon produit grâce à l'étiquetage" 1:05:43 25 vues · il y a 5 jours

Se former au Bio, une opportunité professionnelle (secteur agricole) 2:18 82 vues · il y a 3 jours

Webinaire "Viande bovine en circuit-court: bonnes pratiques et rentabilité" 1:00:24 49 vues · il y a 9 jours



Déroulement de la journée

9h20: Plénière

10h45: 5 ateliers

12h30: Buffet bio et local

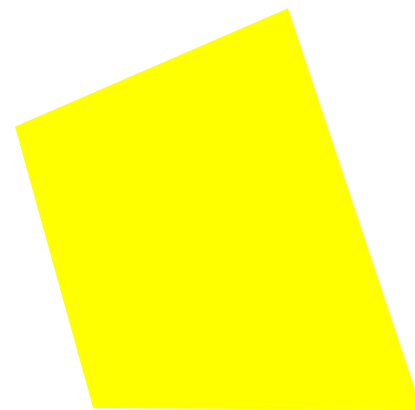
14h: Intervention de la Ministre Anne-Catherine Dalcq

14h15 : Plénière: résumé des 5 ateliers

14h45: Speed-dating → Inscrivez-vous à la table avant 14h!

En parallèle: Atelier "Le bio – arguments clés pour faire la différence !

16h30: Verre de clôture

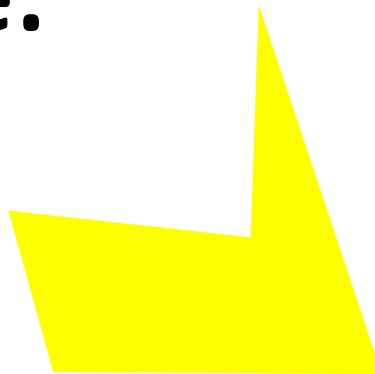


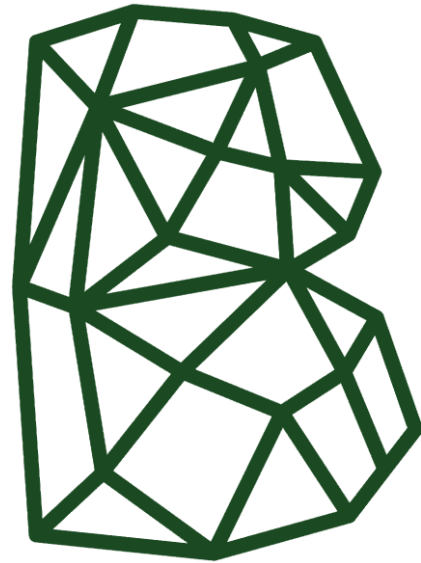
Dans votre farde:

- Livret Programme de la journée
- Livret «Démystifier le bio » → Offrez-le si vous en avez un chez vous!
- Listing des participants
- Inventaire des débouchés 2025

Sur la table documentaire:

- Outils pédagogiques
- ...

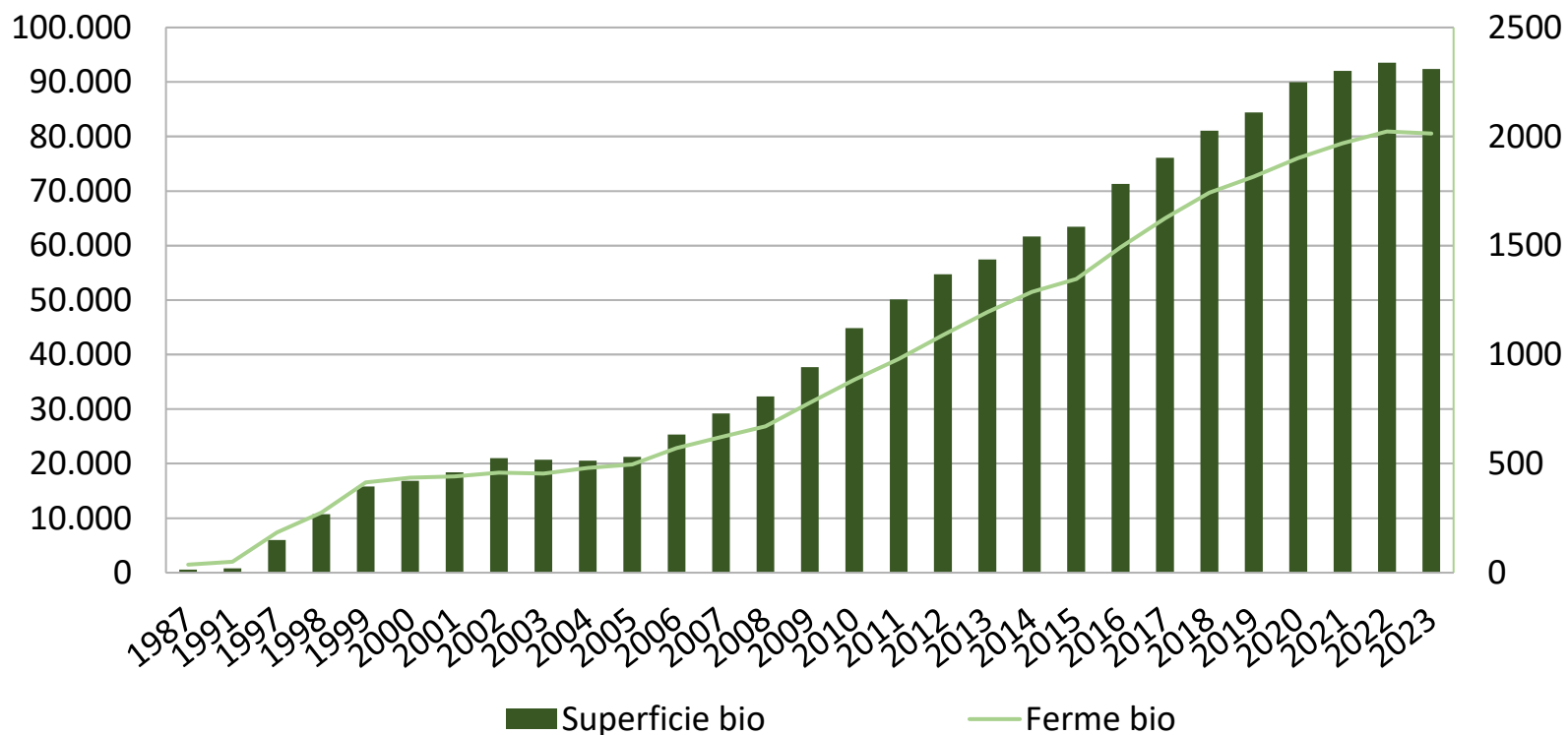




Etat actuel du secteur bio en Wallonie

Evolution de la production bio en Wallonie

- ▶ En 2023: légère diminution de la production
- une première depuis 2003



↓ Fin 2023



2.014

fermes bio

-10 fermes

16% des fermes wallonnes



92.375

hectares bio

-1.151 ha en 2023

12,6% de la SAU

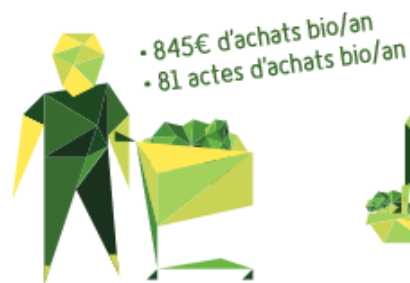
Consommation bio en Wallonie en 2023

► 5,1% de part de marché alimentaire

▲ +0,1% par rapport à 2022

► 457 millions d'euros (+9,9%)

► 126€/an/wallon



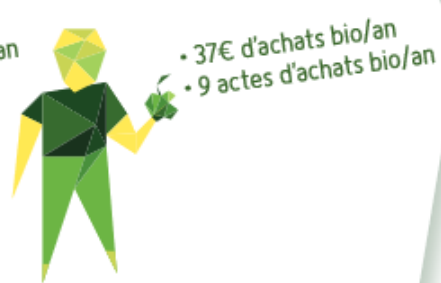
HEAVY CONSUMER
(acheteur-euse qui a un profil intensif en matière d'achats de produits bio)

21% des ménages
représentent
69% des dépenses



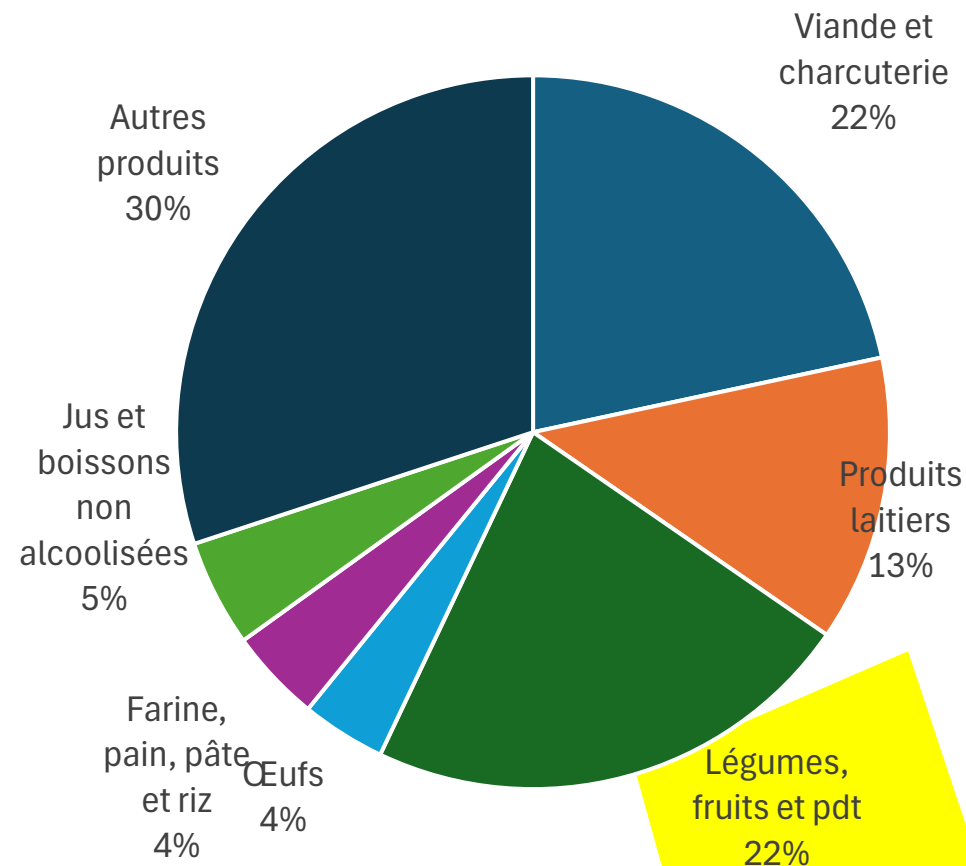
MEDIUM CONSUMER
(acheteur-euse qui a un profil intermédiaire en matière d'achats de produits bio)

30% des ménages
représentent
24% des dépenses



LIGHT CONSUMER
(acheteur-euse qui a un profil faible en matière d'achats de produits bio)

49% des ménages
représentent
7% des dépenses



En primeur: estimation des chiffres 2024

► Production BIO

▲ 1.971 fermes bio

◆ -43 fermes par rapport à 2023

◆ -2,1%

▲ Environ 90.000 ha bio ou en conversion

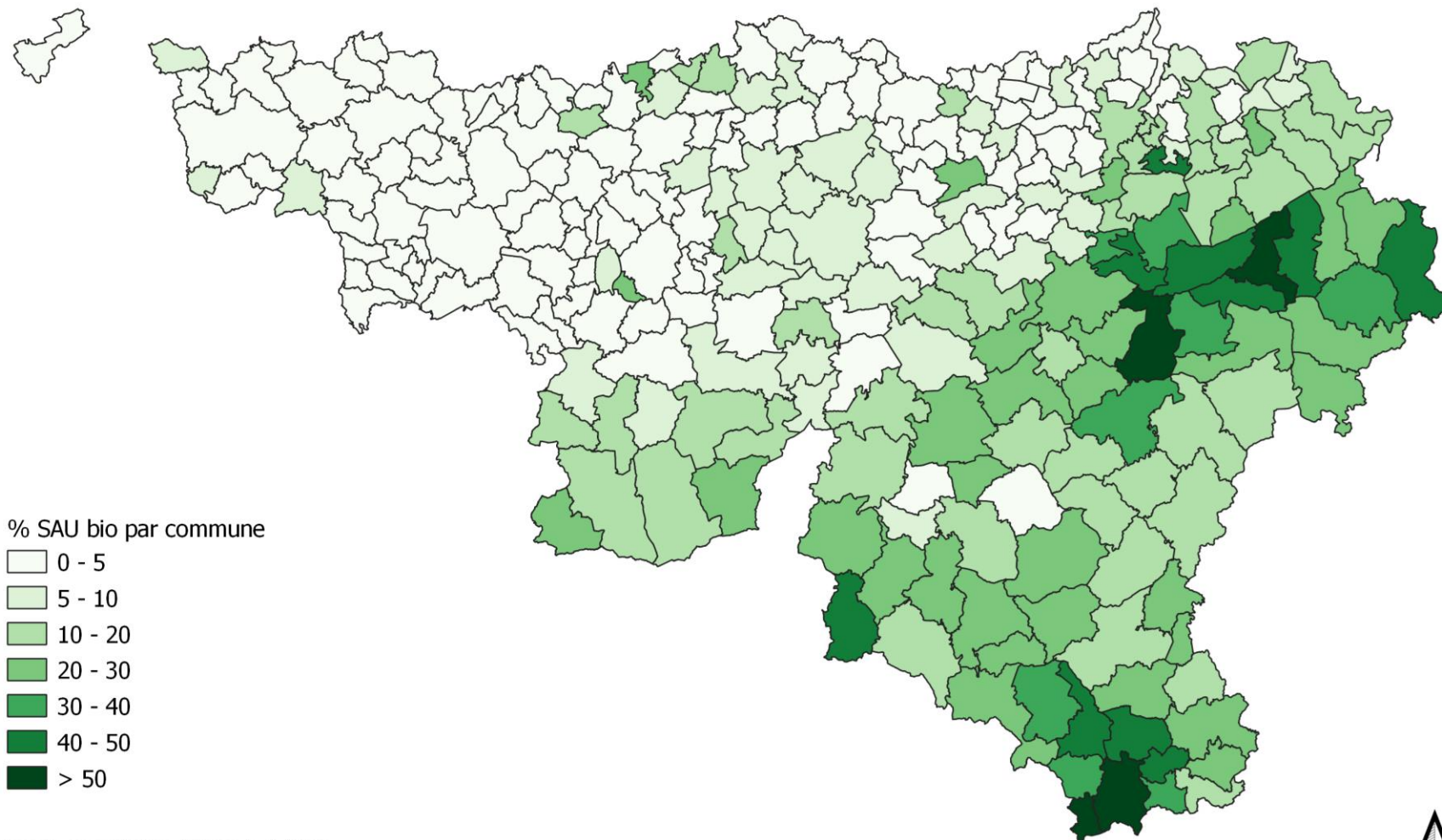
◆ -1.937 ha

◆ -2,2%

→ Tous les chiffres de la production et consommation bio 2024 seront publiés mi-avril



