

D'APRÈS LES ENQUÊTES GREEN DEAL



CARACTÉRISATION DE L'OFFRE

FICHES
SYNTHÈSE

CARACTÉRISATION DE L'OFFRE, D'APRÈS LES ENQUÊTÉS GREEN DEAL

Afin d'améliorer l'approvisionnement des cuisines de collectivité en produits locaux et issus d'une démarche de développement durable, il nous a semblé essentiel dans un premier temps de mieux connaître l'offre de nos signataires¹ du Green Deal « Cantines Durables ». Pour mieux cerner cette offre et ses perspectives, la caractérisation de l'offre a été découpée en filière².

Sur les 160 acteurs de l'approvisionnement (producteurs, groupements de producteurs, transformateurs et distributeurs) faisant partie de la communauté Green Deal, 114 entreprises ont participé à notre enquête soit un taux de réponse de plus de 70%. Ils sont répartis de la manière suivante : 88 producteurs, 17 groupements de producteurs, 16 transformateurs et 3 distributeurs.

¹ La caractérisation de la demande des cuisines de collectivité fait partie d'une démarche similaire et parallèle qui sera également communiqué.

² Filières : viandeuses, avicoles, grandes cultures, pommes de terre, laitières, fruits et légumes.



FILIÈRES VIANDEUSES

1

FILIÈRES VIANDEUSES

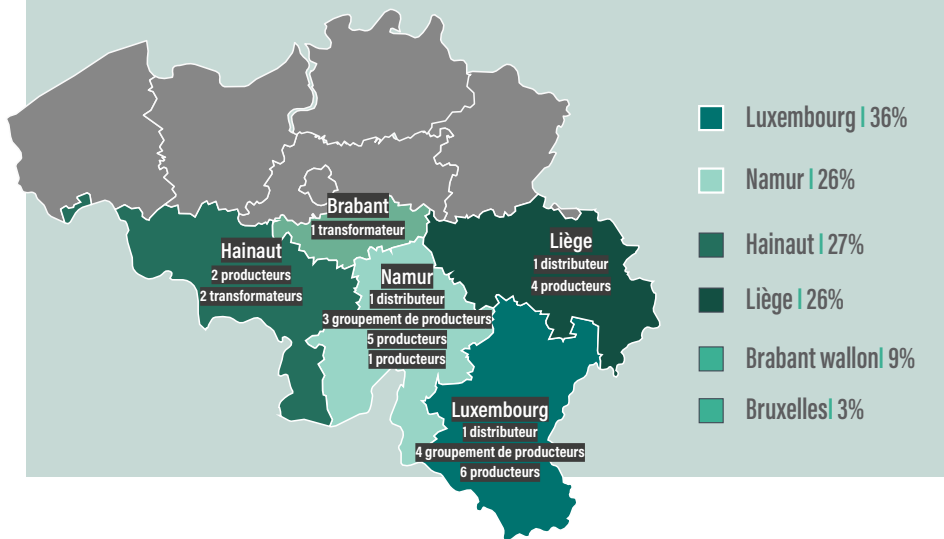
1.1. Les producteurs et transformateurs :

La répartition des acteurs de l'approvisionnement de la filière viandeuse correspond à celle du territoire wallon. Les zones d'élevages sont majoritairement localisées au sud du sillon Sambre et Meuse et plus particulièrement dans les provinces de Luxembourg et Namur pour la filière bovine et le Hainaut et Liège pour la filière porcine. Les entreprises de transformation se trouvent en majorité dans la province du Hainaut, et le secteur de la distribution se répartit entre les provinces du Luxembourg et de Liège. Au sein de ce panel productif, le segment bovin domine assez largement (63%), le reste se partageant équitablement entre les filières ovines et porcines.

39
ENTREPRISES

de la filière viandeuse, composée des secteurs bovins, ovins-caprins et porcins, ONT RÉPONDU À NOTRE ENQUÊTE

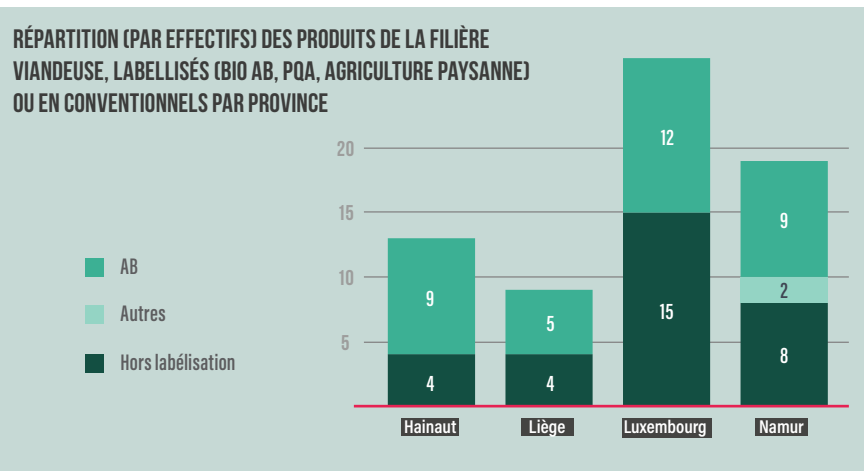
RÉPARTITION DES ACTEURS DE L'APPROVISIONNEMENT DE LA FILIÈRE VIANDEUSE



1.2. Les produits proposés :

Près de la moitié de l'offre (48%) se compose de produits finis, aux gammes diversifiées, quels que soient les segments (bovins, ovins, porcins) proposés : steaks, hachés et boulettes, carbonate, salaison et charcuterie (saucisses), filets, colis, etc. Par ailleurs, l'offre en produits bruts (carcasses entières ou en demi bête prête à découper) représente 30% de la gamme mise à disposition. Le type de produit n'est pas précisé dans 20% des cas.

Les produits disponibles reposent pour moitié sur une labellisation de type « bio » (AB et Nature & Progrès) ou sur d'autres signes distinctifs de qualité (différenciée, agriculture paysanne, farm to good, prix juste...), et, pour une autre moitié, restent sur des modalités de production en conventionnel. A titre de comparaison, 2,5 % du cheptel porcin et 9,3% du cheptel bovin en Wallonie sont « bio », ce qui indique que les producteurs signataires du Green Deal sont largement plus souvent labellisés bio que la moyenne wallonne.



N.B. : Aucun répondant à notre enquête n'est situé dans la province du Brabant-Wallon pour cette filière viandeuse.

2

DISTRIBUTION

2.1. Les canaux et clients usuels

90 % des exploitants et structures interrogés pratique des modes de distribution en 'circuits courts, que ce soit sous la forme de vente directe ou bien via la présence d'un seul intermédiaire de distribution. Les producteurs ovins et porcins sont cependant plus adeptes du circuit court (respectivement 80 et 60 %) que les producteurs bovins qui sont 49 % à le pratiquer. Par ailleurs, seulement 12 % des producteurs s'inscrivent dans un canal de distribution de type « long ».

