

Université Libre de Bruxelles
Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire
Faculté des Sciences
Master en Sciences et Gestion de l'Environnement

**La transition de nos systèmes alimentaires est-elle en marche ?
L'évolution des ventes alimentaires bio comme possible cas de
*backlash***

Mémoire de Fin d'Études présenté par
DUBRUX Anne-Sophie
en vue de l'obtention du grade académique de
Master en Sciences et Gestion de l'Environnement
Finalité Gestion de l'Environnement M-ENVIG
Année Académique : 2022-2023

Directrice : Solène Sureau

Co-promoteur : Prof. Bonno Pel

Remerciements

Ce mémoire n'aurait pas été possible sans le concours de certaines personnes.

Je souhaite leur adresser ici mes plus sincères remerciements.

Je tiens tout d'abord à remercier chaleureusement ma directrice de mémoire, Solène Sureau, et mon co-promoteur, Bonno Pel, pour leur accompagnement, leur disponibilité, leur feedback constructif et leur patience tout au long du processus de conception et d'écriture du présent mémoire. J'ai eu beaucoup de chance de pouvoir compter sur votre soutien et votre bienveillance pour m'accompagner dans cette aventure.

Je voudrais également remercier Ariane Beaudelot (Biowallonie), Thomas Schmit (Collège des producteurs), Yves Vandevorde (FUGEA), Marc Fichers (Nature & Progrès), Laurence Lewalle (Réseau des GASAP), Angéline Wyns (Bionaturels), Julien Wathieu (Lidl), Siryn Stambouli (Carrefour), Nathalie Roisin (Colruyt) et Karima Ghozzi (Delhaize) pour le temps qu'ils m'ont accordé et l'éclairage qu'ils m'ont apporté sur mon sujet de recherche lors des entretiens.

Je remercie aussi les personnes qui ont accepté de relire ce mémoire et de faire partie du jury.

Enfin, je souhaiterais adresser un remerciement spécial à mon partenaire, Edouard Cogné, pour sa précieuse relecture du mémoire ainsi que pour ses encouragements et son soutien infaillible depuis le début de ce cursus universitaire et de ma reconversion professionnelle.

Je dédie ce mémoire à notre petite fille à venir, qui m'a donné la dernière impulsion dont j'avais besoin pour aller au bout de cette aventure académique.

Résumé

Depuis plus de 50 ans, le secteur de l'agriculture biologique démontre qu'il est possible de se passer des produits chimiques pour produire notre alimentation. Après une progression constante pendant plusieurs décennies, qui semble avoir culminé avec la crise COVID au printemps 2020 et a permis d'entrevoir un potentiel tournant dans nos systèmes alimentaires, le secteur a enregistré un net ralentissement qui en a surpris plus d'un à partir du second semestre 2021. Les effets de ce ralentissement ont continué à se faire sentir tout au long de l'année 2022 et ont coïncidé avec la fin des mesures COVID, la hausse généralisée des prix de l'énergie, et les répercussions du conflit russo-ukrainien. Face à ces constats, certains acteurs s'interrogent : le secteur bio aurait-il atteint des limites ?

Afin de répondre à nos trois questions de recherche (Que se passe-t-il au sein du secteur bio ? Quelles pistes permettent d'expliquer et interpréter les évolutions observées depuis mi-2021 dans le secteur : s'agit-il d'un *backlash* ou d'un autre phénomène ? Quelles leçons tirer de ces évolutions pour l'avenir de nos systèmes alimentaires, en particulier en termes de gouvernance ?), nous avons réalisé une dizaine d'entretiens avec des acteurs du secteur bio en Belgique, que nous avons complétés avec des statistiques et de la littérature grise analysant les tendances actuelles. Pour récolter et interpréter les données, nous avons principalement utilisé des concepts et le cadre des Études sur les Transitions.

Ce mémoire a mis à jour de nombreux verrouillages systémiques freinant structurellement la progression du secteur bio au profit des acteurs dominants du régime. Malgré les contraintes rencontrées, les acteurs du secteur bio démontrent un réel dynamisme et un degré élevé de résilience. Les acteurs interrogés ont mis en exergue : la nécessité de repenser les systèmes alimentaires dominants, l'importance d'informer et sensibiliser les consommateurs aux plus-values du secteur bio, le besoin d'un soutien nettement plus pro-actif des pouvoirs publics et la nécessité de fédérer les forces au sein du secteur bio pour contrebalancer les acteurs des grandes chaînes.

À la question de savoir si nous faisons face à un *backlash*, nous avons été tentée de répondre par la négative, car il nous semble que le ralentissement du bio tend principalement à être le résultat collatéral d'une crise économique et financière plus globale. Toutefois, la prudence reste de mise car nous ne disposons pas encore de suffisamment de recul pour tirer des conclusions définitives.

En termes de leçons à tirer sur le plan de la gouvernance, nous avons mis en avant la nécessaire rupture avec la stratégie actuelle se limitant au soutien aux initiatives et alternatives durables innovantes, au profit d'une posture plus interventionniste et d'une sortie plus pro-active des modèles alimentaires non durables. Ceci afin d'enclencher et accélérer une vraie transition des systèmes alimentaires et faire émerger les changements de systèmes espérés dans des délais raisonnables.

Mots-clés : agriculture biologique – agriculture conventionnelle/productiviste - trajectoires de transition - systèmes alimentaires durables - production et consommation durables – backlash – perspective multiniveaux – lock in – gouvernance

Table des matières

Introduction.....	1
Problématique.....	1
Questions de recherche	3
Méthodologie.....	3
Organisation du travail.....	3
Délimitation dans le temps et l'espace.....	5
Choix des acteurs étudiés.....	5
Méthodologie utilisée pour la partie empirique	5
Plan du mémoire.....	6
1. Contexte : les tendances de long et court terme du secteur biologique.....	7
1.1. Le modèle agricole productiviste dominant.....	7
1.2. Une agriculture conventionnelle qui tente de se verdir	8
1.3. L'émergence du secteur biologique et sa progression constante depuis les années 60	9
1.4. La crise COVID, un accélérateur pour le bio et les circuits courts ?.....	11
1.5. Le ralentissement du secteur bio depuis fin 2021... ..	14
1.6. ...accentué dans le contexte du conflit russo-ukrainien	15
1.7. Hypothèses émises sur les causes de la situation actuelle dans le secteur bio.....	16
2. Les apports théoriques sur la transition des systèmes alimentaires.....	18
2.1 Apports des Études sur les Transitions	18
2.1.1. La perspective multi-niveaux des transitions sociotechniques	19
2.1.2. Situation des trajectoires de transition alimentaire par rapport au régime dominant.....	22
2.1.3. La dépendance au sentier et les « lock in » appliqués aux systèmes alimentaires.....	23
2.1.4. La nécessité d'étudier davantage les « échecs »	25
2.1.5. Le concept de <i>backlash</i>	26
2.1.6. Les principaux défis rencontrés lors de la phase d'accélération des transitions	27
2.2. Apports des perspectives sociologiques	28
De l'importance de s'intéresser aux acteurs dans l'étude des transitions	28
Comment appréhender les acteurs des systèmes sociotechniques ?	29
3. Les tendances récentes selon les données statistiques.....	30
3.1. Une consommation bio stable selon Biowallonie, mais qui cache des évolutions différenciées selon les canaux	30
3.2. Une baisse préoccupante dans les commerces bio et/ou vrac selon le baromètre de Biowallonie et ConsomAction (été 2022).....	31
3.3. Une baisse moins marquée des ventes de produits bio dans la grande distribution selon Gondola	33

3.4. Des difficultés persistantes dans le secteur bio, qui reste malgré tout résilient, à l’automne 2022 selon un baromètre de Biowallonie	34
3.5. Des constats confirmés par l’Observatoire des filières agricoles du Collège des Producteurs avec des tendances différenciées selon les filières	35
3.6. Autres statistiques récentes relayées dans la presse.....	35
Conclusion intermédiaire.....	36
<i>4. Les tendances récentes selon les acteurs du bio : ampleur, origines et leviers d’action potentiels</i>	38
4.1. Préparation des entretiens	38
4.1.1. Cartographie des acteurs du secteur bio en Wallonie et à Bruxelles	38
4.1.2. Sélection des acteurs à interroger	38
4.2. Analyse des entretiens	39
4.2.1. Observations des acteurs sur l’ampleur des tendances actuelles	39
4.2.2. À quoi attribuent-ils les origines des tendances actuelles ?.....	41
4.2.3. Les actions et stratégies mises en place par les acteurs	42
4.2.4. Quelles perspectives entrevoyent-ils pour le secteur ?	44
4.2.5. Les leviers d’action potentiels identifiés.....	45
4.3. Discussion	48
4.3.1. Que se passe-t-il actuellement au sein du secteur bio ?	49
4.3.2. Quelles pistes permettent d’expliquer et interpréter les évolutions observées ?.....	49
4.3.3. Quelles leçons tirer pour la transition des systèmes alimentaires ?.....	52
<i>Conclusion.....</i>	54
<i>Références bibliographiques.....</i>	56
<i>Annexe I – Organigrammes des principaux acteurs du secteur bio belge (réalisés par nos soins)...</i>	64
<i>Annexe II – Évolution de la répartition des dépenses des produits bio par canal de distribution en Wallonie entre 2016 et 2021 (Biowallonie).....</i>	65
<i>Annexe III - Grille de questions de référence utilisée pour les entretiens.....</i>	66
<i>Annexe IV – Notes des entretiens réalisés.....</i>	68

Liste des abréviations

AB – Agriculture biologique

Agence Bio - Agence française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique

AOP – Appellation d'origine protégée

AMAP – Association pour le maintien d'une agriculture paysanne

APAQ-W - Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité

FUGEA - Fédération Unie de Groupements d'Éleveurs et d'Agriculteurs

GASAP - Groupe d'Achat Solidaire de l'Agriculture Paysanne

GES – Gaz à effet de serre

GfK - *Gesellschaft für Konsumforschung* (société pour la recherche sur la consommation)

GMS – Grandes et moyennes surfaces

MDD – Marque de distributeur

PAC – Politique agricole commune

PMN – Perspective multi-niveaux

SAU - Surface agricole utile

UNAB - Union Nationale des Agrobiologistes Belges

VLAM – Office flamand d'Agro-Marketing

Table des illustrations

Figure 1 - Ligne du temps sur l'évolution du secteur bio (réalisée par nos soins)	9
Figure 2 - Évolution de la superficie agricole bio en Belgique (ha). Source : Biowallonie (2022).....	10
Figure 3 - Évolution des dépenses des ménages belges pour des produits alimentaires bio entre 2011 et 2020. Source : Biowallonie (2021)	11
Figure 4 - Évolution des ventes de 25 acteurs des circuits courts wallons pendant la crise COVID. Source : Biowallonie (2020)	12
Figure 5 - Situation économique de 17 magasins bio wallons et bruxellois. Source : Biowallonie (2020)	12
Figure 6 - Hiérarchie entre les niveaux multiples de la perspective multi-niveaux. Source : Geels (2005)	20
Figure 7 - Perspective dynamique des innovations systémiques selon la perspective multi-niveaux. Source : Geels (2005).....	21
Figure 8 - Cadre bidimensionnel proposé par Baret et Antier pour situer les démarches de transition en agriculture. Source : Baret et Antier (2021).....	22
Figure 9 - Positionnement des quadrants du cadre proposé dans le modèle de PMN de Geels et Schot. Source : Baret et Antier (2021)	23
Figure 10 - Trajectoire de backlash selon Pel. Adapté de Rotmans (2005). Source : Pel (2021)	27
Figure 11 - Évolution de la part de marché du bio en Belgique et Wallonie entre 2016 et 2021. Source Biowallonie, GfK et StatBel (2022).....	30
Figure 12 - Dépenses totales en produits bio par les ménages belges et wallons entre 2016 et 2021. Source : Biowallonie, GfK et StatBel (2022).....	30
Figure 13 - Évolution des dépenses en produits alimentaires (bio et non bio) par les ménages wallons entre 2016 et 2021. Source : Biowallonie et GfK (2022)	31
Figure 14 - Répartition des dépenses des produits bio par canal de distribution en 2021 en Wallonie. Source : Biowallonie et GfK (2022)	31
Figure 15 - Évolution du chiffre d'affaires de 96 commerces bio et/ou vrac wallons et bruxellois entre le 1er semestre de 2021 et 2022. Source : Biowallonie et ConsomAction (2022).....	32

Introduction

Problématique

Depuis plus de 50 ans, le secteur de l'agriculture biologique démontre qu'il est possible de se passer des produits chimiques pour produire notre alimentation et ses adeptes sont devenus au fil du temps de plus en plus nombreux. Après une progression constante des ventes depuis les années 1990, l'expansion du secteur semble avoir culminé il y a deux ans avec le déclenchement de la crise COVID.

En effet, à partir du 12 mars 2020, suite à l'augmentation croissante du nombre de contaminations au coronavirus (COVID-19), à l'instar de nombreux autres pays, le gouvernement belge a pris des mesures inédites incluant la fermeture des cafés, bars et magasins non essentiels, la suspension des activités sportives et culturelles, la fermeture des écoles et le confinement généralisé à partir du 17 mars. Ces mesures ont sensiblement bouleversé le quotidien des Belges : télétravail, enseignement à distance, contacts sociaux limités, etc. (Ryckmans et Fogli, 2020). Elles ont également généré des transformations rapides et notables de nos habitudes en matière de consommation alimentaire.

La crise COVID a mis en évidence la dépendance de nos systèmes alimentaires vis-à-vis des importations de l'étranger pour assurer la sécurité alimentaire de nos sociétés européennes (Bolis, 2020) et a remis en avant les nombreux liens entre santé et alimentation. Comme le montre une étude sur les impacts des perturbations générées par la crise COVID sur le secteur alimentaire, cet événement « critique » a généré en peu de temps des effets notables (accélération, ralentissements, mutations,...) sur des tendances et trajectoires de transition pré-existantes à la crise mais a aussi fait émerger de nouvelles pratiques et remis au goût du jour d'anciennes pratiques (Boons et al., 2021).

Ainsi, la crise COVID a eu tendance à (Ibid.) :

- accélérer les achats alimentaires en ligne et la livraison d'aliments à domicile ;
- drastiquement ralentir la consommation de repas à l'extérieur ;
- réorienter en peu de temps nos pratiques culinaires avec une augmentation des repas préparés à domicile et des achats plus importants en fruits et légumes frais, ceci étant lié au fait qu'avoir un mode de vie et un régime alimentaire sains a été fortement mis en avant par les autorités publiques et les médias comme une bonne manière de renforcer son immunité.

Même si les grandes surfaces ont été renforcées par la pandémie, avec une nette hausse de leurs chiffres d'affaires (tous produits alimentaires confondus), leur ayant permis d'investir dans les plateformes d'e-commerce, de livraison à domicile et dans différentes mesures d'adaptation à la situation sanitaire (Ibid.), une progression fulgurante des ventes en bio et en produits locaux, à travers les petits producteurs et les circuits courts, a aussi été observée pendant cette période (Lefébure, 2020).

Ces évolutions ont à l'époque incité certains médias et chercheurs à y voir un « tournant » dans nos systèmes alimentaires (Nemes et al., 2021), annonçant le début d'une vraie réorientation des systèmes alimentaires vers des systèmes plus durables, plus sains et relocalisés. Plusieurs appels à miser sur cette crise « historique » comme une opportunité pour accélérer la transition écologique, à commencer par nos systèmes alimentaires, se sont fait entendre (Collectif de signataires, 2020a; 2020b).

Pourtant, depuis le second semestre de l'année 2021, le secteur bio enregistre un net recul des ventes dans plusieurs pays européens (Bauwin et al., 2021), tant dans les grandes surfaces que les commerces spécialisés. Ce renversement de situation suscite de fortes inquiétudes pour l'avenir du secteur : certaines productions bio sont déclassées pour être vendues au prix du conventionnel ; les quantités à produire sont revues à la baisse (Langlois, 2022) ; la plus-value moindre pour produire en bio fait craindre une baisse du nombre de conversions vers le bio, voire des « déconversions » (Vandemeulebroucke, 2022). Face à ces constats, certains acteurs s'interrogent : le secteur bio aurait-il atteint des limites ? (AFP, 2022)

Cette question est liée à des enjeux cruciaux pour le développement de nos sociétés. Le modèle agricole choisi pour nourrir nos populations est en effet loin d'être anodin. Selon l'Institut de recherche de l'agriculture biologique suisse FiBL, le secteur de l'agriculture est responsable de 11,2 % des émissions mondiales directes de gaz à effet de serre (GES). Si l'on prend en compte les émissions indirectes, liées aux intrants agricoles et au défrichage des forêts pour y cultiver des aliments pour les animaux, la part de l'agriculture aux émissions mondiales serait de l'ordre de 21 à 37 % (Mäder et al., 2022). Les répercussions du modèle agricole en termes de pollution des eaux et des sols et d'impacts sur la biodiversité et les écosystèmes sont également bien connues (ONU Info 2018a; 2018b).

L'agriculture biologique est depuis longtemps reconnue pour ses nombreux apports bénéfiques pour l'environnement et le climat, compatibles avec la transition vers une société plus durable. Ces bénéfices incluent notamment (par rapport au modèle agricole dominant) (Mäder et al., 2022) :

- une plus grande richesse et fertilité des sols ;
- une meilleure adaptabilité des sols en cas de sécheresses et fortes précipitations et une capacité accrue de stockage du carbone dans ces derniers ;
- une meilleure efficacité énergétique (moins d'apports énergétiques extérieurs nécessaires) ;
- une préservation accrue de la biodiversité.

En termes de santé, plusieurs études ont par ailleurs démontré que, grâce à la réduction de l'exposition aux pesticides et autres produits chimiques nocifs, les consommateurs et producteurs de produits d'agriculture biologique ont moins de risques de développer des cancers, la maladie de Parkinson et d'Alzheimer, des troubles de la fertilité, ou encore des troubles de l'attention (Visser, 2015).

Questions de recherche

Face à cette problématique, nous avons cherché à répondre aux questions suivantes dans le cadre de ce mémoire :

1° Que se passe-t-il actuellement au sein du secteur bio ? Le secteur enregistre-t-il au sein de sa trajectoire de transition une phase de déclin et/ou de crise ? Si oui, quelles en sont la sévérité et l'ampleur ? S'agit-il d'un ralentissement temporaire ou est-il voué à durer ? Ce ralentissement se limite-t-il essentiellement au secteur bio ou également aux circuits courts, magasins de vrac, etc. ?

2° Même si les processus de transition s'appréhendent sur le long terme (comme ils impliquent des changements structurels du système pouvant prendre 25 à 50 ans pour se concrétiser et se stabiliser (Rotmans 2005)), **y a-t-il d'ores et déjà des pistes permettant d'expliquer et d'interpréter les évolutions observées au cours de l'année et demie écoulée dans le secteur bio ?** Les évolutions observées représentent-elles des tendances structurelles ? Ces évolutions s'apparentent-elles à un *backlash* (ou « retour de bâton ») tel que défini par Pel (2021) ? À un accident de parcours, ou encore à une désillusion suite à un retour à une situation relativement « normale » après un essor dû à des circonstances exceptionnelles ? À un autre phénomène ?

3° Quelles leçons tirer de ces évolutions pour l'avenir de nos systèmes alimentaires, en particulier en termes de gouvernance ? La stratégie actuelle basée principalement sur le soutien aux innovations ou alternatives durables dans le secteur alimentaire (OCDE, 2019) ou dans d'autres secteurs (Innoviris.brussels, 2021) est-elle suffisante pour espérer atteindre la transition vers des systèmes alimentaires durables dans des délais raisonnables, dans le contexte actuel d'urgence écologique et environnementale propice aux crises de différents ordres ? Quelle(s) autre(s) stratégie(s) envisager ?

Méthodologie

Afin de répondre à ces questions, nous avons réalisé une dizaine d'entretiens avec des acteurs du secteur bio en Belgique, que nous avons complétés avec des statistiques et de la littérature grise analysant les tendances actuelles. Pour récolter et interpréter les données, nous avons utilisé principalement des concepts et le cadre théorique des Études sur les Transitions. Dans la partie qui suit, nous détaillons notre méthodologie plus en détail.

Organisation du travail

En premier lieu, nous avons constitué une revue de presse et de littérature pour collecter un maximum de données intéressantes pour la thématique du mémoire, mieux cerner les contours et enjeux de celle-ci et identifier les outils théoriques pouvant structurer le travail et appuyer la partie analytique. Une fois cette revue réalisée, nous avons mis par écrit les principales évolutions et tendances identifiées, que nous avons consolidées par différentes statistiques. Nous avons défini le contexte du régime dominant (modèle agricole productiviste) et ses évolutions plus récentes (usage de pesticides,

importations de soja, etc.) et avons fait de même pour l'agriculture biologique, en veillant à détailler les évolutions à l'origine de la problématique du mémoire (essor fulgurant au déclenchement de la crise COVID puis ralentissement à partir de fin 2021).

En second lieu, nous nous sommes concentrée sur la partie théorique du mémoire afin de définir le cadre d'analyse (principalement les Études sur les Transitions, et plus précisément la perspective multi-niveaux, et certains travaux issus des théories sociales, permettant d'analyser les aspects de nature sociologique liés aux acteurs, tels que les contradictions institutionnelles, les dissonances cognitives et les résistances au changement. Nous avons décrit et défini les concepts clés utiles pour l'analyse et résumé les recommandations pertinentes issus de la littérature pré-citée.

En troisième lieu, nous avons dressé une cartographie des acteurs belges liés au secteur biologique, pour avoir une vue d'ensemble des acteurs du système et sélectionner ensuite les interlocuteurs pertinents et représentatifs avec qui réaliser des entretiens. En parallèle, nous avons développé les grilles des entretiens. Ces entretiens étaient destinés à objectiver et compléter les observations et hypothèses exposées dans la partie contextuelle du mémoire et nourrir les réponses aux questions de recherche orientant ce mémoire. Une fois les grilles et listes de personnes à interroger approuvées, nous avons procédé aux entretiens, en veillant à inclure des acteurs économiques issus de différents maillons de la chaîne (actifs aussi bien en Wallonie qu'à Bruxelles), des acteurs liés aux pouvoirs publics mais aussi des experts issus du monde associatif. Nous les avons ensuite retranscrits.

En quatrième lieu, nous avons entamé l'analyse proprement dite, avec une première analyse (quantitative), basée sur différentes données statistiques récoltées en ligne et auprès de différents acteurs. Cette analyse a principalement visé à apporter des éléments de réponse à la première question de recherche (description de ce qui est en train de se produire dans le secteur bio depuis fin 2021).

En cinquième lieu, nous avons procédé à l'analyse (qualitative) des entretiens, en lien avec le cadre d'analyse théorique pré-cité. Comme recommandé dans les travaux issus des études sur les transitions, nous avons veillé à mener une analyse multi-dimensionnelle, incluant des enjeux économiques, technologiques, sociaux, politiques, institutionnels, etc. et à étudier les interactions sous le prisme des régimes et niches sociotechniques. Sur base des résultats de l'analyse, nous avons formulé des éléments de réponse aux questions de recherche. Nous avons tout d'abord décrit et expliqué le phénomène de ralentissement observé dans le secteur bio. Nous avons ensuite cherché à l'interpréter pour savoir s'il peut s'apparenter à un phénomène de *backlash* ou à un autre phénomène. Enfin, nous avons identifié des leçons à tirer pour recréer dans notre pays un contexte plus favorable pour le développement de l'alimentation biologique et la transition des systèmes alimentaires en général, et mieux anticiper les phénomènes de recul dans les trajectoires de transition.

Délimitation dans le temps et l'espace

Comme recommandé par la littérature des Études sur les Transitions, nous avons veillé à garder une vision à long terme, prenant soin de retracer le contexte depuis les années 1950 et gardant à l'esprit que les évolutions récentes (2020-2022) étudiées plus en détail représentent une période très courte à l'échelle des transitions et requièrent donc une grande prudence dans les conclusions qui sont tirées dans le cadre de l'analyse.

Les enjeux alimentaires et agricoles dépassant largement nos frontières, nous avons veillé à ne pas nous limiter à la Belgique pour la partie contextuelle. Par contre, pour la partie dédiée aux entretiens et à l'analyse, nous nous sommes concentrée sur notre pays pour des raisons pratiques et d'accessibilité aux acteurs.

Choix des acteurs étudiés

Au niveau des acteurs étudiés, nous avons fait le choix de nous concentrer majoritairement sur le secteur bio, car c'est ce secteur qui est le plus ressorti dans la revue de presse et les acteurs de ce secteur sont plus aisément identifiables/délimitables. Cependant, certaines parties de ce mémoire s'intéressent également aux autres dimensions des systèmes alimentaires alternatifs, que sont le local, les circuits courts et le vrac. En effet, nous nous sommes rendu compte au fil des recherches que ces quatre dimensions sont étroitement liées lorsque l'on s'intéresse aux comportements de consommation écoresponsables, comme l'illustrent les évolutions enregistrées pendant le confinement et les chiffres (détaillés au point 3.2) du baromètre réalisé par Biowallonie pendant l'été 2022.

Nous avons fait le choix de nous concentrer, dans la partie empirique, principalement sur le maillon de la distribution puisqu'il s'agit de celui qui a le plus fait parler de lui dans la presse. Nous avons toutefois fait le lien avec celui de la production (stratégies et impacts observés face aux évolutions enregistrées chez les acteurs de distribution) et celui des grossistes. Dans le cadre de chaque entretien, nous avons fait en sorte de mettre en lumière les nuances entre les filières afin de pouvoir dresser un aperçu global de la situation. Étant donné que nous nous sommes concentrée sur le maillon de la distribution, nous avons jugé pertinent de garder une vision globale et de ne pas nous limiter à seulement certaines filières.

Méthodologie utilisée pour la partie empirique

Après avoir dressé une cartographie du secteur (présentée au point 4.1.1 et en annexe I), nous avons mené des entretiens semi-directifs avec un échantillon d'acteurs représentatifs. Nous avons envoyé des invitations d'abord par email (suivi d'une relance par téléphone) aux acteurs envisagés. Sachant que tous ne répondraient pas positivement, nous avons pour chaque organisation un acteur globalement équivalent à contacter en cas de non-réponse ou réponse négative.

Nous avons régulièrement revu la liste d'entretiens à mener au fil du temps selon les retours des acteurs (notamment de Biowallonie) et les données récoltées. Le baromètre d'une centaine de distributeurs bio et vrac pendant l'été 2022 nous a par exemple incitée à nous concentrer sur les canaux de distribution non couverts par celui-ci : grande distribution, hard discount et systèmes de paniers.