Pourcentage bio dans les SAU communales



% SAU bio par commune

- 0 - 5
- 5 - 10
- 10 - 20
- 20 - 30
- 30 - 40
- 40 - 50
- > 50

Données parcellaires (déclarées) 2024

- ▶ 23 communes ont $\geq 30\%$ de surfaces bio par rapport à leur surface agricole
- ▶ Soit 9% des communes wallonnes



Equilibre offre-demande bio début 2025

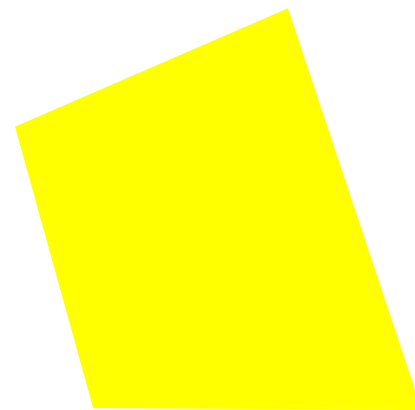
► **Demande > Offre** (dans une majorité des filières)

► Causes:

- ▲ Hausse de la demande en Belgique et en Europe
- ▲ Baisse de la production
 - ◆ En Wallonie: environ 3.000ha en Wallonie en 2 ans
 - ◆ En Flandre: stabilisation en 2023 (9.900ha)
 - ◆ En France: - 54.000ha (-2%) en 2023
- ▲ Producteurs frileux de se développer en bio après 3 mauvaises années
- ▲ Maladie FCO qui diminue la production bovine, ovine et caprine
- ▲ Prix du bio et conventionnels proches

► Conséquences:

- ▲ Possibilité de nouveaux marchés pour les producteurs bio
- ▲ Prix davantage rémunérateurs ?
- ▲ Pérennisation des contrats ?



Entreprises certifiées bio en 2024

► 3.060 entreprises certifiées bio au 31/12

▲ 174 **nouvelles** en 2024

- ◆ 91 producteurs
- ◆ 62 transformateurs
- ◆ 55 points de vente

Wallonie	12/2024
Producteurs	1.971
Transformateurs	852
Distributeurs	340
Importateurs et/ou exportateurs	84
Points de vente	470
Catering	26
Total	3.060
Dont % producteurs	65%



Grossistes et magasins spécialisés bio

► Gros mouvement depuis 2022!

► Rachat/fusion de grossistes

- ▲ Vajra et Delibio (janvier 2023)
- ▲ Marma et Biodis (juin 2023)
- ▲ Hesbicoop et Coopérative Ardente = Circuit Paysans (2024)
- ▲ Bjorn's repris par Foodprint (2024)
- ▲ Organika Bio repris par Natur'Inov (2024)

► Fusion de chaîne de magasins bio

- ▲ Färm et Sequoia et Biostory

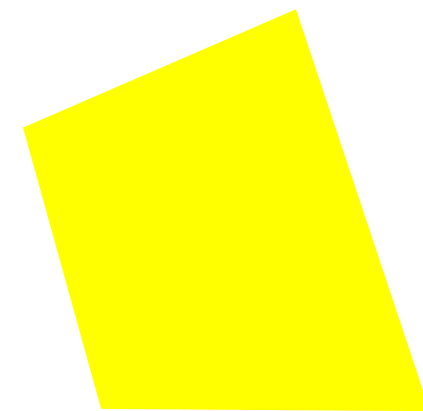
► Rapprochement de la distribution et de la vente

- ▲ Färm et Biofresh/UDEA (mars 2022)
- ▲ Marma et BioShop (mars 2024)
- ▲ Interbio et The Barn (mai 2024)

► Stabilisation du nombre de magasins

- ▲ Moins de fermeture de magasins
- ▲ Des reprises (ex: faillite de 2 Ekivrac directement repris par BioShop)
- ▲ Projet d'ouverture de magasins en 2025

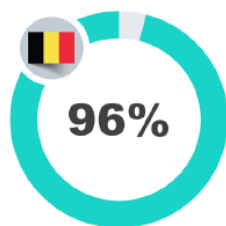
► Chiffres d'affaires en hausse



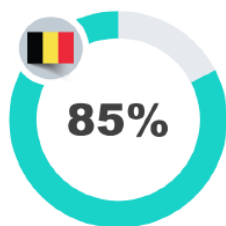
Le bio en Grande distribution (GMS)

- ▶ Un intérêt pour le bio mais **pas** d'ambition communiquée
- ▶ Nombre de références bio en baisse ces dernières années
- ▶ % des références bio d'origine belges un peu moindre qu'en conventionnel

Conv.



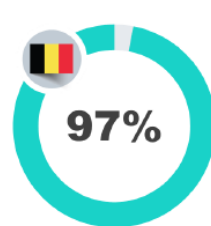
Lait



Oeufs



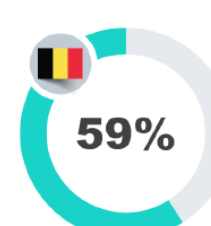
Boeuf



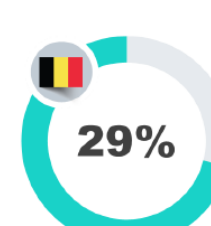
Porc



Volaille

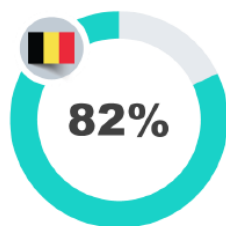


Légumes



Farine

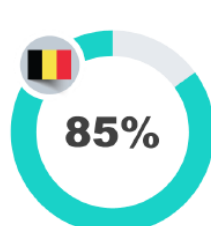
Bio



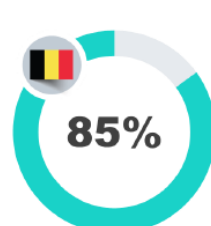
Lait



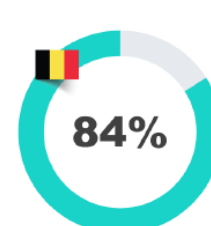
Oeufs



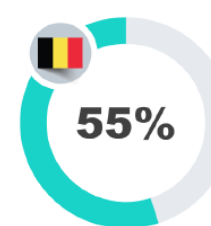
Boeuf



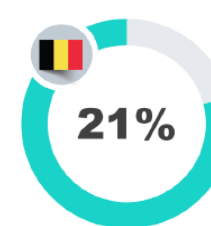
Porc



Volaille



Légumes



Farine



Observatoire des prix bio en magasins spécialisés vs grande distribution

- Prix du panier bio (23 produits du quotidien) – Évolution annuelle (entre janvier 24 et janvier 25)
 - ▲ En magasins spécialisés : +1%
 - ▲ En GMS : +4,8%
 - ▲ Écart de prix réduit : 3,90€ (110,25€ en magasins bio - 114,15€ en GMS)
 - ▲ 2 produits impactent la différence de prix: beurre et huile d'olive
- Les fruits et légumes restent en moyenne 10% moins chers en magasins spécialisés.
- Davantage d'origine belge en magasins spécialisées.

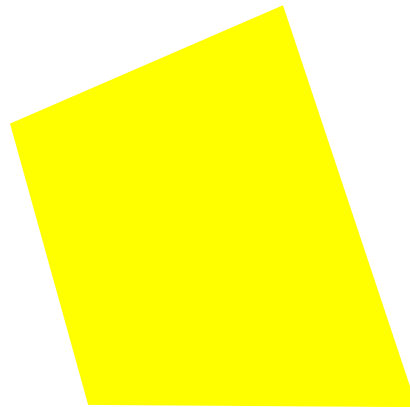


Magasins bio	D'origine belge
Fruits et légumes	68%
Produits laitiers	89%
Farines	93%
Viande et œufs	98%

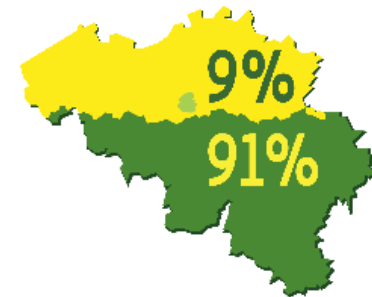


Perspective 2025

- ▶ Production: ?
- ▶ Consommation: Marché en croissance
 - ▲ En Belgique
 - ▲ Mais aussi en France, en Allemagne, aux Pays-Bas, en Italie, au Royaume-Uni...



Et pour toute la Belgique (2023)?



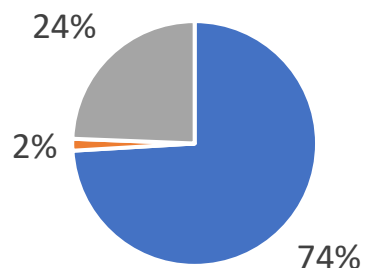
► Production

- ▲ 2.650 fermes bio
- ▲ 102.359 ha bio en 2023
- ▲ 7,6% de la surface agricole belge < moyenne européenne

► Consommation

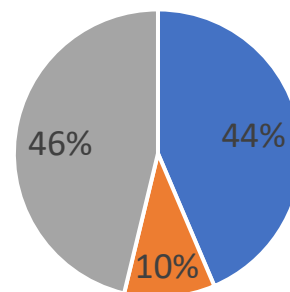
- ▲ Part de marché bio: 4%
- ▲ Dépenses bio: 1,15 milliards d'euro en 2023 (dont 40% en Wallonie)
 - ◆ 135€ par bruxellois
 - ◆ 101,3€ par belge

Producteurs bio belges

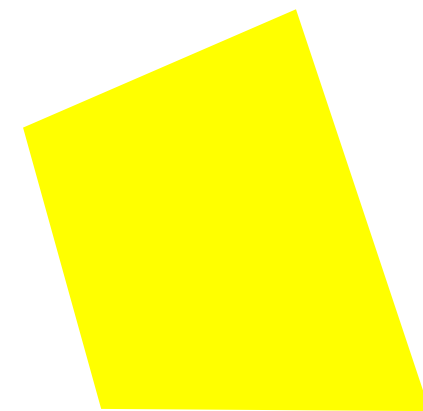


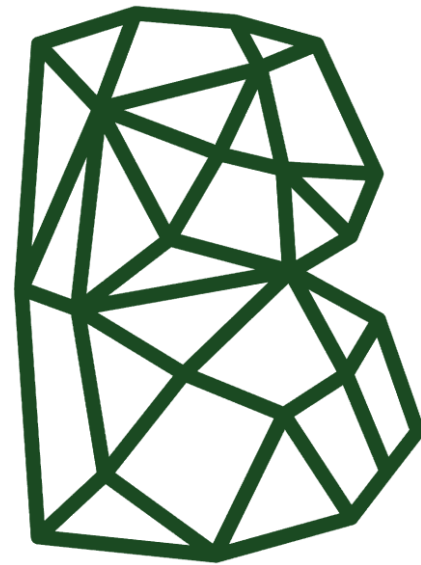
■ Wallonie ■ Bruxelles ■ Flandre

Transformateurs bio belges



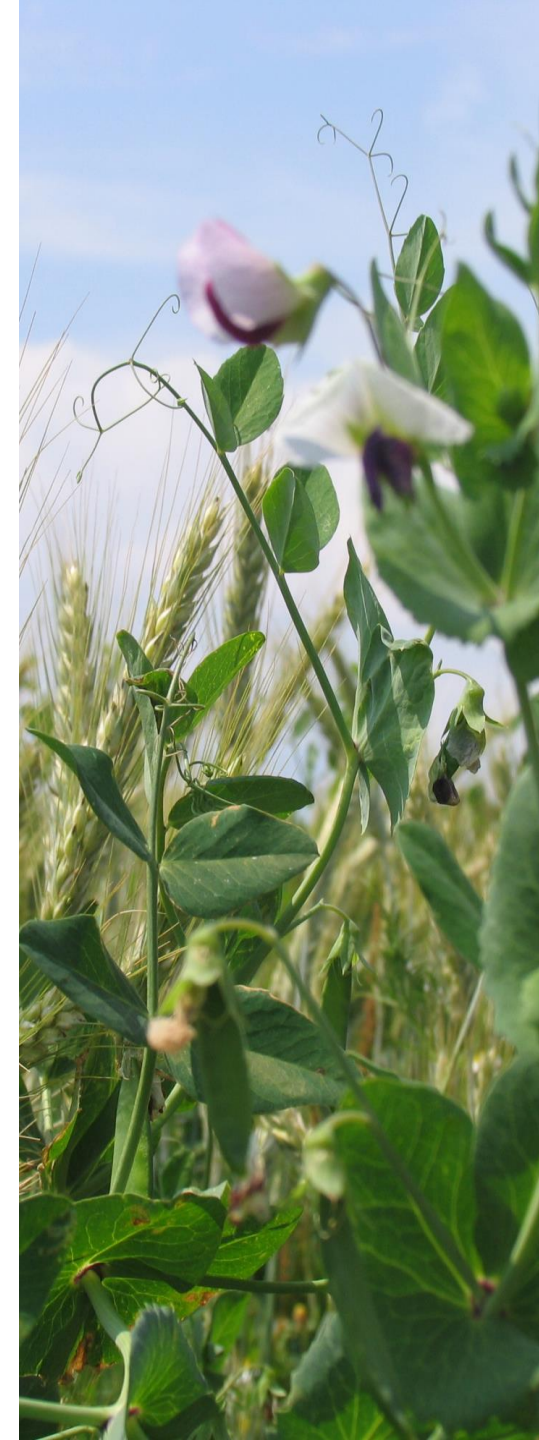
■ Wallonie ■ Bruxelles ■ Flandre





Baromètre
des
agriculteurs
(UNAB)