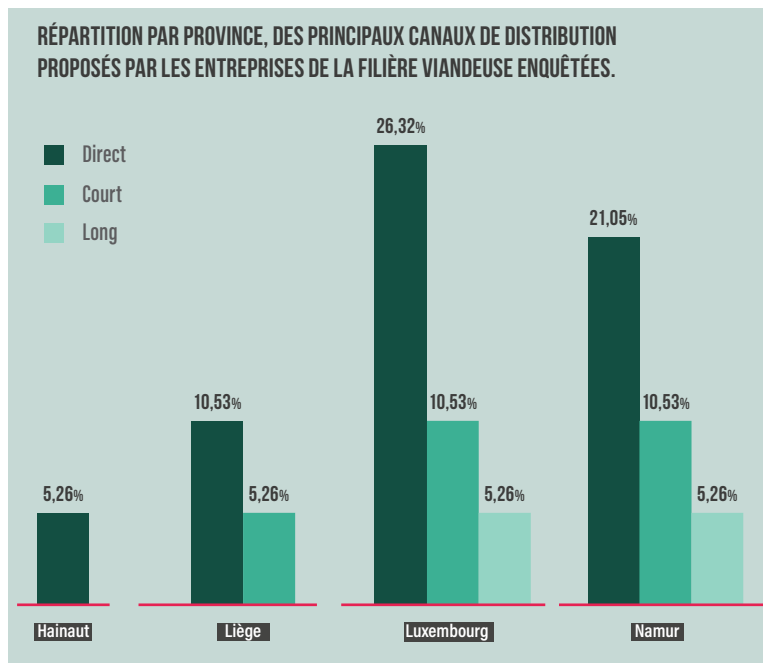
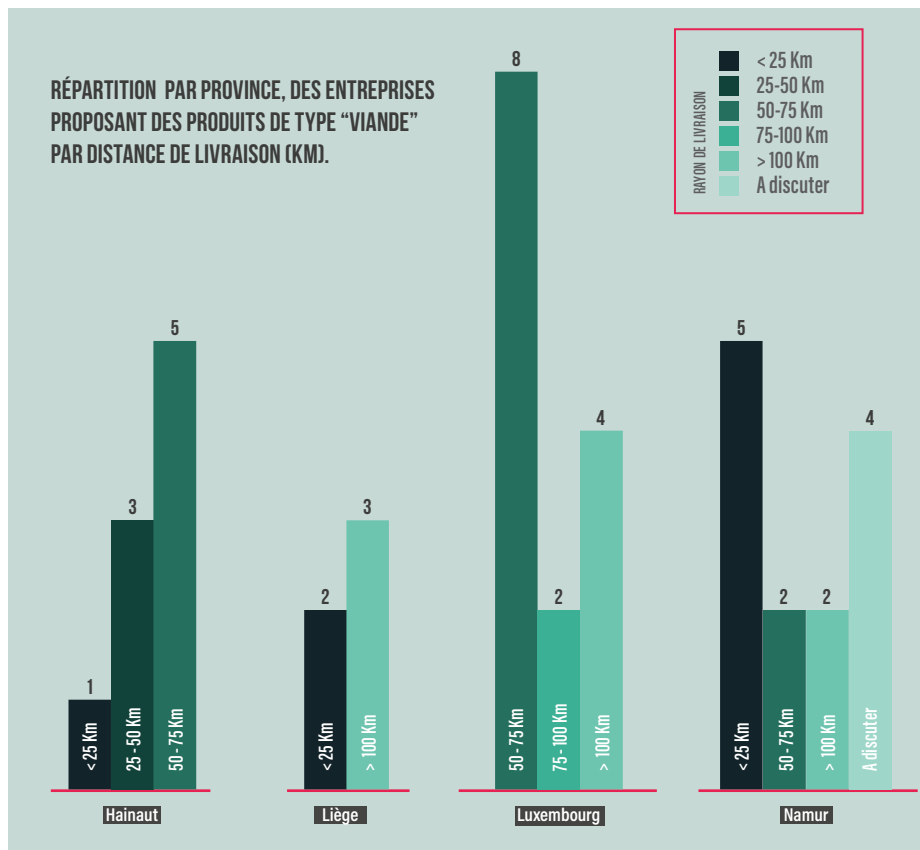


FIGURE 5

N.B. Les entreprises n'ayant pas précisé de canaux de distribution n'ont pas été prises en compte.
 N.B.2 : À des fins de clarté, nous avons dédoublonné les entreprises qui proposaient différents canaux de livraison.
 N.B.3 : Aucun répondant à notre enquête n'est situé dans la province du Brabant-Wallon pour cette filière viandeuse.

2.2. Livraison :

90 % des exploitants et structures interrogés pratique des modes de distribution en 'circuits courts, que ce soit sous la forme de vente directe ou bien via la présence d'un seul intermédiaire de distribution. Les producteurs ovins et porcins sont cependant plus adeptes du circuit court (respectivement 80 et 60 %) que les producteurs bovins qui sont 49 % à le pratiquer. Par ailleurs, seulement 12 % des producteurs s'inscrivent dans un canal de distribution de type « long ».



N. B. Les entreprises n'ayant pas précisé de rayon de livraison n'ont pas été prises en compte.

3

ANALYSE ET PERSPECTIVES

Suivant l'étude de P.Barret*9, un peu moins de 4.500 carcasses bovines par an seraient nécessaires pour répondre à la demande des collectivités en Wallonie. Si l'on interprète les volumes comme étant disponible pour les cantines, l'offre des signataires au Green Deal « Cantines Durables » est suffisante pour couvrir la demande. Par contre, il est à noter que la répartition de l'offre en volume se retrouve majoritairement concentrée par quelques groupes de producteurs.

Si l'on sonde au niveau des attentes des cuisines de collectivité, signataires du Green Deal « Cantines Durables », c'est essentiellement un intérêt plus marqué pour des produits locaux (près de 19%) plutôt que labélisées « bio ». La mise en avant d'un label, qu'il soit « Bio » ou relevant plus de la qualité différenciée, permet au niveau des cantines de valoriser leurs efforts en termes d'achat plus local et s'intégrant dans une démarche de développement durable.

En ce qui concerne les services de chalandise (canaux, fréquence et rayons de livraison), seul réellement la fréquence pourrait correspondre

au fonctionnement des cuisines de collectivité. Attention qu'une quantité minimale de commande est souvent requise pour la livraison. Pour ce qui est des canaux et le rayon de livraison, l'offre est construite avant tout sur la vente directe. On peut se poser la question si cela n'est pas problématique pour les cantines, sachant qu'il existe peu de coopératives pour approvisionner les cantines. Une structuration des éleveurs en groupement de producteurs permettrait de répondre au mieux à la demande des cuisines de collectivité ainsi qu'à ses spécificités (approvisionnement régulier, volume et diversification de l'offre, livraison, service client...).

Ce secteur, surtout orienté circuit court et vente directe, semble vouloir diversifier leurs circuits de vente habituels, en se dirigeant vers l'approvisionnement des collectivités. Toutefois, les réalités des cantines sont parfois méconnues des producteurs qui ont dès lors besoin de s'outiller et de se préparer (services de chalandise spécifique, connaissance du fonctionnement des marchés publics...).

AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION À L'ENQUÊTE DE PLUS DE 90% DES SIGNATAIRES, LA FILIÈRE VIANDEUSE SEMBLE RÉACTIVE ET DÉSIREUSE DE DÉVELOPPER DES RELATIONS COMMERCIALES AVEC LES CUISINES DE COLLECTIVITÉ. CEPENDANT, LES MAILLONS DES ABATTOIRS ET DE LA DÉCOUPE (PAC ET PAT) NE SONT PAS FORTEMENT REPRÉSENTÉS AU SEIN DE L'ÉCHANTILLON MÊME SI D'UN AUTRE CÔTÉ, CES ACTEURS SONT DÉJÀ BIEN IMPLANTÉS SUR LE MARCHÉ.

TAUX DE PARTICIPATION
À L'ENQUÊTE

90% DES SIGNATAIRES

LA FILIÈRE VIANDEUSE SEMBLE RÉACTIVE ET DÉSIREUSE DE DÉVELOPPER DES RELATIONS COMMERCIALES AVEC LES CUISINES DE COLLECTIVITÉ.



1

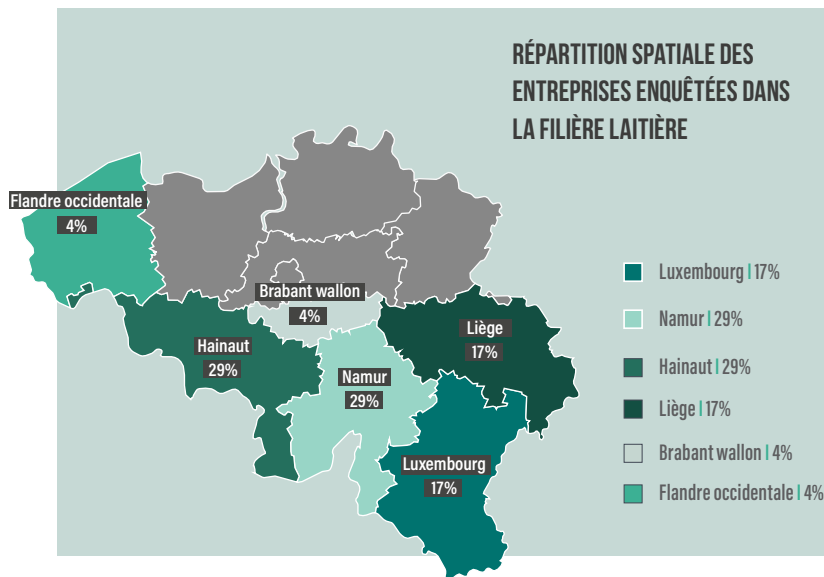
PRODUCTION

1.1. Les producteurs et transformateurs :

24 entreprises⁵ de la filière laitière, composée du secteur laitier bovins et ovins-caprins ont répondu à notre enquête, la majorité étant des éleveurs individuels (63% ou des groupements de producteurs (25%). Globalement, cette production laitière est plutôt implantée dans les provinces du Hainaut et de Namur (29% chacune) et de manière plus secondaire dans les provinces du Luxembourg et de Liège avec 17% chacune.

24
ENTREPRISES

24 entreprises de la filière laitière, composée du secteur laitier bovins et ovins-caprins, ont répondu à notre enquête



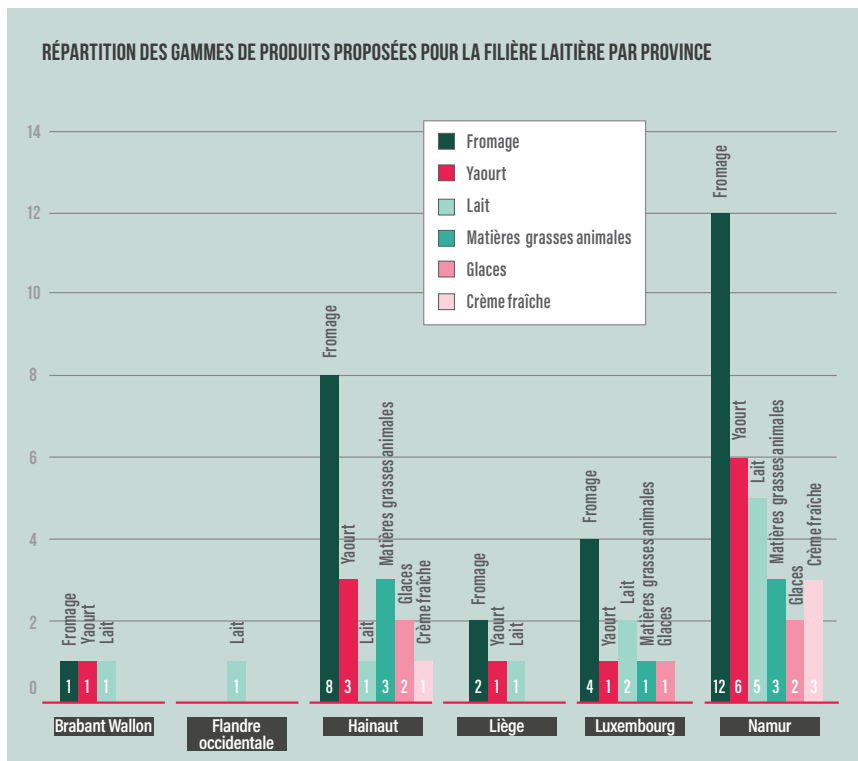
⁵ Nous définissons « entreprise » comme étant les différents acteurs de la filière ayant participé à notre enquête : éleveurs, transformateurs et distributeurs.

1.2. Les produits proposés :

Les denrées proposées par nos enquêtés concernent surtout le fromage sous différents formats et types (en frais, pâtes dures, persillées...) (40%), suivi par le yaourt (18%) et le lait (16%). Le beurre, les crèmes fraîches et glacées complète l'offre de manière plus secondaire (environ 10% chacune). La moitié de ces produits sont conventionnels, l'autre moitié étant labellisée « AB » (AB, Agriculture paysane, Nature & Progrès), et certifiée (IFS, Marguerite Happy Cow).

Les quantités disponibles demeurent en revanche extrêmement variables, d'une gamme de produits à l'autre. Les fromages, les yaourts, le lait et le beurre sont disponibles jusqu'à plusieurs dizaines de tonnes ou d'hectolitres par an, alors que les crèmes fraîches et glacées (plus fragiles en termes de conservation), sont proposées en plus petites quantités.

Par ailleurs, les modalités de conditionnement varient fortement suivant le type de produit et la gamme proposée. Ainsi les crèmes (glacées et fraîches), le beurre et certains yaourts et fromages frais oscillent entre des portions individuelles d'une centaine de grammes ou centilitres, jusqu'à des contenants au litre ou au kilogramme. Certains autres fromages (plutôt à pâte molle ou dure), le lait entier et certains yaourts sont distribués, eux, dans des contenants (en « briques », en seaux, en cubis...) plus conséquents, de plusieurs litres (entre 1 et 10 litres généralement). C'est lié aux modes de distribution des collectivités ou du niveau de sécurité alimentaire exigé, qui sera différent selon le type de cantines (hôpitaux, self-service, livraison à domicile, école...).