Nous avons réalisé la plupart des entretiens par téléphone, car c'était la modalité souhaitée par la plupart des interlocuteurs. Une personne a cependant préféré passer par la voie d'un email synthétisant les réponses de différents membres de son entreprise.

Nous avons pris soin de retravailler et personnaliser la grille de questions avant chaque entretien afin de l'ajuster à l'organisation et à l'interlocuteur concernés et ainsi nous assurer que les questions posées soient pertinentes et permettent de générer des données intéressantes et utiles pour l'analyse, tout en nous assurant que les questionnaires restent homogènes et ne soient pas biaisés pour préserver la qualité de la récolte de données.

Plan du mémoire

La **première partie** est consacrée au contexte de recherche dans lequel s'inscrit ce mémoire. Nous y présentons un bref historique de la progression du secteur bio en Belgique et en Europe depuis 1950, avec une présentation plus détaillée des évolutions récentes, entre 2020 et 2022, en y intégrant quelques données factuelles et chiffrées. Nous mettons cette analyse en perspective avec les évolutions observables au sein du régime dominant (agriculture conventionnelle) et définissons quelques concepts clés. Cette partie est principalement basée sur la revue de presse constituée en préparation du mémoire.

La **deuxième partie** est dédiée au cadre d'analyse théorique principalement utilisé pour ce mémoire, les Études des Transitions, au sein desquelles s'inscrit la perspective multi-niveaux (PMN) des transitions sociotechniques (Geels, 2005). Nous incluons également quelques travaux pertinents en lien avec la thématique du mémoire (par ex. principaux défis rencontrés dans le cadre des trajectoires de transition) ainsi que des apports des perspectives sociologiques, permettant d'analyser les mécanismes sociaux sous-tendant les phénomènes sociétaux. Nous y présentons des concepts clés utiles pour l'analyse, tels que transition, paysage et régime sociotechniques, niches d'innovation, dépendance au sentier, *lock-in et backlash*, ainsi qu'un résumé des recommandations et principes pertinents pour la thématique du mémoire, issus de la littérature.

La **troisième partie** est consacrée à l'analyse des statistiques récoltées à travers différents canaux (chiffres et baromètres de Biowallonie et de l'asbl ConsomAction, données du magazine spécialisé Gondola, données de l'Observatoire des filières agricoles du Collège des Producteurs, etc.) afin de dresser un premier aperçu de la situation du secteur étudié.

La **dernière partie** est consacrée à l'analyse des données récoltées dans le cadre des entretiens, sur base du cadre théorique détaillé dans la première partie. Sur base des résultats de cette analyse, nous formulons des réponses aux questions de recherche exposées en début de mémoire.

1. Contexte : les tendances de long et court terme du secteur biologique

1.1. Le modèle agricole productiviste dominant

Comme l'illustrera la section 1.3, l'agriculture biologique s'est développée en *opposition* au modèle agricole qui a profondément transformé nos systèmes alimentaires, un peu partout dans le monde, après la seconde guerre mondiale : l'agriculture productiviste, également qualifiée d'agriculture « intensive », « industrielle » ou « conventionnelle ». De quoi s'agit-il ? Qu'est-ce qui caractérise ce modèle ?

Le modèle agricole productiviste s'est massivement développé après la seconde guerre mondiale, et en particulier à partir des années 1960, dans le cadre de ce que l'on a appelé la « Révolution verte », dans les pays dits « industrialisés » et un certain nombre de pays « en voie de développement » (Inter-réseaux Développement rural & SOS Faim, 2011), dans le but de rehausser la productivité des systèmes agricoles, jugée insuffisante pour « nourrir l'humanité », et ainsi produire plus, à un coût moindre (GEO, 2022). Ce modèle englobe l'agriculture au sens large ainsi que l'élevage.

Ses principales caractéristiques sont les suivantes :

- **Homogénéisation** des cultures, avec 95 % des besoins en énergie de l'humanité aujourd'hui couverts par une trentaine d'espèces de plantes (Cavicchioli, 2016) ;
- Emploi de variétés et de races « productives », à haut rendement, celui-ci étant renforcé par l'usage intensif d'intrants chimiques (engrais chimiques, pesticides, herbicides de synthèse, etc.) ;
- **Intensification** des cultures, les polycultures faisant place aux monocultures ;
- Recours aux énergies fossiles et à la mécanisation pour réaliser les opérations culturales ;
- **Automatisation** de nombreuses tâches, résultant en une diminution des besoins de main d'œuvre (Inter-réseaux Développement rural & SOS Faim Belgique, 2011) ;
- **Concentration** d'une large part de la commercialisation, de la transformation des produits alimentaires et du marché des semences, engrais et produits phytosanitaires entre les mains d'un nombre limité de grandes entreprises ;
- **Globalisation** du commerce agroalimentaire, dont 75 % des échanges sont réalisés par l'intermédiaire de multinationales et de leurs filiales ;
- **Financiarisation** de nombreux pans du système agroindustriel, impliquant notamment des activités de spéculation sur les matières premières (Rastoin, 2018).

Comme évoqué précédemment, ce modèle agricole a donné lieu à des effets indésirables non négligeables pour l'environnement et le climat mais aussi sur le plan social, parmi lesquels figurent (Inter-réseaux Développement rural & SOS Faim Belgique, 2011) :

- Appauvrissement des sols (baisse de qualité et fertilité) et des nappes phréatiques ;
- Déforestation ;
- Pollution de l'environnement et des milieux aquatiques ;
- Forte augmentation des émissions de GES (en lien avec la dépendance aux énergies fossiles) ;
- Dégradation des écosystèmes et de la biodiversité ;
- Dans certains cas, renforcement des inégalités et de la pauvreté.

1.2. Une agriculture conventionnelle qui tente de se verdir

Depuis son émergence et sa diffusion, le modèle agricole productiviste a évolué à différents égards, notamment sous l'impulsion des évolutions dans le secteur bio et d'une prise de conscience grandissante des impacts sanitaires et sur les écosystèmes du modèle agricole conventionnel.

C'est ainsi que de nouvelles appellations ont vu le jour depuis le début des années 2000, illustrant la volonté d'un nombre grandissant d'acteurs de trouver un compromis entre productivité, santé, bien-être animal et environnement (GEO, 2018). C'est notamment le cas de l'agriculture raisonnée, définie comme « un système de production agricole dont l'objectif premier est d'optimiser le résultat économique en maîtrisant les quantités d'intrants, et notamment les substances chimiques utilisées (pesticides, engrais) dans le but de limiter leur impact sur l'environnement. » Dans ce système, les intrants (par ex. fertilisants) sont ajustés en fonction des « *besoins réels* » des cultures, des éléments nutritifs déjà dans le sol et des connaissances sur le rendement des plantes (Actu-Environnement, 2016). Cependant, ce modèle est vivement critiqué, notamment parce que les cahiers des charges l'encadrant sont considérés comme « flous », trop peu contraignants et insuffisamment ambitieux sur le plan écologique, rendant ce modèle trop peu durable (GEO, 2017).

Du côté des institutions et acteurs publics (États, régions, Union européenne), différents plans et objectifs ont vu le jour à plusieurs niveaux de pouvoir pour s'orienter vers des systèmes alimentaires plus durables, visant notamment une hausse de la part de terres cultivées dédiées à l'agriculture biologique (Cabinet du Ministre Borsus, 2021; Ben Hassen et El Bilali, 2022), un usage réduit des pesticides (Barral, 2021), une réduction des importations de soja et de produits animaux (Agro Media, 2019) ou encore une relocalisation des filières alimentaires (Service Public Wallonie, 2022).

Toutefois, ces plans et objectifs rencontrent des résultats mitigés. En France, plus de 800 millions d'euros ont par exemple été investis pour réduire l'usage des pesticides de moitié en 10 ans. L'usage des pesticides n'a pourtant pas diminué. Il a même augmenté de 15 %, notamment en raison de nombreuses dérives dans la manière dont ces subventions ont été encadrées (Barral, 2021). Au niveau du soja, l'Union européenne en reste fortement dépendante et demeure le 2^e importateur mondial de soja (33 millions de tonnes / an). La production de soja au niveau mondial n'a eu de cesse d'augmenter, et a même plus que doublé en 20 ans, passant de 144 millions de tonnes en 1997 à 352 millions de tonnes en 2019 (Agro Media, 2019).

1.3. L'émergence du secteur biologique et sa progression constante depuis les années 60

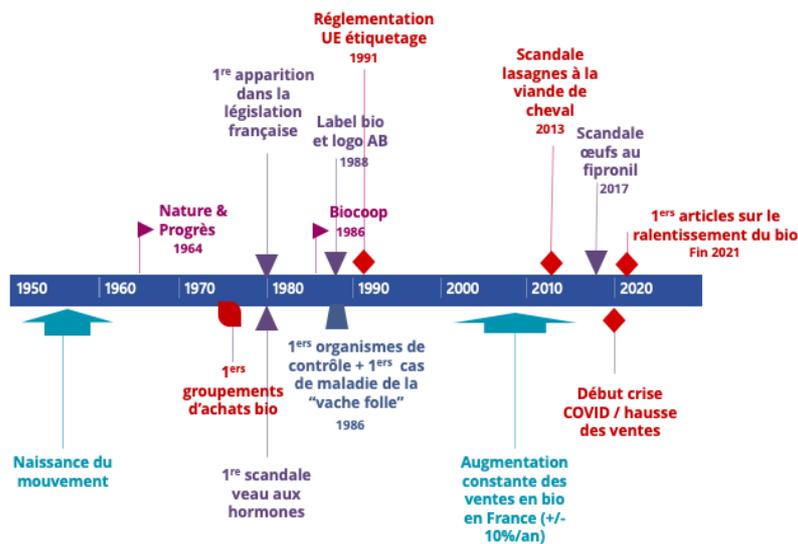


Figure 1 - Ligne du temps sur l'évolution du secteur bio (réalisée par nos soins)

Si les produits d'agriculture biologique semblent aujourd'hui bien connus du grand public, qu'ils choisissent ou non de consommer ces produits, le secteur bio est longtemps resté marginal au sein des marchés alimentaires européens. On situe la formalisation du mouvement en faveur de l'agriculture biologique en France dans les années 1950 et au début des années 1960, période au cours de laquelle de nombreuses associations (regroupant des consommateurs, des agriculteurs, des médecins nutritionnistes, des chercheurs, etc.) ont commencé à se constituer pour dénoncer le modèle productiviste et les pratiques de l'industrie agricole et agroalimentaire et définir les contours d'un modèle plus vertueux. Conscients des impacts sur la santé de l'exposition à des substances chimiques utilisées massivement en agriculture conventionnelle, ces associations ont plaidé en faveur d'un modèle offrant une alimentation plus naturelle et plus saine. Ces considérations ne seront diffusées dans les médias et via le monde politique auprès du grand public que beaucoup plus tard (Leroux, 2016).

Une association de référence a vu le jour en 1964. Il s'agit de Nature & Progrès, regroupant des producteurs, consommateurs, transformateurs et distributeurs, qui ont cherché à s'organiser ensemble pour mettre en place les circuits de production et de diffusion des produits d'agriculture biologique. L'association a ainsi conçu le premier cahier des charges technique biologique et plaidé en faveur de la mise en place de contrôles dans les sites de production en agriculture biologique à travers des organismes indépendants pour garantir la qualité des produits (Ibid.).

Au début des années 1970, les premiers groupements d'achats voient le jour, avec le soutien de membres de Nature & Progrès, notamment pour rendre plus accessibles les produits d'agriculture biologique, disponibles à l'époque uniquement dans quelques magasins spécialisés, à des prix assez élevés. Certains groupements deviennent par la suite des coopératives et donnent naissance à la structure française « Biocoop ». À l'époque, les consommateurs des produits diffusés par ces canaux sont

principalement des citoyens militants, animés par la volonté de payer le prix « juste » pour des produits de qualité, « frais, locaux et de saison » (Ibid.).

L'existence d'une « agriculture n'utilisant pas de produits chimiques de synthèse » ne sera reconnue dans un texte de loi français qu'en 1980, sans pour autant la qualifier de « biologique ». Il faudra attendre 1988 pour que le terme « biologique » soit officiellement protégé et pour voir la création du label « AB », gage de qualité et encadré par des organismes de contrôle. La réglementation européenne sur l'étiquetage des produits d'agriculture biologique a quant à elle vu le jour en 1991 (Ibid.).

Le secteur bio a véritablement commencé à se faire connaître plus largement et gagner en popularité auprès des consommateurs grâce à la médiatisation d'un certain nombre de scandales alimentaires dans le courant des années 1980 avec les épisodes de veau aux hormones et la maladie de la « vache folle » (Ibid.). D'autres épisodes suivront dans les années 2000 et 2010 avec la « grippe aviaire », les lasagnes à base de viande de cheval et les œufs contaminés au fipronil (Kressmann, 2022).

À partir du début des années 2000, le marché bio a enregistré chaque année en France près de 10 % d'augmentation des ventes (Capitaine, 2019). En Belgique, à partir des années 2000 et jusqu'en 2020, tous les indicateurs indiquaient un développement croissant du secteur, avec une accélération pendant les années 2010 (Belga, 2019) et une production et consommation bio plus élevées en Wallonie qu'en Flandre (Le Sillon Belge, 2019).

Deux graphiques extraits de récents rapports « Les Chiffres du bio » de Biowallonie illustrent ces évolutions. Le premier montre la progression soutenue de la superficie agricole dédiée au bio en Belgique entre 1987 et 2021, le second la hausse régulière des dépenses des ménages belges pour les produits alimentaires bio entre 2011 et 2020 :

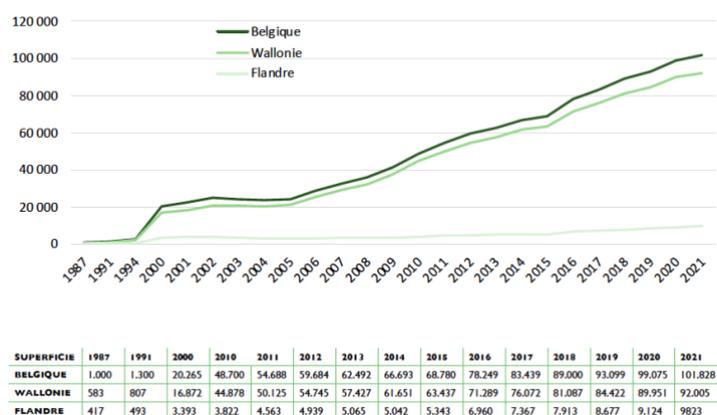


Figure 2 - Évolution de la superficie agricole bio en Belgique (ha). Source : Biowallonie (2022)

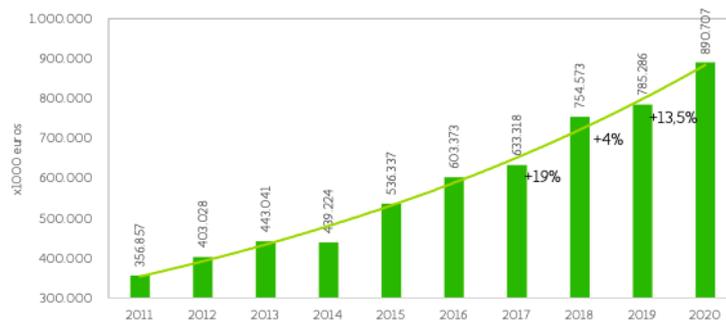


Figure 3 - Évolution des dépenses des ménages belges pour des produits alimentaires bio entre 2011 et 2020. Source : Biowallonie (2021)

Des objectifs chiffrés ont été fixés pour continuer à développer la production bio, en particulier en Wallonie, où le gouvernement a fixé l'objectif de 30 % de SAU dédiée à l'agriculture biologique d'ici 2030. Toutefois, des doutes sont émis quant à la capacité de concrétiser cet objectif (Lobet, 2022). À l'heure actuelle, environ 12,5 % de la SAU wallonne (environ 2 000 exploitations agricoles) est dédiée à l'agriculture biologique (Beudelot et al., 2022).

De manière semblable, malgré l'essor du secteur biologique, l'État français n'a jamais remis en cause le modèle d'agriculture conventionnelle dominant. Il a soutenu le secteur bio de manière limitée à partir des années 1980, mais uniquement en termes de réglementation et de soutien économique ponctuel (Leroux, 2016). Des objectifs chiffrés de développement du secteur (avec l'objectif d'atteindre 15 % de la surface agricole utile (SAU) convertie en bio d'ici 2022, par exemple) ont vu le jour plus récemment mais rencontrent des difficultés à se concrétiser (Deluzarche, 2020). À la fin de l'année 2021, selon l'Agence française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique (Agence Bio), 10,34 % de la SAU française était bio (Verdeau et Guines, 2022).

1.4. La crise COVID, un accélérateur pour le bio et les circuits courts ?

1.4.1. Essor des circuits courts et du bio pendant la crise COVID

Le succès des circuits courts et des produits d'agriculture biologique fait partie des grandes tendances observées pendant la crise COVID. Selon un sondage de Biowallonie réalisé entre mars et mai 2020 auprès de 115 producteurs, transformateurs et magasins d'agriculture biologique, 75 % des agriculteurs ont déclaré avoir gardé des revenus stables ou les avoir vu augmenter pendant cette période. Une large part de ceux qui commercialisent leurs produits via les circuits courts ou la vente directe ont déclaré avoir enregistré une hausse de leurs revenus pendant cette période.

Deux graphiques issus de l'étude sur l'impact du COVID réalisée par Biowallonie intitulée « L'impact du COVID-19 sur le secteur bio wallon » illustrent les évolutions dans les circuits courts, la vente directe et les magasins bio (Beudelot et al., 2020):

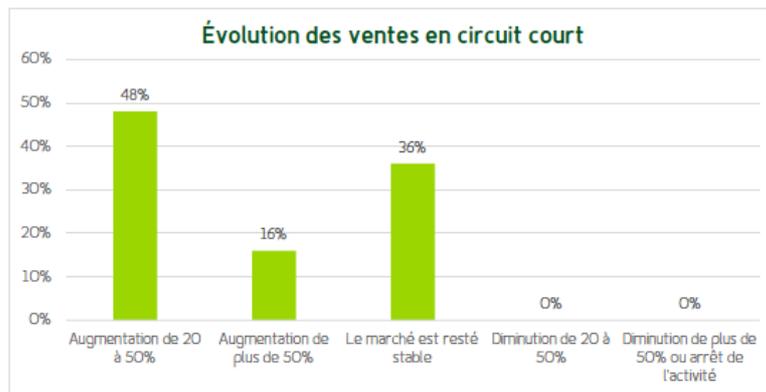


Figure 4 - Évolution des ventes de 25 acteurs des circuits courts wallons pendant la crise COVID. Source : Biowallonie (2020)

On peut observer ici que près de la moitié des acteurs interrogés (points de vente en circuit court regroupant un ou plusieurs producteurs ou gérés pour une coopérative, pratique courante en agriculture biologique) ont vu leurs ventes augmenter de 20 à 50 %. 16 % ont enregistré une hausse des ventes allant au-delà de 50 % et 36 % sont restés stables. Aucune diminution n'a été enregistrée.

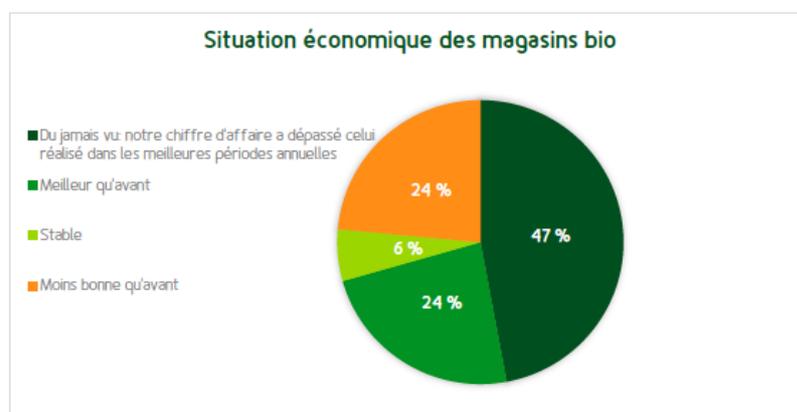


Figure 5 - Situation économique de 17 magasins bio wallons et bruxellois. Source : Biowallonie (2020)

On peut voir ici que plus de 70 % des magasins bio interrogés ont connu une meilleure situation économique après le début de la crise. Près de la moitié ont déclaré que leur chiffre d'affaires avait dépassé celui des meilleures semaines de l'année (ex. période des fêtes de fin d'année). Biowallonie précise que beaucoup de nouveaux clients ont à l'époque poussé la porte des magasins bio. Outre les consommateurs réguliers habituels, convaincus du modèle, des « nouveaux convaincus » ont expérimenté les achats bio à l'occasion de la crise ainsi que des consommateurs « occasionnels », qui ne sont pas forcément restés après la crise (Ibid.).

En France également, les ventes dans les hypermarchés ont nettement reculé pendant cette période au profit des supermarchés, des magasins de proximité, des achats en ligne et des drives (Piaux, 2020). Les réseaux alternatifs La Ruche qui dit Oui ! et les AMAP ont rencontré un vif succès (Schaub, 2020).

Il est intéressant de noter que le réseau des AMAP s'est montré très réactif face à la crise : même si les AMAP fonctionnent normalement sur base d'un engagement à long terme, des formules éphémères ont vu le jour pour permettre à des familles de tester cette nouvelle façon de consommer (de Lavergne, 2020a). En outre, les AMAP ont recensé les petits producteurs en difficulté suite à la perte de leurs

canaux de distribution habituels pour leur permettre de profiter ponctuellement du réseau. Enfin, citons l'adaptation des livraisons, rendues possibles à domicile pour les personnes âgées (de Lavergne, 2020b).

1.4.2. Hypothèses émises sur les origines de cet engouement

Plusieurs hypothèses ont été avancées pour expliquer la hausse significative de la demande dans les circuits courts et les produits d'agriculture biologique :

- le fait que ces produits soient perçus comme plus sains et plus qualitatifs, et donc plus susceptibles de renforcer le système immunitaire face au coronavirus (Bosseler, 2020a) ;
- la perception que les produits locaux sont touchés par moins de personnes et plus facilement traçables, et donc moins susceptibles de transmettre des germes (Ibid.) ;
- le souhait de soutenir un modèle d'agriculture plus équitable, plus apte à renforcer l'autonomie alimentaire suite aux vulnérabilités révélées par la crise (Bosseler, 2020b) ;
- le souhait d'éviter les longues files des supermarchés et l'envie d'avoir un contact plus direct avec les producteurs (Giot, 2020).

1.4.3. Quels canaux de distribution les consommateurs ont-ils privilégiés ?

En ce qui concerne les canaux de distribution privilégiés par les consommateurs pour s'approvisionner en produits bio et/ou de circuits courts, les cinq canaux suivants semblent avoir rencontré un grand intérêt, en plus des canaux de distribution classiques (Bosseler, 2020b; 2020c) :

- la vente en direct à la ferme ;
- les groupements d'achats solidaires, sans intermédiaire (par ex. le réseau des GASAP) ;
- les coopératives (par ex. Paysans Artisans) ;
- les magasins spécialisés (par ex. les magasins Färm) ;
- les plateformes en ligne (par ex. eFarmz ou La Ruche Qui Dit Oui !).

1.4.4. Promotion des produits locaux

Face à la popularité des produits locaux, la grande distribution a, elle aussi, renforcé son offre. Plusieurs chaînes ont misé sur le local dans leurs communications publicitaires, suscitant des inquiétudes par rapport au risque de « *local washing* ». Le fait que les appellations « local » et « fermier » ne sont pas protégées semble avoir permis des interprétations variées de ce que recouvrent ces termes (certains produits étant, par exemple, vendus comme locaux parce que la transformation a eu lieu en Belgique alors que les ingrédients viennent de loin) (Bosseler, 2020b).

1.4.5. Essor de l'e-commerce alimentaire

Alors que les Belges étaient précédemment assez réticents à commander des aliments en ligne (Le Soir, 2018), il semblerait que la pandémie a changé la donne. Selon une étude de marché du groupe

GfK, la croissance de l'e-commerce alimentaire aurait doublé en Belgique depuis le début de la crise et 1 ménage sur 5 y aurait eu recours plus ou moins fréquemment en 2020 (Bosseler, 2020c)

Cette tendance a été observée dans les grandes chaînes de distribution, avec une hausse de 70 % de l'e-commerce chez Delhaize et 30 % chez Carrefour début mars 2020 (Ferreira Porto, 2020), mais aussi dans les circuits courts, notamment les coopératives disposant d'une plateforme en ligne comme Paysans Artisans (deux fois plus de commandes) (Cheppe, 2020), ou encore eFarmz et La Ruche qui dit Oui ! (ventes multipliées par trois pendant le confinement) (Bosseler, 2020c; La Ruche qui dit Oui !, 2020).

1.5. Le ralentissement du secteur bio depuis fin 2021...

Depuis le second semestre 2021, la situation dans le secteur bio est nettement moins favorable. De nombreux articles de presse sont parus pour alerter sur un recul « inédit » du secteur, contrastant distinctement avec les décennies de progression constante qui l'ont précédé et l'essor fulgurant qui a émergé avec le premier confinement.

Concrètement, les effets suivants ont notamment été rapportés en Belgique depuis lors :

- **baisse du chiffre d'affaires** chez de nombreux distributeurs spécialisés en bio, de 15 à 30 % selon les acteurs (Bauwin et al., 2021) ;
- **instabilité des ventes** dans de nombreux magasins de vrac et petites épiceries bio, suscitant un degré élevé d'incertitude (Corroenne, 2022) ;
- **fermeture de certains points de vente** (Vandemeulebroucke, 2022) ;
- **baisse des revenus des producteurs**, qui doivent dans le même temps faire face à la hausse des coûts de production (Dath-Delcambe, 2022b) ;
- face à la situation actuelle, **auto-organisation** de certains acteurs avec par exemple la création de l'asbl ConsomAction, dont le but est de renforcer la promotion des professionnels du bio et du vrac pour sensibiliser le grand public à leurs valeurs ajoutées (Corroenne, 2022).