- | Notre objectif : donner la parole aux agricultrices et agriculteurs bio
- | Sonder la motivation
- | Identifier les besoins



Enseignements 2024

Fierté

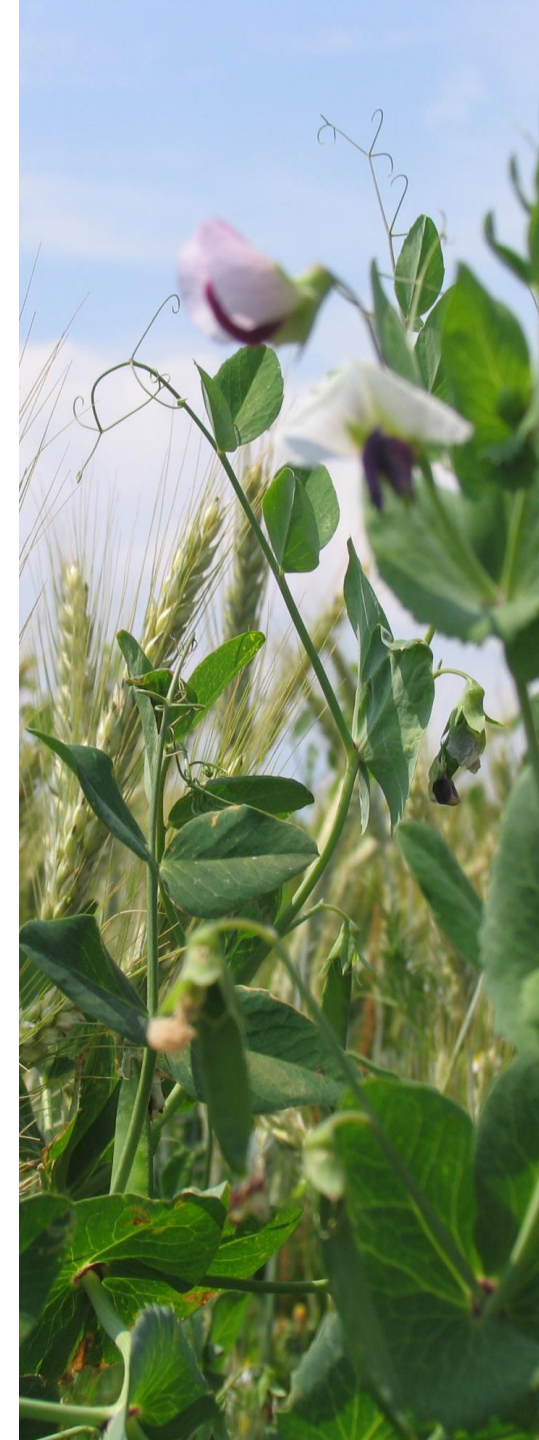
Reconnaissance

Inquiétude (30% en balance)



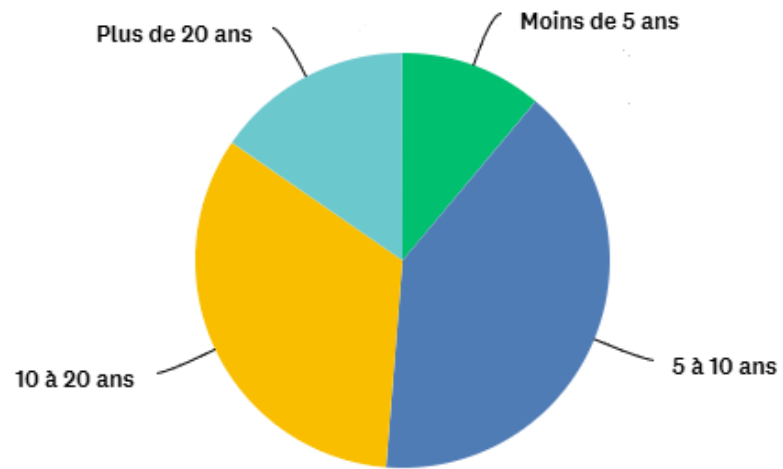
1. Profil des répondants

150 au 16/02/2025

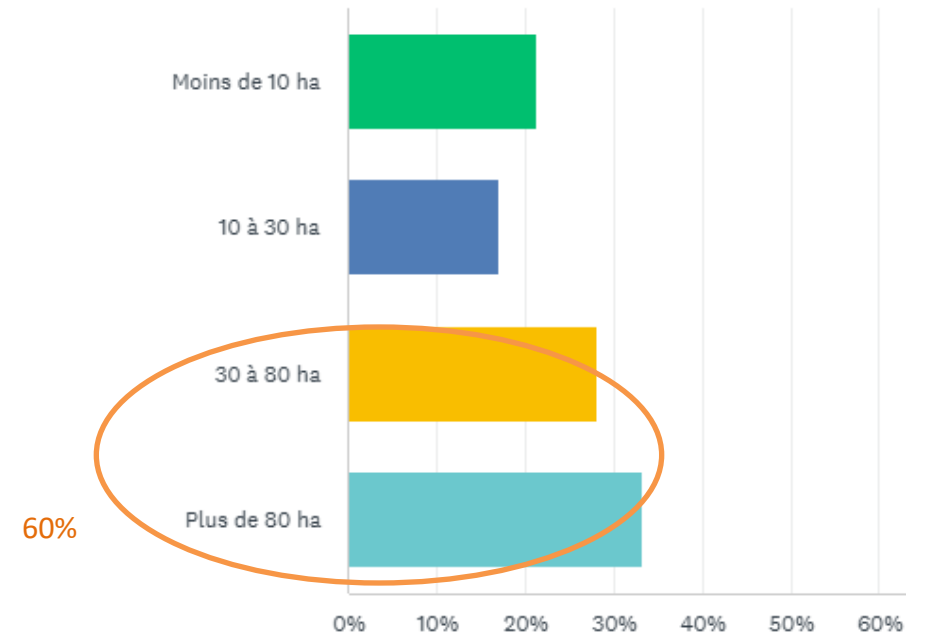


Profil des fermes

Depuis combien d'années êtes-vous en agriculture biologique ?



Quelle est la taille de votre ferme ?



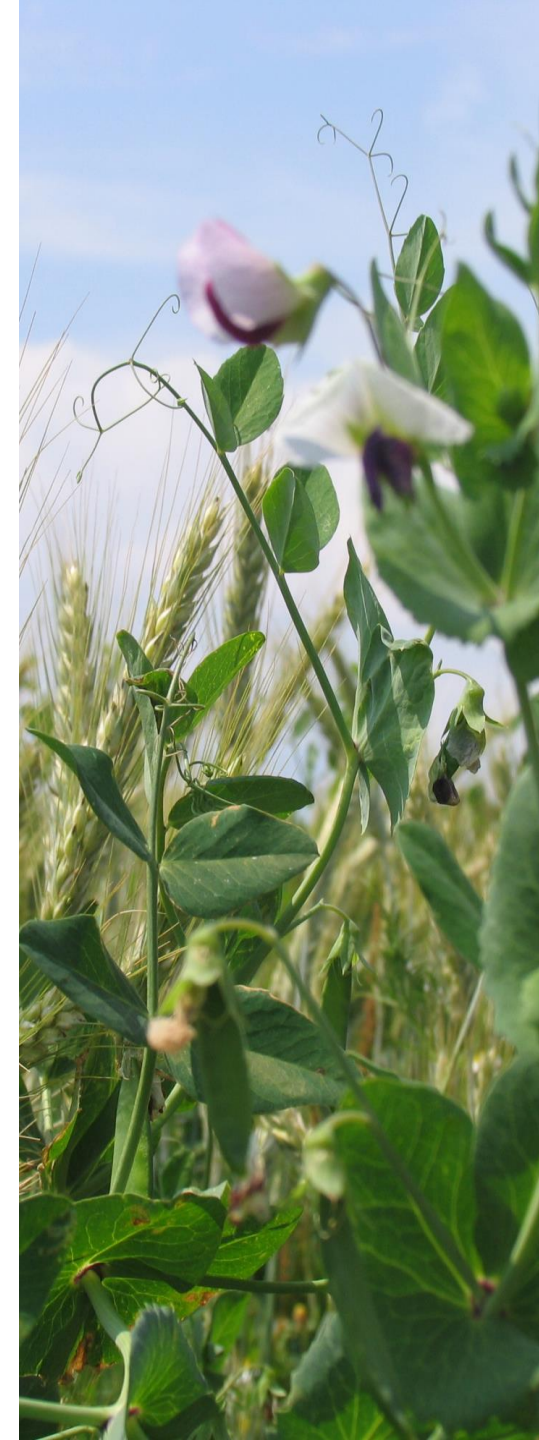
Profil des fermes

Quelle sont votre principales productions bio, par rapport au CA total de votre ferme ?

- 44% bovins
 - 20% laitier
 - 24% viandeux
- 25% grandes cultures (1/4 avec élevage)
- 16% maraîchage diversifié
- 10% caprins
- 4% Fruits
- 1% porcs

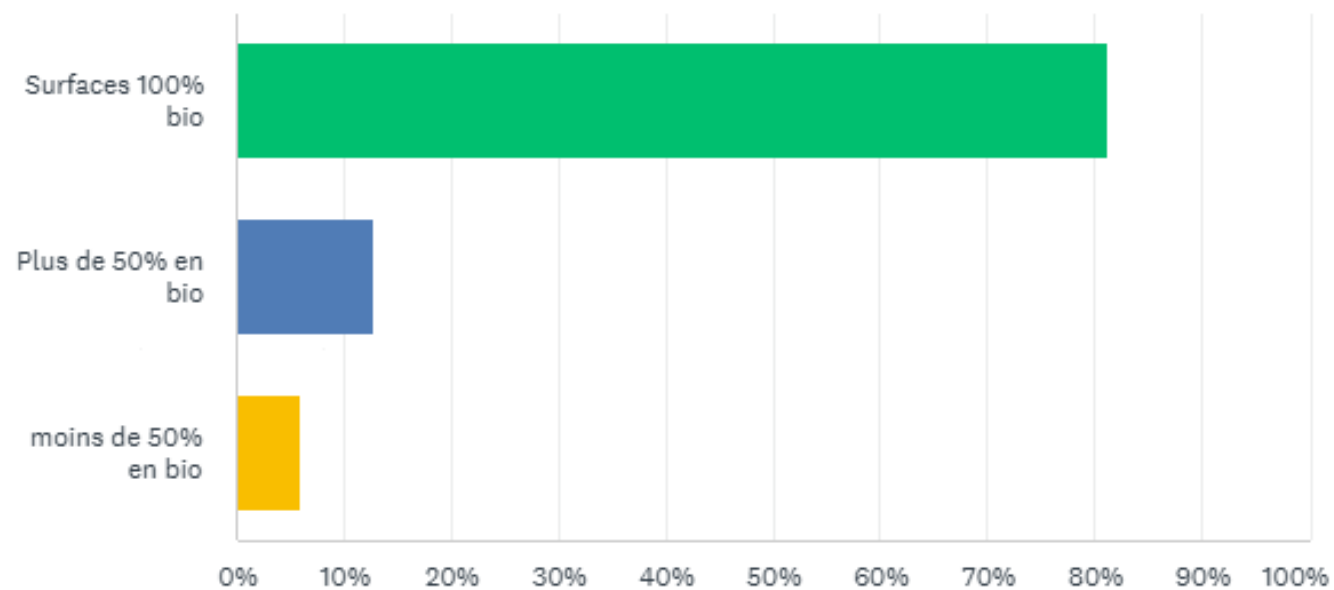


2. Etat d'esprit bio et moral



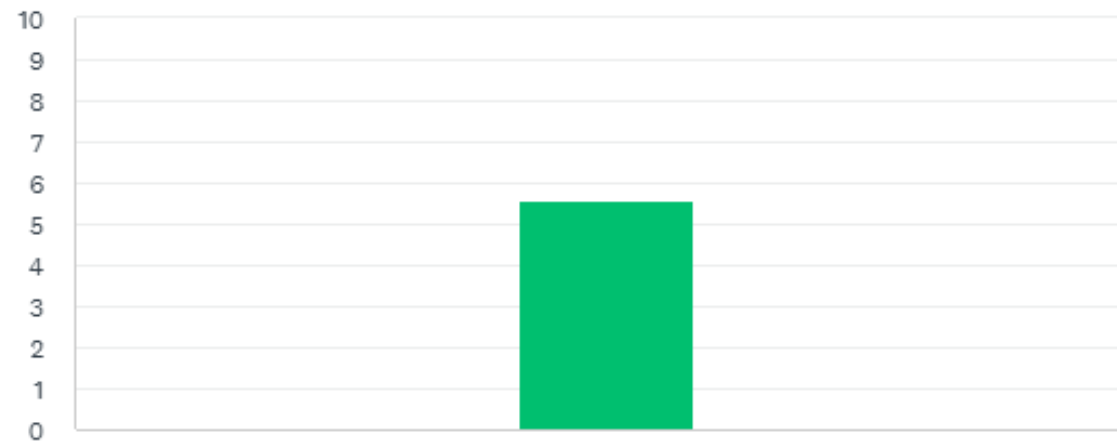
Engagement bio

Quel est votre engagement bio ?