2

DISTRIBUTION

2.1. Les canaux et clients usuels



60% des enquêtés pratiquent des modes de distribution en circuits courts : vente directe à la ferme ou via un seul intermédiaire. Le reste s'intègre dans un canal de distribution plus long. Cela confirme que le secteur est en recherche de solutions pour leur exploitation, voit dans la restauration collective une opportunité, mais qu'ils ne sont pas forcément outillés et informés du fonctionnement et des réalités de l'approvisionnement des collectivités.

2.2. La logistique / livraison :

Deux tiers des structures enquêtées effectuent des livraisons. La grande majorité souhaite les réaliser dans un rayon compris entre 15 et 50 km, ce qui correspond à environ 1h de trajet aller-retour en moyenne. Quasiment la moitié s'engage à effectuer les livraisons à la semaine. L'enquête ne nous donne pas d'informations dessus, mais habituellement, une quantité minimale de produits est nécessaire pour que le producteur puisse livrer.

3

PERSPECTIVES

Avec un taux de participation à l'enquête de plus de 70% des signataires, la filière laitière semble réactive et désireuse de développer des relations commerciales avec les cuisines de collectivité.

Les produits labélisés « Bio » ou sous d'autres démarches de qualité (IFS, Marguerite Happy Cow) représentent près de la moitié de l'offre. Si l'on sonde au niveau des attentes des cuisines de collectivité, signataires du Green Deal « Cantines Durables », c'est essentiellement un intérêt plus marqué pour des produits locaux plutôt que labélisées « bio ». La mise en avant d'un label, qu'il soit « Bio » ou relevant plus de la qualité différenciée, permet au niveau des cantines de valoriser leurs efforts en termes d'achat plus local et s'intégrant dans une démarche de développement durable.

Enfin, en ce qui concerne les services de chalandise (canaux, fréquence et rayons

de livraison), seule réellement la fréquence pourrait correspondre au fonctionnement des cuisines de collectivité. Pour ce qui est des canaux et le rayon de livraison, l'offre est construite pour répondre au mieux aux petites structures. Une structuration des éleveurs en groupement de producteurs permettrait de répondre au mieux à la demande des cuisines de collectivité ainsi qu'à ses spécificités (approvisionnement régulier, volume et diversification de l'offre, livraison, service client...). Il pourrait être intéressant de regrouper les différents produits des producteurs pour que les collectivités puissent disposer d'une large offre à « un seul clic ».

AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION À L'ENQUÊTE DE PLUS DE 70% DES SIGNATAIRES, LA FILIÈRE LAITIÈRE SEMBLE RÉACTIVE ET DÉSIÉREUSE DE DÉVELOPPER DES RELATIONS COMMERCIALES AVEC LES CUISINES DE COLLECTIVITÉ

TAUX DE PARTICIPATION
À L'ENQUÊTE

70%

DES SIGNATAIRES

LA FILIÈRE LAITIÈRE SEMBLE RÉACTIVE ET DÉSIÉREUSE DE DÉVELOPPER DES RELATIONS COMMERCIALES AVEC LES CUISINES DE COLLECTIVITÉ.



FILIÈRE POMMES DE TERRE

1

PRODUCTION

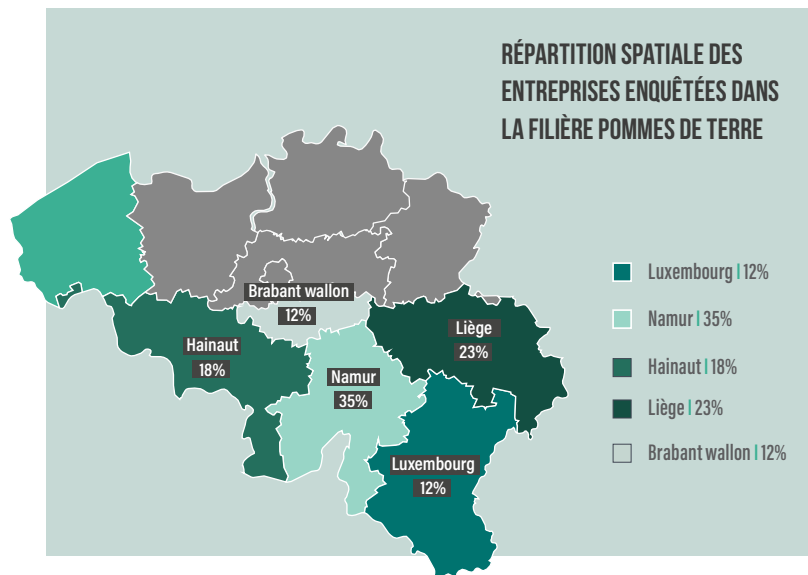
1.1. Les producteurs et transformateurs :

17 entreprises⁴ de la filière « pomme de terre » ont répondu à notre enquête, dont trois quart sont des producteurs individuels et 18% des groupements de producteurs. La production de pommes de terre de nos signataires Green Deal se concentre surtout dans la province de Namur, suivi par les provinces de Liège et du Hainaut.

Ce n'est pas représentatif de la réalité en Wallonie : à titre de comparaison, la filière des pommes de terre wallonne est composée de plus de 4.000 exploitations. Une vingtaine d'entreprises de transformation sont réparties sur le territoire belge et occupent plus de 4.000 employés. Les zones de culture sont majoritairement localisées dans la province du Hainaut (plus de 60%) et dans une moindre mesure dans le Brabant-Wallon (15%).

17
ENTREPRISES

17 entreprises de la filière pomme de terre ont répondu à notre enquête, dont trois quart sont des producteurs individuels et 18% des groupements de producteurs.



Nous définissons « entreprise » comme étant les différents acteurs de la filière ayant participé à notre enquête : éleveurs, transformateurs et distributeurs.

1.2. Les produits proposés :

Concernant les denrées proposées par nos enquêtés, celles-ci restent majoritairement dominées par des pommes de terre brossées non lavées (+/-90%). Toutefois, les différents types de pommes de terre sont représentés (tendres, farineuses, mi-fermes et fermes). Seul un groupement de producteurs propose des frites fraîches et des grenailles, et un autre producteur des pommes de terre potentiellement épluchées. Ce type d'offre correspond davantage à la demande de la restauration collective, qui est friande des pommes de terre déjà préparées (épluchées, lavées, découpées, ...).

L'offre des produits se partage équitablement entre les produits labellisés (48% de notre échantillon) ou conventionnels (52%). Notons également qu'environ un quart des produits labélisés « AB » possède également un second label (Global Gap, Vegaplan).

Pour le conditionnement, si le vrac reste privilégié, les contenant proposés varient entre des sacs de 5 à 25 kg.

2

DISTRIBUTION

2.1. Les canaux et clients usuels

40 % des enquêtés ont précisé leur canal de distribution. Il s'agit, pour la moitié d'entre eux, de vente directe ou via un seul intermédiaire.