Chez nos voisins français, des effets semblables ont pu être observés :

- **déclassement** de 30 % du lait bio en 2021, faisant craindre un nombre croissant de déconversions (Bonnardel, 2022) et générant d'importantes **baisses de revenus** (Brault, 2022) ;
- **révision des quantités à produire**, notamment dans la filière œufs suite à l'estimation d'un excédent probable d'un million de poules bio par rapport aux besoins du marché (Langlois, 2022)
- fortes **baisses des ventes** de produits bio de première nécessité (AFP, 2022) ;
- **fermetures de points de vente**, notamment au sein de Biocoop, établi de longue date, qui a dû fermer trois magasins dans la seule région de Bretagne en décembre 2022 (Jeunemaître, 2022) ;

- **baisse du nombre de nouvelles exploitations bio** avec une augmentation de 8,5 % en 2022 contre 14,57 % en 2021 et hausse des **déconversions**, notamment dans le secteur du porc et de la volaille (De La Chesnais, 2022) ;
- **ralentissement des AMAP** avec, au printemps 2022, une part de contrats manquants pour assurer la pérennité des fermes variant de 20 à 30 % (voire 50 %) (Langlois, 2022);
- face à cette situation, lancement de **campagnes de sensibilisation** pour promouvoir les mérites du bio pour la santé et l'environnement, notamment via l'Agence Bio (Brault, 2022).

1.6. ...accentué dans le contexte du conflit russo-ukrainien

À l'aube du 24 février 2022, la Russie a lancé une opération militaire destinée à envahir l'Ukraine. Les conséquences de ce conflit ont été retentissantes à de nombreux égards pour l'Ukraine, mais le conflit a aussi envoyé des ondes de chocs parmi les systèmes alimentaires de toutes les régions du monde. En effet, l'Ukraine et la Russie représentent des puissances agricoles majeures, concentrant une part importante de la production et des exportations mondiales de matières premières agricoles (tels que le maïs, le blé et l'orge), engrais et ressources énergétiques stratégiques (Ben Hassen & El Bilali, 2022).

Les répercussions du conflit ont été d'autant plus dévastatrices que cette invasion a été lancée dans un contexte où les systèmes alimentaires mondiaux étaient déjà fragilisés des suites de la pandémie et des perturbations des chaînes logistiques que celle-ci a engendrées, de mauvaises récoltes, notamment en Amérique latine (Ibid.), mais aussi de graves sécheresses dans différentes régions du monde, notamment dans des pays producteurs de céréales (par ex. Corne de l'Afrique, Afrique du Nord, Brésil, Argentine et Midwest américain) (Jacobs et Clapp, 2022).

Les principales répercussions observées au niveau international sont (Ben Hassen et El Bilali, 2022) :

- « **achats de panique** » par des États et des consommateurs dans différentes régions du monde, y compris en Europe, par crainte de pénuries ;
- **flambée des prix** de nombreuses denrées alimentaires de base, ressources énergétiques et engrais, renforcée par des décisions protectionnistes unilatérales de certains États (par ex. restrictions des exportations et stockage de céréales et engrais pour sécuriser les besoins domestiques, notamment en Chine) et par la spéculation sur les denrées de base telles que les céréales ;
- **réduction du pouvoir d'achat** un peu partout dans le monde ;
- **baisse du rendement des cultures** dans de nombreux pays en voie de développement ayant réduit l'usage des engrais suite aux augmentations de prix.

Selon un récent rapport du Panel international d'experts sur les systèmes alimentaires durables (IPES Food), le conflit ukrainien a donné naissance à une crise mondiale des prix alimentaires, de la

même gravité que celle de 2007-2008. L'IPES Food explique que la dépendance de nombreux pays aux importations de blé de Russie et d'Ukraine les a rendus très vulnérables aux fluctuations des prix et pénuries, faisant peser sur eux une menace majeure d'insécurité alimentaire (Jacobs et Clapp, 2022).

Ces différentes évolutions font craindre un ralentissement important des transitions vers des systèmes alimentaires durables. En Europe, la stratégie agricole « De la ferme à la fourchette » de l'Union européenne prévoyait initialement un objectif de 25 % de terres cultivées dédiées à l'agriculture biologique d'ici 2030, une utilisation réduite de 50 % des pesticides et une baisse de 20 % dans l'usage des engrais. La validation de ces objectifs devait être officialisée dans des textes législatifs en mars 2022 mais elle a été reportée à une date indéterminée (Ben Hassen et El Bilali, 2022). Des États membres ont également été autorisés à cultiver des terres (selon le modèle agricole conventionnel) précédemment considérées comme des « surfaces d'intérêt écologique ». Ces décisions seraient survenues suite à des pressions de lobbies agricoles auprès de la Commission européenne (Jacobs et Clapp, 2022).

1.7. Hypothèses émises sur les causes de la situation actuelle dans le secteur bio

Plusieurs hypothèses ont été avancées dans la presse pour expliquer le recul inédit du secteur.

Tout d'abord, des hypothèses d'ordre économique sont mises en avant, notamment dans les médias français L'Express et Ouest France :

- **l'inflation** : l'augmentation des prix de l'énergie et des matières premières, suite au conflit russo-ukrainien, a engendré une baisse du pouvoir d'achat et donc une baisse du budget réservé aux dépenses alimentaires (Toffier et Botta, 2022) ;
- le fait que le **prix des produits bio soit plus élevé** (+30 à 40 % en moyenne) que ce lui des équivalents conventionnels ne joue pas en faveur du bio (Ibid.) ;
- la **concurrence/confusion entre produits bio**, produits locaux, produits « sans » et autres labels : suite au renforcement de l'offre de produits « alternatifs » dans les grandes surfaces depuis le premier confinement, un éclatement du marché est observé (Ibid.) ;
- une « **crise de surproduction** » : des erreurs « stratégiques » auraient mené à l'éclatement d'une « bulle » ; le ralentissement survient après l'arrivée sur le marché du bio d'un nombre croissant de producteurs, fortement encouragés à « sauter le pas » par l'opinion publique, les élus, les industriels, etc. ces dernières années ; or, si l'offre a augmenté, la demande n'a pas forcément suivi (AFP, 2022).

Biowallonie relativise les inquiétudes liées au déclin du secteur bio en rappelant que l'année 2020 ayant été « exceptionnelle » (croissance de près de 15 %), il est hasardeux de comparer l'année 2021 à 2020. L'organisme recommande plutôt de comparer les chiffres de 2021 à ceux de 2019. Ceux-ci montrent plutôt une **stagnation** qu'un déclin (Louis, 2022).

Un producteur bio wallon appelle pour sa part à stopper les conversions des exploitations en bio, car il estime qu'il y a aujourd'hui un **décalage** trop important **entre l'offre et la demande** en bio et que les

limites du marché bio ont été atteintes. Il met également en avant la concurrence posée par les grandes structures bioindustrielles qui se sont développées ces dernières années et prennent de plus en plus de parts de marché en Belgique étant donné leur capacité à produire des volumes nettement supérieurs à ceux des petits producteurs (Rtbf Info, 2022).

La coopérative de magasins bio Färm pense pour sa part que l'**inflation** est effectivement en partie responsable de la situation actuelle étant donné que l'**alimentation** peut constituer une **variable d'ajustement** dans le budget des ménages lorsque le pouvoir d'achat diminue (contrairement aux dépenses dédiées à l'énergie, par exemple) (Corroenne 2022).

La coopérative met également en avant une hypothèse liée aux ressources technologiques à disposition des acteurs : **l'essor de l'e-commerce** : une partie des consommateurs auraient conservé cette nouvelle habitude adoptée pendant la crise COVID, dans lesquelles ils trouvent un certain confort et un gain de temps dans un contexte où le télétravail a entretemps nettement diminué ; cela a des répercussions inévitables sur les magasins de plus petite taille qui ont moins les moyens d'investir dans ces outils technologiques (Bauwin et al., 2011). Le média Alter Echos abonde en ce sens et confirme que les **moyens plus limités** du secteur bio pour le marketing et la communication, contrastant avec ceux du secteur conventionnel, ne jouent pas en faveur du secteur (Vandemeulebroucke, 2022).

Par ailleurs, sur le plan sociologique, les analyses des interactions entre les acteurs du système et des comportements des consommateurs font ressortir d'autres hypothèses :

- Le média Alter Echos met également en exergue la « **confusion** » volontairement entretenue par les grandes chaînes de distribution dans leurs communications au sujet des produits « bio, locaux et durables », semant le doute dans l'esprit des consommateurs souhaitant consommer bio sur l'utilité de s'approvisionner ailleurs que chez eux (Vandemeulebroucke, 2022) ;
- les médias français Novethic et l'Express mettent en avant une **méfiance vis-à-vis du label AB** qui aurait émergé suite à des critiques formulées à son encontre, voire des « attaques » : il est notamment reproché au label AB de ne pas garantir que le producteur soit rémunéré au prix juste et que les produits soient locaux et de saison (Fabre, 2022) ; dans la grande distribution, il n'est en effet pas rare de trouver des fruits qui sont certes bio mais qui ont été cultivés en serres chauffées et/ou qui proviennent d'autres continents (Toffier et Botta, 2022; Fabre, 2022) ;
- une anthropologue met pour sa part en avant le fait que consommer plus durablement implique un **processus d'apprentissage qui prend du temps** ; par ailleurs, les consommateurs tendent à ne pas aimer le changement et être rassurés par les routines dans les contextes d'incertitude (Golla, 2022).

Ces hypothèses donnent un premier aperçu des causes possibles du ralentissement du secteur bio. Les entretiens que nous mènerons seront l'occasion de confronter ces hypothèses et de préciser le ressenti mais aussi les recommandations de différents acteurs des systèmes alimentaires belges.

2. Les apports théoriques sur la transition des systèmes alimentaires

2.1 Apports des Études sur les Transitions

Les travaux de recherche dédiés à l'étude des transitions semblent particulièrement adaptés pour appuyer l'analyse du présent mémoire pour diverses raisons.

Il convient tout d'abord de préciser ce que l'on entend par « transition ». Markard et al. la définissent comme suit : « Les transitions vers la durabilité sont des processus de transformation fondamentaux, multidimensionnels et à long terme, par lesquels des systèmes sociotechniques établis passent à des modes de production et de consommation plus durables. » Les auteurs précisent que le concept peut s'appliquer à différents secteurs (énergétique, transport, etc.) conceptualisés comme des « systèmes sociotechniques ». Dans chaque système, on retrouve des acteurs avec des intérêts propres (individus, entreprises, gouvernements, collectifs, etc.), des institutions (dont font partie les normes, les cadres de régulation et les pratiques), des éléments matériels et des connaissances (Markard et al., 2012).

Valette et al. proposent une définition, plus spécifique, de la « transition des systèmes alimentaires » : « transformation des systèmes agro-alimentaires actuels pour un passage à des systèmes qui permettent d'atteindre plusieurs objectifs : la sécurité alimentaire pour tous, la satisfaction des préférences alimentaires des consommateurs, un niveau de vie décent pour tous les producteurs, la production de denrées dans le respect des écosystèmes, de l'atténuation et de l'adaptation au changement climatique » (Valette et al., 2022).

Comme on peut le voir, l'approche des Études sur les Transitions est très utile pour étudier des phénomènes sociétaux complexes (tels que les systèmes alimentaires), s'étendant sur plusieurs décennies (la transition vers l'agriculture biologique est en cours depuis plus de 50 ans) et touchant notamment à la consommation et la production durables. La multi-dimensionnalité de l'approche permet d'appréhender les thématiques dans leur globalité, en intégrant des aspects à la fois économiques, sociologiques, politiques, sanitaires, environnementaux, technologiques et institutionnels.

En complément des éléments ci-dessous, citons également :

- la prise en compte des dynamiques de changement et d'innovation ;
- l'intérêt pour les questions de gouvernance des problèmes socio-environnementaux ;
- la conscience des enjeux profondément politiques inhérents à la gestion des processus de transition ;
- la conscience qu'au vu de la complexité des processus et systèmes étudiés, les solutions faciles et rapides ne peuvent être à la hauteur des défis ; il s'agit de développer des réponses systémiques ;
- la conscience que les transformations sociétales sont des processus qui prennent du temps ;
- l'étude de problématiques liées à des enjeux critiques, urgents et planétaires (Bauler et Pel, 2020).

Ces éléments montrent que les Études sur les Transitions sont tout à fait pertinentes pour étudier la transition des systèmes alimentaires. Celle-ci implique en effet des problématiques complexes, urgentes et très actuelles, en lien direct avec les enjeux environnementaux et climatiques, des défis majeurs de gouvernance et des enjeux politiques importants ainsi que des dynamiques de changement et d'innovation fluctuant au fil du temps et selon les interactions entre une multiplicité d'acteurs.

Le champ des Études sur les Transitions s'est fortement diversifié au cours des 10 dernières années. Il aborde des thématiques toujours plus variées et fait des liens avec de nombreuses disciplines bien établies (Köhler et al., 2019). Au sein de ce champ de recherche, on dénombre actuellement neuf sous-champs allant des travaux sur ce que sont les transitions et comment elles se diffusent, aux méthodologies à privilégier, en passant par les enjeux de pouvoir, de gouvernance, l'étude des mouvements sociaux, organisations et industries dans les dynamiques de transition, les implications des transitions pour la vie quotidienne, la géographie et les aspects éthiques des transitions (Ibid.).

Au sein du premier sous-champ, on retrouve différents cadres d'analyse théorique, dont la perspective multi-niveaux (Ibid.), que nous avons choisi d'utiliser dans le cadre de ce mémoire.

2.1.1. La perspective multi-niveaux des transitions sociotechniques

La perspective multi-niveaux (PMN) est utilisée pour étudier les transitions se déroulant dans le cadre de secteurs clés pour la société permettant de remplir des fonctions fondamentales (transport, logement, fourniture d'énergie, alimentation, etc.). Dans chaque cas, un **système sociotechnique** complexe permet d'organiser et remplir ces fonctions sociétales. Geels définit ce système comme un « ensemble d'éléments incluant des technologies, des dispositions de régulation, des pratiques des utilisateurs et des marchés, des références culturelles, des infrastructures et des réseaux de maintenance et de distribution » (Geels, 2005).

Les transitions sont dans ce cadre étudiées en tant qu'**innovations systémiques**, c'est-à-dire des « processus de changement consistant à passer d'un système sociotechnique à un autre ». Ces processus sont nécessairement co-évolutifs et impliquent des changements à différents niveaux et dans différentes dimensions. Geels précise que les systèmes en place sont caractérisés par un degré élevé de stabilité et ne sont donc pas faciles à changer, notamment à cause de ce que l'on appelle les « *lock in* », qui contribuent à « verrouiller » et maintenir en place les systèmes (Ibid.).

Geels identifie trois niveaux d'analyse dans le cadre de cette perspective (Ibid.) :

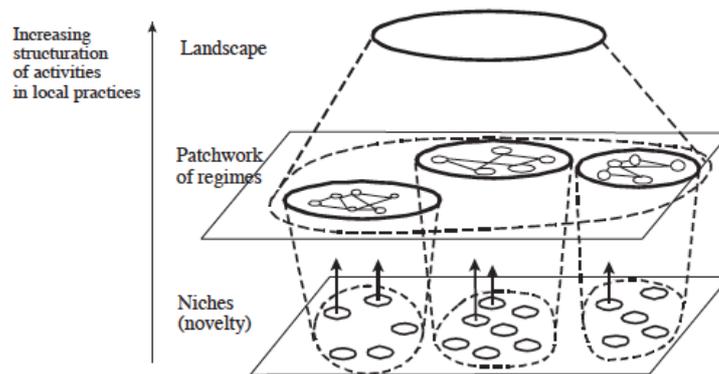


Figure 6 - Hiérarchie entre les niveaux multiples de la perspective multi-niveaux. Source : Geels (2005)

1/ Le niveau **méso** est celui des **régimes sociotechniques** (niveau intermédiaire sur le schéma). Ces régimes impliquent, comme dans les régimes technologiques, un « set de règles ou grammaire sous-tendant un ensemble complexe de pratiques d'ingénierie, de technologies de production, de caractéristiques de produits, de compétences et procédures, dans la manière dont sont gérés les objets et les personnes et dont sont définis les problèmes, le tout étant intégré dans des institutions et des infrastructures ». Ces règles s'étendent au sein des régimes sociotechniques aussi bien aux fondements des connaissances, qu'aux structures de gouvernance, aux processus manufacturiers, aux produits, etc.

Différents **groupes sociaux**, autonomes mais interdépendants, façonnent et maintiennent en place ces régimes. Les régimes sociotechniques jouent un rôle clé dans la stabilité des systèmes. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas de place pour l'innovation et le changement mais ceux-ci sont de nature incrémentale. Cela donne lieu à ce que l'on appelle des **path dependencies** (« dépendances au sentier »), qui impliquent qu'il est difficile de dévier de certaines trajectoires empruntées par la société, notamment en raison d'intérêts clés (par exemple financiers) en jeu ou des sommes déjà investies.

Dans le cas qui nous occupe, le système agricole productiviste est un exemple de régime sociotechnique.

2/ Le niveau **micro** est celui des **niches technologiques** (niveau inférieur sur le schéma). C'est là où les innovations, radicalement différentes du régime, se forment. Elles émergent en général au sein d'« espaces protégés », à l'abri des marchés. Les niches sont des « espaces d'incubation » permettant de faire émerger de nouvelles idées, de nouveaux produits, etc. Elles jouent un rôle important pour les apprentissages, le changement et l'innovation dans les systèmes.

Selon cette définition, nous pouvons considérer que l'agriculture biologique était initialement une niche ou un ensemble de niches, qui se sont progressivement insérées dans le régime via un processus de mainstreaming et ont connu plus récemment une tendance d'accélération, puis une tendance de ralentissement. On peut en effet observer que de nombreux canaux de distribution de produits alimentaires du régime sociotechnique proposent aujourd'hui des produits bio.

3/ Le niveau **macro** est celui des **paysages sociotechniques** (niveau supérieur sur le schéma). Ceux-ci font référence à l'environnement exogène exerçant une influence sur le développement des systèmes sociotechniques. Par exemple : les changements climatiques, les évolutions culturelles, etc. On y inclut également les infrastructures des villes (fournissant l'électricité, les autoroutes, etc.). Une caractéristique clé est que les acteurs du système ne peuvent pas directement les influencer et les changer selon leurs désirs.

À noter que ces trois niveaux ne sont pas sur un pied d'égalité mais sont organisés selon une **hiérarchie** : les niches sont intégrées dans les régimes et ceux-ci sont eux-mêmes insérés dans les paysages. Les différents niveaux interagissent les uns avec les autres (Ibid.).

Lorsque des **innovations systémiques** voient le jour, elles sont toujours le résultat de dynamiques et interactions complexes, se jouant à de multiples niveaux. Il n'y a jamais une seule cause ou un seul facteur derrière ces innovations. Selon Geels, ces innovations passent par quatre phases schématisées comme suit (partant d'en bas à gauche et remontant vers la droite) (Ibid.) :

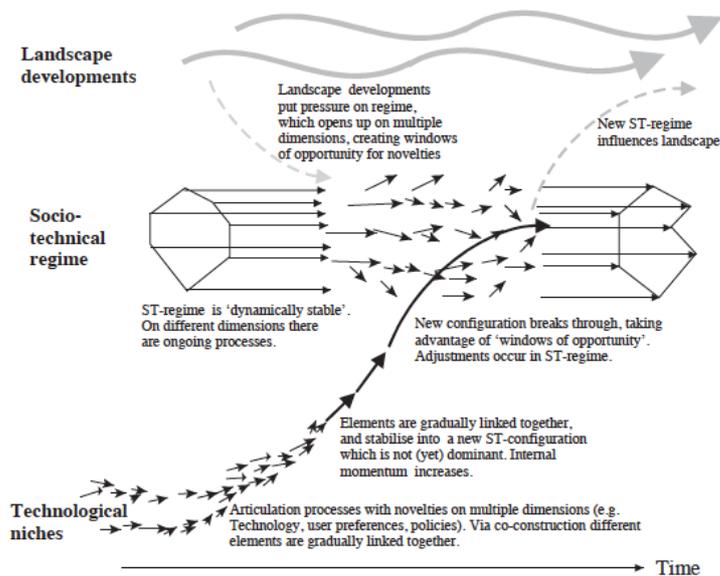


Figure 7 - Perspective dynamique des innovations systémiques selon la perspective multi-niveaux. Source : Geels (2005)

- **Phase 1** : des nouveautés voient le jour dans les niches ; plusieurs options sont envisagées en parallèle ; des expérimentations sont menées par les acteurs pour affiner le produit, l'idée en fonction des besoins et désirs des futurs utilisateurs ;

- **Phase 2** : de petits marchés de niche voient le jour et aident à faire évoluer cette nouveauté ; petit à petit, des acteurs se mobilisent pour améliorer la technologie ou le produit ; les retours des utilisateurs apportent un feedback utile ; à la fin de cette phase, le produit ou la technologie ainsi que les préférences des utilisateurs se stabilisent ;

- **Phase 3** : la nouvelle technologie perce et se diffuse largement au sein du régime en place, à la fois grâce à des facteurs internes mais aussi des circonstances externes et des **fenêtres d'opportunité**,

comme des pressions exercées par le paysage ou des difficultés internes rencontrées au sein du régime ; cette phase est caractérisée par la compétition entre les acteurs du régime et de l'ancienne niche ;

- **Phase 4** : la nouveauté remplace progressivement l'ancien régime ; c'est une phase qui prend du temps, car les acteurs du régime cherchent à rester en place et à continuer à utiliser leurs technologies le plus longtemps possible (en lien avec les *path dependencies*, décrites ci-dessus).

Dans le cadre de l'étude de l'évolution du secteur bio, nous pourrions considérer que nous nous trouvons actuellement dans la phase 3 du modèle décrit par Geels, et que la crise COVID a constitué une fenêtre d'opportunité pour le secteur.

2.1.2. Situation des trajectoires de transition alimentaire par rapport au régime dominant

Dans un article paru en 2021, Baret et Antier développent un outil complétant le modèle de Geels visant à situer les différentes démarches de transition alimentaire existant aujourd'hui par rapport au régime sociotechnique dominant : agriculture biologique, agroécologie, permaculture, etc. Ils proposent quatre quadrants répartis sur deux axes (des propositions les plus radicales aux plus adaptatives et des plus spécifiques aux plus inclusives) :

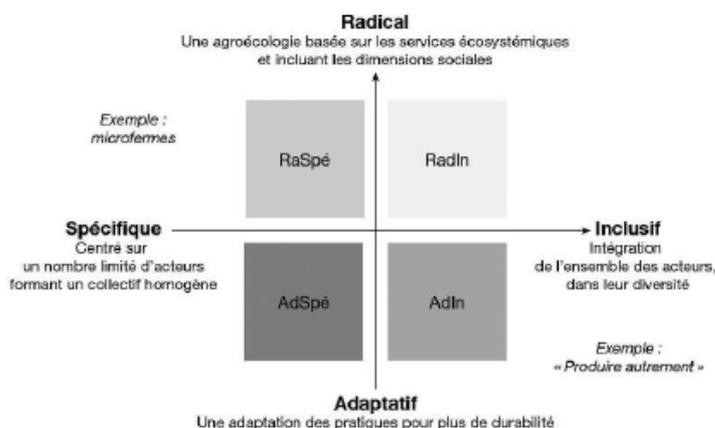


Figure 8 - Cadre bidimensionnel proposé par Baret et Antier pour situer les démarches de transition en agriculture. Source : Baret et Antier (2021)

Dans les initiatives « **spécifiques** », un collectif de personnes engagées et convaincues s'auto-organisent pour mener à bien un projet alternatif dans l'espoir de le voir s'amplifier avec le temps. Les processus « **inclusifs** » consistent à inclure dès le départ l'ensemble des acteurs du système pour les amener vers un changement. Dans les initiatives « **radicales** », une logique de « rupture » du système est visée alors que dans les démarches « **adaptatives** », on transforme progressivement le système.

Exemples cités par l'article pour chaque quadrant (Baret et Antier, 2021) :

- RaSpé : initiatives de permaculture, micro-fermes, agriculture urbaine
- RadIn : agriculture de conservation ou semences paysannes
- AdIn : plans de réduction de l'usage des pesticides ou politiques de diversification

- AdSpé : initiatives régionales du type AOP (appellation d'origine protégée)

Les auteurs estiment que l'agriculture biologique se situe à mi-chemin entre une démarche radicale et adaptative comme ce modèle propose des « substitutions » à des éléments du modèle dominant (intrants chimiques). Par ailleurs, on peut situer les débuts du mouvement d'agriculture biologique à gauche de l'axe horizontal. Celui-ci s'est progressivement déplacé vers la droite de l'axe au fil du temps (Ibid.).

Les auteurs situent les quadrants de la manière suivante dans le modèle de Geels :

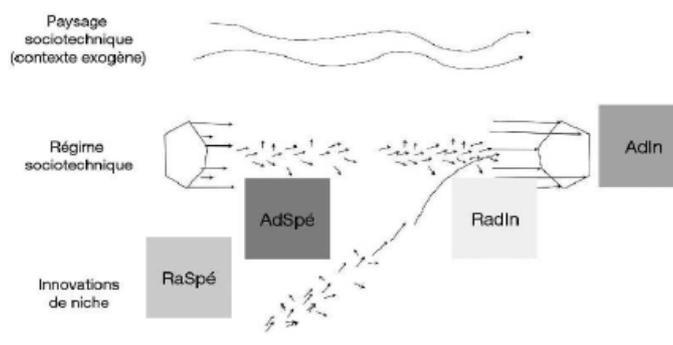


Figure 9 - Positionnement des quadrants du cadre proposé dans le modèle de PMN de Geels et Schot. Source : Baret et Antier (2021)

Les phénomènes de « lock in » (ou verrouillages) sont le plus souvent étudiés dans les démarches AdIn. Dédiées à emmener les acteurs du régime dominant vers des changements adaptatifs, ces initiatives se soldent fréquemment par des échecs, prennent plus de temps à faire émerger des résultats et peuvent mener à de fausses illusions de changement (du type greenwashing) (Ibid.).

2.1.3. La dépendance au sentier et les « lock in » appliqués aux systèmes alimentaires

Comme nous l'avons vu, les phénomènes de « dépendance au sentier » et de « lock in » font partie des facteurs permettant d'expliquer la relative inertie et stabilité des régimes. Ce mémoire étant dédié à un secteur qui, malgré un certain mainstreaming au sein du régime dominant, reste confronté à l'inertie du régime en place, il nous semble pertinent d'approfondir ces concepts.

Vanloqueren et Baret rappellent que la dépendance au sentier intervient dans un contexte où des technologies pouvant remplir les mêmes fonctions sont en compétition pour être adoptées par des agents économiques ; l'une d'elle s'impose et se maintient durablement en position dominante, et ce, même si d'autres technologies plus performantes émergent. La dépendance au sentier est liée à des conditions favorables à la montée en puissance de la technologie, qui se renforcent au fil du temps, en particulier lorsque les acteurs qui ont adopté la technologie bénéficient de « rendements croissants à l'adoption¹ ».