Moral des agriculteurs.rices

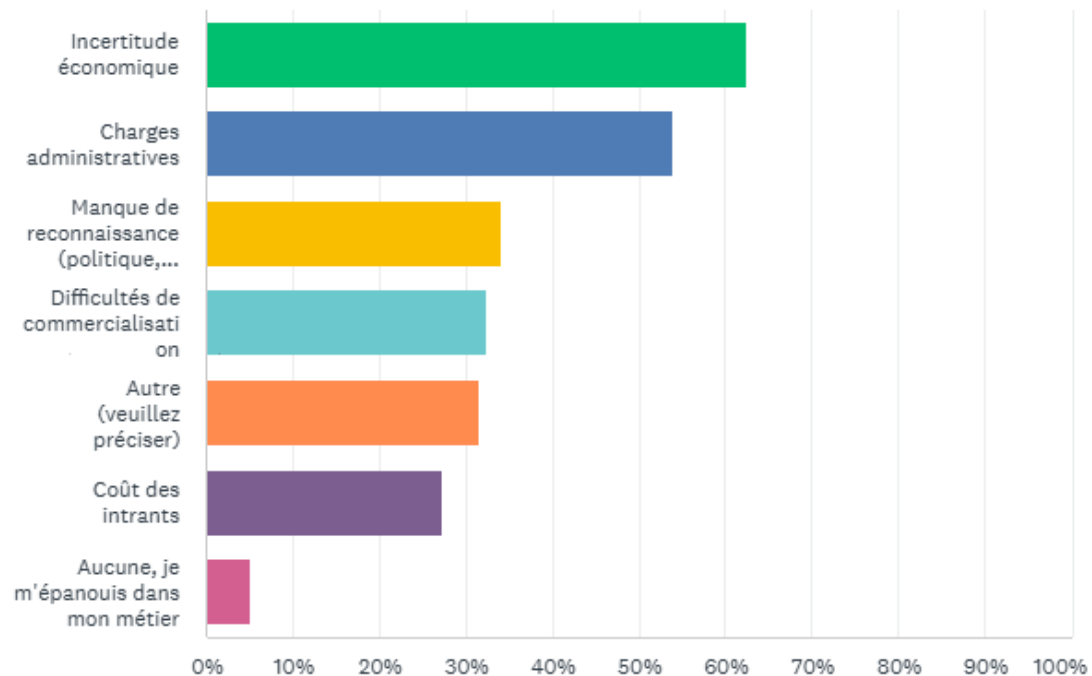
Sur une échelle de 0 à 10, comment évaluez-vous votre moral actuellement ?
(0 = très mauvais, 10 = excellent)



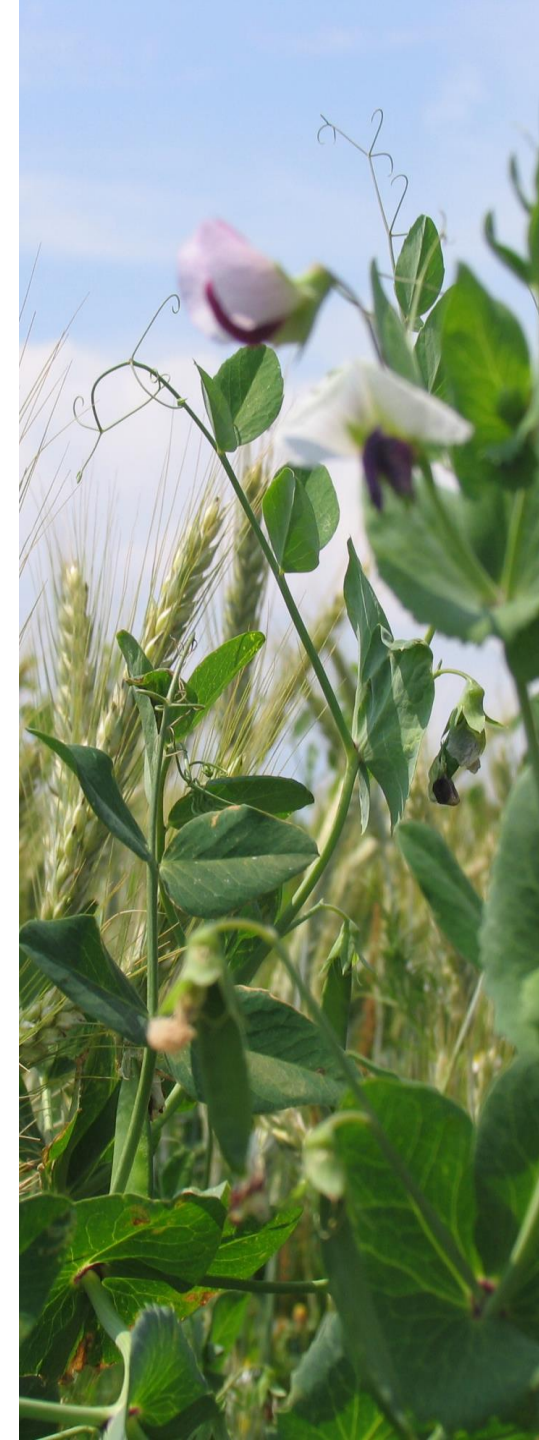
5,8/10

Perception personnelle

Quelles sont les principales sources de stress dans votre métier d'agriculteur/agricultrice bio actuellement ? (Deux réponses max)

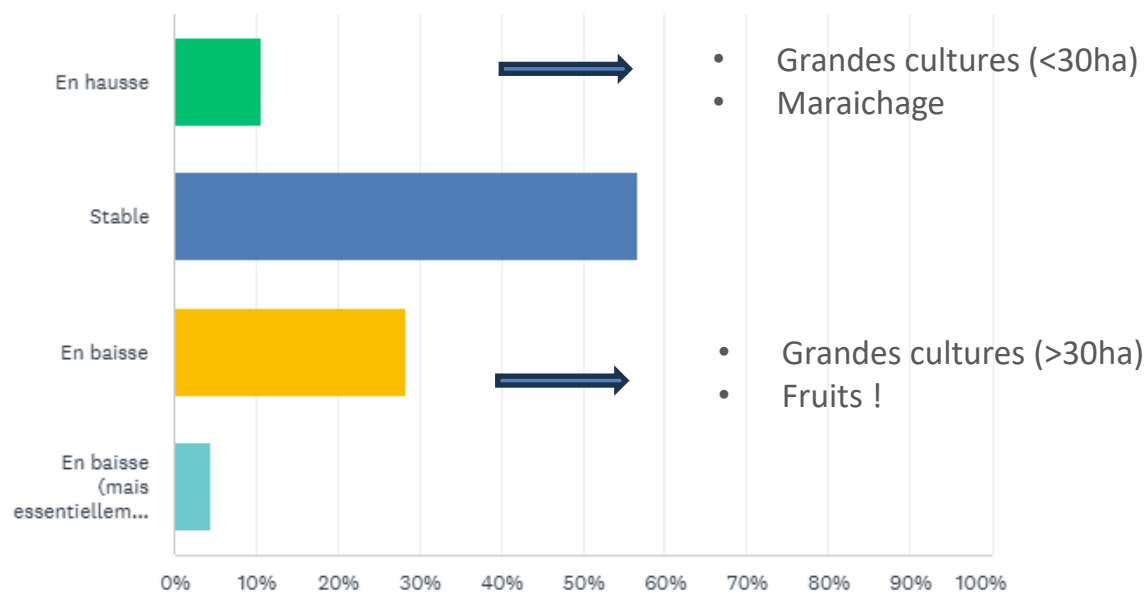


2. Éléments économiques



Evolution CA

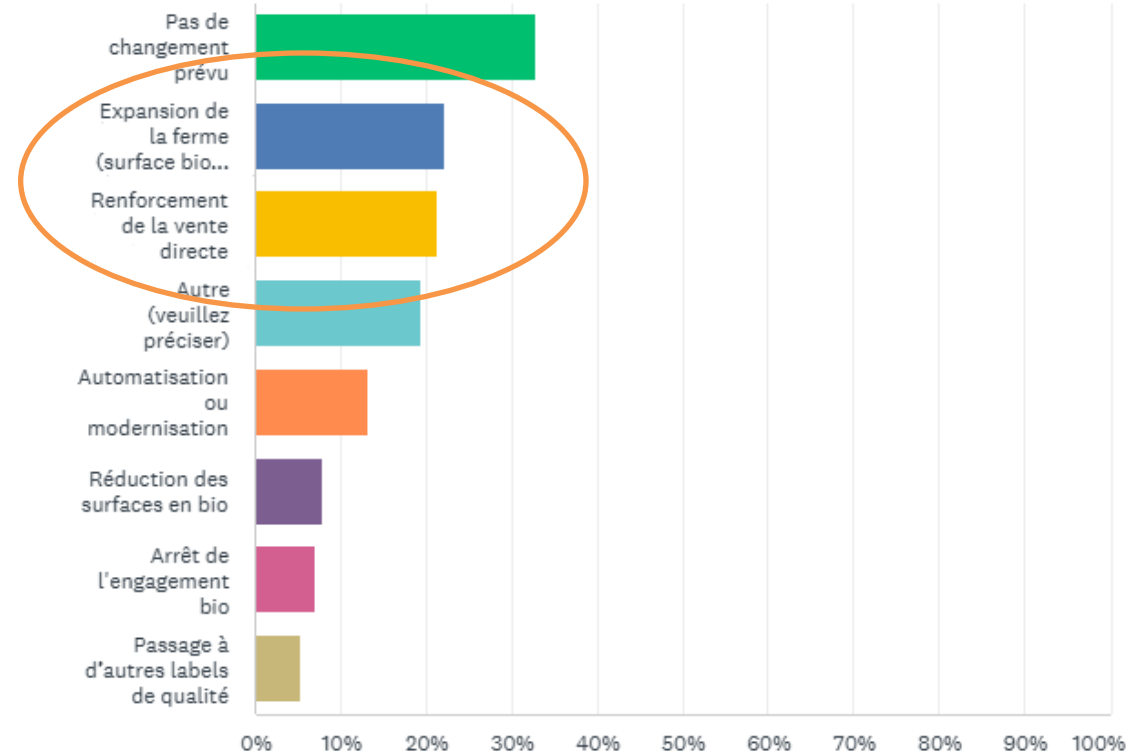
Les chiffres du marché (vente consommateur) semblent en reprise depuis mi-2024. Et pour vous, depuis l'an dernier, votre chiffre d'affaires bio est...



Climat / FCO

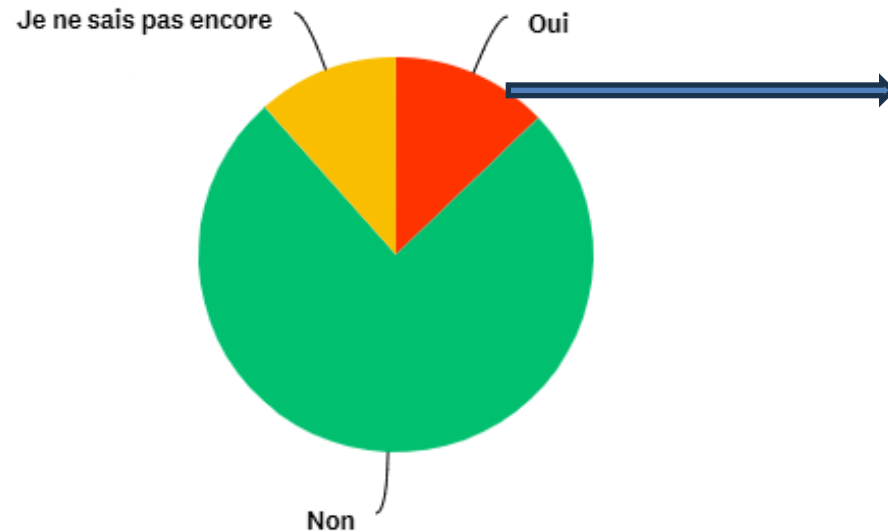
Stratégies économiques et adaptations

Quelles décisions majeures envisagez-vous pour votre ferme bio dans l'année à venir ?



Engagement bio 2025

Envisageriez-vous d'arrêter l'agriculture bio ou de réduire volontairement vos surfaces bio en 2025 au moment de la DPS 2025 ?

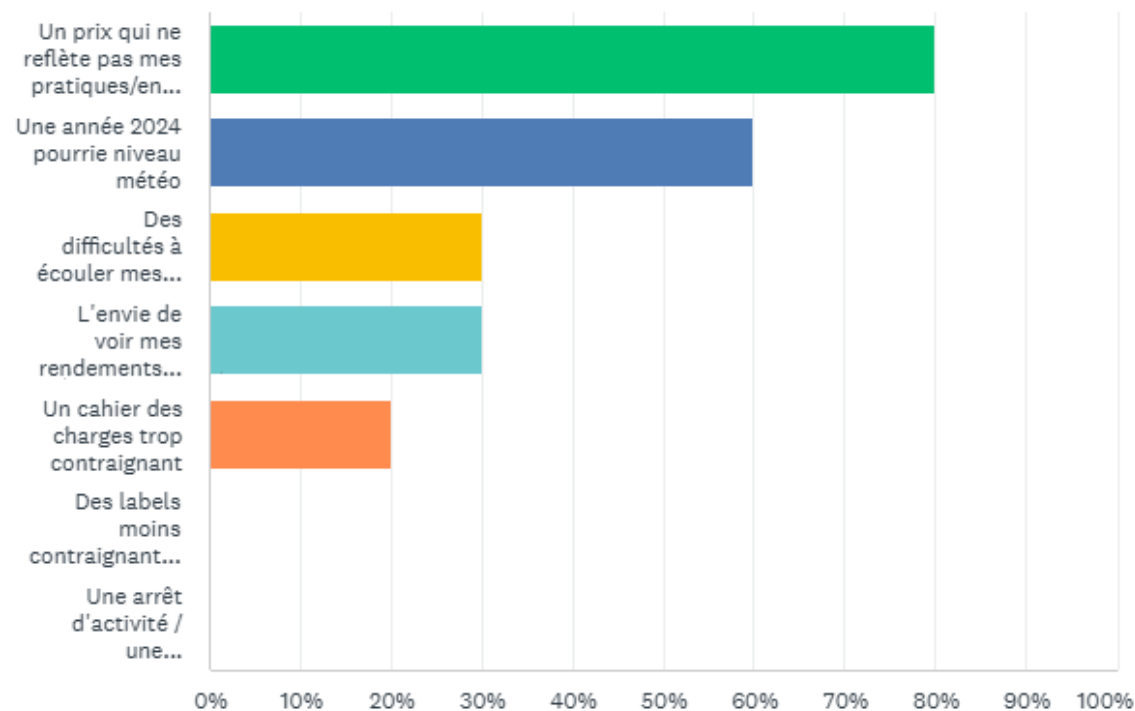


- Grandes cultures (50%)
- Polyculture-élevage viandeux (25%)
- Maraichage (16%)
- Autre (9%)