2.2 La logistique / livraison :

90 % des enquêtés proposent de livrer leurs produits, essentiellement dans un rayon variant entre 20 et 50 km, correspondant à environ 1h de trajet aller-retour en moyenne. La totalité des enquêtes s'engagent sur une fréquence de livraison hebdomadaire minimum.

3

PERSPECTIVES

AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION À L'ENQUÊTE DE PLUS DE 90% DES SIGNATAIRES, LES ACTEURS GREEN DEAL « CANTINES DURABLES » DE LA FILIÈRE DES POMMES DE TERRE SEMBLE RÉACTIVE ET DÉSIREUSE DE DÉVELOPPER DES RELATIONS COMMERCIALES AVEC LES CUISINES DE COLLECTIVITÉ.

La répartition de ces acteurs de la filière pomme de terre ne correspond pas à celle du territoire wallon où les zones de cultures sont majoritairement localisées dans la province du Hainaut. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que dans le Hainaut, la filière est plus organisée et orientée vers la transformation et le secteur de la grande distribution. Il s'agit de l'inverse dans les autres provinces, ce qui découlerait une recherche de développement de débouché en circuit-court.

Les produits labélisés « Bio » ou sous d'autres démarches de qualité représentent près de la moitié de l'offre. Si l'on sonde au niveau des attentes des cuisines de collectivité, signataires du Green Deal « Cantines Durables », c'est essentiellement un intérêt plus marqué pour des produits locaux (près de 75%) plutôt que labélisées « bio » (15%). La mise en avant d'un label, relevant plus de la qualité différenciée, permettrait au niveau des cantines de valoriser leurs efforts en termes d'achat plus local et s'intégrant dans une démarche de développement durable.

Enfin, en ce qui concerne les services de chalandise (canaux, fréquence et rayons de livraison), seul réellement la fréquence pourrait correspondre au fonctionnement des cuisines de collectivité. Pour ce qui est des canaux et le rayon de livraison, l'offre est construite pour répondre au mieux aux petites structures.

Une structuration des producteurs en groupement permettrait de répondre au mieux à la demande des cuisines de collectivité ainsi qu'à ses spécificités (approvisionnement régulier, volume et diversification de l'offre, livraison, service client et transformation ...). Des structures de transformations des pommes de terre (légumeries, usine de fabrication de frites...) faciliteraient très fort l'approvisionnement des collectivités, celles-ci étant très demandeuses de légumes issus de la 4ème gamme, c'est-à-dire déjà épluchés, lavés, coupés, mais aussi de 3ème gamme (les produits congelés).

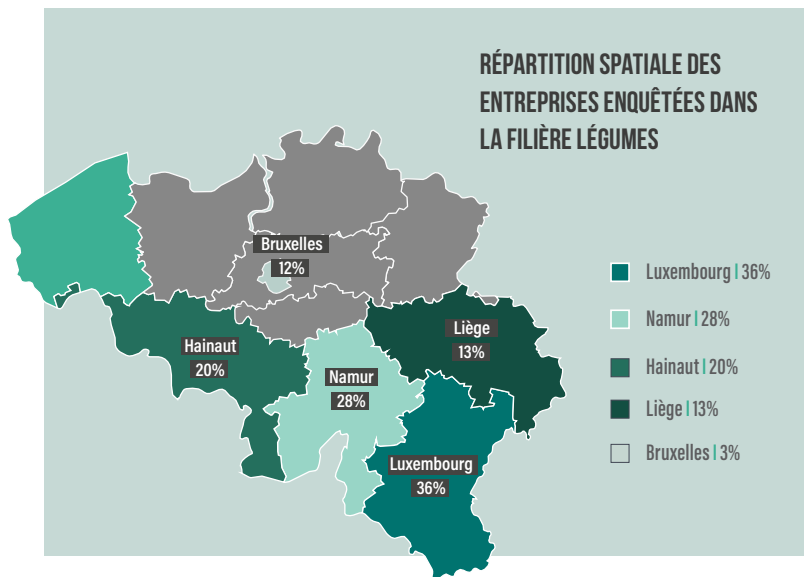


1

PRODUCTION

1.1. Les producteurs et transformateurs :

40 entreprises du secteur maraîcher ont répondu à notre enquête, dont 75% est constituée de producteurs individuels. La plupart des enquêtés se situent en province du Hainaut et de Namur

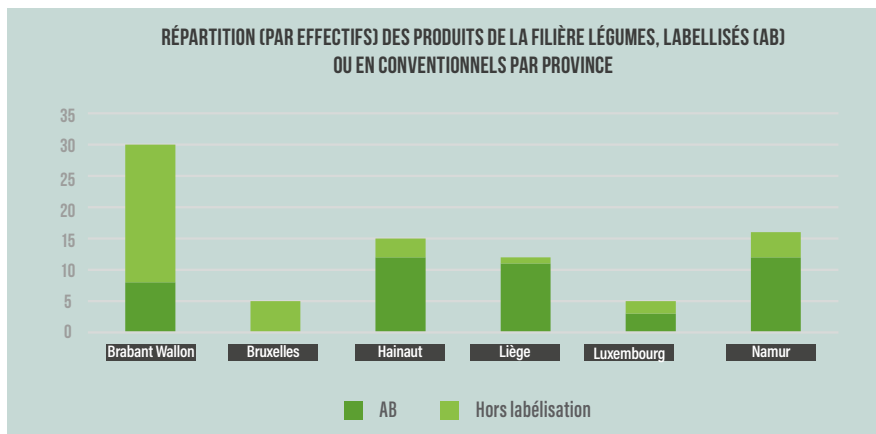


1.2. Les produits proposés :

Concernant les denrées proposées par nos enquêtés, les légumes frais non préparés (71%) et les légumineuses (8%) représentent la majorité de l'offre. Les plats préparés à base de légumes (potages, bolognaise végétale, quiches, légumes cuisinés, caviars de légumes et substituts de viande) complètent l'offre.

Sur les 84 produits, la proportion qui est labellisée (bio) est légèrement plus importante (55%) que les produits issus de productions conventionnelles. En termes de produits transformés, les produits labellisés « bio » portent davantage sur les potages, les sauces et les légumes cuisinés ; les produits transformés conventionnels portent quant à eux sur une offre de substitut à la viande. Avec une moyenne de 8,6% d'exploitation bio sur la Wallonie, nos producteurs signataires Green Deal sur-représentent largement cette part de marché.

Côté conditionnement, plus de 70% de l'offre en légumes frais est conditionné en caisse « eps » ou en cageot, ainsi qu'en vrac (26%). Pour les légumineuses, l'offre semble plus adaptée aux plus grandes quantités : jusqu'à 20kg ou en vrac. L'offre en plats traiteurs se décline en portion plus petites (500-750g, ou en doypack de 1 à 3 litres).



2

DISTRIBUTION

2.1. Les canaux et clients usuels

La majorité des exploitants et structures interrogés pratique des modes de distribution en 'circuits courts', que ce soit sous la forme de vente directe (sur la ferme et sur les marchés majoritairement), ou bien via la présence d'un seul intermédiaire de distribution (épiceries, Horeca, coopérative). Près d'un tiers des exploitants et structures s'intègrent dans un canal de distribution de type long. Cela confirme que le secteur est en recherche de solution pour leur exploitation et que la restauration collective est une nouvelle opportunité pour eux, mais qu'il faut encore les outiller et les informer du fonctionnement des collectivités (marchés publics, notamment).