¹ Magrini et al. (2018) détaillent ces mécanismes générant des « rendements croissants à l'adoption » dans l'agriculture conventionnelle, formalisés par Arthur (1989) :

- **Apprentissage par l'utilisation** : plus les utilisateurs utilisent une technologie, plus la performance de celle-ci augmente.
- **Externalités de réseau** : plus une technologie est adoptée par des utilisateurs, plus cela devient intéressant de l'adopter pour profiter des produits et services compatibles avec elle.
- **Économies d'échelle** : baisse du coût de production grâce à l'augmentation des volumes.

Ce processus d'auto-renforcement peut mener à des « *lock in* », figeant le régime dans un état donné et freinant l'adoption d'autres technologies (Vanloqueren et Baret, 2009).

Un rapport de l'IPES Food décortique les principaux verrous maintenant en place le régime de l'agriculture industrielle et empêchant le basculement de celui-ci vers des systèmes alimentaires plus durables (Frison et Jacobs, 2016) :

1) Dépendance au sentier

Les agriculteurs sont encouragés à acquérir des compétences, acheter des équipements, intégrer des réseaux et circuits spécifiques, se spécialiser, augmenter la taille de leur exploitation et réduire la main d'œuvre, impliquant un coût élevé de mise en place (abaissé grâce à des subventions). Les distributeurs renforcent la donne en exigeant la fourniture de volumes importants. Malgré des marges bénéficiaires étroites et la conscience des externalités négatives liées à ce mode de production, les agriculteurs se sentent contraints de poursuivre la trajectoire empruntée.

2) Orientation pro-exportation

Le développement du transport ferroviaire et maritime et les technologies de réfrigération ont permis d'internationaliser les marchés et ont favorisé la spécialisation et l'industrialisation agricoles. Plus tard, l'essor des énergies fossiles a rendu le transport longue distance par voie aérienne encore plus facile et abordable, favorisant encore davantage les exportations. D'autres incitants économiques et politiques complémentaires ont encouragé des régions agricoles entières à se spécialiser dans des produits spécifiques, compatibles avec cette orientation vers l'exportation.

3) Aliments attendus à petit prix

Les habitudes de consommation alimentaire ont évolué en parallèle aux évolutions de la distribution alimentaire (gamme de produits élargie, technologies pour garder les aliments frais, procédés de transformation efficaces, standardisation des produits, etc.). Les consommateurs se sont habitués à trouver en abondance des aliments à petits prix, favorisant une adaptation du budget des ménages dédié à l'alimentation². En parallèle, les consommateurs sont de plus en plus « déconnectés » du monde agricole, orientant les choix alimentaires principalement sur base du prix.

4) Une pensée compartimentée

L'agriculture industrielle est renforcée par le compartimentage des structures dans le monde politique, celui de la recherche et celui des affaires. Le compartimentage dans la recherche agricole (et l'enseignement de l'agronomie) a pour conséquence de limiter les interactions entre les disciplines et l'attention portée aux liens entre les systèmes alimentaires, l'environnement et les sociétés humaines.

- **Rendements informationnels** : plus une technologie est utilisée, plus elle est connue et comprise, favorisant son adoption par le plus grand nombre.
- **Interconnexion technologique** : développement d'autres technologies complémentaires et fixation de normes de production alignées à la technologie dominante.

² Elle se situerait en Belgique à environ 12,5 % contre 60 % en 1965 et 80 % en 1885. (Bosseler, 2022)

En outre, la baisse des subsides publics a réorienté les sources de financement des recherches vers le secteur privé, qui tend à orienter les recherches vers des agendas pro-agriculture industrielle.

5) La pensée court-termiste

Les agendas du monde politique (calendriers électoraux) et du secteur privé (exigences de résultats rapides et croissants) favorisent les solutions à court terme. Si des dysfonctionnements sont constatés, les mesures visent à endiguer les symptômes plutôt que la source de ceux-ci. Les réformes ambitieuses et profondes rencontrent dans ce contexte beaucoup de réticences.

6) Le récit « nourrir le monde »

Dans le contexte d'après-guerre et d'insécurité alimentaire dans de nombreuses régions du monde, l'agriculture industrielle a été présentée comme la solution optimale, la « seule » permettant des gains de productivité suffisants pour « nourrir le monde ». En réponse aux préoccupations climatiques et environnementales, ce récit s'est quelque peu adapté en faveur d'une agriculture industrielle plus durable ne remettant toutefois pas en cause les fondements de ce mode de production. Ce récit occulte les questions d'accès aux ressources, d'équité sociale, de rapports de force, de nutrition, etc.

7) Mesure de la réussite

En agriculture industrielle, la réussite se mesure en termes de rendement, productivité et rentabilité, excluant les indicateurs liés à la résilience, aux services écosystémiques, à la stabilité des prix, à la valeur nutritive des aliments, aux liens entre intensité de main d'œuvre et cohésion sociale, à la complexité des systèmes socio-écologiques, etc.

8) Concentration du pouvoir (verrou renforçant les 7 autres)

Le régime actuel se caractérise par une forte concentration des marchés et du pouvoir. Cette concentration permet à des acteurs d'accumuler une richesse importante et de consolider leur domination du monde économique et leur influence sur le monde politique, impliquant une mainmise sur les incitants façonnant les comportements et sur le cadrage des problématiques sociétales (et des solutions à leur apporter). Des moyens importants sont investis dans le lobbying pour préserver leurs intérêts.

2.1.4. La nécessité d'étudier davantage les « échecs »

Certains articles mettent en garde contre les biais incitant les chercheurs dans le champ des Études des Transitions à étudier principalement les trajectoires de transition réussies, dans le but de pouvoir appliquer les facteurs de réussite identifiés à d'autres domaines et secteurs. Il est intéressant de comprendre pourquoi cela peut s'avérer problématique.

Parmi les risques identifiés figurent, selon Turnheim et Sovacool (2020) :

- Tendances à simplifier des dynamiques de transition pour qu'elles confirment des « narratifs de changement » durable et profond ;

- Optimisme démesuré dans la faisabilité de certaines trajectoires et illusion d'une progression forcément linéaire ;
- Négligence du rôle nécessaire et formateur des échecs pour faire émerger à terme des changements ;
- Tendance à favoriser des mesures prescriptives sur base de *success stories* exemplaires, alors que ces mesures ne sont pas forcément transférables à d'autres contextes.

L'étude des échecs, évolutions négatives et tendances non durables peut en revanche permettre de :

- Mieux comprendre les facteurs d'inertie et les blocages (Antal et al., 2020) ;
- Mettre en perspective les évolutions positives et négatives et se rendre compte des dynamiques et incohérences entre les tendances durables et non durables au sein d'un même secteur (Ibid.) ;
- Obtenir une meilleure compréhension de la complexité des systèmes sociotechniques (Turnheim et Sovacool, 2020) ;
- Apprendre à sortir des chantiers battus et identifier de nouvelles trajectoires dans un contexte de changements rapides et incertains nécessitant une grande adaptabilité (Ibid.).

2.1.5. Le concept de *backlash*

Comme présenté en introduction, l'un des objectifs du présent mémoire est de déterminer si le ralentissement du secteur bio actuellement observé en Belgique peut être assimilé à un *backlash*.

Pour mieux cerner les contours de ce concept et obtenir une première compréhension de ce terme, nous avons récolté des définitions génériques :

- 1) Encyclopædia Britannica : « Forte réaction publique contre quelque chose (...) Un *backlash* se produit lorsque de nombreuses personnes réagissent à un événement, un mouvement, etc. d'une manière opposée à l'effet escompté. » (Encyclopædia Britannica, 2022) ;
- 2) Cambridge Dictionary : « Sentiment fort parmi un groupe de personnes en réaction à un changement ou à des événements récents dans la société ou en politique (...) réaction forte et négative à quelque chose, en particulier au changement. » Exemple : « Nous pouvons considérer le *backlash* comme une corde élastique qui se rompt lorsqu'elle est trop tendue. » (Cambridge University Press, 2022).

Que nous indique la littérature ? Dans un article dédié au concept de *backlash*, Pel l'utilise pour décrire des « *trajectoires de transition* » qui, après avoir connu un essor et une diffusion initialement soutenus au sein du système dominant, connaissent une stagnation puis une « rechute en termes de changements systémiques attendus » (Pel, 2021).

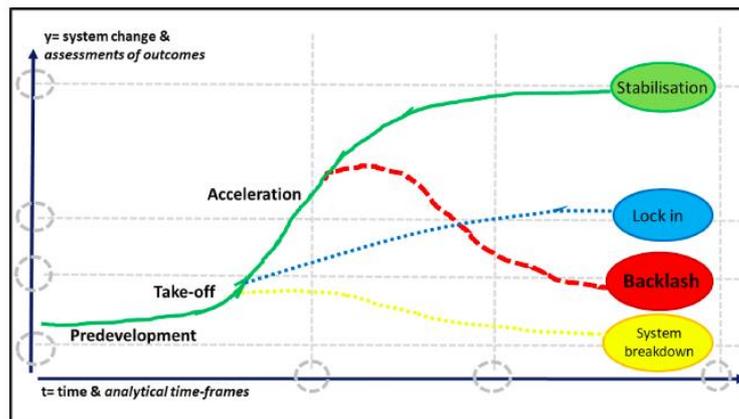


Figure 10 - Trajectoire de backlash selon Pel. Adapté de Rotmans (2005). Source : Pel (2021)

Comme l'illustre ce schéma, une trajectoire « réussie » en termes de concrétisation des promesses de changement de système passe par les étapes suivantes : **phase de pré-développement** (en général au sein d'un espace d'incubation protégé : une niche), puis **phase de percée** avec l'arrivée sur les premiers marchés puis progressivement, grâce à des facteurs internes et externes et des fenêtres d'opportunité, la trajectoire de transition peut entrer en **phase d'accélération**. Lorsque tout se passe bien, la montée en puissance aboutit à une **phase de stabilisation** de la transition au sein du régime sociotechnique dominant. Pel identifie trois autres possibilités (Ibid.) :

- la trajectoire connaît une accélération moins prononcée mais continue à timidement progresser et finit par atteindre un palier, au niveau duquel elle se trouve bloquée (situation de « *lock in* ») ;
- la trajectoire de *backlash* connaît après une accélération soutenue un ralentissement considérable relativement rapide mais sans pour autant s'effondrer complètement ;
- après la phase de percée, la trajectoire stagne, puis s'effondre progressivement.

Pel invite à davantage s'intéresser à ces trajectoires « négatives » de *backlash*, car celles-ci sont aujourd'hui sous-étudiées alors qu'elles présentent un potentiel évident : mieux comprendre les circonstances et mécanismes sous-jacents (contradictions, freins institutionnels et psychologiques, résistances au changement, etc.) qui aboutissent à un *backlash*, enrichir les stratégies de gouvernance et mieux anticiper, atténuer et gérer les futurs *backlash*. Pel met en garde contre les explications simplistes et rappelle qu'un *backlash* ne représente ni « une courbe en U inversée » ni une « incapacité à activer » les mécanismes du système permettant une large diffusion des transitions (Ibid.).

2.1.6. Les principaux défis rencontrés lors de la phase d'accélération des transitions

Comme nous venons de le voir, les phénomènes de *backlash* surviennent après une phase d'accélération dans les trajectoires de transition. Étant donné que ce mémoire a pour objet d'étude le ralentissement d'un secteur survenu à la suite d'une forte accélération, il nous semble indiqué

d'approfondir la littérature dédiée aux défis que les transitions peuvent rencontrer au cours de la phase d'accélération afin d'examiner si ceux-ci s'appliquent à notre objet d'étude.

Selon Markard et al. (2020), les trajectoires de transition peuvent stagner pour les raisons suivantes :

- Elles ne parviennent pas à générer les **innovations complémentaires** et les **changements profonds dans l'architecture des systèmes** sociotechniques nécessaires pour une diffusion plus large : pour éviter un goulot d'étranglement, les infrastructures et les politiques publiques doivent subir des transformations pour accompagner les changements ;
- Des **tensions** émergent dans les interactions avec les autres systèmes non durables, incités à résoudre le problème de leur non-durabilité pour maintenir leur place dominante, ce qui mène à des dynamiques de **compétition**, pas forcément productives ;
- Les **acteurs qui doivent disparaître**, parce que les pouvoirs publics décident de mettre un terme à l'usage d'une technologie, sont incités à déployer des stratégies pour **résister au changement**, ralentir les transitions, entamer la légitimité des innovations, etc.
- Les transitions impliquent des **changements des pratiques** sociales, notamment de **consommation** mais la majorité des consommateurs sont réticents à adopter des changements drastiques de leurs habitudes ; les acteurs publics soutiennent les changements via des outils informationnels, des normes, des taxes et des subventions mais sont réticents à favoriser les modes de vie plus sobres et la baisse de la consommation, en raison des intérêts économiques en jeu ;
- Les **transformations** sur le plan de la **gouvernance** (cohérence horizontale et verticale des politiques) ont du mal à se mettre en place en raison de l'organisation en silos des institutions et des intérêts en compétition. Les transitions impliquent (pour un vrai changement de paradigme) que les pouvoirs publics adoptent une **posture interventionniste**, ce qui n'est pas chose aisée face à des acteurs commerciaux ayant acquis un poids économique, culturel et politique considérable.

2.2. Apports des perspectives sociologiques

De l'importance de s'intéresser aux acteurs dans l'étude des transitions

Plusieurs auteurs rappellent qu'il est essentiel, dans l'étude des trajectoires de transition, de s'intéresser aux acteurs des systèmes sociotechniques. Ceux-ci sont dotés d'une « *agency* », c'est-à-dire qu'ils ont la capacité d'agir et la liberté de choisir quelles actions ils souhaitent mener. Même s'ils sont influencés par leur positionnement dans le système et par les « règles » (régulations, normes, lois, valeurs, systèmes de croyance, etc.), ils ne sont pas des « suiveurs passifs » et contribuent activement à façonner celles-ci. Geels rappelle que les systèmes sociotechniques en place sont le résultat des interactions (et jeux de pouvoir) entre différents acteurs et que ceux-ci contribuent aux mécanismes d'auto-renforcement maintenant les systèmes en place (Geels et Schot, 2007).

Comment appréhender les acteurs des systèmes sociotechniques ?

D'après la littérature récoltée, il n'existe pas de typologie d'acteurs / rôles d'acteurs universellement approuvée dans le champ des Études des Transitions. Différents auteurs proposent des approches distinctes pour appréhender cette question. Nous n'allons pas pouvoir détailler ces travaux mais présentons ci-dessous des enseignements pertinents pour l'objet de recherche du mémoire :

- Fischer et Newig (2016) expliquent que les acteurs actifs au sein des niches ne sont pas aussi contraints que ceux du régime étant donné que les niches sont par définition moins stables et moins nettement définies. En revanche, même si les niches présentent un potentiel notable pour susciter des innovations, elles restent souvent dépendantes des décisions des acteurs publics et du gouvernement.

Les acteurs du régime tendent à être réticents, voire opposés, aux processus de transition (sauf les acteurs du marché voyant un intérêt commercial à soutenir certaines alternatives) et tendent à minimiser au départ le besoin de réaliser des transformations. Là aussi, ces acteurs ont un lien de **dépendance**, vis-à-vis de la société civile (citoyens, associations, consommateurs, etc.), qui peut favoriser la stabilisation ou déstabilisation du régime, en exerçant des pressions, et influencer le paysage dans lequel ils évoluent. À noter cependant que, pour avoir de l'impact, les mouvements de la société civile doivent atteindre une masse critique.

Les décideurs politiques ont quant à eux un rôle important à jouer dans la création de niches permettant les expérimentations durables. Le problème est que cet acteur dépend des citoyens pour sa réélection. Il a donc **tendance à suivre plutôt qu'à guider** l'opinion publique. Il est lui aussi dépendant d'autres acteurs, notamment les acteurs commerciaux et l'industrie, qui influencent l'emploi, la croissance économique, etc., non négligeables pour sa réélection (Ibid.).

Un élément intéressant ressortant de l'analyse est que la grande majorité des acteurs ont une **agency** limitée, en raison de leurs **interdépendances**. Il apparaît donc indispensable de constituer des alliances et des réseaux inter-acteurs pour espérer mener à bien les processus de transition de grande ampleur.

- Farla et al. (2012) observent que les acteurs poursuivent des **stratégies** et disposent d'une marge de manœuvre pour prendre des décisions même s'ils sont relativement contraints par les structures institutionnelles. Les acteurs disposent aussi de **ressources** tangibles (équipements, moyens financiers, ressources humaines, etc.) ou non (savoir-faire, réputation, attentes d'autres acteurs, etc.). Par ailleurs, la montée en puissance des innovations et processus de transition n'est pas le fruit du hasard : elle est façonnée de manière stratégique par des acteurs, motivés par une **vision plus large**.

- Wittmayer et al. (2017) précisent que les **rôles sociaux** ne sont pas figés et peuvent eux-mêmes entrer « en transition ». Ils sont ouverts à la négociation et au changement et peuvent donc être modifiés, remodelés, réassignés et de nouveaux rôles peuvent être créés dans le cadre des processus de transition.

3. Les tendances récentes selon les données statistiques

3.1. Une consommation bio stable selon Biowallonie, mais qui cache des évolutions différenciées selon les canaux

Le rapport « Les Chiffres du bio » de Biowallonie dédié à l'année 2021 (Beudelot et al., 2022) semble indiquer que la consommation bio est globalement restée stable par rapport à 2020 en Belgique, si l'on prend en considération les chiffres annuels.

Comme l'illustre le graphique ci-dessous, le marché des produits bio a gagné en Wallonie 0,13 % de part de marché en 2021 par rapport à l'année précédente, passant de 5,31 à 5,44 %. Au niveau belge, la part de marché est passée 3,59 % à 3,82 %, ce qui représente une hausse de 0,23 %. On peut noter que cette part de marché a systématiquement augmenté depuis 2016, même si les hausses semblent plus légères depuis 2018 :

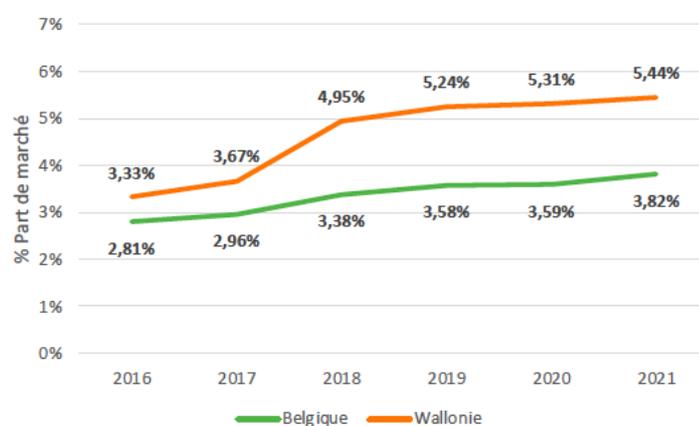


Figure 11 - Évolution de la part de marché du bio en Belgique et Wallonie entre 2016 et 2021. Source Biowallonie, GfK et StatBel (2022)

Le total des dépenses en produits bio en Belgique est passé de 934,9 à 978,2 millions d'euros. Biowallonie y voit une augmentation des dépenses alimentaires bio, bien que moins marquée qu'en 2020, relativisée par une diminution générale (-1,9 %) des dépenses réservées à l'alimentation (bio et non bio – toutes catégories confondues) dans notre pays en 2021, comme illustré par les graphiques ci-dessous :

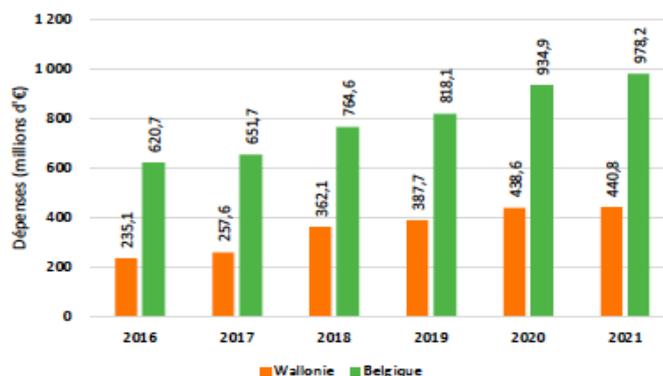


Figure 12 - Dépenses totales en produits bio par les ménages belges et wallons entre 2016 et 2021. Source : Biowallonie, GfK et StatBel (2022)

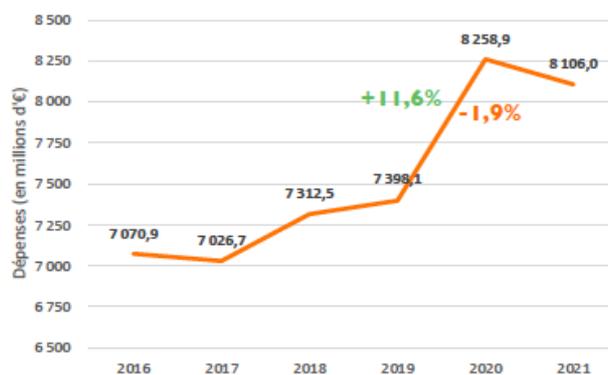


Figure 13 - Évolution des dépenses en produits alimentaires (bio et non bio) par les ménages wallons entre 2016 et 2021.
Source : Biowallonie et GfK (2022)

Si l'on examine la répartition des parts de marché selon les canaux de distribution en Wallonie, on peut observer que les circuits de la grande distribution sont restés stables. En revanche, une baisse de 4,3 % du marché a été enregistrée en 2021 par rapport à l'année 2020 dans les magasins certifiés bio, au profit des bouchers (+2,6 %), des fermes/éleveurs (+1,1 %), des marchés (+0,6 %), des supermarchés (+0,5 %) et des hypermarchés (+0,3 %). La figure l'illustrant se trouve en annexe II.

Par ailleurs, on peut constater que les circuits de la grande distribution et du hard discount restent fortement privilégiés par les consommateurs wallons pour les achats en produits bio, avec 50,7 % d'achats réalisés dans les hypermarchés, supermarchés et les hard discounters contre 26,6 % dans les magasins bio, comme l'illustre la figure ci-jointe (Ibid.) :

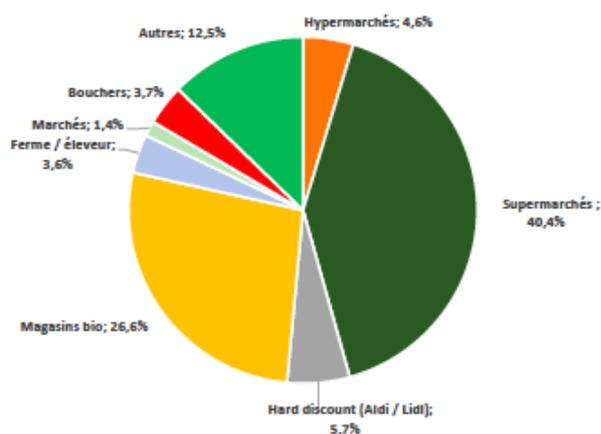


Figure 14 - Répartition des dépenses des produits bio par canal de distribution en 2021 en Wallonie. Source : Biowallonie et GfK (2022)

3.2. Une baisse préoccupante dans les commerces bio et/ou vrac selon le baromètre de Biowallonie et ConsomAction (été 2022)

Suite aux échos préoccupants reçus du secteur bio et vrac en Wallonie et à Bruxelles, un baromètre a été réalisé en juillet 2022 par Biowallonie et l'asbl ConsomAction auprès de 96 commerces bio et/ou vrac (correspondant à environ 30 % des acteurs du secteur) pour dresser un bilan chiffré de la situation. La plupart des répondants étaient des magasins bio (30) et des magasins de vrac (23). Il y avait

également 12 points de vente à la ferme, 11 magasins coopératifs, 9 chaînes de magasins bio, 4 commerces d'artisans et 2 commerces en ligne.

Il en est ressorti les principaux résultats suivants :

- 82 % des commerces interrogés ont enregistré une baisse de leur chiffre d'affaires au cours du 1^{er} semestre 2022, comparé au 1^{er} semestre de 2021 : pour environ un quart d'entre eux (27 %), cette baisse se situe entre 10 et 20 %, pour également environ un quart d'entre eux (26 %), elle est de 20 à 30 % ; 13 % des commerces enregistrent une perte de plus de 30 %. Seuls 14 % des magasins ont vu leur chiffre d'affaires augmenter et 4 % sont restés stables :

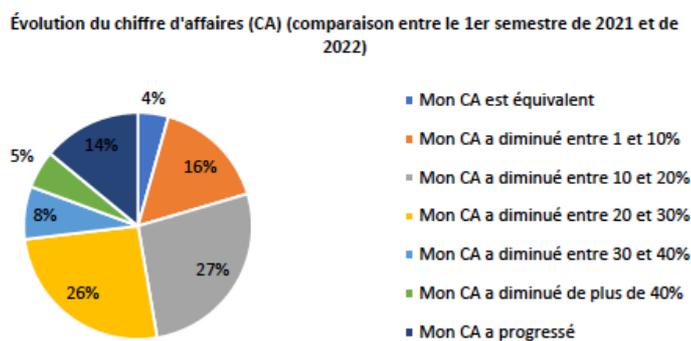


Figure 15 - Évolution du chiffre d'affaires de 96 commerces bio et/ou vrac wallons et bruxellois entre le 1er semestre de 2021 et 2022. Source : Biowallonie et ConsomAction (2022)

- Concernant le moment où le ralentissement a commencé, 20 magasins ont confirmé avoir observé une baisse des achats dès l'été 2021 : même si la période estivale est en général plus calme, ces magasins indiquent que la rentrée de septembre a connu une fréquentation plus basse que les autres années ; environ un tiers des répondants situent le début du ralentissement en janvier 2022 ;
- Concernant la fidélité des clients, 44 % des commerces sondés confirment avoir constaté depuis janvier 2022 une perte de leurs clients habituels et 56 % ont perdu une partie de leurs clients occasionnels. Seuls les magasins coopératifs semblent avoir une clientèle qui est restée stable et/ou s'est agrandie ;
- Au niveau de la prévisibilité des ventes, la majorité des acteurs font part d'une grande instabilité et de fluctuations en dents de scie, compliquant la gestion des stocks et générant de l'incertitude ;
- Au niveau du nombre de points de vente, les chaînes de magasins bio qui ont participé au baromètre ont confirmé ne pas avoir l'intention d'ouvrir de nouveaux points de vente dans l'année qui vient et une chaîne a renoncé à une ouverture en 2022.

Comment les commerces sondés font-ils face à cette situation ?