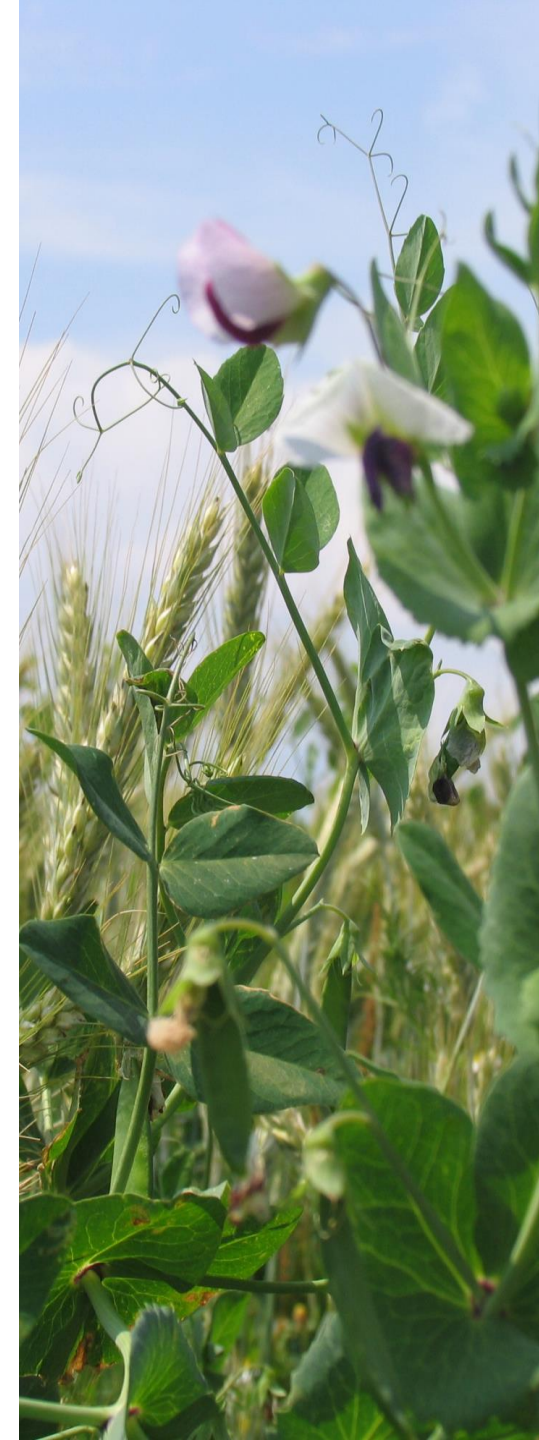
CHOIX DE RÉPONSES	▼	RÉPONSES
▼ Oui		12,82 %
▼ Non		75,64 %
▼ Je ne sais pas encore		11,54 %
TOTAL		

Engagement bio 2025

Si vous avez répondu OUI à la question précédente, quel est l'élément déterminant qui a amené cette décision ? Deux réponses max.

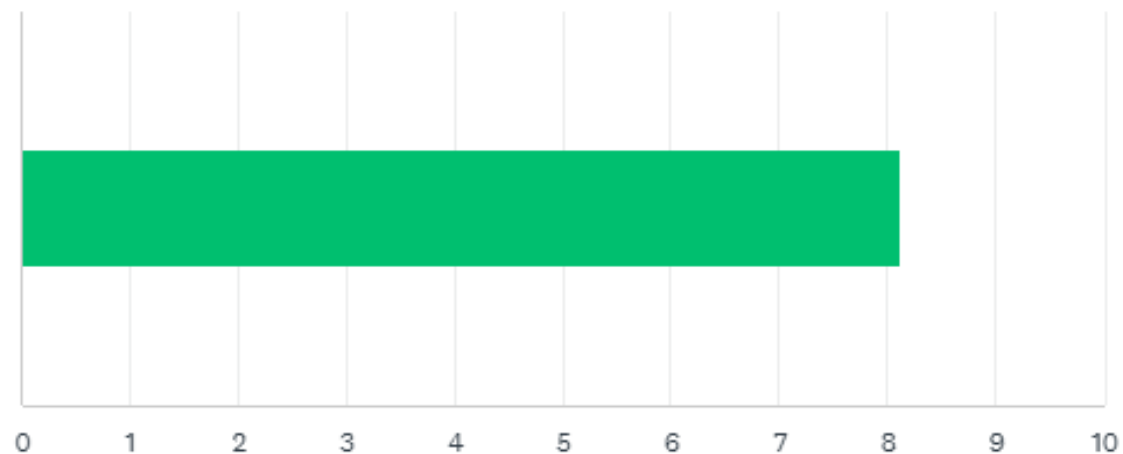


4. Posture % bio



Fierté

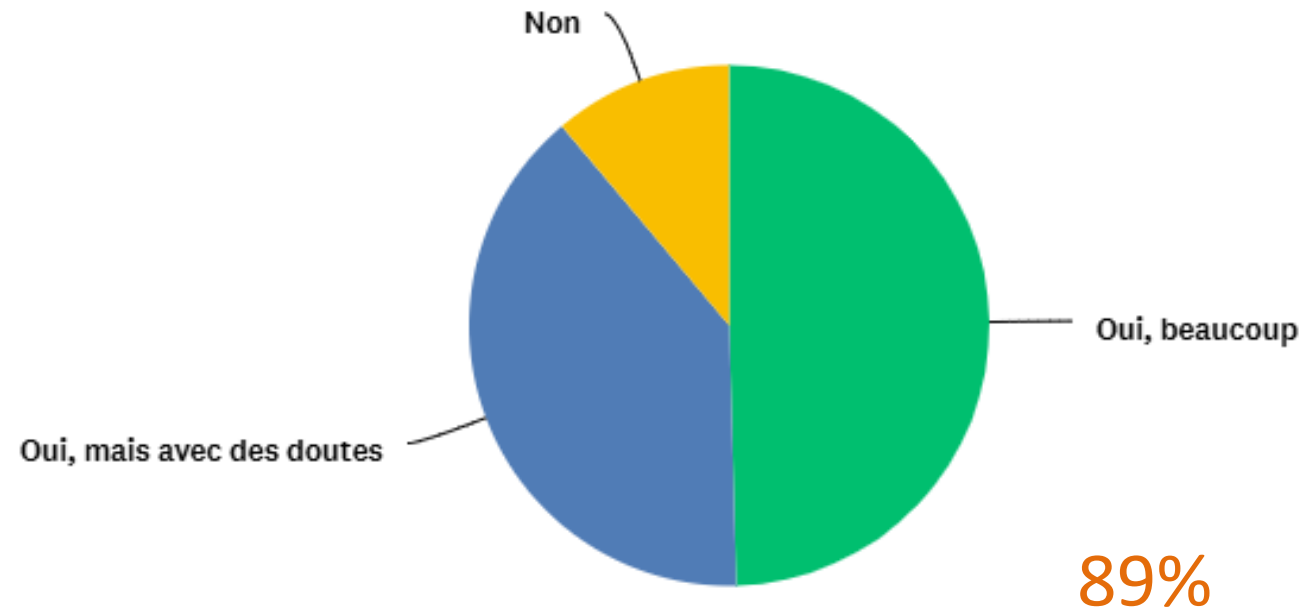
Sur une échelle de 0 à 10, êtes-vous fier.e d'être agriculteur/agricultrice bio ?



8,1/10

Bonheur

Être en bio contribue-t-il à votre bonheur personnel ?



Quelle est, selon vous, la plus grande force de l'agriculture bio en Wallonie ?



La **résilience** de nos fermes : on propose un modèle de résilience face à l'augmentation des coûts de production et la perte constante de qualité de vie (eau, air, nourriture).

Notre nombre : un tissu fort d'agriculteurs performants

Des **aides à la production** élevées, sans lesquelles nous ne tiendrions pas des années comme celles-ci

La rigueur et le nombre de **contrôles** pour la certification

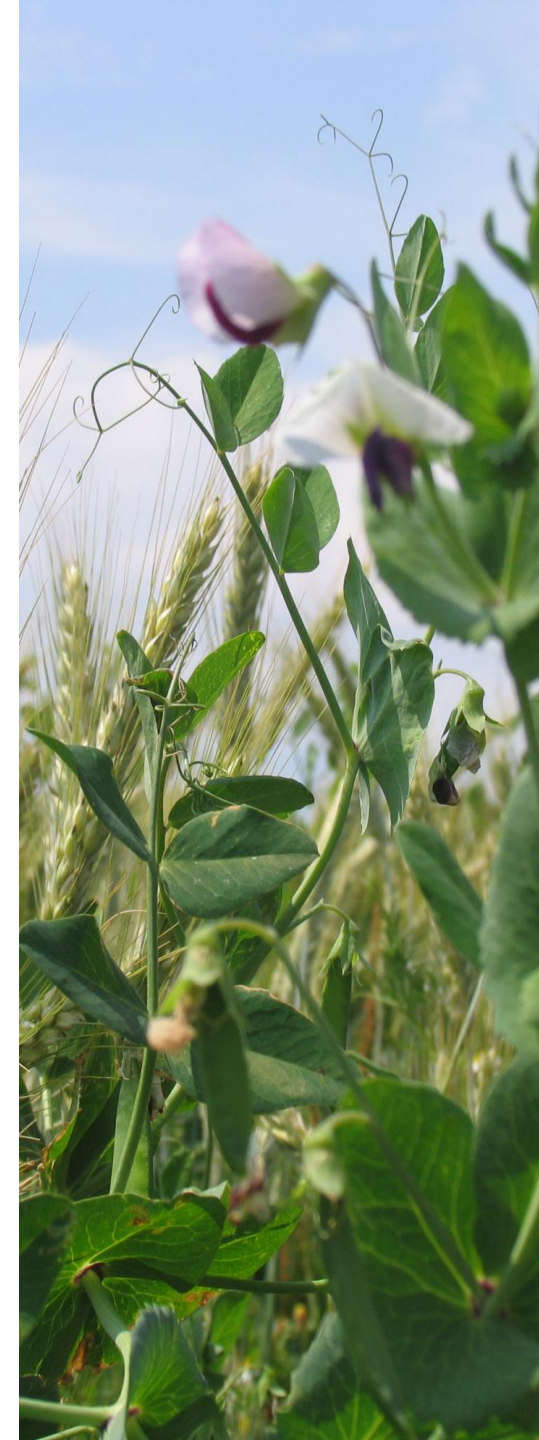
Un **terroir exceptionnel** qui permet une multitude de productions végétales et animales de qualité, qu'il faut protéger.

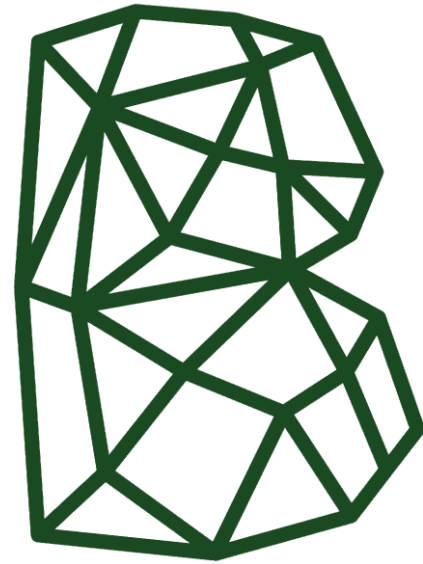




A suivre...
Merci !

Plus d'info sur unab-bio.be
info@unab-bio.be
0494/394113





Etude de
Marché relative
à la production
biologique
(*APAQ-w*)

Etude de marché (EDM) relatif au secteur bio

Objectifs recherchés :

- Evaluer la **notoriété** et la **connaissance** autour du bio
- Identifier les **leviers** et les **freins** à la consommation de produit bio
- Identifier des **prospects** du bio