80% DES STRUCTURES
ENQUÊTÉES
EFFECTUENT DES
LIVRAISONS

DONT **61%** LE FONT DANS UN RAYON COMPRIS
ENTRE **15 ET 50 KM.**

2.2 La logistique / livraison :

80% des 40 structures enquêtées proposent de livrer leurs produits, dont 61% d'entre eux le font dans un rayon compris entre une quinzaine et une cinquantaine de km (ce qui correspond à environ 1h de trajet aller-retour en moyenne). Seul 15% sont prêts à se déplacer dans un rayon plus important (entre 100 et 250 km). Les modalités de livraison restent très variables d'une exploitation à l'autre, mais l'on peut néanmoins estimer une fréquence de livraison hebdomadaire, voire quotidienne. Il est important de signaler que sur les produits de faible valeur, le transport coûte cher, et que souvent il faut une quantité minimale de légumes pour que le producteur assure une livraison

3

PERSPECTIVES

Selon l'analyse des engagements des cantines signataires du Green Deal, on remarque un fort enclin à la relocalisation de l'approvisionnement de l'approvisionnement en légumes et à l'augmentation de la part de ceux-ci dans l'assiette :

- 23% des engagements prix pour l'axe 1 concernent des légumes locaux et de saison.
- 19% des engagements pris par les cantines concernant l'axe 4 (repas sains, équilibrés, et savoureux) et présagent une augmentation de la part des légumes dans les menus, au travers de potages frais, de davantage de crudités & légumes, ainsi que de buffet de légume.

Du côté des gammes, les cantines optent souvent pour des légumes surgelés, ce qu'aucun des producteurs ayant répondu à l'enquête n'offre. La proportion de légumes achetés en 3ème gamme (surgelé) devrait diminuer au profit de davantage de légumes frais (entiers, ou déjà lavés, épluchés, découpés) : potages frais, buffets légumes, légumes frais, crudités, ...

Les produits labélisés « Bio » ou sous d'autres démarches de qualité représentent plus de la moitié de l'offre. Si l'on sonde au niveau des attentes des cuisines de collectivité, signataires du Green Deal « Cantines Durables », c'est essentiellement un intérêt plus marqué pour des produits locaux (près de 75%) plutôt que labélisées « bio » (15%). La mise en avant d'un label permettrait au niveau des cantines de valoriser leurs efforts en termes d'achat plus local et s'intégrant dans une démarche de développement durable.

En ce qui concerne les services de chalandise (canaux, fréquence et rayons de livraison), la fréquence de livraison est adaptée au fonctionnement des cuisines des collectivités, tandis que les canaux et rayon de livraison sont plus adaptés aux petites structures. Notons toutefois que la plupart des producteurs enquêtés visent prioritairement l'approvisionnement de grosses cantines (environ 250 repas chauds par jour), la demande des cantines plus petites leurs semblant parfois insuffisante.

Tout comme pour d'autres filières, une structuration des producteurs en groupement permettrait de répondre au mieux à la demande des cuisines de collectivité ainsi qu'à leurs spécificités (transformation et conditionnement, approvisionnement régulier, volume et diversification de l'offre, livraison, service client ...).

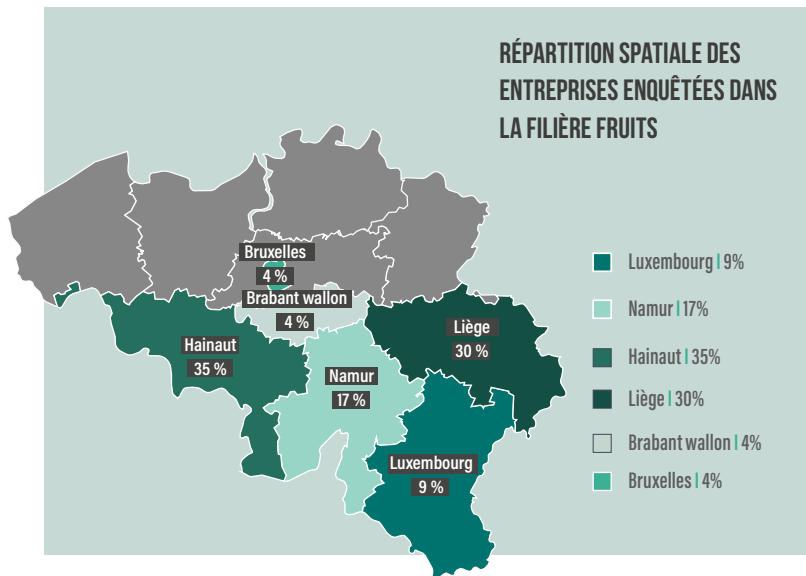


1

PRODUCTION

1.1. Les producteurs et transformateurs :

23 entreprises de la filière fruits à répondu à l'enquête, dont une grande majorité (78%) est constituée de producteurs individuels, principalement implantés sur les provinces du Hainaut et de Liège.



1.2. Les produits proposés :

L'offre des producteurs de fruits concernent des fruits bruts de saison tels que les pommes, poires et divers fruits rouges (fraises, framboises, myrtille.), ainsi que sur des produits transformés tels que compotes, confitures, gelées, et jus de fruits.

Presque 80% des produits proposés par nos producteurs sont labélisés : parmi ceux-ci, quasiment tous sont labélisés « bio », en plus de quelques productions éthiques tels que prix juste, agriculture paysanne, ecofruits, qualité différenciée.). Par rapport à la moyenne wallonne des fruits bio (6,4%), nous pouvons affirmer que nos producteurs signataires Green Deal sur-représentent largement ce segment de marché, d'autant plus qu'il existe en Wallonie des difficultés d'approvisionnement en bio faute d'une production suffisante. Parmi les produits conventionnels, nous retrouvons surtout les produits transformés tels que les compotes, confitures, gelées, quelques jus de fruits, et le miel.

La taille des contenants des jus de fruits varie le plus souvent entre 1 litre (bouteille) et 3 litres (cubis). Les produits de type « compotes » sont vendus dans des portions de 100 à 400 g. Les producteurs de fruits bruts peuvent produire des quantités annuelles allant de quelques centaines de kilos/litres à plusieurs centaines de milliers selon les denrées (notamment les pommes et les poires).

80 %

80% DES PRODUITS DE NOS PRODUCTEURS SONT LABELISÉS "BIO", EN PLUS DE QUELQUES PRODUCTIONS JUGÉES "ÉTHIQUES"

2

DISTRIBUTION

2.1. Les canaux et clients usuels

DIRECT

VENTE À LA FERME
ET/OU SUR LES

COURT

VENTE VIA MAXIMUM UN
INTERMÉDIAIRE (COOPÉRA-
TIVES, MAGASINS LOCAUX
(ÉPICERIES, BOUCHERIES ...))