Tout d'abord, par une optimisation des coûts en réduisant les coûts de personnel (réduction ou non renouvellement de contrats), et en reportant à plus tard les projets d'expansion. Environ 10 % des répondants ont par ailleurs confié avoir réduit leurs marges et adapté leur gamme des produits.

Beaucoup indiquaient au moment du baromètre rester confiants et faire preuve de créativité pour améliorer leur situation. Environ un quart des répondants misaient sur une communication accrue envers les clients et une vingtaine de commerces envisageaient de travailler davantage sur la sensibilisation (à travers des événements, des animations, etc.) et les incitants à l'achat (promotions, concours, etc.). Une quinzaine de répondants misaient pour leur part sur une diversification de leur offre avec par exemple un service traiteur, des livraisons, des ventes en ligne, l'organisation d'ateliers, etc.

Comment envisagent-ils l'avenir ?

Ceux qui ont un loyer élevé à payer (ce qui n'est pas le cas des magasins à la ferme) sont plus inquiets pour l'avenir. Certains magasins bio restent stables et se montrent donc optimistes mais une partie d'entre eux songent à potentiellement cesser à terme leurs activités. Les commerces de vrac semblent être le plus mal lotis et s'attendent à devoir à terme, pour certains, fermer leurs portes si la situation actuelle vient à perdurer. Biowallonie et ConsomAction rappellent qu'en cas de fermetures croissantes des points de vente bio et vrac, c'est toute la filière qui sera impactée : artisans, producteurs locaux, maraîchers, grossistes, etc. (Beudelot et Droulans, 2022).

3.3. Une baisse moins marquée des ventes de produits bio dans la grande distribution selon Gondola

Qu'en est-il dans la grande distribution ? Comme évoqué au point 3.1, les ventes alimentaires bio et non bio ont eu tendance à baisser de manière générale depuis 2021 dans notre pays. Selon les chiffres récoltés par NielsenIQ pour le magazine spécialisé Gondola, pendant le 1^{er} semestre 2022, les chiffres mensuels étaient systématiquement plus bas en volume et en valeur que pendant les mois équivalents en 2021. Un pic est situé en avril avec - 8,4 % du volume et - 5,9 % de la valeur. Les hausses de prix ont cependant permis de rééquilibrer les revenus des ventes à partir de juillet, avec une hausse de la valeur de 5,5 % malgré une baisse de volume de -1,5 %. La baisse en volume de janvier à mi-juillet était en moyenne de -4,9 %. Les prix ont augmenté en moyenne de 3,4 % pendant cette période.

Au niveau du bio dans les grandes surfaces, toujours selon une étude de marché de NielsenIQ pour Gondola, après une croissance interrompue des ventes de produits bio dans les grandes et moyennes surfaces (GMS), un recul de ces ventes a été enregistré entre février 2021 et février 2022, avec une baisse en particulier des produits laitiers (-9 % de volume et -13 % de valeur) et des produits d'épicerie (riz, pâtes, sauces, soupes, épices, céréales, huile, etc.) (-2,8 % de volume et -7,2 % de valeur).

Le rédacteur en chef du magazine Gondola, Christophe Sancy, interviewé par Biowallonie, reste assez confiant pour l'avenir des produits bio et souhaite relativiser ces chiffres en rappelant que les circonstances exceptionnelles du COVID ont perturbé les repères. Il lui semble pour cette raison peu surprenant qu'une baisse soit à présent enregistrée. Au niveau des perspectives de développement du bio dans les grandes surfaces malgré les tendances actuelles, M. Sancy indique que les GMS sont conscientes que le bio n'est pas la priorité première de la majorité de leurs consommateurs et souhaitent

donc en général conserver leur gamme de produits bio « ni trop grande, ni trop petite ». Il lui paraît peu probable que les gammes soient élargies dans les prochains mois au vu du contexte actuel.

Au niveau des prix des produits bio dans la grande distribution, M. Sancy confirme que des marges plus importantes que sur des produits conventionnels à succès sont prises, engendrant une « double peine » pour les petits acteurs bio qui approvisionnent les grandes surfaces.

Au niveau des magasins franchisés, une enquête récente montre qu'ils proposent peu de produits bio (essentiellement des légumes, des produits laitiers et des œufs) et seuls 5 % d'entre eux montrent de l'intérêt pour renforcer leur gamme de bio. Les magasins concernés rapportent que la demande de leurs clients en produits bio (et locaux) est faible (Beudelot, 2022a).

3.4. Des difficultés persistantes dans le secteur bio, qui reste malgré tout résilient, à l'automne 2022 selon un baromètre de Biowallonie

Le magazine de Biowallonie « Itinéraires BIO » présentait un nouveau baromètre du secteur bio dans son numéro de septembre/octobre 2022. On y retrouve des tendances et statistiques du secteur, permettant de dresser un bilan intermédiaire un an après le début de la hausse des prix de l'énergie. On peut y découvrir notamment que (Beudelot, 2022b) :

- Un ralentissement général touche bien les ventes des distributeurs et transformateurs bio ;
- Les coûts de production sont en hausse suite à l'augmentation du gaz, de l'électricité et du carburant (jusqu'à + 30 % en un an), des frais de transport et de fonctionnement mais aussi du prix des semences, des plants, des emballages, des aliments pour le bétail et des engrais organiques (aussi + 30 %). Concernant ce dernier point, Biowallonie rappelle que la hausse du prix des engrais chimiques impacte bien davantage l'agriculture conventionnelle (hausse de 300 %) ;
- Ces évolutions affectent la rentabilité des producteurs bio, qui ont globalement peu répercuté la hausse de leurs coûts de production sur les prix de vente. Biowallonie remarque à ce sujet que les prix payés aux producteurs bio et conventionnels sont actuellement très proches, voire égaux selon les filières alors que les coûts de production ne sont pas les mêmes mais rappelle que les prix des produits conventionnels sont fluctuants (liés à la cotation en bourse), beaucoup plus qu'en bio ;
- La situation actuelle engendre un ralentissement des conversions vers le bio. Certisys a notamment enregistré une baisse de 15 % des conversions entre janvier et juin 2022, comparé à la même période en 2021. À ce jour, le nombre de déconversions est très limité.

Selon le baromètre, des évolutions similaires ont été observées dans les ventes de produits bio dans les pays voisins (Beudelot, 2022c) :

* En Allemagne, selon les chiffres de l'*Agricultural Market Information* (AMI), au 1er semestre 2022, les achats alimentaires ont baissé (par rapport à la même période en 2021) à hauteur de - 3,1 % (- 5,4 % en bio). Là aussi, la baisse des ventes touche dans une beaucoup plus forte mesure les magasins

bio (-22,1 %) par rapport à la grande distribution (-1,5 % en bio, -3,4 % tous produits alimentaires confondus). Les consommateurs de bio se sont davantage tournés vers les GMS et le hard discount ;

* En France, selon les chiffres de NielsenIQ, les ventes de produits conventionnels étaient stables au 1^{er} semestre 2022, alors que les ventes en bio ont baissé à hauteur de – 6 % dans les circuits de distribution classiques. Les ventes de produits bio étaient déjà en baisse en 2021. Les prix de vente des produits bio sont en général 30 % plus chers mais ceux-ci semblent moins impacter négativement les consommateurs urbains, plus aisés (- 0,6 % des achats bio en Île-de-France contre -3,6 % dans le reste du pays).

3.5. Des constats confirmés par l’Observatoire des filières agricoles du Collège des Producteurs avec des tendances différenciées selon les filières

L’Observatoire des filières agricoles du Collège des Producteurs, créé à l’occasion de la crise COVID, publie régulièrement un résumé des faits et chiffres sur l’évolution des filières. Pendant la période qui nous intéresse, on peut noter (Collège des Producteurs, 2022) :

- À l’automne 2021, les producteurs bio ont dû faire face aux conséquences des conditions climatiques peu optimales (printemps très froid, été très humide, températures inférieures à la normale). Cela a eu tendance à perturber leur calendrier (notamment pour les fruits et légumes) et eu un impact négatif sur le rendement des récoltes (notamment des grandes cultures) ; à cette époque également, les coûts de l’énergie et du carburant ont commencé à augmenter (avec une répercussion sur le coût des matériaux et de l’alimentation pour le bétail) et la demande en poulet bio (dont le prix a augmenté) a commencé à baisser ;
- Début 2022, comme Biowallonie, le Collège des Producteurs a fait état d’une grande variabilité des ventes dans les circuits courts et bio, avec des diminutions des ventes allant jusqu’à -50 % chez certains acteurs. Le Collège a également relayé une faillite, une fermeture de magasin et une coopérative en redressement judiciaire suite à des difficultés financières ; enfin, la fin de saison a été difficile pour le maraîchage : certains maraîchers plein champ ont cessé leurs activités ;
- Au printemps 2022, la demande était toujours faible pour le poulet bio ; les producteurs ont rencontré des difficultés à écouler leurs pommes de terre ; des pressions par les GMS sur les producteurs ont été rapportées (en particulier pour les légumes plein champ et le porc) ; le prix du lait bio est devenu quasiment égal à celui du conventionnel ; par contre, les producteurs d’œufs étaient en difficulté, car ils ne parvenaient pas à répercuter suffisamment la hausse des coûts de production sur le prix ; enfin, les ventes en légumes frais ont diminué dans les circuits courts bio.

3.6. Autres statistiques récentes relayées dans la presse

Plusieurs études se sont penchées ces derniers mois sur le pouvoir d’achat et les évolutions de la consommation des Belges. Il en est notamment ressorti les données suivantes :

Une hausse des prix de 18 % en un an

- Selon Test-Achats, entre novembre 2021 et novembre 2022, les prix des produits conventionnels ont augmenté dans les supermarchés en moyenne de 18 % (avec une hausse d'environ 40 % pour les pâtes et 25 à 30 % pour le lait et le beurre) et le panier moyen d'un ménage de deux personnes est passé à 488 € / mois (+ 75 € en un an) (Mergen, 2022) ;

L'environnement, le local et le bio en baisse dans les critères d'achats

- Selon une étude du bureau iVOX réalisée pour l'Office Flamand d'Agro-Marketing (VLAM), auprès de 1000 responsables d'achats d'une famille entre 18 et 24 ans, 75 % des personnes interrogées confirment que les hausses de prix influencent leur comportement d'achat. Les trois critères les plus importants lors des achats de produits frais en 2022 sont le goût, la fraîcheur et le prix. Au niveau de l'évolution des critères dans le temps, on constate une baisse de l'importance accordée à l'environnement (près de 60 % en 2020 contre environ 50 % en 2022) et à la production locale (plus de 50 % en 2020 contre 45 % en 2022). Le critère bio est assez stable mais son importance est moins élevée par rapport aux autres (un peu plus de 25 %) (Gondola, 2022) ;

Essor des marques de distributeurs

- Selon Gondola, une tendance notable de l'année 2022 a été le succès des marques propres des distributeurs (MDD). Par le passé, ces marques étaient peu populaires, notamment pendant la crise COVID. Aujourd'hui, elles sont utilisées comme un atout pour se différencier par la grande distribution et le hard discount, ce qui a incité ces derniers à renforcer la qualité de ces produits. Tous les distributeurs disposent aujourd'hui d'une gamme bio en marque propre. Ces marques sont (jusqu'à 50 %) moins chères que les marques nationales et donc plus accessibles en cette période de baisse du pouvoir d'achat. Elles permettent aussi aux chaînes une marge bénéficiaire plus importante. Leurs ventes représentent 37 % du marché alimentaire belge (Soenens, 2022) ;

75 % de nos produits locaux exportés

- Enfin, toujours selon Gondola, la Wallonie produit l'équivalent de 7 milliards de produits alimentaires par an mais seul un quart de cette production est consommé localement. Par ailleurs, seuls 3 % des produits vendus dans les supermarchés sont des produits locaux (Bosseler, 2022).

Conclusion intermédiaire

Sur base des éléments présentés dans cette partie dédiée à l'analyse des statistiques, nous pensons pouvoir tirer les principales conclusions suivantes, comme premiers éléments à notre question de recherche « Que se passe-t-il actuellement au sein du secteur bio ? » :

- Il semble qu'il y a bien eu un ralentissement des ventes en bio depuis fin 2021 en Belgique. Même si celui-ci s'est inscrit dans un contexte de ralentissement général des ventes alimentaires et n'était pas encore très visible dans les chiffres annuels de Biowallonie pour 2021, on peut constater en

2022 qu'il touche dans une plus forte mesure les produits bio que les produits conventionnels (avec des évolutions fluctuantes dans le temps et des différences d'une filière à une autre), notamment parce que le secteur souffre de la perception chez beaucoup de consommateurs que « le bio est forcément plus (trop) cher » ;

- Même si les circonstances de la crise COVID étaient exceptionnelles, il ne semble pas que nous soyons confrontés à un simple « retour à la normale » pré-COVID pour le secteur bio ; la situation actuelle est complexe et liée à des facteurs divers mais semble particulièrement aggravée par le contexte d'incertitude et la baisse du pouvoir d'achat ;
- Les acteurs dédiés au bio (et vrac) ont vu leur chiffre d'affaires chuter de manière plus drastique que les chaînes de grande distribution, qui peuvent compenser avec des hausses de prix sur certains produits et peuvent compter sur une clientèle toujours bien présente, en quête de prix les plus bas possible ; il semble qu'il existe un vrai risque de voir un nombre croissant d'entre eux fermer leurs portes si le contexte actuel du pouvoir d'achat venait à perdurer, et ce, malgré leur résilience et leur créativité ; compte tenu de la haute valeur ajoutée du secteur pour les enjeux sociétaux et les répercussions sur l'ensemble des filières si un nombre croissant de points de vente bio venaient à fermer leurs portes, il est dans l'intérêt des acteurs publics de les soutenir jusqu'à ce que le contexte s'améliore ;
- Même si les consommateurs conservent des préoccupations environnementales, climatiques et sanitaires, le prix reste un critère incontournable et prioritaire dans les comportements d'achats (en parallèle, l'importance accordée dans les achats à l'environnement, à l'origine locale des produits et à l'agriculture biologique tend à baisser) ; dans le contexte actuel, il semble impératif de redonner du pouvoir d'achat aux consommateurs et dans le même temps de les informer/sensibiliser pour que le pouvoir d'achat retrouvé soit investi notamment dans des produits écologiquement responsables ;
- Les acteurs du bio ont été moins déstabilisés, grâce à leur plus grande autonomie que les acteurs conventionnels, par la flambée des prix sur les marchés internationaux. Les coûts de production ont augmenté mais de façon moindre qu'en conventionnel, contribuant à la résilience du secteur bio ;
- Le fait que les prix de certains produits conventionnels deviennent égaux aux prix du bio peut laisser penser que les produits bio pourraient devenir à moyen terme autant (voire plus) compétitifs que les produits conventionnels, dans un contexte où les énergies fossiles et les intrants chimiques risquent de coûter de plus en plus cher ;
- La Belgique n'est pas la seule à être touchée par le ralentissement. C'est le cas également de nos pays voisins, l'Allemagne et la France.

4. Les tendances récentes selon les acteurs du bio : ampleur, origines et leviers d'action potentiels

4.1. Préparation des entretiens

4.1.1. Cartographie des acteurs du secteur bio en Wallonie et à Bruxelles

Comme évoqué dans l'introduction, en vue de préparer la sélection des acteurs à interroger dans le cadre du mémoire, nous avons listé les catégories d'acteurs issus du secteur bio que nous connaissions, que nous avons ensuite complétées via des recherches en ligne. Nous avons ensuite cherché à les représenter visuellement de la manière la plus claire et objective possible. Pour plus de visibilité, nous avons placé dans un premier organigramme les acteurs faisant partie du marché, organisés selon les différents maillons de la chaîne, en distinguant ceux qui sont par définition (dès leur émergence) spécialisés dans les produits d'agriculture biologique, et ceux qui peuvent être considérés comme faisant partie du régime sociotechnique dominant mais qui ont intégré des produits bio dans leur offre.

Dans un second organigramme, nous présentons les autres acteurs liés au secteur bio, hors marché (notamment issus de la société civile et du secteur public). Il nous a semblé utile ici de distinguer la région géographique concernée. Comme notre partie empirique s'est concentrée sur la Région wallonne et la Région Bruxelles-Capitale, s'agissant des deux régions dans lesquelles le secteur bio est le plus développé dans notre pays, nous n'avons pas inclus de colonne spécifique pour la Flandre.

Pour plus de précision, nous avons inclus des exemples pour un grand nombre de catégories d'acteurs. Pour que cela reste lisible, nous avons évité de surcharger les organigrammes. Ceux-ci ne sont pas parfaitement exhaustifs mais ont pour vocation de donner une vision d'ensemble du secteur, en veillant à inclure les acteurs essentiels. Les deux organigrammes se trouvent dans l'annexe I.

4.1.2. Sélection des acteurs à interroger

Sur base de cette cartographie, nous avons sélectionné une liste d'acteurs qui nous semblaient à la fois pertinents et représentatifs.

Comme indiqué dans l'introduction, nous avons fait le choix de nous concentrer sur le maillon de la distribution, en veillant à faire le lien avec celui de la production et celui des grossistes.

Pour représenter le point de vue des **distributeurs**, les plateformes qui nous ont semblé avoir une vue globale du secteur de la grande distribution sont Comeos et Gondola. Suite à leur réponse négative, nous avons contacté des distributeurs individuels. Nous avons pu échanger avec les porte-paroles de Carrefour (Siryn Stambouli), Delhaize (Karima Ghozzi), Colruyt (Nathalie Roisin) et Lidl (Julien Wathieu). Ariane Beaudelot (coordinatrice du pôle développement de filières) de Biowallonie a pu nous partager le point de vue des distributeurs bio. Nous avons aussi initialement contacté Färm (pas de réponse). Cependant, les baromètres récents de Biowallonie, réalisés pendant

l'été et l'automne 2022, nous ont permis de disposer de suffisamment de données sur les acteurs de la distribution spécialisés dans le bio. Nous avons clôturé les entretiens de ce maillon avec une interview de Laurence Lewalle, coordinatrice du réseau des GASAP, afin d'inclure un acteur de distribution en circuit court sans points de vente, pouvant par la même occasion partager le point de vue d'un ensemble de producteurs issus de diverses régions.

Pour représenter le point de vue des **producteurs**, nous avons contacté l'Union Nationale des Agrobiologistes Belges (UNAB). N'ayant pas eu de réponse, nous avons contacté la FUGEA, où Yves Vandevoorde (coordinateur politique et services) a accepté de nous accorder un entretien. Pour faire le lien entre producteurs et acteurs publics, nous avons contacté le Collège des Producteurs et nous sommes entretenue avec Thomas Schmit (chargé de mission agriculture biologique).

Au niveau des **grossistes**, n'ayant pas eu de réponse de Biofresh et Interbio, nous nous sommes tournée, sur recommandation de Biowallonie, vers Bionaturels et nous sommes entretenue avec Angéline Wyns (responsable des ventes).

Il nous semblait important également de nous entretenir avec des **experts issus du monde associatif**. En plus d'Ariane Beudelot mentionnée ci-dessus, nous avons contacté Nature & Progrès et avons pu nous entretenir avec Marc Fichers (Secrétaire général).

Nous avons donc réalisé une dizaine d'entretiens (9 entretiens oraux et 1 par échange de mails). Le questionnaire de référence utilisé pour ceux-ci (personnalisé en vue de chaque entretien) se trouve en annexe III. Les notes détaillées des entretiens se trouvent en annexe IV.

4.2. Analyse des entretiens

4.2.1. Observations des acteurs sur l'ampleur des tendances actuelles

Tous les acteurs confirment les tendances de ralentissement global des ventes de produits bio depuis le second semestre de 2021, même si des fluctuations sont observées dans le temps et d'un acteur et d'une filière à l'autre. Tous confirment que c'est la première fois qu'ils observent ce type de ralentissement.

Producteurs

Le Collège des Producteurs a observé une hausse d'environ 15 % des volumes de produits bio vendus en 2020-2021, suivie d'une baisse, d'environ 15 %, au premier semestre de 2022. M. Schmit explique que ce sont des évolutions très rapides, auquel un secteur comme celui de la production alimentaire ne peut pas s'adapter de manière immédiate. La difficulté à l'heure actuelle est qu'en parallèle à la baisse de la demande, les producteurs doivent gérer la hausse des coûts de production sans pouvoir, pour nombre d'entre eux, répercuter celle-ci sur les prix de vente. Ils sont donc « pris en tenaille » et voient leurs marges s'amoindrir.

Si le Collège des Producteurs voit des avantages pour les producteurs qui écoulent leurs marchandises en circuit court (plus d'autonomie, de marge de manœuvre, d'agilité, etc.), notamment dans la filière des œufs, M. Vandevorde de la FUGEA rappelle que les points de vente à la ferme rencontrent aussi des difficultés dans le contexte actuel, car ils ont besoin de prendre en charge les frais de fonctionnement (incompressibles) de leurs installations (frigos, etc.).

Le réseau des GASAP observe parmi les producteurs de son réseau que la situation est particulièrement compliquée pour les éleveurs, dont la hausse des coûts de production est singulièrement élevée (énergie, alimentation, coûts à l'abattoir, etc.). La hausse du prix de vente engendrée semble encore pouvoir être absorbée par les consommateurs du bio convaincus mais pas par la majorité des consommateurs. Même constat chez Biowallonie, qui constate d'importantes difficultés pour le poulet bio notamment, dont le prix a dû sensiblement augmenter.

Grossistes

Le grossiste interrogé, Bionaturels, confirme être « en décroissance » (à deux chiffres), pour la première fois après 8 ans d'existence et de croissance ininterrompue. Alors que la crise COVID les avait incités à investir dans des entrepôts plus grands, le conflit russo-ukrainien et la hausse des prix de l'énergie ont donné lieu à une rapide perte de vitesse. Ils s'estiment malgré tout chanceux, car leur baisse de chiffre d'affaires est inférieure à celle de nombreux distributeurs belges (jusqu'à -25, voire -30 %). Ils expliquent cela par leur capacité à se différencier par rapport à la concurrence grâce aux spécificités de leurs produits (d'origine grecque).

Au niveau des différences selon les types de produits, Mme Wyns indique que les fruits et légumes et les produits de base (ex. riz, pâtes, etc.) continuent à fonctionner assez bien. Ce n'est pas le cas de la viande et des produits « de niche » du type boissons pétillantes détoxifiantes.

Distributeurs

Les chaînes de la grande distribution interrogées confirment dans l'ensemble une baisse des achats de produits bio, contrastant avec la période COVID qui avait généré une hausse allant jusqu'à + 20 voire + 30 % pour les produits bio, chez Lidl par exemple. Elles remarquent que les achats des consommateurs sont aujourd'hui davantage guidés par les prix que par des considérations de durabilité. Une attention accrue est portée aux promotions, aux produits les moins chers et les plus essentiels.

Chez Carrefour et Colruyt, malgré la baisse des ventes de produits bio des grandes marques nationales, les produits bio de marques propres (MDD) fonctionnent encore assez bien, compte tenu des circonstances. Cela ne semble pas être le cas chez Delhaize, où les ventes de produits bio (toutes marques confondues) diminuent de 10 à 20 %.

Comme Bionaturels, Colruyt et Bio-Planet continuent à bien écouler leurs fruits et légumes bio mais les produits bio considérés comme plus « luxueux » (ex. produits de soins et produits non alimentaires) ont nettement diminué.

Au niveau des paniers du réseau des GASAP, Mme Lewalle ne constate pas de baisse notable. La période COVID avait vu arriver de nombreux nouveaux mangeurs. À présent, les groupes semblent rester stables. Elle pense que le fait que le système de paniers implique un engagement sur la durée aide à « ancrer les bonnes habitudes », contrairement à l'acte ponctuel des courses au supermarché.

4.2.2. À quoi attribuent-ils les origines des tendances actuelles ?

Un mix de différents facteurs à l'origine du ralentissement

Le Collège des Producteurs distingue trois phases dans les évolutions récentes :

- Été-début d'automne 2021 : fin des mesures COVID, reprise des loisirs, réattribution du budget des ménages à d'autres postes que l'alimentation ;
- Automne-hiver 2021 : début de la montée des prix de l'énergie ;
- À partir de début 2022 : début du conflit russo-ukrainien.

M. Schmit identifie également d'autres problématiques dans le secteur de l'élevage telles que la peste porcine africaine et la grippe aviaire. Il précise par ailleurs que même si chaque phase a démarré pour des raisons différentes, l'impact (négatif) sur le secteur bio des choix des consommateurs (d'acheter moins de produits bio au profit de produits non bio ou d'autres postes du budget des ménages, comme les factures d'énergie) a été renforcé à chaque fois, cumulativement.

Pour Mme Roisin de Colruyt, « il n'y a pas de crise du bio, il y a une crise tout court et le bio, plus cher, en fait les frais. »

Mme Beudelot de Biowallonie se demande si les hausses des prix du carburant ne sont pas l'une des raisons qui incitent les consommateurs à se rendre uniquement en grande surface, alors qu'ils faisaient précédemment encore volontiers un détour pour acheter des produits à la ferme ou dans des commerces bio spécialisés.

Mme Wyns de Bionaturels attribue la situation au fait que l'on a peut-être trop mis en avant le local pendant la crise COVID au détriment du bio ainsi qu'au fait que les consommateurs n'ont pas eu suffisamment de temps pour ancrer leurs nouvelles habitudes. La baisse du pouvoir d'achat, le marketing efficace des grandes chaînes et le climat anxigène sont venus détricoter les avancées réalisées. Les consommateurs sont retournés vers ce qu'ils considèrent des « valeurs sûres » et les produits perçus comme « les moins chers ». « Quand le Belge n'a plus d'argent, il ne fait pas d'économies au niveau des frais de téléphone ou de ses plaisirs, il fait des économies au niveau de ses courses. »

Selon Delhaize, c'est la perception des prix qui pose problème. Mme Ghozzi regrette l'automatisme presque « pavlovien » des consommateurs consistant à considérer les produits bio comme forcément plus chers alors que ce n'est pas toujours le cas. Bionaturels et Biowallonie abondent en ce sens également et estiment que les campagnes de communication agressives des grandes chaînes pour se présenter comme « les moins chères » n'y sont pas étrangères.