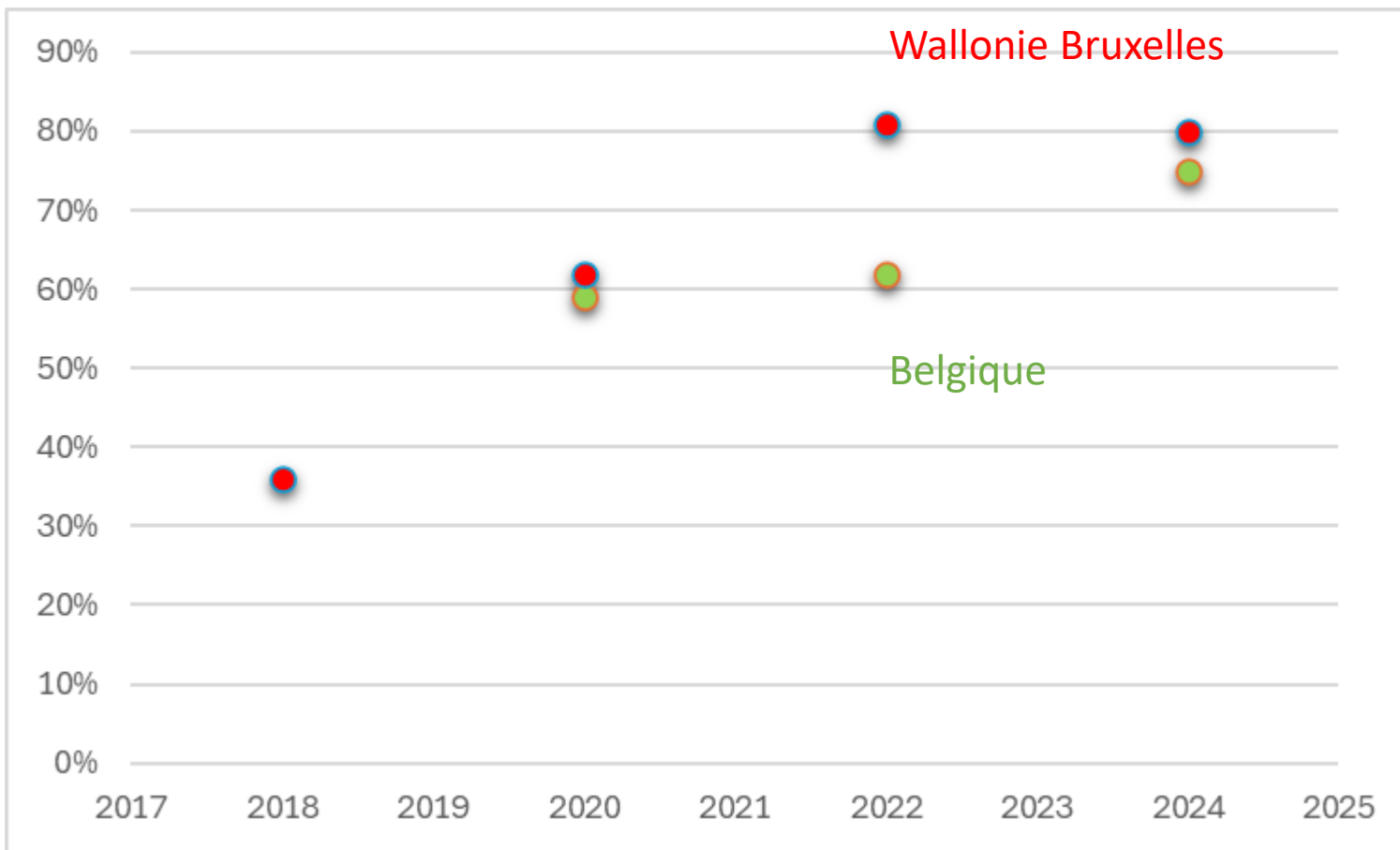
Cadre :

- Démarrage des EDM en 2018
- Echantillon de 1500 personnes
- Cible : Les consommateurs habitants en Belgique

Différence entre EDM et analyse s/b données chiffres GfK

- EDM = sur base déclarative - Permet de qualifier
- Chiffres GfK : données quantitatives liées à la consommation

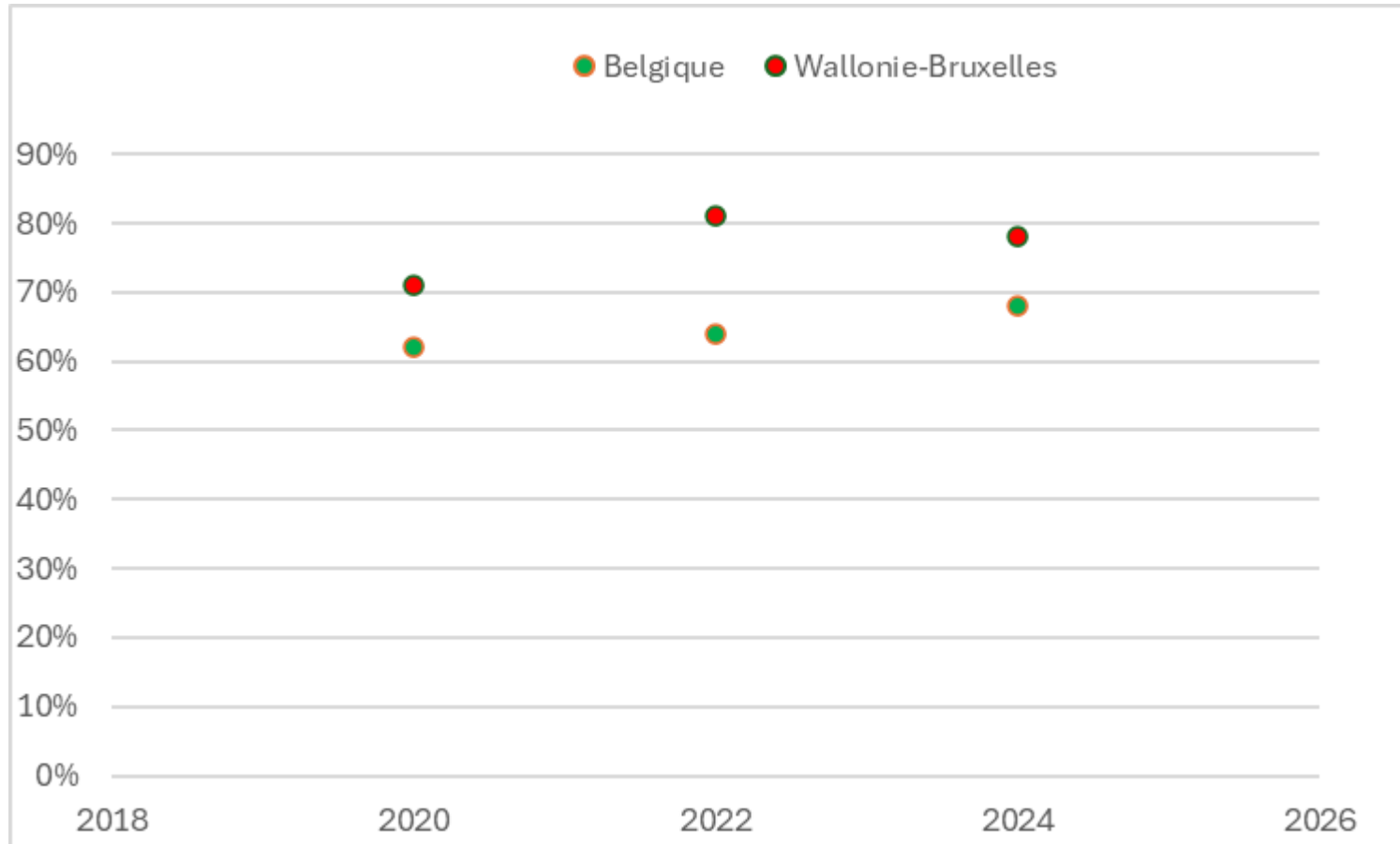
Le consommateur sait-il reconnaître un produit bio?



Eurofeuille

= Logo d'identification & de reconnaissance des produits bio pré-emballés dans toute l'Europe

Que connaît le consommateur du bio ?



En 2024 : 5 règles sur 7 testées sont connues

Un produit BIO, c'est avant tout...

Un produit obtenu **sans l'emploi** de produits **chimiques** de synthèse



Et la consommation en produits bio (Déclaratif)?

- Le nombre de consommateurs de produits bio est stable.
- Mais :
 - Une redistribution dans les profils
 - ✓ Des consommateurs occasionnels augmentent leur consommation de bio
 - ✓ Des « gros » consommateurs de bio en consomment moins
 - Un volume de produits bio moins grand (-7 points)



2030

En 2024, quels sont les leviers et freins au bio ?



PLAN 2030

Leviers

Préserver sa santé et la qualité des produits BIO restent les 2 principaux leviers.

Freins :

Le prix reste le frein principal, d'autant plus que la perception de différence de prix BIO/non BIO réaugmente.



Quelle promotion pour 2025 ?

Stratégie de communication :

- Continuer la campagne « On a tous une bonne raison de choisir le bio »
- Déconstruire les préjugés sur le bio
- Travailler l'identification des produits bio/opérateurs sur le terrain

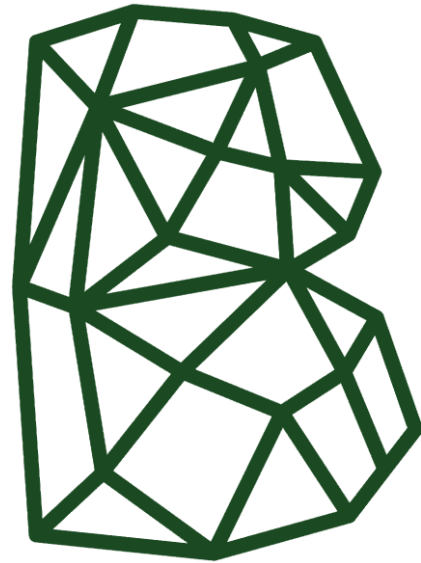
Cibles :

- Les consommateurs de produits bio
- Les prospects
- Les consommateurs de produits locaux



PLAN 2030





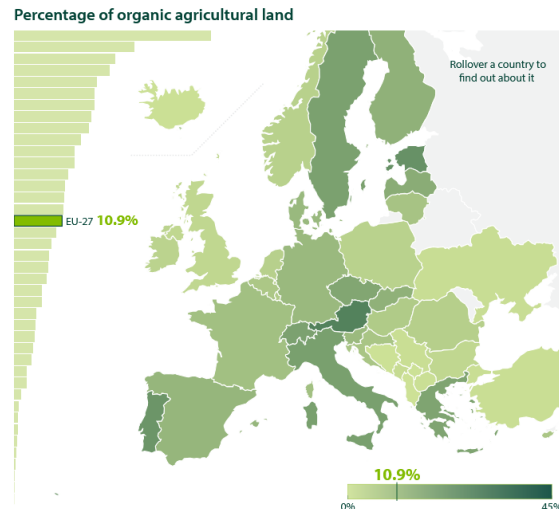
Le bio en
dehors de nos
frontières

Le bio en Europe en 2023

► Production

- ▲ 19,5 millions d'ha bio
- ▲ **+4,1%** entre 2022-2023
- ▲ 3,9% de bio dans la SAU (10,9% pour l'UE)

Pays avec la plus grande surface bio en millions d'hectares



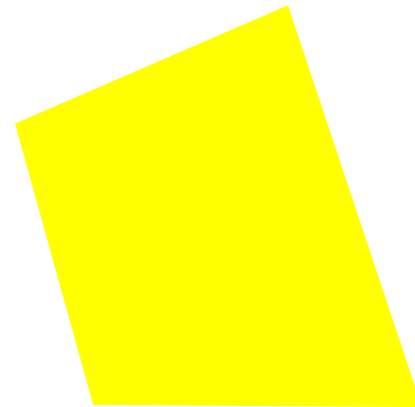
► Consommation

- ▲ 54,7 milliards d'euros
- ▲ **+3%** entre 2022-2023
- ▲ 66€ par habitant (104€ dans l'UE)
- ▲ Principaux marchés bio:

1. Allemagne
2. France
3. Suisse

▲ Part de marché bio:

1. Danemark: 11,8%
2. Suisse: 11,6%

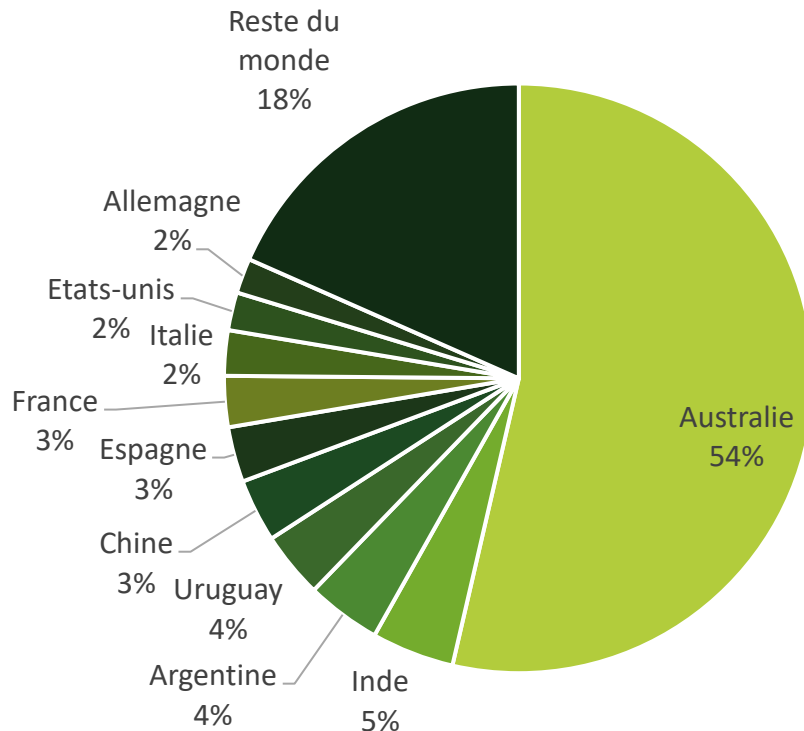


Et dans le monde en 2023?