LONG

VENTE AVEC PLUS D'UN
INTERMÉDIAIRE (RÉSEAUX DE
DISTRIBUTEURS⁸)

Plus de la moitié des exploitants et structures interrogés disent déjà pratiquer des modes de distribution en 'circuits courts', que ce soit sous la forme de vente directe (sur la ferme et sur les marchés majoritairement), ou bien via la présence d'un seul intermédiaire de distribution (épiceries, Horeca, coopérative). En revanche, aucun des enquêtés ne semble signaler des habitudes de commercialisation avec les secteurs de la restauration collective.

2.2. La logistique / livraison :

Un peu plus de 80% des structures interrogées déclarent effectuer des livraisons, généralement dans un rayon compris entre 15 et 50 km, ce qui correspond à environ 1h de trajet aller-retour en moyenne. Seuls 13% sont en mesure d'effectuer des livraisons sur l'ensemble du territoire wallon. Les modalités et les fréquences de livraisons sont extrêmement variables d'une exploitation à une autre. On peut néanmoins estimer que 30 % des enquêtés sont prêts à livrer au moins une fois par semaine.

80% DES STRUCTURES
ENQUÊTÉES
EFFECTUENT DES
LIVRAISONS

GÉNÉRALEMENT DANS UN RAYON
COMPRIS ENTRE 15 ET 50 KM

3

PERSPECTIVES

Cette filière est déjà bien avancée dans l'approvisionnement des cantines de collectivités, puisque le secteur bénéficie déjà depuis quelques années de mesures qui leur viennent en soutien via les écoles (programmes européen « fruits légumes lait », collations saines, ...) ainsi que des mesures prises lors de la « crise des pommes » suite à l'embargo russe de 2014.

Selon l'analyse des engagements des cantines signataires du Green Deal, on remarque un fort enclin à la relocalisation de l'approvisionnement de l'approvisionnement en fruits et légumes de saison.

Du côté des gammes, les cantines optent souvent pour des fruits frais, rarement en conserve. Elles consomment également des jus de fruits et autres préparations à base de fruits (confitures, gelées, compotes...). L'offre des signataires Green Deal semblent convenir.

Les produits labélisés « Bio » ou sous d'autres démarches de qualité représentent 80 % de l'offre. Si l'on sonde au niveau des attentes des cuisines de collectivité, signataires du Green Deal « Cantines Durables », c'est essentiellement un intérêt plus marqué pour des produits locaux (près de 75%) plutôt que labélisés « bio » (15%). La mise en avant d'un label permettrait au niveau des cantines de valoriser leurs efforts en termes d'achat plus local et s'intégrant dans une démarche de développement durable.

Tout comme pour d'autres filières, une structuration des producteurs en groupement permettrait de répondre au mieux à la demande des cuisines de collectivité ainsi qu'à leurs spécificités (transformation et conditionnement, approvisionnement régulier, volume et diversification de l'offre, livraison, service client...).



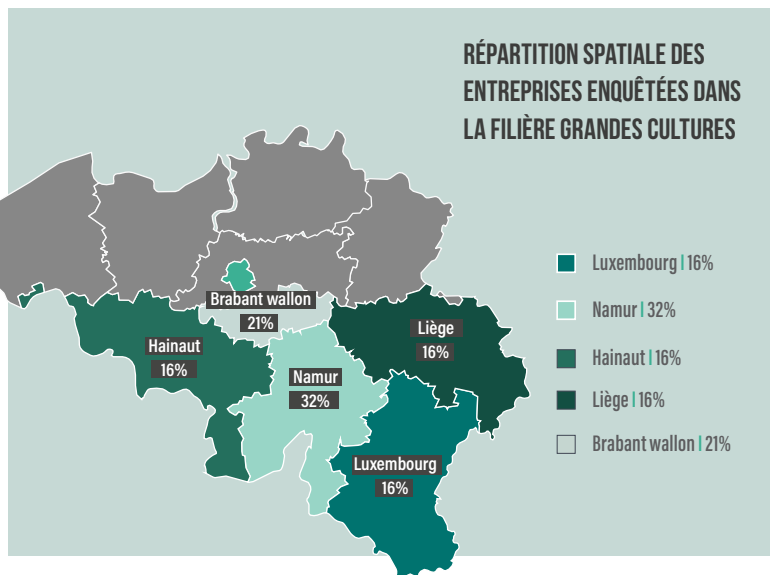
1

PRODUCTION

1.1. Les producteurs et transformateurs :

30 entreprises de la filière « grandes cultures » ont répondu à notre enquête. Plus de la moitié de ces entreprises (60%) reste constituée de producteurs individuels, et 20% sous forme de groupement de producteurs, plutôt implantée en premier lieu dans la province de Namur (celle-ci concentre près de 37% des enquêtés de la filière grandes cultures), le reste s'équilibrant entre les 4 autres provinces globalement.

À titre de comparaison, la filière des grandes cultures wallonne est composée de plus de 6500 producteurs qui produisent du froment, 4000 des betteraves sucrières, 4000 des pommes de terre et 6000 du maïs fourrager .



1.2. Les produits proposés :

Concernant les denrées proposées par nos enquêtés, celles-ci restent globalement dominée par les produits boulangés, suivies des farines et des céréales. De manière plus secondaire, les matières grasses végétales (huile de colza essentiellement) ainsi que les pâtes alimentaires complètent ce panel productif.

68 % des produits sont labélisés 'bio', en plus de quelques productions jugées 'éthiques' (prix juste, global gap, paysanne...).

Les gammes de sous-produits sont variées avec divers types de farines à pain (blé, épeautre...) et de produits boulangers pour le segment céréales. Côté conditionnement, le vrac est privilégié pour ces grandes cultures, néanmoins certains exploitants proposent des sacs de 10 à 25 kg, que ce soit pour les pommes de terre ou les farines.

68 %

**DES PRODUITS SONT LABELISÉS 'BIO', EN PLUS DE QUELQUES PRODUCTIONS JUGÉES 'ÉTHIQUES'
(PRIX JUSTE, GLOBAL GAP, PAYSANNE...).**

2

DISTRIBUTION

2.1. Les canaux et clients usuels

Plus de la moitié des exploitants et structures interrogés disent déjà pratiquer des modes de distribution en 'circuits courts' (vente directe essentiellement) ou par l'intermédiaire de distribution (épiceries, coopérative). En revanche, aucun des enquêtés ne semble signaler des habitudes de commercialisation avec les secteurs de la restauration collective.

2.2 La logistique / livraison :

75% des 30 structures enquêtées proposent de livrer leurs produits, le plus souvent dans un rayon compris entre 20 et 50 km (ce qui correspond à environ 1h de trajet aller-retour en moyenne).

La moitié des répondants s'engagent sur une fréquence de livraison hebdomadaire.

3

PERSPECTIVES

Le taux de participation à l'enquête par rapport aux signataires de la filière « grandes cultures » est de près de 100%.

Selon l'analyse des engagements des cantines signataires du Green Deal, on remarque un enclin à la relocalisation de l'approvisionnement en produits boulangers, voire des établissements qui veulent faire leur pain eux-mêmes.

En ce qui concerne les services de chalandise (canaux, fréquence et rayons de livraison), la fréquence de livraison est adaptée au fonctionnement des cuisines des collectivités (à condition d'avoir des produits boulangers surgelés à réchauffer sur place).