M. Fichers de Nature & Progrès rappelle que derrière le conflit ukrainien, il n'y a pas tellement une baisse de la production alimentaire de céréales, il y a surtout d'intenses activités de spéculation. Pour illustrer ce point, il cite en exemple une journée en 2021 au cours de laquelle les acteurs de la bourse française de céréales « ont vendu en une seule journée cinq fois la production mondiale alimentaire. »

Un régime caractérisé par de nombreux verrouillages

L'interview avec le réseau des GASAP a fait écho au point 2.1.3 sur les verrouillages du système. Mme Lewalle a mis en lumière les nombreux verrouillages du système et le poids surdimensionné des acteurs de l'industrie agroalimentaire et des moyens à leur disposition, comparé à celui des acteurs bio. Elle a par exemple déploré le fait que nous soyons dans un système où des acteurs ont la possibilité de financer des publicités de quelques secondes en télévision pour vendre des produits n'apportant aucune valeur ajoutée à la société sur le plan de la santé, du climat, de l'environnement, etc. à un coût équivalent au budget annuel d'une asbl comme la sienne.

4.2.3. Les actions et stratégies mises en place par les acteurs

Producteurs

Au niveau des actions et stratégies mises en place par les producteurs face à la situation actuelle, M. Schmit du Collège des Producteurs a pu observer :

- Le choix de « faire le gros dos » et ne pas augmenter les prix tout en communiquant davantage en parallèle sur la plus-value des produits bio ;
- L'optimisation et rationalisation des coûts de l'énergie ;
- L'augmentation des marges sur les produits d'importation pour favoriser les productions locales ;
- Constat que les producteurs qui ont largement diversifié leurs canaux de vente sont plus résilients.

Du côté de Biowallonie, on observe :

- un renforcement de l'autonomie fourragère, quitte à réduire quelque peu son cheptel ;
- un renforcement des alternatives aux engrais (ex. légumineuses) ;
- très peu de déconversions et des producteurs en attente de plus de clarté sur les perspectives futures ; ceci est probablement lié au fait que quand un producteur se convertit au bio, il doit le rester au moins 5 ans et s'il se déconvertit, il ne peut plus bénéficier des aides pour y revenir ultérieurement.

M. Vandevoorde de la FUGEA précise que les producteurs qui pratiquent l'autonomie fourragère, comme prôné depuis longtemps par le syndicat pour accroître la résilience, s'en sortent mieux, car ils ne sont pas affectés par la hausse des prix des produits importés.

Le réseau des GASAP a pour sa part pu constater dans son réseau que les producteurs qui ont mis en place une bonne organisation et une bonne gestion, et ont pris soin d'investir la relation avec leurs mangeurs se portent mieux, car ils inspirent davantage confiance et assurent une plus grande stabilité dans les approvisionnements. Même écho du côté de Nature & Progrès, qui constate que les points de vente à la ferme qui investissent dans la relation avec leurs clients parviennent pour la plupart à maintenir les liens de confiance avec ceux-ci malgré la situation actuelle.

Mme Beudelot explique qu'au vu de la situation actuelle, les conseillers techniques de Biowallonie n'ont pas cherché à encourager les conversions cette année. Ils se sont principalement efforcés d'aider les producteurs bio à optimiser leurs coûts de production et améliorer leurs performances.

Grossistes

Du côté des grossistes, Bionaturels nous a fait part d'actions visant à réduire les coûts fixes :

- Réduction du nombre d'employés ;
- Révision des plannings de livraison pour les optimiser et réduire les frais de carburant ;
- Sous-location des parties non utilisées des locaux devenus trop grands ;
- Réduction des achats de fournitures administratives ;
- Révision des contrats avec les fournisseurs pour abaisser les quantités minimales à commander.

Distributeurs

Du côté des distributeurs bio, Mme Beudelot de Biowallonie a observé :

- Des campagnes d'information/sensibilisation sur base de comparatifs des prix entre les grandes surfaces et les magasins bio, par ex. chez Ekivrac et Färm, afin de démontrer par des chiffres concrets que le bio n'est pas forcément plus cher ; Biowallonie et ConsomAction prévoient également de mettre en place un observatoire des prix dans les prochains mois ;
- Des diminutions de chauffage ;
- Des chaînes d'approvisionnement raccourcies (pour éviter de passer par un grossiste) ;
- Des réductions du personnel ;
- Des ventes éclair de volumes plus importants pour limiter les besoins de stockage.

Pour ce qui est des grandes chaînes de distribution :

- Mme Stambouli de Carrefour nous a indiqué que la chaîne a dans un premier temps cherché à éviter de répercuter les hausses de prix sur les prix de vente en magasin mais n'a finalement « pas eu d'autre choix pour rester rentable » ; elle confirme que la chaîne négocie très fermement avec ses fournisseurs, notamment au niveau des exigences de durabilité ;

- Mme Ghozzi de Delhaize explique que la chaîne fait « tout son possible » pour soutenir les producteurs bio (et les clients qui souhaitent rester fidèles au bio) via des promotions, des mises en avant de leurs produits en rayon, en magasin et dans leurs communications ;
- Mme Roisin de Colruyt indique que la situation actuelle n'empêche pas la chaîne de contribuer au développement du bio, notamment via le lancement d'une filière de porc bio et le soutien à une filière de soja bio en Belgique ; par ailleurs, ils s'efforcent de soutenir les producteurs bio avec des promotions et communications vers les clients sur les bienfaits du bio, notamment via l'Eco-Score.

4.2.4. Quelles perspectives entrevoyent-ils pour le secteur ?

La plupart des acteurs interrogés estiment que les difficultés actuellement rencontrées vont perdurer encore plusieurs mois, potentiellement jusqu'en 2024. Cependant, ils gardent une vision à long terme en tête et sont assez confiants que les ventes en bio finiront par reprendre leur croissance.

M. Fichers de Nature & Progrès voit du positif dans la situation actuelle : il estime que le « tassement » actuel va permettre au secteur de se stabiliser et se renforcer. « Si on avait continué dans la course en avant de la croissance continue, ça aurait été difficile de continuer à gérer le secteur. » Il reste confiant pour l'avenir et pense que le bio va devenir de plus en plus compétitif sur le long terme et que les consommateurs « suivront » une fois qu'ils seront « correctement informés » sur la plus-value du bio et les dangers des pesticides.

Mme Beudelot croit en l'avenir du secteur et rappelle qu'il a démontré à plusieurs reprises son dynamisme, sa créativité et sa résilience. La plus petite taille des acteurs permet d'être agile et de prendre des décisions rapidement. Mme Beudelot pense, elle aussi, qu'à moyen terme les produits bio vont devenir plus compétitifs que les produits conventionnels, étant donné les besoins énergétiques moindres et la relative autonomie des producteurs bio par rapport aux marchés mondiaux.

Le réseau des GASAP est moins optimiste : « On va droit dans le mur pour tous les aspects de la transition (mobilité, égalité, diversité, alimentation, etc.). La transition ne va pas se faire ou trop tard. Il faut faire changer le système. »

La transition est-elle vraiment en marche ?

Selon Nature & Progrès, mise à part l'augmentation croissante de l'offre et de la demande en bio, il n'y a à l'heure actuelle aucune transition organisée des systèmes alimentaires. Aucun signal n'indique qu'une transition est en cours. Selon M. Fichers, nous nous trouvons toujours « dans un renforcement et maintien des systèmes existants ».

Au niveau des perspectives apportées par la nouvelle PAC, si la FUGEA note des progrès encourageants permettant d'espérer des pratiques de plus en plus écologiques, Nature & Progrès pense qu'elle ne produira pas les changements de système attendus.

4.2.5. Les leviers d'action potentiels identifiés

Plus d'information, communication et sensibilisation

La plupart des acteurs ont cité les actions d'information, communication et sensibilisation sur la plus-value et les spécificités du secteur bio, pour répondre à la méconnaissance de nombreux consommateurs du sujet et au poids surdimensionné des campagnes de communication de la grande distribution. Le réseau des GASAP rappelle que beaucoup d'acteurs du secteur n'ont « tout simplement pas les moyens » de prendre en charge cette communication. Il incombe donc aux pouvoirs publics de les soutenir davantage à ce niveau.

À ce sujet, Biowallonie et Nature & Progrès ont pointé du doigt les publicités mensongères des grandes chaînes, qui présentent souvent une vision idyllique de l'agriculture ne correspondant pas à la réalité de la production conventionnelle. M. Fichers y voit de l'ironie et une source d'espoir : « Pour se justifier, ils doivent mentir et dire qu'ils font presque comme le bio ! Ça veut dire que pour pouvoir vendre leur modèle, ils doivent copier ce qu'ils ne sont pas. (...) Ceci ne peut pas tenir dans la durée. »

Biowallonie s'efforce d'encourager tous les acteurs du secteur bio à jouer leur rôle de sensibilisation à leur échelle (notamment en leur partageant des outils appropriés via son magazine, lors d'actions de réseautage, etc.) : « Si chaque fermier sait expliquer ce qu'est son travail ainsi que chaque transformateur, chaque point de vente, chaque vendeur de magasin bio,... ça peut faire changer les mentalités. »

Le réseau des GASAP déplore que les Belges voient à tous les coins de rue et aribus des publicités du type barquettes en plastique de fromage découpé en tranches ou d'autres produits conventionnels. « Si on voyait partout la ferme de Jambjoûle, nous serions tous en train de chercher comment consommer ses produits. »

Un soutien plus pro-actif des pouvoirs publics au secteur bio

Plusieurs acteurs tels que Biowallonie et le réseau des GASAP estiment que les pouvoirs publics devraient jouer un rôle plus interventionniste (via par ex. une réduction de la TVA sur les produits bio) pour soutenir le bio mais se rendent compte que ce n'est pas envisageable actuellement pour des raisons faisant écho aux freins mentionnés au point 2.1.3 : organisation des ministères en silos alors que les enjeux climatiques et environnementaux sont transversaux, tendance à suivre l'opinion publique dominante car enjeu pour les élus de se faire réélire, déséquilibre entre les moyens des pouvoirs publics et ceux des acteurs commerciaux, etc.

Constat similaire au Collège des Producteurs : M. Schmit regrette qu'il n'y ait pas plus de communication entre les administrations et appelle à plus de cohérence en insistant sur la nécessité d'une « vision commune » : « Chacun a ses propres projets, ses propres appels à projets. (...) On passe à côté de quelque chose. (...) Il y a une ambition qui est là. (...) Elle pourrait être traduite de manière plus

complète (...), y compris dans les secteurs éloignés du secteur agricole. (...) L'ambition d'arriver à 30 % de SAU bio en 2030 au niveau régional doit être communiquée et opérationnalisée dans l'ensemble des politiques et initiatives wallonnes. » M. Schmit pense notamment qu'il est possible de renforcer le volume des produits bio et locaux dans les cantines et les collectivités en prévoyant des critères bio spécifiques dans les cahiers des charges (cela se fait déjà en partie selon Biowallonie).

M. Vandevoorde de la FUGEA se demande à ce sujet s'il ne serait pas envisageable d'adapter les cahiers des charges des cantines et collectivités pour permettre à des agriculteurs d'y répondre, même s'ils ne peuvent pas fournir des repas complets.

Faisant écho au besoin de plus de communication, deux organisations (Biowallonie et la FUGEA) identifient des manquements dans le rôle joué par l'APAQ-W. Ils estiment que cet organisme devrait promouvoir de façon beaucoup plus forte le bio local auprès des consommateurs mais les communications actuelles tendent à favoriser les ventes de produits bio des grandes surfaces (en grande partie importés) plutôt que les petits producteurs wallons (alors que ceux-ci paient une cotisation pour la promotion du bio par l'APAQ-W). Il y a aussi une réticence à communiquer au détriment du conventionnel. Mme Beudelot pense que c'est lié au fait qu'ils sont mixtes et doivent promouvoir tant l'agriculture bio que non bio. Or, Biowallonie, chargé de développer l'offre bio, dépend de l'APAQ-W pour que la demande se développe en parallèle.

Biowallonie a rappelé l'importance d'assumer les choix politiques pro bio. L'objectif de 30 % de SAU wallonne bio d'ici 2030 est une très bonne chose. Encore faut-il pouvoir écouler les produits. Biowallonie a rappelé que les exportations ne sont pas une solution pérenne : « Les produits bio locaux doivent être achetés par les Wallons et les Bruxellois. »

Pour Nature & Progrès, cet objectif de 30 % de SAU bio est absolument vital, notamment pour faire face aux enjeux de pollution, en particulier des masses d'eau (par les nitrates et les pesticides). Si nous n'y parvenons pas, M. Fichers avertit que les niveaux de pollution risquent d'être tels à un moment donné que nous n'aurons pas d'autre choix que de prendre des mesures drastiques (ex. réduction brutale de la production et de l'élevage, ce qui aurait des répercussions économiques dramatiques).

La FUGEA appelle par ailleurs à sauvegarder l'accès à la terre pour les agriculteurs, les zones agricoles étant souvent convoitées pour d'autres usages, notamment la production d'énergie. M. Vandevoorde estime qu'il ne faut pas perdre de vue notre besoin de préserver nos capacités de production alimentaire. M. Fichers estime lui aussi qu'il y a un enjeu à faire en sorte que les terres wallonnes nourrissent les Wallons. Il rappelle qu'aujourd'hui une grande partie de nos productions servent à nourrir le bétail et/ou être commercialisées à travers les exportations.

Des chèques pour soutenir le pouvoir d'achat ?

Mme Wyns de Bionaturels estime qu'il est urgent de redonner du pouvoir d'achat aux Belges, en particulier aux ménages moins favorisés, par exemple via des chèques-repas avec une part obligatoire

pour les produits bio. Mme Beudelot plaide également pour des chèques sous forme d'abonnements dans les magasins bio et/ou les circuits courts afin d'ancrer les habitudes, avec un volet spécial pour les publics précarisés.

De l'importance de ne pas s'éparpiller

Biowallonie a sensibilisé les pouvoirs publics à l'importance de ne pas s'éparpiller. En réponse au projet de label agroécologique, ils ont plaidé pour ne pas le lancer, car ce label aurait directement fait concurrence au label bio. Ils estiment qu'il convient d'avoir « une ligne de conduite » et de s'y tenir.

Une place à rééquilibrer pour les acteurs de la grande distribution ?

Mme Stambouli de Carrefour indique que la chaîne est consciente de sa responsabilité sociétale et de l'impact positif qu'elle peut générer au vu de la force de frappe du groupe (700 000 clients, 800 magasins, présence dans 33 pays). Elle explique qu'ils s'efforcent d'assumer leur part de responsabilité dans l'éducation et la sensibilisation du consommateur, notamment en communiquant sur le fait que manger sainement et durablement ne coûte pas forcément cher. La direction du groupe « ne souhaite pas déroger à ses valeurs en ces temps de crise ».

Mme Roisin de Colruyt s'estime toujours convaincue que « l'avenir est au bio » et pense que les grandes chaînes peuvent apporter des solutions pour rendre les produits bio accessibles, notamment via les marques nationales, qui proposent de plus en plus d'alternatives bio dans leur offre de produits, et via les marques propres, moins chères, qui continuent à s'élargir, également en bio.

M. Vandevoorde de la FUGEA déplore que des marges si importantes soient prises par les grandes chaînes sur les produits bio sans rémunérer au prix juste les producteurs. « Ils sont en train de tuer le bio. » Cela met en difficulté les producteurs bio qui produisent actuellement à un coût plus élevé, avec plus de contraintes, pour des revenus moindres qu'en conventionnel.

Par ailleurs, M. Vandevoorde plaide pour mettre fin à la course à l'« alimentation au rabais. » Il met en garde : « cela continuera jusqu'au jour où nous aurons faim, où nous importerons tout. (...) C'est un enjeu clé pour l'industrie, car avoir la main sur l'alimentation signifie avoir la main sur tout. (...) Les grandes chaînes (...) tiendront l'ensemble de la population et du politique. »

Un équilibre subtil entre offre et demande en bio

Au niveau du travail sur l'offre et la demande, Biowallonie et le Collège des Producteurs estiment tous deux qu'il convient dans la situation actuelle de mettre plus l'accent sur la demande que sur l'offre en produits bio, car c'est là que le bât blesse pour l'instant. Biowallonie n'a d'ailleurs accompagné presque aucune ferme dans une conversion vers le bio cette année (contrairement aux années précédentes, où le secteur accueille entre 80 et 120 nouveaux producteurs par an). Mises à part quelques exceptions (maraîchers) et quelques producteurs qui ont souhaité certifier des hectares supplémentaires sur leurs terres, il n'y aura pas plus de 20 ou 30 conversions en 2022 (contre 74 en 2021).

Au niveau des préoccupations de certains producteurs par rapport à un surdéveloppement de l'offre en Wallonie, Mme Beudelot pense que les efforts des dernières années étaient justifiés, car il y avait de la place pour d'autres. « Par contre, c'est vrai qu'il faut innover. En légumes plein champ, le secteur bio reste quand même un petit secteur. Ça ne sert à rien qu'il y ait 10 producteurs de panais. » Mme Beudelot estime qu'à l'heure actuelle, la situation est plutôt stable et le secteur bio belge parvient à s'auto-réguler au niveau de l'offre et de la demande. Le problème est que notre marché est ouvert à l'international. Il arrive que des surplus dans les pays voisins (France et Pays-Bas notamment) inondent le marché et concurrencent nos produits locaux, ce qui complique la régulation.

Seul Carrefour a insisté sur la nécessité de renforcer la production et donc l'offre bio en Belgique. « Si on veut du bio, bon et local, du bio belge, il faut plus de production bio en Belgique. (...) Comme il n'y en a pas assez en Belgique, il faut aller plus loin chercher les produits. »

De la nécessité d'unir les forces et de se diversifier pour favoriser la résilience

M. Schmit du Collège des Producteurs pense que les producteurs auraient tout intérêt à travailler davantage en concertation, en particulier ceux qui approvisionnent les filières longues. Il a pu constater, dans la filière œufs notamment, que les producteurs n'ont pas réussi à faire front ensemble pour répercuter la hausse des coûts de production dans leurs négociations avec les autres maillons de la chaîne, alors que beaucoup en auraient bien eu besoin. Il pense que c'est lié au fait que l'autonomie reste importante aux yeux de nombreux producteurs wallons.

Mme Beudelot de Biowallonie a fait écho à cette nécessité d'« unir les forces » et expliqué que le secteur bio tend à être nettement plus fragmenté que la grande distribution, même si des chaînes bio commencent à voir le jour. Or, il est plus délicat pour un secteur fragmenté de communiquer efficacement sur ce qu'il est ou ce qu'il n'est pas et donc de faire concurrence aux campagnes de communication des grandes chaînes.

M. Fichers de Nature & Progrès insiste sur l'importance de la diversification des productions et canaux de distribution : « L'agriculteur qui cultive 6-7 cultures, élève des bêtes et vend toute ou partie de sa production en vente directe ou transforme tout ou une partie de sa production va être beaucoup plus résilient dans les années à venir. » Il encourage à aller sur cette voie et à « modifier le système » pour véritablement renforcer la résilience. Il rappelle que les fermes conventionnelles donnent l'illusion d'être rentables mais elles ne le sont pas : « Un agriculteur touche plus de la moitié de ses revenus grâce à des primes et non à sa production. »

4.3. Discussion

Sur base des éléments présentés dans cette partie dédiée à l'analyse des entretiens, nous allons maintenant revenir sur les hypothèses détaillées au point 1.7 et formuler des réponses aux questions de recherche énoncées en introduction, en faisant le lien avec les apports théoriques présentés dans la deuxième partie.

4.3.1. Que se passe-t-il actuellement au sein du secteur bio ?

Les données récoltées confirment un ralentissement des ventes de produits bio dans notre pays, plus marqué dans les canaux entièrement dédiés au bio que dans ceux de la grande distribution. Cette tendance s'est accentuée au fil du temps en plusieurs étapes, la première ayant démarré à partir de l'été-automne 2021 (effet « post-COVID »), la seconde en fin d'année 2021 (début de la hausse des prix de l'énergie), et la dernière en début d'année 2022 (début du conflit russo-ukrainien).

Un ralentissement qui ne se limite pas au secteur bio

Les données indiquent que le ralentissement ne se limite pas au secteur bio mais touche également, de manière assez significative, le secteur du vrac. L'origine locale des produits semble également rencontrer moins de succès auprès des consommateurs. Pour ce qui est des circuits courts, les constats sont plus nuancés : certains acteurs ayant précédemment bien investi la relation avec leur clientèle locale et fidélisé cette dernière en la sensibilisant à leurs valeurs ajoutées semblent tenir le cap ; d'autres pâtissent davantage du contexte actuel encourageant les consommateurs à réduire le nombre de canaux de leurs achats alimentaires, au bénéfice de canaux perçus comme « moins chers ».

Une crise tout court plutôt qu'une crise du bio

Malgré ce constat de ralentissement, les acteurs interrogés ne semblent pas considérer que nous fassions pour autant face à une « crise du bio », mais plutôt à une crise économique et financière ayant comme effet collatéral un ralentissement des ventes de produits bio, s'apparentant en y regardant de plus près surtout à une stagnation si l'on prend en considération la trajectoire sur le long terme, en gardant à l'esprit la nature exceptionnelle du pic qui a émergé avec la crise COVID au printemps 2020.

Des tendances a priori vouées à durer

Selon les acteurs, l'ampleur des chocs (hausse des prix de l'énergie, inflation, conflit ukrainien, etc.) est telle que les tendances actuelles sont sans doute vouées à durer, potentiellement jusqu'en 2024.

4.3.2. Quelles pistes permettent d'expliquer et interpréter les évolutions observées ?

Les tendances observées sont-elles structurelles ?

Les données récoltées semblent indiquer que oui. Le secteur bio semble pâtir des nombreux verrouillages (*lock in*) au sein du système sociotechnique (décrits au point 2.1.3). Comme décrit au point 2.1.6, à l'instar d'autres trajectoires de transition ayant tendance à ralentir/stagner après une phase d'accélération, le secteur bio peine à faire émerger des changements profonds dans l'architecture des systèmes sociotechniques pour favoriser une diffusion plus large, notamment parce que :

- les acteurs du régime dominant (agro-industrie, grande distribution, etc.) résistent au changement et déploient diverses stratégies pour ralentir la transition ;

- les pouvoirs publics sont réticents à adopter une posture plus interventionniste en raison des intérêts politiques, économiques et financiers en jeu et de l'organisation des administrations en silos, nuisant à la cohérence des politiques publiques en la matière ;
- les consommateurs sont réticents à adopter des changements drastiques dans un contexte d'incertitude, de crise du pouvoir d'achat et dans lequel ils sont habitués à trouver des aliments à petits prix dans les canaux du régime dominant ; en outre, la période COVID ne semble pas avoir été suffisamment longue pour permettre un vrai ancrage des nouvelles habitudes.

S'agit-il d'un backlash ou d'un autre phénomène ?

Il nous semble assez prématuré de tirer des conclusions définitives. Toutefois, il ne nous semble pas que nous soyons confrontés à un simple accident de parcours ou retour à la « normale » après un essor « exceptionnel ». Comme nous venons de l'évoquer, le secteur bio est confronté à des verrouillages importants au sein du système, qui laissent penser qu'il ne s'agit pas d'un hasard s'il peine à dépasser un certain palier. La crise COVID a constitué une fenêtre d'opportunité permettant un essor important du secteur pendant une période donnée mais les verrouillages sont tels que cela n'était pas suffisant pour donner lieu à une transformation profonde et durable du régime sociotechnique.

S'agit-il pour autant d'un backlash ? Sur base des données récoltées, nous serions plutôt tentés de répondre par la négative. Tout d'abord parce qu'il ne nous semble pas que les tendances actuelles s'apparentent à un « rejet du bio » en tant que tel. Comme évoqué au point précédent, les tendances actuelles au sein du secteur bio semblent surtout être le résultat collatéral d'une crise économique et financière plus globale. Le bio en pâtit pour les différentes raisons évoquées précédemment (perception de prix « trop » chers, compréhension insuffisante de ce que le label recouvre, manque de visibilité face aux moyens de communication démesurés des acteurs du régime dominant, etc.).

L'avenir nous dira si la courbe du bio va dans les mois à venir entrer dans une « chute libre » (droite de la courbe sur le schéma de Pel au point 2.1.5 ; les données récoltées semblent indiquer que nous nous trouvons plutôt dans la phase de stagnation/début de ralentissement de la courbe) mais il nous semble tout à fait possible qu'à terme, lorsque le pouvoir d'achat remontera et si les mesures de soutien nécessaires sont prises pour soutenir le secteur, que la trajectoire enregistre à nouveau une hausse. Il nous semble important de garder à l'esprit, comme évoqué au point 2.1.4, que les trajectoires de transition ne sont pas vouées à être linéaires et peuvent rencontrer des obstacles, tensions et ralentissements au fil du temps, selon les évolutions contextuelles.

Retour sur les hypothèses

Sur le plan économique, l'inflation, la baisse du pouvoir d'achat et la hausse des prix de l'énergie semblent bien avoir joué un rôle déterminant dans les tendances actuelles. L'alimentation semble bien avoir été utilisée comme variable d'ajustement par beaucoup de consommateurs. Le fait que le prix des produits bio est en moyenne plus élevé que celui des produits conventionnels n'a pas

joué en faveur du secteur, qui gagnerait à mieux faire connaître ses valeurs ajoutées auprès des consommateurs pour faire évoluer les perceptions de ceux-ci (mais les moyens du secteur ne leur permettent pas à eux seuls de rivaliser avec la visibilité des acteurs du régime dominant).

Une relative concurrence est observée avec le local : les consommateurs semblent avoir l'impression de devoir choisir entre le bio importé peu cher des grandes surfaces et les produits locaux. Il conviendrait qu'une communication adaptée les incite plutôt à consommer bio et local pour soutenir les producteurs locaux du secteur bio. Il ne semble pas y avoir de concurrence avec un label en particulier, en tout cas dans notre pays. Toutefois, le secteur gagnerait à mieux faire connaître ce que recouvre le label bio (cahier des charges strict, contrôles de tous les maillons de la chaîne, etc.), et comment celui-ci se distingue des appellations en tous genres fleurissant sur de nombreux produits conventionnels.

Concernant une éventuelle crise de surproduction, il ne semble pas que ce soit le cas. Il y a bien eu un décalage entre offre et demande. Toutefois, celles-ci sont en train de se rééquilibrer, selon Biowallonie. Les fluctuations entre 2020 et 2022 ont été à la fois très fortes et très rapides. Or, le secteur de la production alimentaire est un secteur qui n'est par définition pas dans l'immédiateté et a besoin de temps pour s'adapter aux évolutions de la consommation. Il a été nécessaire de freiner le développement de l'offre bio en 2022 et l'enjeu des prochains mois et années va être de développer la demande en bio. Cependant, le décalage entre les deux ne semble pas aussi significatif que ce qui était initialement envisagé par certains acteurs dans la revue de presse.