► Production

▲ 98,9 millions d'ha dans 188 pays

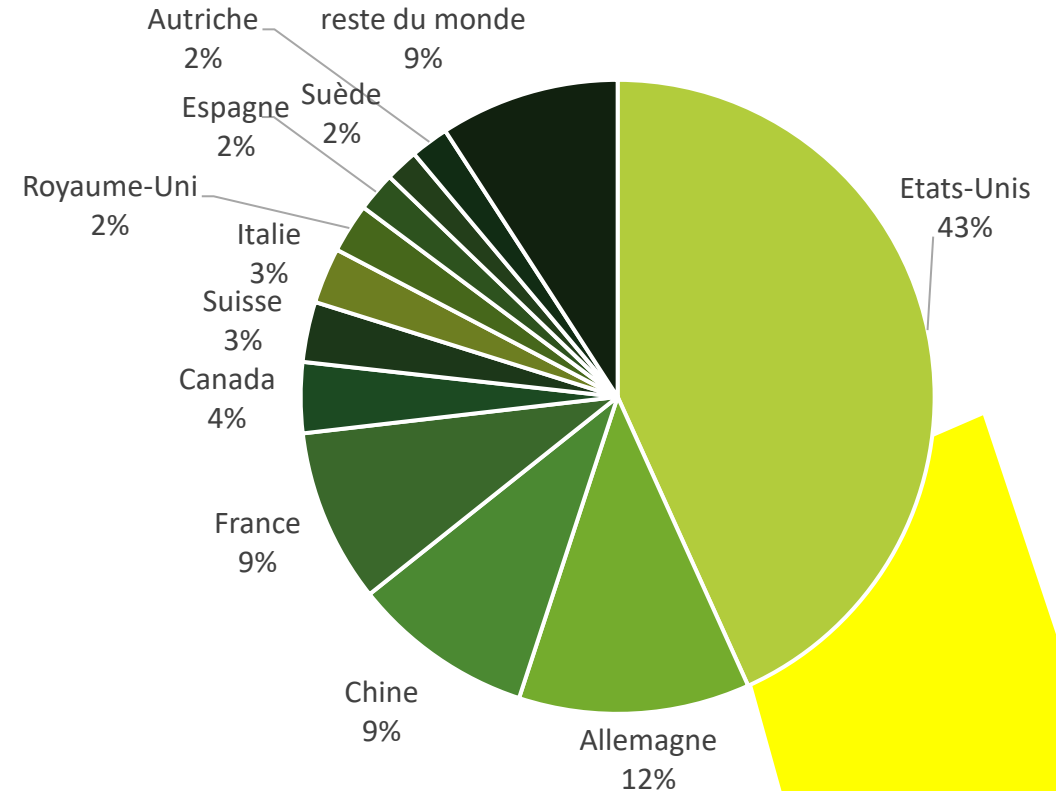
Répartition des surfaces bio mondiales par pays



► Consommation

▲ 136,4 milliards d'euros

Répartition du marché bio mondiale



Marché bio français

En 2024:

- ▶ Grande distribution: **-3,5%** (4,96 Mrd€ ~= situation de 2019)
 - ▲ Réduction d'assortiment dans toutes les chaînes (7,3% de l'offre est bio -0,9% par rapport à 2023)
- ▶ Magasins bio: **+5,3%** (4,1Mrd € ~= situation de 2021)
- ▶ Inflation alimentaire bio double en GMS qu'en magasins bio
 - ▲ Ex: lait bio: +8,2% en magasins bio et +16,2% en GMS



Marché bio français

► Magasins spécialisés bio

▲ ↗ dépenses malgré ↘ nombre de magasins bio



Les infos clés du réseau Bio spécialisé en 2024

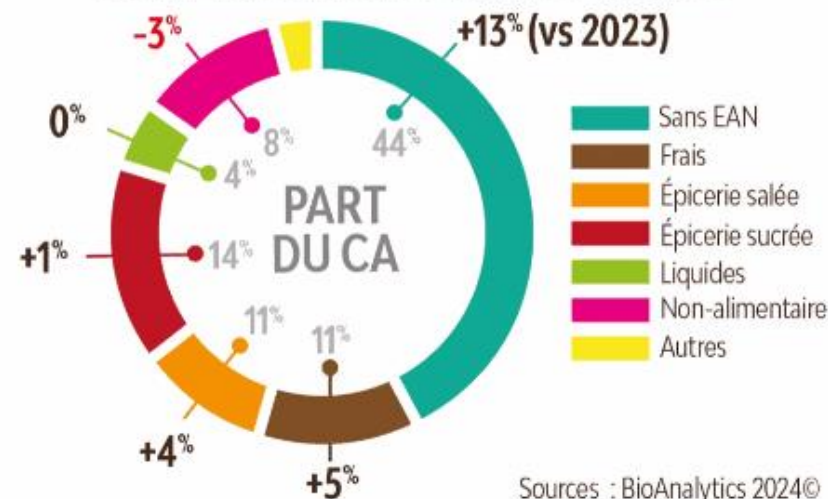
- **CA record** : + de 4 milliards d'euros
- **Fréquentation en hausse** : +6,5 %
- **CA/m² record** : + de 5 500€
- **Clés du succès** : rayon fruits & légumes, adaptation des prix, innovation en ultra-frais

Source : Bilan 2024 du marché Bio de Bio Linéaires.



LE NON-ALIMENTAIRE NE REPART PAS

TOTAL RÉSEAU BIO 2024 : 4 100 M€



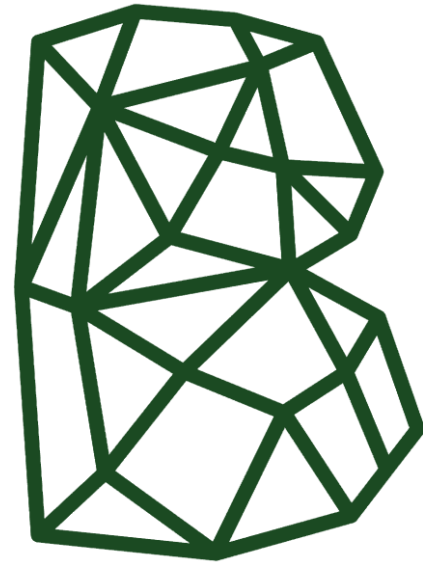
=sans code bar (fruits, légumes, vrac....)

Marché bio allemand

- ▶ Tendance générale : le commerce bio allemand connaît un nouvel essor
- ▶ Les 2 chaînes leaders de la distribution spécialisée bio en Allemagne (Alnatura et Denn's) continuent leurs expansions
- ▶ Différence avec la France : les discounters misent sur le bio !
 - ▲ Extension des assortiments bio, renforcement des campagnes de publicité autour des marques bio, collaboration avec des ambassadeurs (comme WWF) pour convaincre la clientèle.
 - ▲ Bataille 'vertueuse' entre Aldi et LiDL autour du bio
- ▶ Force : partenariats entre l'amont et l'aval, orchestrés par les associations de producteurs :
 - ▲ Naturland, Bioland, etc. mobilisent (depuis des années) plusieurs centaines de personnes en force commerciale pour renforcer les liens avec la grande distribution.

Source : Ecozept





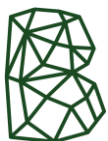
Zoom sur les
motivations
d'achat

Les constats de Fabien Foulon, Retail&Detail (Fr)

Quelles sont les facteurs déclencheurs qui conduisent un consommateur à rentrer dans un magasin bio, alors qu'il ne le faisait pas jusque-là ?

Profil du néo-consommateur bio (baromètre de l'Agence bio 2024, n = 4.000) :

- Préoccupation marquée pour la santé :
 - 49% perçoivent l'alimentation comme moyen de prévenir les maladies
 - 41% se disent très attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé
 - Modification récente des habitudes alimentaires (64%)
 - Préoccupation forte pour les enjeux environnementaux (31%)
- **Les préoccupations (santé et environnement) sont des déclencheurs forts de l'entrée dans un magasin bio.**



Les constats de Fabien Foulon, Retail&Detail (Fr)

Son approche : analyser le panier d'achat des néo-consommateurs

- Objectif : identifier les types de produits les plus fréquemment présents lors des premières visites..

Résultats : produits sur-représentés

- Avec un « rôle de recrutement », qui déclenche la première visite :
 - Les **compléments alimentaires**. Ils sont présents dans min. 20% des premiers achats, puis ne se retrouvent plus que dans 10% des achats ultérieurs.
 - Les **produits alimentaires spécifiques**. *Exemples : graines de chia, kombucha, alternatives végétales, alternatives au sucre, produits sans gluten...*
 - Les **produits cosmétiques**.
- Avec un « rôle de fidélisation » : les fruits et légumes
 - Ils apparaissent sur 40 à 45 % des tickets de première visite. Sur les tickets d'achats suivants, on les retrouve dans 50 à 60% des cas.



Source: Natexpo, 23-24 septembre 2024



Les constats de Fabien Foulon, Retail&Detail (Fr)

Ses conseils

- Les recommandations des experts alimentation-santé peuvent jouer un rôle dans le recrutement de nouveaux clients. → Pertinent d'intensifier les collaborations avec les naturopathes, diététiciens et nutritionnistes.
- C'est important d'activer des leviers pour booster le recrutement, **tout en renforçant la fidélisation de la clientèle**. Autrefois, le recrutement était un moteur clé de la croissance du bio, mais cette dynamique a évolué et ne joue plus le même rôle aujourd'hui.

À ne pas oublier

Malgré l'efficacité des stratégies mises en place, le recrutement est influencé par les crises et les orientations des médias.



Source: Natexpo, 23-24 septembre 2024



Le consentement à payer

L'étude d'Eric Giroux-Héraud (directeur de recherche à l'INRAE)

Comment se construit le consentement à payer des consommateurs pour des produits bio ?

Influence de l'information sur le consentement à payer

- Les informations reçues par le consommateur influencent son consentement à payer.
- En analysant comment le consentement évolue au fur et à mesure que le consommateur reçoit des informations sur le produit, il devient possible d'identifier ses véritables motivations d'achat.



Source: Natexpo, 23-24 septembre 2024



Le consentement à payer

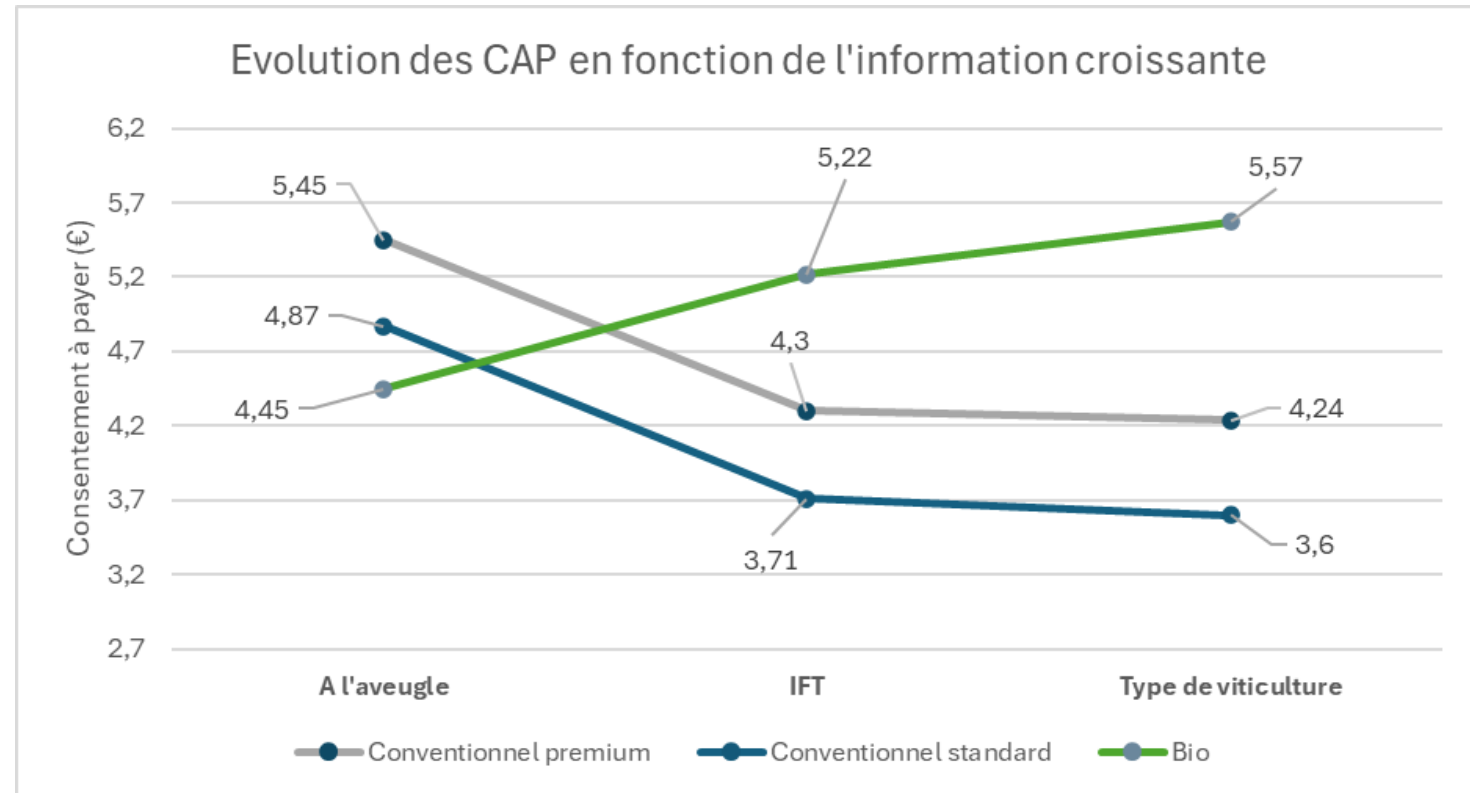
L'étude d'Eric Giraux-Héraud (directeur de recherche à l'INRAE)

Processus d'expérimentation sur le vin

À chaque étape, le consentement à payer est relevé après l'introduction progressive de nouvelles informations :

- **A l'aveugle / sans aucune information** : critères organoleptiques (goût, odeur, texture)
- **IFT** : information sur l'utilisation de pesticide
- **Type de viticulture** : identification du vin comme conventionnel ou bio.

Constat : le CAP diminue fortement pour les vins conventionnels, même pour celui qui était initialement bien noté sur le plan organoleptique.



Le consentement à payer L'étude d'Eric Giraux-Héraud (directeur de recherche à l'INRAE)

Pour lever les freins liés au prix du bio et encourager l'achat, il faut mettre en avant l'impact sur la biodiversité

- ✓ Répondre aux attentes des consommateurs en matière d'environnement et de garanties environnementales.
- ✓ Sa suggestion : créer un indicateur comme un « **Biodivscore** », qui mesure la contribution du bio à la biodiversité.



Source: Natexpo, 23-24 septembre 2024



Le consentement à payer L'étude d'Eric Giraud-Héraud (directeur de recherche à l'INRAE)

Le marché du bio évolue dans un contexte de prolifération des appellations qui entrent en concurrence avec le bio.

Lorsque le consommateur reçoit une information le rassurant sur sa santé – comme l'allégation « zéro résidu de pesticide » ou « sans sulfite », son consentement à payer augmente.

→ Rassurer sur la « naturalité » des produits bio

- ✓ Répondre aux préoccupations des consommateurs en matière de santé.
- ✓ Mieux communiquer sur l'absence de pesticide et sur la sécurité des produits bio.



Source: Natexpo, 23-24 septembre 2024



Comment sensibiliser au bio?