Tout comme pour d'autres filières, une structuration des producteurs en groupement permettrait de répondre au mieux à la demande des cuisines de collectivité ainsi qu'à leurs spécificités (transformation, conditionnement, approvisionnement régulier, volume et diversification de l'offre, livraison, service client...).



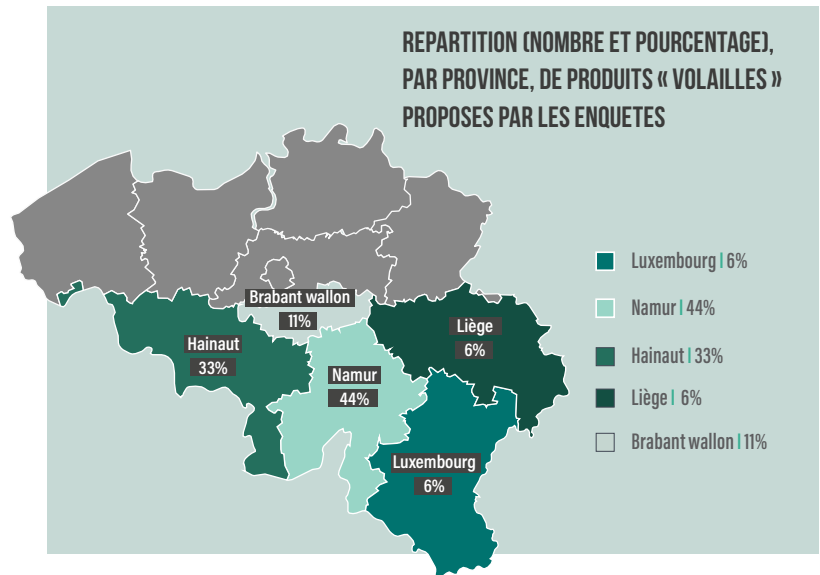
FILIÈRE AVICOLE (ŒUFS-VOLAILLE)

1

PRODUCTION

1.1. Les producteurs :

16 entreprises du secteur ont répondu à notre enquête, représentés pour trois quarts d'entre eux de producteurs individuels et d'un quart de groupements de producteurs. Ils sont plutôt implantés sur les provinces du Hainaut et de Namur, le reste s'équilibrant entre les 3 dernières provinces. Une segmentation par types de production (œufs - volailles) conforte cette répartition géographique. Pour la filière œufs, les 3/4 des enquêtés sont des producteurs implantés majoritairement dans le Hainaut puis à Namur. Pour la filière volailles, les 3/4 des enquêtés, des producteurs également, sont localisés en province de Namur, puis dans celle du Brabant Wallon.



1.2. Les produits proposés :

Nos enquêtés se répartissent de manière égale la fourniture en œufs et en volaille. Trois quarts de ces produits sont labélisés : quasiment tous sont estampillés « bio », en plus de quelques productions sous label « éthique » (prix juste, agriculture paysanne, Coq des près...).

Pour le segment des œufs, la largeur de gamme est assez uniforme. Les quantités disponibles, globalement en toute saison, oscillent entre quelques dizaines et centaines de milliers d'œufs par an, dans des boîtes de conditionnement variables (entre 6 et 36 unités).

Pour le segment volailles, la largeur de gamme est diversifiée : poulets entiers ou découpés (sous fermes de cuisses, de chipolatas, de filets . .). Les volumes, lorsqu'ils sont précisés, sont plus importants (de 1 à 5 t. en moyenne), et sont disponibles tout au long de l'année.

¾ DES PRODUITS AVICOLES SONT LABELISÉS !

2

DISTRIBUTION

2.1. Les canaux et clients usuels

La quasi-totalité des enquêtés ayant donné une information sur leurs canaux de commercialisation pratiquent des modes de distribution en « circuits courts ». Il s'agit le plus souvent de vente directe (à la ferme, ou sur les marchés) ou via un seul intermédiaire (coopérative, épicerie ou boucherie locale .). Ce type de circuit est en effet bien adapté à l'activité.

Tous nos enquêtés proposent de livrer leurs produits, dont deux tiers qui proposent un rayon de livraison compris entre 20 et 50 km, ce qui correspond à environ 1h de trajet aller-retour en moyenne). La moitié d'entre eux s'engagent sur une fréquence de livraison hebdomadaire, l'autre moitié préférant une fréquence mensuelle. On remarque que ce sont les producteurs d'œufs qui sont davantage disposés à des temporalités hebdomadaires, tandis que les producteurs de volaille préfèrent des temporalités de livraison moins rapprochées.

100% DES EXPLOITANTS ENQUÊTÉS EFFECTUENT DES LIVRAISONS, DONT 1/3 LE FONT DANS UN RAYON DE 20 À 50 KM ET 1/2 À UNE FRÉQUENCE HEBDOMADAIRE

3

PERSPECTIVES

Avec un taux de participation à l'enquête de plus de 90% des signataires, les acteurs Green Deal « Cantines Durables » de la filière avicole (œufs et volaille) semble réactive et désireuse de développer des relations commerciales avec les cuisines de collectivité.

La quasi-totalité de l'offre en œufs et en volaille est, au minimum, estampillée bio, voire parfois dotés de label supplémentaires. En effet, la Wallonie représente la part la plus élevée des volailles alternatives élevées dans notre pays (75% de ce type de production). **40%** des aviculteurs wallons élèvent des **volailles alternatives**, que ce soit en chair ou en œufs. Nos producteurs signataires du Green Deal sur-représentent donc ce secteur.

Selon l'analyse des engagements des cantines signataires du Green Deal, nous pouvons noter que 62 cantines se sont engagées à relocaliser leur approvisionnement en produits viandoux, dont 16% qui ont spécifiquement mentionné la volaille. Au niveau du segment des œufs, la volonté de s'approvisionner en gammes plus respectueuses de l'animal et de l'environnement est fortement présente : parmi les 35 engagements pris sur l'axe 2 (des produits respectueux de l'environnement), 71 % vont s'approvisionner en gamme 1 (œufs de poule élevée en plein air) et 29 % en gamme 0 (œufs « bio »).

Comme nous l'avons constaté, **la vente directe** par l'éleveur se prête également bien à cette activité, mais la disparition des petits abattoirs menace le maintien et le développement de ces circuits courts. Nous remarquons également que les cantines sont friandes de conditionnement en tétrapack, qui facilite fortement leur préparation, ce que nos producteurs enquêtés ne semblent pas proposer et qu'il serait intéressant d'en étudier la faisabilité en cas de contractualisation avec des collectivités. En termes de perspectives, une structuration des producteurs en groupements permettrait de répondre au mieux à la demande des cantines : abattage/découpe, transformation et conditionnement, volumes, approvisionnement régulier, rayon de livraison, service client. .On remarque toutefois que cette filière en évolution trouve les moyens de s'adapter de plus en plus à la demande des collectivités (œufs liquides bio, calibre, blanc de poulet, etc.). Cela nécessite de créer de nouvelles lignes de productions et peut s'avérer compliqué.