Sur le plan technologique, les moyens plus limités du secteur bio pour les plateformes d'e-commerce, sites web et autres outils digitaux semblent ne pas jouer en faveur des petits acteurs du secteur bio. Néanmoins, il ne semble pas que ce soit un facteur prédominant à l'origine des tendances actuelles. Les acteurs qui peuvent se le permettre, comme Kazidomi, eFarmz et The Barn, semblent réussir à en tirer un avantage concurrentiel (Charlot 2022; Mikolajczak 2021; Snoeck 2021) mais on ne peut s'attendre à ce que chaque acteur du secteur bio puisse suivre cette tendance. Par contre, de nouveaux outils digitaux mutualisés pourraient potentiellement donner un coup de pouce aux petits acteurs.

Sur le plan sociologique, en complément des éléments déjà cités sur les interactions entre les acteurs du système, il ne nous semble pas, d'après les retours reçus, que la baisse des ventes de produits bio soit réellement liée à une méfiance du label bio parmi les consommateurs. Comme l'a rappelé M. Fichers de Nature & Progrès, le secteur bio se soumet à des contrôles très stricts, permettant de vraies garanties de qualité et rendant les dérives et fraudes dans le secteur très marginales. Par contre, comme évoqué, il y a une méconnaissance de ce que recouvre concrètement le label. Une communication adaptée serait nécessaire pour démontrer aux consommateurs la plus-value du bio, notamment du bio local par rapport au bio importé de grande surface.

Sur le plan politique et institutionnel, nous n'avons pas relevé d'hypothèse à ce sujet dans la revue de presse mais d'importants freins sont identifiés par les acteurs interrogés à ce niveau. Les décisions politiques pro bio, comme l'objectif de 30 % de SAU wallonne bio d'ici 2030, sont insuffisamment traduites en mesures concrètes ; les administrations ne semblent pas être dotées des moyens nécessaires à l'ambition annoncée et les engagements sont timidement assumés par les élus qui doivent composer avec des intérêts concurrents (secteur agricole non bio, croissance économique, etc.). Ceci ne dépend pas uniquement de la volonté des acteurs mais est aussi lié aux évolutions historiques au sein du système, qui ont généré un décalage sans cesse plus important entre le poids (politique, culturel, économique et financier) des acteurs commerciaux face à celui des acteurs publics.

4.3.3. Quelles leçons tirer pour la transition des systèmes alimentaires ?

Au regard des éléments présentés ci-dessus, il nous semble qu'il convient de tirer les leçons suivantes pour la transition des systèmes alimentaires :

- La stratégie actuelle de soutien aux innovations et alternatives durables ne semble pas à la hauteur pour réaliser la transition des systèmes alimentaires dans des délais raisonnables dans le contexte actuel d'urgence climatique et environnementale ;
- Il apparaît de façon assez marquante que la situation actuelle est liée au fait que les interactions entre acteurs du marché sont insuffisamment régulées, au bénéfice des acteurs avec les moyens les plus élevés au sein du régime dominant (cette problématique dépasse largement nos frontières). Le paradigme actuel régissant le fonctionnement de notre économie implique que le marché ne va pas s'auto-réguler seul au bénéfice des produits de consommation écoresponsables ;
- Dans ce contexte, et au vu de l'urgence et des risques majeurs pour la sécurité alimentaire mondiale si la transition ne voit pas le jour, les crises successives de ces dernières années devraient impérativement nous inciter à adopter de nouvelles stratégies. Il semble prévisible dans le fonctionnement actuel de notre société qu'une crise économique et financière tende à défavoriser les choix écoresponsables. Néanmoins, le contexte d'urgence climatique et environnementale mais aussi politique et économique étant propice aux crises de différents ordres (comme illustré au point 3.5, les conséquences des changements climatiques se font d'ores et déjà ressentir et celles-ci vont inévitablement s'accroître), il est essentiel de concevoir des stratégies nous permettant, quelles que soient les crises qui émergeront à court, moyen et long terme, de concrétiser la transition des systèmes alimentaires ;
- Il nous semble pertinent dans ce cadre de concevoir ces stratégies de manière à renforcer le secteur bio et les circuits courts, car, comme l'ont illustré différentes parties du mémoire, ceux-ci ont pu démontrer leur résilience et stabilité. En outre, comme mis en exergue par le Collège des Producteurs, le modèle d'agriculture biologique est particulièrement bien « abouti », « bien organisé, à une échelle importante » et adapté pour contribuer à répondre aux enjeux sociétaux.

Au regard de l'analyse ci-dessus, nous avons identifié les pistes suivantes :

- oser adopter une posture plus interventionniste pour orienter le système vers une vraie transition des systèmes alimentaires, notamment en revoyant l'architecture institutionnelle pour permettre une gestion réellement transversale de la transition, opérationnalisée à tous les niveaux de pouvoir et appliquée de manière cohérente à travers les administrations et les compétences ;
- en lien avec le point précédent : créer un nouvel organe stratégique (ou réviser les missions d'un organe existant, en le dotant des moyens et pouvoirs nécessaires) chargé d'orchestrer les transitions, doté d'une vision réellement systémique et globale, qui pourrait mesurer en temps réel la progression des transitions par ex. via des observatoires, permettant par la même occasion de mieux anticiper les phénomènes de recul, et bloquer/sanctionner les décisions contre-productives pour la progression des transitions ;
- saisir toutes les opportunités permettant d'accroître les parts de marché du bio et des produits locaux en Belgique, notamment dans les collectivités, les entreprises, les marchés publics, etc. ;
- envisager une série de mesures pour relever le pouvoir d'achat (potentiellement via des chèques alimentaires favorisant les produits bio et locaux) et mettre en œuvre en parallèle des campagnes d'information / communication ambitieuses (à travers les acteurs publics, et potentiellement via des nouveaux canaux mutualisés au sein du secteur bio (à l'image du travail de ConsomAction mais avec une envergure élargie)) afin de rehausser la demande en produits bio et locaux ;
- travailler en priorité à court et moyen terme sur la relève de la demande en produits bio, en faisant mieux connaître ses valeurs ajoutées et en déconstruisant les discours des acteurs du régime dominant transmettant une vision tronquée de la réalité ;
- soutenir les démarches visant à fédérer et regrouper les forces au sein du secteur bio, incluant aussi les groupements de la société civile, afin de donner aux acteurs les moyens de négocier et défendre leurs intérêts efficacement grâce à l'émergence d'une « masse critique », et mutualiser les actions pouvant être mutuellement bénéfiques aux acteurs afin de leur éviter de devoir en assumer la charge individuellement ;
- continuer à rendre les systèmes alimentaires locaux plus résilients, notamment via la diversification des activités de production et transformation et la relocalisation des systèmes, en veillant à déconstruire les discours sous-tendant le paradigme actuel des systèmes alimentaires conventionnels (détaillés au point 2.1.3) ;
- envisager un abandon plus pro-actif des « industries, business models et pratiques à forte intensité carbone et/ou soulevant d'autres problèmes systémiques de durabilité », comme recommandé par les chercheurs s'intéressant à l'exnovation (GOSETE, 2020), en veillant à accompagner correctement les acteurs du régime destinés à changer/disparaître ; pour reprendre le modèle de Baret et Antier (cf. point 2.1.2), il s'agit d'aller de démarches essentiellement adaptatives et inclusives (AdIn) vers des démarches nettement plus radicales et inclusives (RadIn) pour accélérer la transformation du régime sociotechnique.

Conclusion

Dans le cadre de ce mémoire, nous avons cherché à répondre à trois questions de recherche principales. Premièrement, que se passe-t-il au sein du secteur bio depuis le second semestre 2021 ? Le secteur traverse-t-il une phase de déclin/crise et si oui, quelles en sont la sévérité et l'ampleur et leur vocation à s'inscrire dans la durée ? Deuxièmement, quelles sont les pistes permettant d'expliquer et interpréter les évolutions observées depuis mi-2021 dans ce secteur ? S'agit-il de tendances structurelles et s'apparentent-elles à un *backlash* ou plutôt à un autre phénomène ? Troisièmement, quelles leçons tirer de ces évolutions pour l'avenir des systèmes alimentaires, en particulier en termes de gouvernance ?

Pour répondre à ces questions de recherche, nous avons adopté une démarche en cinq temps. Dans un premier temps, nous nous sommes attachée à décrire le contexte (notamment politique, économique et environnemental) dans lequel les évolutions pré-citées ont vu le jour, en veillant à garder une vision à long terme, s'étalant sur plus de 50 ans, et à décrire à la fois les évolutions du secteur de l'agriculture biologique, mais également celles du secteur de l'agriculture conventionnelle, constituant le modèle agricole dominant. Nous avons terminé cette partie en présentant les hypothèses identifiées dans le cadre de la revue de presse, mettant en avant une diversité de réponses potentielles à nos questions de recherche. Ces hypothèses touchaient à différentes dimensions, à la fois économiques, technologiques et sociologiques.

Dans un second temps, nous avons détaillé notre cadre d'analyse théorique, principalement basé sur des apports méthodologiques et concepts des Études sur les Transitions (perspective multi-niveaux, dépendance au sentier, lock in, etc.). Nous avons approfondi des travaux pertinents pour la thématique du mémoire (étude des tendances négatives, *backlash*, défis rencontrés lors de la phase d'accélération des transitions). Enfin, nous avons inclus un résumé d'apports des perspectives sociologiques pertinents pour l'étude des acteurs étudiés dans le cadre de ce mémoire.

Dans un troisième temps, nous avons mené à bien une analyse (essentiellement quantitative) de données statistiques récoltées via différentes sources. Cette partie a permis d'apporter une première confirmation du ralentissement du secteur bio en Belgique depuis le second semestre 2021, avec un ralentissement plus marqué et plus préoccupant dans les commerces dédiés au bio et au vrac que dans la grande distribution, relativisé par un ralentissement généralisé des ventes de produits alimentaires dans le contexte de baisse du pouvoir d'achat. Elle a également montré que ce ralentissement a eu tendance à s'inscrire dans la durée (toujours en cours à l'automne 2022), même si le secteur bio se montre résilient et les évolutions restent fluctuantes dans le temps et d'une filière à une autre.

Dans un quatrième temps, nous avons procédé à l'analyse (essentiellement qualitative) des données récoltées dans le cadre des entretiens avec une dizaine d'acteurs du secteur bio belge, réalisés à l'automne 2022. Cette partie a apporté une seconde confirmation du ralentissement du secteur bio belge dans les différents canaux de distribution du bio, selon trois phases ayant respectivement démarré

pendant l'été/automne 2021 (coïncidant avec la fin des mesures COVID), à l'automne/hiver 2021 (début de la hausse des prix de l'énergie) et début 2022 (début du conflit russo-ukrainien). Un mix de différents facteurs a été identifié comme ayant été à l'origine des tendances de ralentissement, avec un rôle clé joué par la baisse du pouvoir d'achat engendrée par l'inflation et la flambée des prix de l'énergie, exacerbée par la perception des prix des produits bio comme « trop chers » par de nombreux consommateurs belges. Cette partie a par ailleurs mis à jour diverses dérives des systèmes alimentaires dominants actuels et de nombreux verrouillages, freinant structurellement la progression du secteur bio au profit des acteurs dominants du régime. Malgré tout, les entretiens ont mis en avant le dynamisme, la créativité et la résilience des acteurs bio en ces temps d'incertitude. Au niveau des recommandations formulées par les acteurs, les entretiens ont mis en exergue : la nécessité de remettre en question et repenser les systèmes alimentaires dominants actuels, l'importance d'informer et sensibiliser les consommateurs aux plus-values du secteur bio pour contrebalancer les campagnes de grande ampleur des acteurs du régime dominant, le besoin d'un soutien nettement plus pro-actif des pouvoirs publics au secteur bio et la nécessité de fédérer les forces au sein du secteur bio pour que les acteurs puissent davantage faire le poids face aux acteurs des grandes chaînes.

Enfin, dans un cinquième temps, dans la partie discussion, nous avons formulé des réponses à nos questions de recherche, basées sur le cadre d'analyse théorique, les résultats des deux analyses et nos hypothèses de départ. Cette partie a montré que le secteur bio rencontre des défis courants dans les trajectoires de transition : compétition avec les acteurs du régime, institutions organisées en silos, manque de cohérence des politiques publiques, résistance au changement des consommateurs, etc. À la question de savoir si nous faisons face à un *backlash*, nous avons répondu plutôt par la négative, car il nous semble que le ralentissement du bio tend à être surtout le résultat collatéral d'une crise économique et financière plus globale. Toutefois, nous recommandons de rester prudents en la matière comme nous n'avons pas encore suffisamment de recul pour tirer des conclusions définitives. Au niveau des leçons à tirer en termes de gouvernance, nous avons mis en avant la nécessaire rupture avec la stratégie actuelle se limitant au soutien aux initiatives et alternatives durables innovantes, au profit d'une posture plus interventionniste et d'une sortie plus pro-active des modèles alimentaires non durables, afin d'enclencher et accélérer une vraie transition des systèmes alimentaires. Dans le cas contraire, les changements de systèmes espérés risqueraient de ne pas survenir dans des délais raisonnables, dans le contexte d'urgence environnementale et climatique actuel.

En ce qui concerne les limites et les perspectives d'approfondissement de notre recherche, compte tenu du manque de recul sur le ralentissement du secteur bio, il nous semblerait opportun de réaliser une nouvelle analyse semblable ultérieurement afin d'examiner si nos conclusions sur le potentiel *backlash* du secteur bio se confirment ou non. Par ailleurs, il serait intéressant d'explorer le potentiel d'exemples concrets de politiques d'exnovation dans le domaine alimentaire pour vérifier dans quelle mesure celles-ci parviennent à concrétiser leur potentiel prometteur d'accélération des transitions.

Références bibliographiques

- Actu-Environnement. (2016, 31 mai). *Agriculture raisonnée*. Actu-Environnement.com. https://www.actu-environnement.com/ae/dictionnaire_environnement/definition/agriculture_raisonnee.php4. Consulté le 30/08/2022.
- AFP. (2022, 31 janvier). Ventes en baisse, agriculteurs qui jettent l'éponge... Le marché du bio a-t-il atteint ses limites ? *Ouest France*. <https://www.ouest-france.fr/economie/agriculture/agriculture-biologique/la-consommation-des-produits-bios-recule-tout-le-monde-est-decu-6996f2e8-8295-11ec-9ba3-2e77758d00f9>. Consulté le 30/08/2022.
- Agro Media. (2019, 17 juin). L'industrie agroalimentaire menacée par l'addiction de l'Europe au soja ? *Agro Media*. <https://www.agro-media.fr/analyse/face-a-une-europe-addicte-au-soja-quelles-consequences-pour-lindustrie-agroalimentaire-33600.html>. Consulté le 30/08/2022.
- Antal, M., Mattioli G. et Rattle I. (2020). Let's Focus More on Negative Trends: A Comment on the Transitions Research Agenda. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 34(mars), 359-62. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2020.02.001>
- Arthur, W. B. (1989). Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events. *The Economic Journal*, 99(394), 116. <https://doi.org/10.2307/2234208>
- Barral, A.-L. (2021, 10 décembre). Près d'un milliard d'euros gaspillés : enquête sur le fiasco du plan anti-pesticides. *Radio France*. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/pres-d-un-milliard-d-euros-gaspilles-enquete-sur-le-fiasco-du-plan-anti-pesticides-8504983>. Consulté le 30/08/2022.
- Bauler, T., et Pel B. (2020). *Conférence introductive du cours "Sustainability Transitions: Dynamics, Governance and Politics"* [Présentation Powerpoint]. Université libre de Bruxelles, Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire.
- Bauwin, A., Fellingier, M. et Moriamé, H. (2021, 12 janvier). Consommation : les magasins bio face à des difficultés 'historiques'. *BX1*. <https://bx1.be/categories/news/consommation-les-magasins-bio-face-a-des-difficultes-historiques/?theme=classic>. Consulté le 18/04/2022.
- Beudelot, A. (2022a, septembre-octobre). La consommation bio et non bio dans la grande distribution en Belgique. *Itinéraires BIO*, 14-15. https://www.biowallonie.com/wp-content/uploads/2022/08/Brochure_A4_Itineraire-BIO_66_WEB.pdf
- . (2022b, septembre-octobre). Quels sont les grands enjeux du secteur bio actuellement ? *Itinéraires BIO*, 9-10. https://www.biowallonie.com/wp-content/uploads/2022/08/Brochure_A4_Itineraire-BIO_66_WEB.pdf
- . (2022c, septembre-octobre). La consommation chez nos voisins allemands et français. *Itinéraires BIO*, 15-16. https://www.biowallonie.com/wp-content/uploads/2022/08/Brochure_A4_Itineraire-BIO_66_WEB.pdf
- Beudelot, A., Boutsen, R., Chavagne, S., Engel, S., Mailleux, M., Henrotte, B. et Mertens L. (2020, 20 mai). *L'impact du COVID-19 sur le secteur bio wallon* [Enquête réalisée entre le 24 avril et le 18 mai 2020]. Biowallonie.
- Beudelot, A., Capozziello, J. et Mailleux M. (2022, 24 mai). *Les chiffres du bio 2021 en Wallonie* [Rapport annuel]. Biowallonie. <https://www.biowallonie.com/wp-content/uploads/2022/07/Chiffres-du-bio-2021.pdf>.
- Beudelot, A., et Droulans S. (2022, 4 août). *Synthèse : baromètre des commerces bio et/ou vrac*

- [Rapport d'un baromètre réalisé en juillet 2022]. Biowallonie et ConsomAction.
- Belga. (2019, 24 mai). Le bio continue à avoir de plus en plus la cote chez les consommateurs belges. *Le Soir*. <https://www.lesoir.be/226583/article/2019-05-24/le-bio-continue-avoir-de-plus-en-plus-la-cote-chez-les-consommateurs-belges>. Consulté le 30/08/2022.
- Ben Hassen, T. et El Bilali H. (2022). Impacts of the Russia-Ukraine War on Global Food Security: Towards More Sustainable and Resilient Food Systems? *Foods*, 11(15), 2301. <https://doi.org/10.3390/foods11152301>
- Bolis, A. (2020, 20 juillet). « C'est comme si les gens s'étaient rendu compte de la fragilité de nos approvisionnements » : des collectivités locales en quête de « résilience » alimentaire. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/07/20/des-collectivites-locales-en-quete-de-resilience-alimentaire_6046697_3244.html. Consulté le 18/04/2022.
- Bonnardel, X. (2022, 11 janvier). Entre surproduction et baisse de la consommation, la crise du lait bio s'enlise. *Ouest France*, <https://www.ouest-france.fr/economie/agriculture/agriculture-biologique/entre-surproduction-et-baisse-de-la-consommation-la-crise-du-lait-bio-s-enlise-e9aea25c-6ed9-11ec-a670-97ff7e2699e5>. Consulté le 18/04/2022.
- Boons, F., Doherty, B., Köhler, J., Papachristos, G. et Wells P. (2021). Disrupting Transitions: Qualitatively Modelling the Impact of Covid-19 on UK Food and Mobility Provision. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 40(septembre), 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2021.04.003>
- Bosseler, J. (2020a, 10 juin). La crise du Covid a stimulé les ventes d'aliments bio. *Le Soir*. <https://plus.lesoir.be/306166/article/2020-06-10/la-crise-du-covid-stimule-les-ventes-daliments-bio>. Consulté le 18/04/2022.
- . (2020b, 19 septembre). Le baromètre de la relance : manger local, une tendance qui goûte le succès. *Le Soir*. <https://plus.lesoir.be/326085/article/2020-09-19/le-barometre-de-la-relance-manger-local-une-tendance-qui-goute-le-succes>. Consulté le 18/04/2022.
- . (2020c, 18 octobre). Le bio et le local en ligne profitent à fond de la vague. *Le Soir*. <https://www.lesoir.be/332310/article/2020-10-18/le-bio-et-le-local-en-ligne-profitent-fond-de-la-vague>. Consulté le 18/04/2022.
- . (2022, 29 septembre). Un pacte à la consommation pour dépasser la crise du pouvoir d'achat. *Le Soir*. <https://www.lesoir.be/468412/article/2022-09-29/un-pacte-la-consommation-pour-depasser-la-crise-du-pouvoir-dachat>. Consulté le 20/12/2022.
- Brault, P. (2022, 27 février). L'amour des Français pour le bio en berne et ce sont les agriculteurs qui trinquent. *Huffington Post*. https://www.huffingtonpost.fr/environnement/article/l-amour-des-francais-pour-le-bio-en-berne-et-ce-sont-les-agriculteurs-qui-trinquent_192824.html. Consulté le 16/12/2022.
- Cambridge University Press (2022). Backlash. Dans *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus*. Récupéré le 18/12/2022 de <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/backlash>
- Capitaine, M. (2019, 13 mars). Bio : Un marché en constante progression. *La Montagne*. <https://www.lamontagne.fr/auvergne/actualite/departement/allier/vichy/2014/09/26/bi>. Consulté le 18/04/2022.
- Cavicchioli, L. (2016, 7 avril). *Combien de plantes nourrissent l'humanité ?* Florilège. La biodiversité pour l'agriculture en France. http://florilege.arcad-project.org/fr/page_dossier/combien-plantes-

- nourrissent-humanite. Consulté le 27/12/2022.
- Charlot, C. (2022, 15 septembre). eFarmz: trois millions pour se développer en Flandre. *Trends*. <https://trends.levif.be/economie/entreprises/efarmz-trois-millions-pour-se-developer-en-flandre/article-normal-1591481.html>. Consulté le 02/01/2023.
- Cheppe, L. (2020, 27 mars). La coopérative paysans-artisans double ses commandes en ligne. *Rtbf*. https://www.rtbf.be/vivacite/emissions/detail_namur-matin/accueil/article_la-cooperative-paysans-artisans-double-ses-commandes-en-ligne?id=10468803&programId=5533. Consulté le 18/04/2022.
- Collectif de signataires (2020a, 6 avril). Face à la crise historique engendrée par la pandémie de coronavirus, organisons notre sécurité alimentaire. *La Libre*. <https://www.lalibre.be/debats/opinions/face-a-la-crise-historique-engendree-par-la-pandemie-de-coronavirus-organisons-notre-securite-alimentaire-5e8aeb6d8ad581631c03f18>. Consulté le 18/04/2022.
- . (2020b, 12 avril). « Le Covid-19 montre l'urgence de relocaliser dès maintenant les systèmes alimentaires ». *Le Soir*. <https://plus.lesoir.be/294025/article/2020-04-12/le-covid-19-montre-lurgence-de-relocaliser-des-maintenant-les-systemes>. Consulté le 18/04/2022.
- Collège des Producteurs. 2022. *Observatoire des filières agricoles*. Filagri. <https://filagri.be/actualites/covid-19-observatoire-des-filieres/>
- Corroenne, O. (2022, 18 mai). Est-ce la fin du bio ? *Rtbf*. <https://www.rtbf.be/article/est-ce-la-fin-du-bio-10993963>. Consulté le 30/08/2022.
- Dath-Delcambe, P. (2022, 27 juillet). La crise ukrainienne impacte la viabilité de l'activité de quatre agriculteurs wallons sur dix. *La Libre*. <https://www.lalibre.be/economie/entreprises-startup/2022/07/25/la-crise-ukrainienne-impacte-la-viabilite-de-lactivite-de-quatre-agriculteurs-wallons-sur-dix-ZEW43XHFHVGLJPB5DSXVXVAQZE/>. Consulté le 16/12/2022.
- De La Chesnais, E. (2022, 8 décembre). Pourquoi les agriculteurs se détournent du bio. *Le Figaro*. <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/pourquoi-les-agriculteurs-se-detournent-du-bio-20221208>. Consulté le 16/12/2022.
- Deluzarche, C. (2020, 7 février). *Agriculture bio : l'objectif de 15 % en 2022 « inatteignable » selon un rapport*. Futura-Sciences. <https://www.futura-sciences.com/planete/actualites/agriculture-agriculture-bio-objectif-15-2022-inatteignable-selon-rapport-79511/>. Consulté le 30/08/2022.
- Encyclopædia Britannica (2022). Backlash. Dans *The Britannica Dictionary*. Récupéré le 18/12/2022 de <https://www.britannica.com/dictionary/backlash>
- GOSETE. (2020). La gouvernance de la transition vers une économie durable: les défis de l'exnovation. Exnovation.brussels. <https://exnovation.brussels/exnovation/gosete/>. Consulté le 02/01/2023.
- Fabre, M. (2022, 17 février). Bien qu'historique, le recul des ventes des produits bio ne symbolise pas l'effondrement du marché. *Novethic*. <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/agriculture/isr-rse/l-essoufflement-du-bio-ne-signe-pas-la-fin-du-marche-mais-sa-necessaire-remise-en-question-150592.html>. Consulté le 30/08/2022.
- Farla, J., Markard, J., Raven, R. et Coenen L. (2012). Sustainability Transitions in the Making: A Closer Look at Actors, Strategies and Resources. *Technological Forecasting and Social Change*, 79(6), 991-998. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.02.001>

- Ferreira Porto, L. (2020, 3 mars). Boom de l'e-commerce alimentaire en Belgique suite au coronavirus. *Gondola*. <https://www.gondola.be/fr/news/boom-de-le-commerce-alimentaire-en-belgique-suite-au-coronavirus>. Consulté le 22/12/2022.
- Fischer, L.-B. et Newig J. (2016). Importance of Actors and Agency in Sustainability Transitions: A Systematic Exploration of the Literature. *Sustainability*, 8(5), 476. <https://doi.org/10.3390/su8050476>
- Frison, E. A. et Jacobs N. (2016, juin). *De l'uniformité à la diversité. Changer de paradigme pour passer de l'agriculture industrielle à des systèmes agroécologiques diversifiés*. IPES-Food (International Panel of Experts on Sustainable Food Systems). https://www.ipes-food.org/_img/upload/files/Uniformiteala%20Diversite_IPES_FR_Full_web.pdf
- Geels, F. W. (2005). Processes and patterns in transitions and system innovations: Refining the co-evolutionary multi-level perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 72(6), 681-96. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2004.08.014>
- Geels, F. W. et Schot J. (2007). Typology of Sociotechnical Transition Pathways. *Research Policy*, 36(3), 399-417. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.01.003>
- GEO. (2017, 25 janvier). *Agriculture raisonnée vs. agriculture intensive : des modèles qui ont montré leurs limites ?* GEO.fr. <https://www.geo.fr/environnement/agriculture-raisonnee-vs-agriculture-intensive-des-modeles-qui-ont-montre-leurs-limites-169476>. Consulté le 30/08/2022.
- . (2018, 14 décembre). *Qu'est-ce que l'agriculture raisonnée ?* GEO.fr. <https://www.geo.fr/environnement/quest-ce-que-lagriculture-raisonnee-193889>. Consulté le 30/08/2022.
- . (2022, 16 juin). *Qu'est-ce que l'agriculture productiviste ?* GEO.fr. <https://www.geo.fr/environnement/quest-ce-que-lagriculture-productiviste-210300>. Consulté le 30/08/2022.
- Giot, M. (2020, 9 juin). Le bio wallon continue de se développer et la crise du covid lui est bénéfique. *Rtbf*. https://www.rtb.be/info/regions/detail_le-bio-wallon-continue-de-se-developper-et-la-crise-du-covid-lui-est-benefique?id=10518694. Consulté le 30/08/2022.
- Golla, M. (2022, 13 février). Pourquoi les circuits-courts décrochent après un boom pendant la pandémie. *Novethic*. <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/agriculture/isr-rse/pourquoi-les-circuits-courts-decrochent-et-ce-n-est-vraiment-pas-une-bonne-nouvelle-150536.html>. Consulté le 29/12/2022.
- Gondola. (2022, 4 octobre). L'origine des produits et la préférence pour des produits locaux restent des critères d'achat importants. *Gondola*. <https://www.gondola.be/fr/news/lorigine-des-produits-et-la-preference-pour-des-produits-locaux-restent-des-criteres-dachat>. Consulté le 20/12/2022.
- Cabinet du Ministre Borsus. (2021, 3 juin). *La Wallonie adopte son Plan Bio 2030 Objectif : atteindre 30 % de surface bio en 2030 !* [Communiqué]. Gouvernement wallon. <https://borsus.wallonie.be/home/communiques-de-presse/communiques-de-presse/presses/la-wallonie-adopte-son-plan-bio-2030-objectif--atteindre-30--de-surface-bio-en-2030.html>
- Innoviris.brussels. (2021). *Plan régional pour l'innovation 2021-2027. Stratégie de Spécialisation intelligente*. Innoviris.brussels. https://innoviris.brussels/sites/default/files/documents/innoviris_plan_regional_innovation_pri_digital_fr.pdf
- Inter-réseaux Développement rural & SOS Faim Belgique. (2011, septembre). *Agro-écologie : où en*

est-on ? [Bulletins de synthèse Souveraineté alimentaire]. Inter-réseaux Développement rural & SOS Faim Belgique. https://www.sosfaim.be/wp-content/uploads/2014/12/BDS2_Agroecologie_19.pdf

Jacobs, N., et Clapp J. (2022, mai). *A nouveau en eaux troubles. Comment l'incapacité à réformer les systèmes alimentaires a permis à la guerre en Ukraine de déclencher une troisième crise mondiale des prix alimentaires en 15 ans, et comment éviter la prochaine* [Rapport spécial]. IPES-Food (International Panel of Experts on Sustainable Food Systems). https://ipes-food.org/_img/upload/files/RapportSpecialUkraine.pdf

Jeunemaître, J. (2022, 30 novembre). En pleine crise, des magasins Biocoop contraints de fermer en Bretagne. *France Info*. <https://france3-regions.francetvinfo.fr/bretagne/en-pleine-crise-des-magasins-biocoop-contraints-de-fermer-en-bretagne-2665612.html>. Consulté le 20/12/2022.