- ▶ Campagnes de communication
- ▶ Livret « démystifier le bio » → Possibilité d'en commander
- ▶ Film « Intensif » sur Auvio (jusqu'au 1/12)
- ▶ Podcast de Nature&Progrès
- ▶ Etudes et articles
- ▶ ...

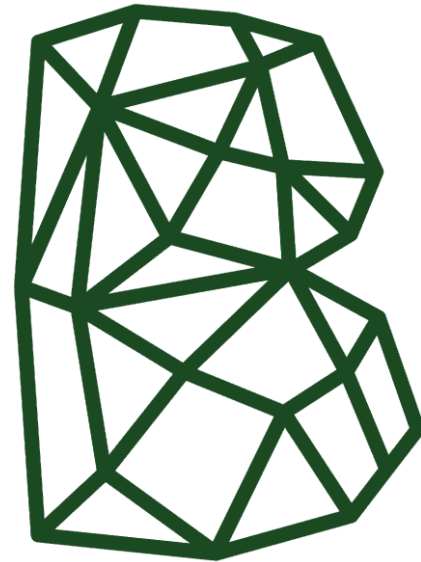


Potentiel nourricier

Simulation A : Régime inchangé	194%
Simulation B : Bio 30%	150%



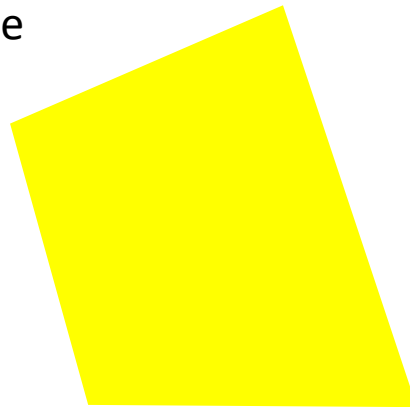
Source: SYTRA, 2024



Tendances de consommation

Tendances de consommation en 2025

- ▶ Le **prix** = premier critère de choix
- ▶ Une alimentation **plus locale**
 - ▲ Critère de choix très important qui prime parfois sur le bio (mettez-le en avant!)
- ▶ Une alimentation **plus végétale**
 - ▲ Davantage de végétariens, végan et flexitariens
- ▶ Une alimentation **plus transparente et plus traçable**
 - ▲ Sur l'origine des matières premières
 - ▲ Sur la répartition du prix consommateur
 - ▲ Sur l'histoire du producteur/artisan
- ▶ Une agriculture **protectrice de l'environnement** et/ou régénérative
 - ▲ Les consommateurs recherchent des produits qui favorisent la biodiversité, réduisent les émissions de carbone et améliorent la résilience des écosystèmes agricoles.
- ▶ Moins d'**emballage** ou des emballages consignés, rechargeables, compostables ou 100% recyclable
 - ▲ « Guerre au plastique » (voir Itinéraires BIO - Emballages responsables n°77)
- ▶ Davantage d'achats **en ligne** et box repas



Tendances de consommation

► Produits EN HAUSSE

▲ Des boissons **sans alcool**

- ◆ Génération Y et Z: intérêt pour « alternative sans alcool » (plus sains tout en conservant aspect festif)
- ◆ Près de la moitié (49 %) des Belges, en particulier les jeunes (61 %) prévoient de consommer davantage de mocktails, de bières sans alcool et de kombucha

▲ Des produits alliant **saveurs** et éco-responsabilité

▲ Des produits **avec bienfait** « qui fait du bien » (antioxydant, super-aliment...)

▲ **La fermentation** continue de séduire (kombucha, kimchi, kéfir, miso...)

▲ Les protéines alternatives

▲ Les **produits SANS** (gluten, lactose, nitrite, sucre)

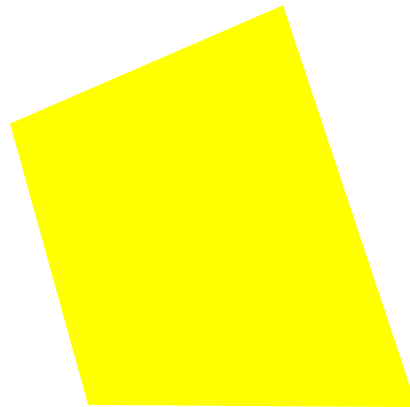
▲ Les **plats préparés** et petits plats à partager lors d'un repas pour satisfaire les régimes alimentaires de tout le monde

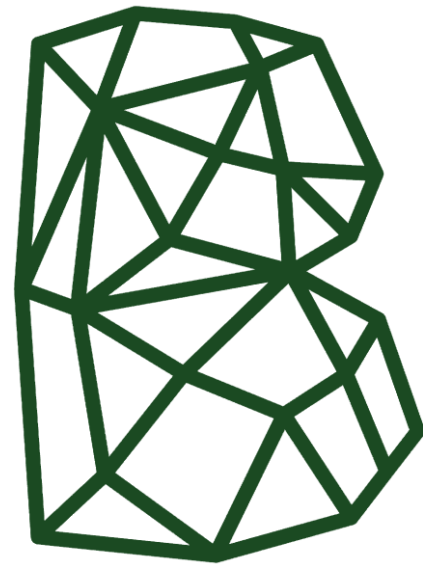
▲ ! Tendances très éphémères (ex: venant des réseaux sociaux)



Tendances de consommation

- ▶ 3 grandes tendances alimentaires en Belgique pour 2025
 - ▲ L'impact de la nourriture sur notre bien-être (physique et mental)
 - ▲ Plus de sans alcool et de végétarien
 - ▲ Essor du e-commerce





Agenda et
actualités

Actualités

► Appel à projets Fondation Roi Baudouin « Agriculture durable : Collaborations dans les circuits courts »

- ▲ Critère: au moins un producteur bio
- ▲ Soutien: jusqu'au 50.000€
- ▲ Candidature jusqu'au **17 avril 2025**



► European Organic Awards 2025

- ◆ Meilleur agriculteur bio
- ◆ Meilleure PME de transformation alimentaire biologique
- ◆ Meilleur détaillant d'aliments bio
- ◆ Meilleur restaurant/service de restauration bio
- ◆ Meilleure région/ville biologique
- ▲ Candidature ouverte jusqu'au **27 avril 2025**
- ▲ Cérémonie: 23 Septembre 2025



► Semaine BIO

- ▲ Candidature ouverte jusqu'au 20 mars 2025

semaine **bio**

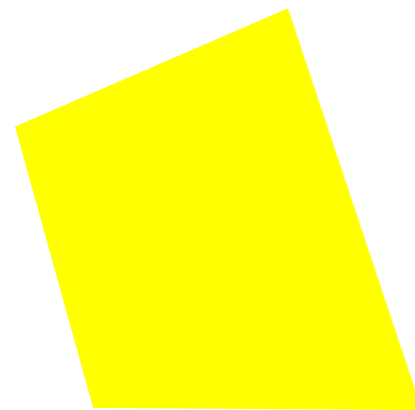
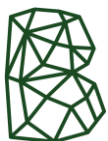


Evènements/formations

► Prochaines formations:

- ▲ 13/03: Gérer une CUMA en bio : stratégies et bonnes pratiques
- ▲ 17/03: Coin technique maraichage: avantages et inconvénients des serres multi-chapelles
- ▲ 14/04 : Utilisation de Canva (outil de design graphique gratuit et intuitif)
- ▲ 13/05 : Argumentaires : déconstruire les clichés
- ▲ 19/05 : Groupement d'employeurs en bio, comment s'y prendre ?
- ▲ 1/09: Fruits et légumes, comment mieux gérer mon stock et rendre mon rayonnage plus attractif ?
- ▲ ...

► 23/09: Business club bio (APAQ-w)



vivre la bio festi'
VALÉRIANE

Festi'Valériane 2025

- 5,6 et 7 septembre Namur Expo
- 40ème anniversaire de l'événement
 - « A Votre Santé ! »
- Fête de la bio, plus jeune, plus festif et orienté « PRO »
 - Nocturne le vendredi et défilé de mode
 - Jobday et Passion métiers le samedi
 - Grand marché le dimanche

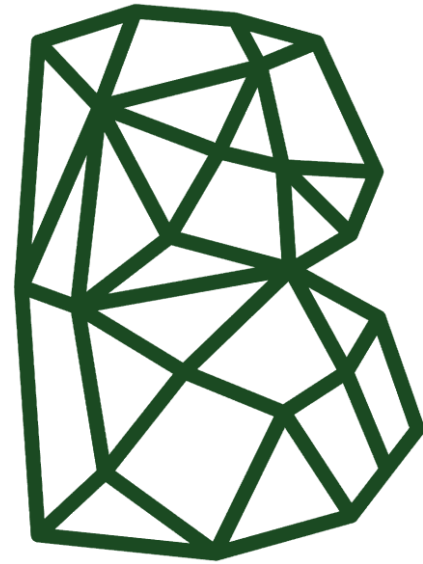
www.valeriane.be

Sandrine.holden@natpro.be

+32.81 32 30 60



- Table cet après-midi
- Sandrine Holden Joaquim Lesne Paul Mathieu

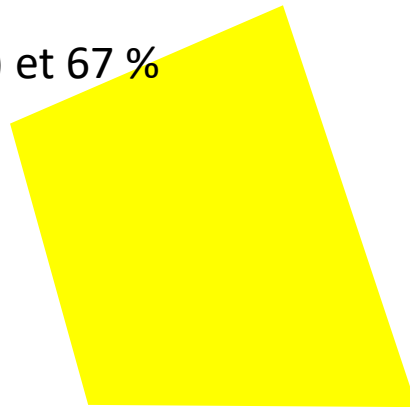


Conclusion



Forces du secteur bio wallon

- Une **hausse de la consommation bio en Belgique et en Europe**
- Un nombre de consommateurs bio stable (98,7% des wallons) et 21% de consommateurs bio réguliers!
- Un citoyen qui cherche à **améliorer sa santé** et à prendre soin de **l'environnement**, or le bio est un marqueur santé et d'écologie.
- Des **jeunes** particulièrement intéressés par le bio et la protection de l'environnement
- Une augmentation de l'expertise technique et de la professionnalisation du secteur
- Un secteur **innovant** : nouvelles cultures, nouveaux produits,...
- Un secteur **résilient** (crises, changement climatique) et **autonome**
- La **conviction** et fierté des professionnels bio
- Le bio aide à recruter de **nouveaux agriculteurs**. 75 % des NIMA (« non issus du milieu agricole ») et 67 % des étudiants des filières agricoles souhaitent s'orienter vers le bio

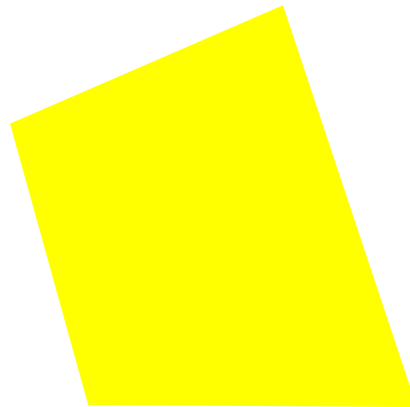


Faiblesses/défis du secteur bio wallons

Fa



- La **perception des prix bio** négative
- Pas d'**incitant financier** à la consommation bio (BtoB et BtoC)
- Un **meilleure sensibilisation** du grand public
- Pas de protectionnisme
- Manque de structuration et maillons intermédiaires
- Une **meilleure rémunération** des agriculteurs bio
- Freiner la **déconversion** des agriculteurs bio et les remotiver



Opportunités du secteur bio wallon



- Des crises successives qui vont vers la **relocalisation** de l'alimentation
- L'Europe règlemente le **greenwashing**
- Un Plan Bio 2030 ambitieux qui va être révisé
- Le programme One Health qui partage les mêmes piliers et approche systémique que le bio
- Le développement des indicateurs (bilan carbone, biodiversité) permettant de valoriser le bio auprès des acheteurs
- Une meilleure prise de conscience de l'impact des pesticides (PFAS)
- Davantage d'articles de presse et de campagnes de sensibilisation sur l'impact des pesticides et sur les bienfaits du bio

 SANTÉ

Des chercheurs révèlent que les pesticides peuvent atteindre la chair des fruits

Par Marie Parra le 20.08.2024 à 13h18



+ LUS + COMMENTÉS + PARTAGÉS SUR 

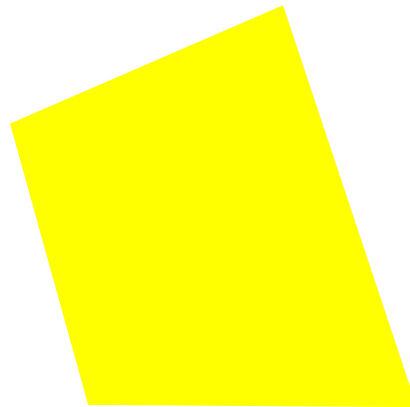


Quelques menaces

Me



- Le Bio-bashing
- Les nouveaux OGM (NTG)
- La compréhension du bio pénalisée par l'apparition de **nouveaux concepts** (agroécologie, agriculture de conservation, agriculture raisonnée, etc.)
- Le bio souvent associé à une provenance **non-locale** et est concurrencé par une offre étrangère
- La suppression des éco-chèques
- La tension sur certaines matières premières (huile d'olive, cacao)
- La diminution de l'assortiment bio en grande distribution
- Un **manque d'objectifs** sur des engagements commerciaux rémunérateurs de l'industrie et la grande distribution



Des questions?

Contactez-nous!



BIOWALLONIE

Le bio aujourd'hui & demain



PLAN BIO 2030

Avec le soutien de
la



Wallonie

Et maintenant: 5 ateliers



Comment initier ou développer votre approvisionnement bio wallon ?

▲ Salle Impressionniste



Et pourquoi pas des pommes de terre bio wallonnes en friterie ?

▲ Salle Pop art 1-2



Complémentarités entre élevages et arboriculture bio

▲ Salle Pop art 3-4



Mutualiser des ressources matérielles pour une meilleure résilience grâce aux CUMA ?

▲ Salle Surréaliste 1-2



Comment exporter vers le Grand-Duché du Luxembourg ?

▲ Salle Surréaliste 3-4