Köhler, J., Geels, F. W., Kern, F., Markard, J., Onsongo, E., Wiczorek, A., Alkemade, F., Avelino, F. et al. (2019). An Agenda for Sustainability Transitions Research: State of the Art and Future Directions. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 31(juin), 1-32. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2019.01.004>

Kressmann, G. (2022). Un marché bio en crise profonde. *Paysans & société*, 393(3), 34-40. <https://doi.org/10.3917/pes.393.0034>

La Ruche qui dit Oui ! (2020, 23 avril). *COVID-19 : Le boom des circuits courts avec La Ruche qui dit Oui !* [Communiqué]. La Ruche qui dit Oui ! https://drive.google.com/file/d/1NThafPBRJ9IDk__NjqAEVPGXaRbaoc6P/view

Langlois, B. (2022, 4 mars). Bio : face au recul des ventes, la filière cherche l'issue. *Reporterre*. <https://reporterre.net/Bio-face-au-recul-des-ventes-la-filiere-cherche-l-issue>. Consulté le 18/04/2022.

Lavergne, B. de. (2020a, 8 avril). COVID-19 : drive fermier, La Ruche qui dit oui, AMAP... l'épidémie modifie notre façon de faire les courses. *France info*. <https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/cote-d-or/dijon/covid-19-drive-fermier-ruche-qui-dit-oui-amap-epidemie-change-nos-habitudes-alimentaires-1813396.html>. Consulté le 18/04/2022.

———. (2020b, 25 mars). Coronavirus COVID-19 : les AMAP se mobilisent pour aider les petits agriculteurs. *France info*. <https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/cote-d-or/dijon/coronavirus-covid-19-amap-se-mobilisent-aider-petits-agriculteurs-1806262.html>. Consulté le 18/04/2022.

Le Sillon Belge. (2019, 8 juin). Production et consommation bio: la Flandre reste loin derrière la Wallonie. *Le Sillon Belge*. <https://www.sillonbelge.be/4357/article/2019-06-08/production-et-consommation-bio-la-flandre-reste-loin-derriere-la-wallonie>. Consulté le 09/08/2022.

Le Soir. (2018, 19 juin). La Belgique à la traîne sur l'e-commerce dans le secteur alimentaire. *Le Soir*. <https://www.lesoir.be/163442/article/2018-06-19/la-belgique-la-traine-sur-le-commerce-dans-le-secteur-alimentaire>. Consulté le 30/08/2022.

Lefébure, P. (2020, 9 juillet). Avec la crise sanitaire, l'irrésistible ascension des produits bio. *France Inter*. <https://www.franceinter.fr/info/avec-la-crise-sanitaire-l-irresistible-ascension-des-produits-bios>. Consulté le 18/04/2022.

Leroux, B. (2016). L'émergence de l'agriculture biologique en France : 1950-1990. *Pour*, 227(3), 59-66. <https://doi.org/10.3917/pour.227.0059>

- Lobet, B. (2022, 4 août). Le bio ne se vend plus : voici pourquoi certains producteurs pensent revenir au conventionnel. *Rtl Info*. <https://www.rtl.be/info/belgique/societe/le-bio-ne-se-vend-plus-voici-pourquoi-certains-producteurs-pensent-revenir-au-conventionnel-1393868.aspx>. Consulté le 30/08/2022.
- Louis, F. (2022, 16 février). La vente de produits bios recule pour la première fois depuis dix ans. *Rtbf*. <https://www.rtbf.be/article/la-vente-de-produits-bios-recule-pour-la-premiere-fois-depuis-dix-ans-10935715>. Consulté le 30/08/2022.
- Mäder, P., Steffens, M., Krauss, M., Fliessbach, A., Krause, H.-M., Skinner, C., Lori, M. et al. (2022). *Sol et climat. Impact sur le climat de l'exploitation biologique des sols*. (N°1182) [Fiche d'information]. Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL). <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1182-sol-et-climat.pdf>.
- Magrini, M.-B., Anton, M., Chardigny, J.-M., Duc, G., Duru, M., Jeuffroy, M.-H., Meynard, J.-M., Micard, V. et Walrand S. (2018). Pulses for Sustainability: Breaking Agriculture and Food Sectors Out of Lock-In. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 2 (octobre), 64. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2018.00064>
- Markard, J., Raven, R. et Truffer B. (2012). Sustainability Transitions: An Emerging Field of Research and Its Prospects. *Research Policy*, 41(6), 955-67. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.02.013>
- Mergen, S. (2022, 1 décembre). Les prix flambent dans les supermarchés : presque 20% d'augmentation en un an. *Rtbf Info*. <https://www.rtbf.be/article/les-prix-flambent-dans-les-supermarches-presque-20-d-augmentation-en-un-an-11115296>. Consulté le 20/12/2022.
- Mikolajczak, C. (2021, 19 août). The Barn ouvre à Uccle son sixième marché bio : “Proposer des produits bio à un prix accessible”. *La Libre*. <https://www.lalibre.be/economie/entreprises-startup/2021/08/19/the-barn-ouvre-a-uccle-son-sixieme-marche-bio-proposer-des-produits-bio-a-un-prix-accessible-7UIU2I3CYRFEPNBOGZ4TQSUZPM/>. Consulté le 02/01/2023.
- Nemes, G., Chiffolleau, Y., Zollet, S., Collison, M., Benedek, Z., Colantuono, F., Dulsrud, A. et al. (2021). The impact of COVID-19 on alternative and local food systems and the potential for the sustainability transition: Insights from 13 countries. *Sustainable Production and Consumption*, 28, 591-99. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.06.022>
- OCDE. (2019). *Innovation, productivité et durabilité dans le secteur agricole et alimentaire : Principales conclusions des examens par pays et leçons pour l'action publique*. OCDE. <https://search.oecd.org/fr/environnement/innovation-productivite-et-durabilite-dans-le-secteur-agricole-et-alimentaire-830128c5-fr.htm>
- ONU Info. (2018a, 3 mai). La pollution des sols est une menace importante pour l'agriculture et la sécurité alimentaire (FAO). *ONU Info*. <https://news.un.org/fr/story/2018/05/1012902>. Consulté le 31/12/2022.
- . (2018b, 21 juin). Les polluants issus de l'agriculture représentent une menace sérieuse pour l'eau du monde entier (FAO). *ONU Info*. <https://news.un.org/fr/story/2018/06/1017092>. Consulté le 31/12/2022.
- Pel, B. (2021). Transition ‘backlash’: Towards explanation, governance and critical understanding. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 41, 32-34. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2021.10.016>
- Puau, V. (2020, 31 mars). Confinement : un grand défi pour des hypermarchés fragilisés. *CB News*. <https://www.cbnews.fr/etudes/image-confinement-grand-defi-hypermarches-fragilises-50748>.

Consulté le 22/12/2022.

- Rastoin, J.-L. (2018). Éditorial : Accélérer la transition vers une alimentation durable par un changement de paradigme scientifique et économique et des politiques publiques innovantes. *Systèmes alimentaires*, (3), 17-27. <https://doi.org/10.15122/ISBN.978-2-406-08722-9.P.0017>
- Rotmans, J. (2005). *Societal Innovation: Between Dream and Reality Lies Complexity* [Conférence inaugurale]. Université Erasmus de Rotterdam. <https://doi.org/10.2139/ssrn.878564>
- Rtbf Info, 2022, 9 août. *Un producteur bio tire la sonnette d'alarme* [Vidéo]. <https://www.facebook.com/watch/?v=454117326385381>
- Ryckmans, G., et Fogli A. (2020, 17 avril). Le 17 mars la Belgique se prépare à entrer en confinement : que retenir de ce mois qui a déjà marqué l'histoire de notre pays? *Rtbf*. https://www.rtbf.be/info/belgique/detail_le-17-mars-la-belgique-se-preparait-a-entrer-en-confinement-que-retenir-de-ce-mois-qui-a-deja-marque-l-histoire-de-notre-pays?id=10483498. Consulté le 18/04/2022.
- Schaub, C. (2020, 2 avril). Alimentation : le boom des réseaux de circuits courts. *Libération*. https://www.liberation.fr/terre/2020/04/02/alimentation-le-boom-des-reseaux-de-circuits-courts_1783577. Consulté le 18/04/2022.
- Service Public Wallonie. (2022). Relocaliser l'alimentation en Wallonie. Gouvernement wallon. <https://developpementdurable.wallonie.be/alimentation/relocaliser-alimentation>. Consulté le 30/08/2022.
- Snoeck, J. (2021, 13 avril). Kazidomi Wants to Expand in Dutch-Speaking Markets. *Retail Detail*. <https://www.retaildetail.eu/news/food/kazidomi-wants-capture-dutch-speaking-customers/>. Consulté le 02/01/2023.
- Soenens, D. (2022, 25 août). Les marques de distributeurs ne connaissent pas la crise. *Gondola*. <https://www.gondola.be/fr/news/les-marques-de-distributeur-ne-connaissent-pas-la-crise>. Consulté le 20/12/2022.
- Toffier, R., et Botta E. (2022, 3 juin). Pourquoi une telle chute du marché bio? *L'Express*. https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/video-pourquoi-une-telle-chute-du-marche-bio_2174587.html. Consulté le 30/08/2022.
- Turnheim, B., et Sovacool B. K. (2020). Exploring the Role of Failure in Socio-Technical Transitions Research. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 37(décembre), 267-89. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2020.09.005>
- Valette, E., Lepiller, O. et Bonomelli V. (2022). Des innovations à la transition des systèmes alimentaires : comment penser les conditions et les modalités de leur changement d'échelle? *Géocarrefour*, 96(3). <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.20498>
- Vandemeulebroucke, M. (2022, 14 avril). Avec l'inflation, la consommation bio se dégrade. *Alter Echos*. <https://www.alterechos.be/avec-linflation-la-consommation-bio-se-degrade/>. Consulté le 18/04/2022.
- Vanloqueren, G., et Baret P. V. (2009). How Agricultural Research Systems Shape a Technological Regime That Develops Genetic Engineering but Locks out Agroecological Innovations. *Research Policy*, 38(6): 971-83. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.02.008>
- Verdeau, L., et Guines L. (2022, juin). Les chiffres 2021 du secteur bio [Dossier de presse]. Agence Bio. https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2022/06/DP-final_AGENCE-BIO-10-juin-

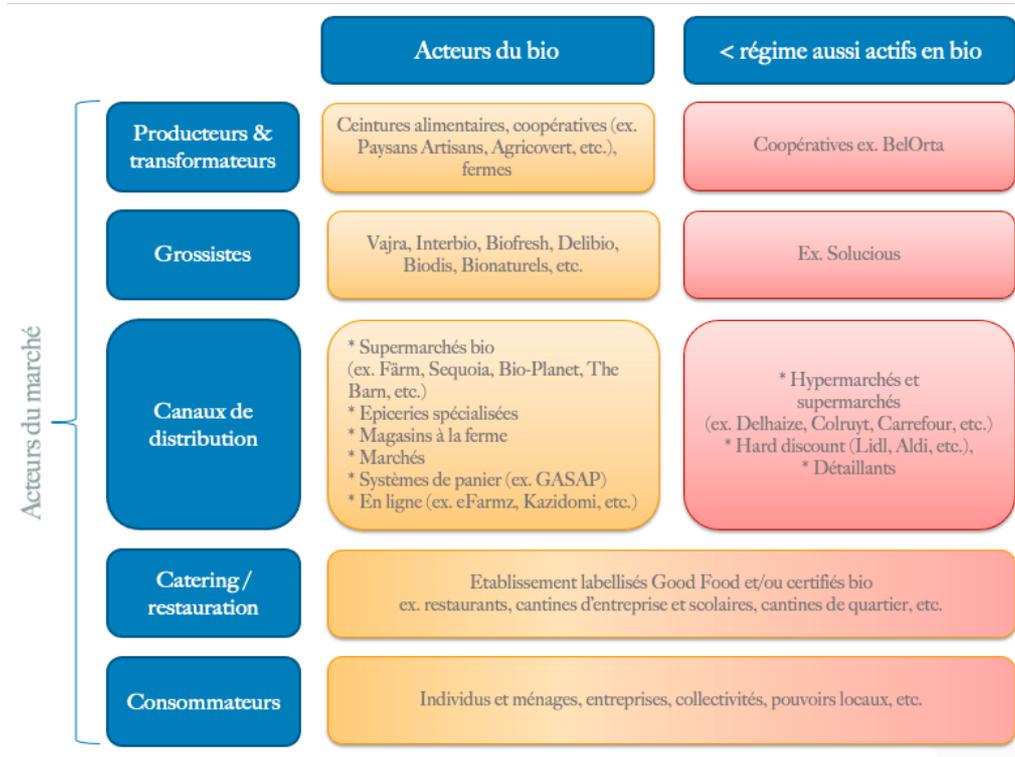
2022.pdf.

Visser, M. (2015, décembre). La condition paysanne, notre nature la plus menacée. [Présentation Powerpoint au Forum de l'Autonomie fourragère]. Université libre de Bruxelles, Ecole Interfacultaire des Bioingénieurs. <https://www.plainesdelescaut.be/wordpress/wp-content/uploads/2016/02/presentation-marjolein-visser.pdf>

Wittmayer, J. M., Avelino, F., van Steenbergen, F. et Loorbach D. (2017). Actor Roles in Transition: Insights from Sociological Perspectives. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 24(septembre), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.10.003>

Annexe I – Organigrammes des principaux acteurs du secteur bio belge (réalisés par nos soins)

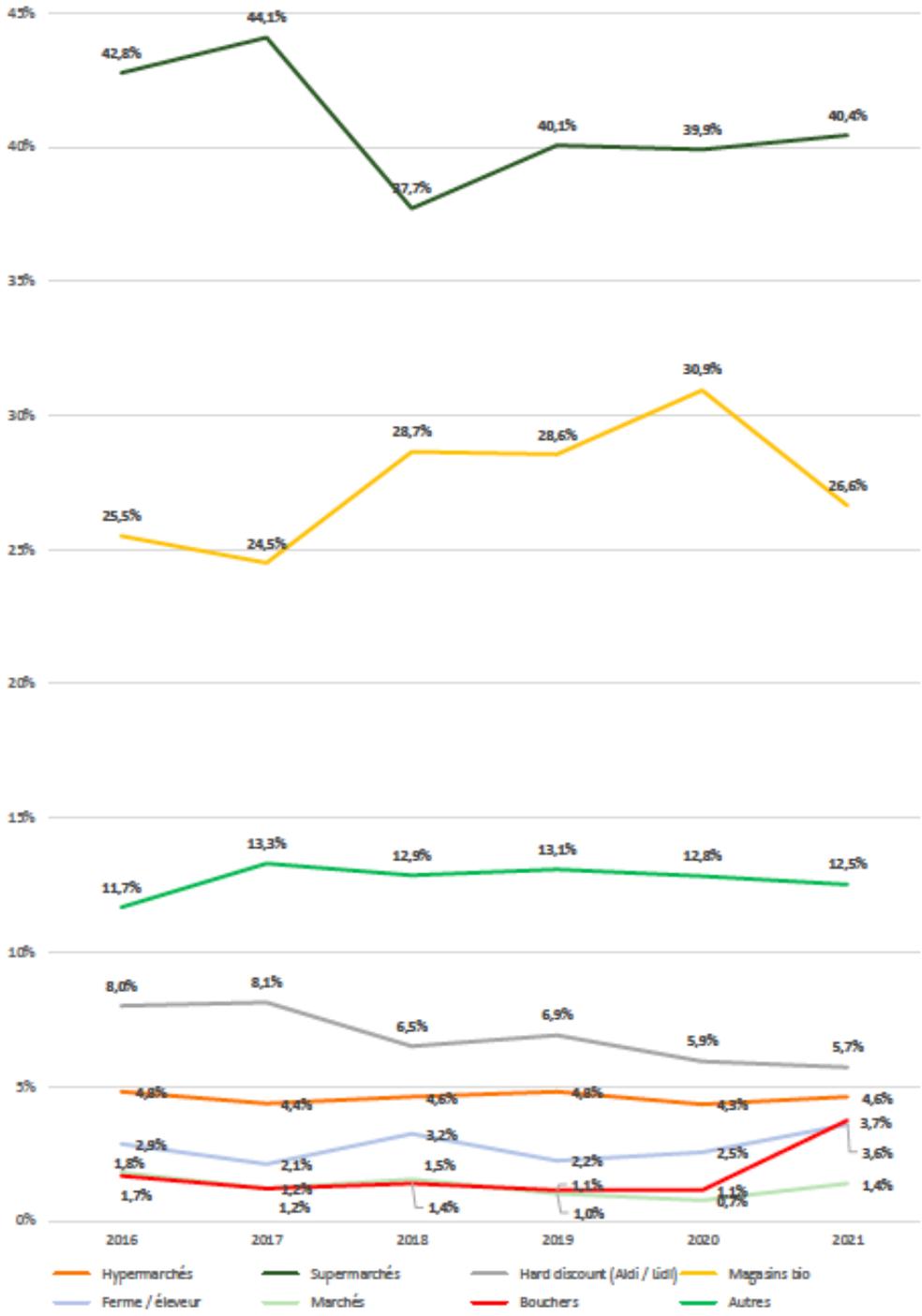
Première figure présentant les principaux acteurs du marché liés au secteur bio belge, organisés selon les différents maillons :



Deuxième figure présentant les autres acteurs liés au secteur bio belge ne faisant pas partie du marché (notamment issus de la société civile et du secteur public) :



Annexe II – Évolution de la répartition des dépenses des produits bio par canal de distribution en Wallonie entre 2016 et 2021 (Biowallonie)



Source : Biowallonie et GfK Belgium (Beudelot et al., 2022)

Annexe III - Grille de questions de référence utilisée pour les entretiens

<p>Identification de l'acteur, position et rôle dans le système</p>	<p>Qui êtes-vous et quelle fonction exercez-vous au sein de l'organisation dont vous faites partie ? Pouvez-vous brièvement présenter vos missions ? Avec qui/pour qui travaillez-vous ?</p>
<p>Diagnostic des tendances : que se passe-t-il dans le secteur bio en Belgique actuellement ?</p>	<p>Avez-vous observé des tendances de stagnation et/ou baisse de la demande en produits bio ces derniers mois en Belgique (dans les grandes surfaces, les magasins spécialisés, les circuits de vente directe, sur les autres marchés ex. à l'international, dans l'industrie, etc.) ? Si oui, dans quelle mesure ? Comment avez-vous été impacté ?</p> <p>Les produits alimentaires non bio sont-ils impactés eux aussi, selon votre expérience, et de quelle manière ?</p> <p>À votre connaissance, est-ce qu'une telle évolution s'est déjà produite par le passé ? En particulier, a-t-on observé un phénomène similaire lors de la crise économique et financière de 2008 ?</p> <p>Dans quelle mesure est-ce que la baisse de demande actuelle est-elle à mettre en lien avec ce qui s'est passé en 2020 selon vous ?</p>
<p>Interprétation des tendances : à quoi sont-elles dues ?</p>	<p>À quoi attribuez-vous ces évolutions/tendances ?</p> <p><i>Pause</i></p> <p>Attribuez-vous cela à des facteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> *économiques (ex. inflation, baisse du pouvoir d'achat, concurrence avec d'autres labels et appellations, prix perçus comme trop élevés en bio) ; *politiques (ex. manque de volonté politique et vision stratégique), institutionnels (ex. cadre institutionnel pas assez contraignant/soutenant, inefficace) ; *technologiques (ex. moyens disponibles pour l'e-commerce, la livraison à domicile, etc.) ; *ou encore communicationnels (manque de visibilité par manque de moyens, erreurs de communications, etc.) ? <p>Pensez-vous que nous nous trouvons dans une crise de surproduction (demande insuffisamment développée en comparaison à l'offre) ?</p>

<p>Expérience de la situation : <i>actions et stratégies mises en place en réaction au contexte et ressentis</i></p>	<p>Comment votre organisme/entreprise a-t-elle vécu ces tendances/évolutions ? Quelles stratégie(s) avez-vous mis en place face à celles-ci ?</p> <p>Avez-vous été contraints de revoir votre façon de travailler (déclasser certains produits, revoir l'offre de produits, etc.) ?</p> <p>Votre entreprise/organisme se considère-t-elle comme face à une « crise » ? Dans quelle mesure êtes-vous inquiet.ète pour le secteur à titre personnel ?</p> <p>Comment envisagez-vous l'(les) année(s) à venir ?</p>
<p>Point de vue de l'acteur sur les leçons à tirer</p>	<p>Selon vous, qu'est-ce qui devrait changer pour sortir des tendances actuelles de ralentissement ? Quels changements (à court/moyen/long terme) pourraient permettre au secteur bio de rebondir ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Au sein du marché</i> - <i>Dans votre réseau/votre organisme</i> - <i>Au niveau des autres maillons de la chaîne</i> - <i>Au niveau des pouvoirs publics</i> <p>Imaginez-vous que les acteurs publics puissent jouer un rôle plus « interventionniste » dans ce domaine ? En allant plus loin que le soutien aux initiatives durables innovantes/les incitations, avec par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'imposition de plus de contraintes tant au niveau de l'offre (conditionnement des aides agricoles au respect du cahier des charges de la bio) que de la demande (imposition d'achat de bio dans les marchés publics) ; - en désavantageant plus frontalement les produits conventionnels (labellisation environnementale, taxation, etc.) ? <p>Êtes-vous confiant.e pour l'avenir ? Qu'est-ce qui pourrait vous aider à l'être davantage ?</p>

Annexe IV – Notes des entretiens réalisés

Entretien avec T. Schmit du Collège des Producteurs

Le 31/10/22 par téléphone

Pouvez-vous m’indiquer en quelques mots en quoi consiste votre travail de chargé de mission « agriculture biologique » au Collège des Producteurs ?

Mon travail consiste à accompagner quatre agriculteurs, qui sont représentants au Collège, dans leur travail de représentation du secteur auprès des pouvoirs publics. Concrètement, je fais le lien entre eux et tout ce qui se fait au niveau de la Région, et plus largement avec le secteur bio. Cela passe par : les tenir au courant des réunions qui concernent le secteur (promotion, encadrement, recherche,...), des changements dans les réglementations (PAC,...). Il existe pas mal de réunions de ce type. Ces agriculteurs sont invités à participer pour porter la voix des agriculteurs dans ce cadre. Ils ne savent pas toujours être présents donc j’y participe et leur fais un compte-rendu de ce qui s’est dit. Je suis au courant des sujets importants pour eux donc je sais sur quoi il faut attirer leur attention.

Avez-vous observé des tendances de stagnation et/ou ralentissement dans le secteur bio depuis fin 2021 en Belgique et quels impacts avez-vous pu observer sur les producteurs ?

Depuis octobre 2021, j’ai des échos comme quoi le secteur a globalement ralenti. Après, c’est très variable d’un acteur à un autre. Il y en a pour qui ça continue d’augmenter, pour d’autres, c’est en dents de scie, pour d’autres encore, ça stagne et enfin, certains enregistrent une chute.

Depuis ce moment-là, le sentiment que j’ai sur base des retours reçus est que globalement l’activité a tendance à diminuer. En même temps, on constate une forte variabilité de la demande d’une semaine à l’autre.

Observez-vous des tendances plus spécifiques selon les filières ?

C’est très différent d’une filière à l’autre. A noter que les retours que je vous fais sont à contextualiser. Ce sont des retours individuels donc pas forcément représentatifs de tout le secteur. Ça vaut ce que ça vaut.

Si on prend les œufs bio, sur des filières plus longues, les acteurs rencontrent de grosses difficultés pour le moment parce que la demande globale diminue. Un producteur spécialisé en œufs bio qui passe par un distributeur puis magasin type grande surface se trouve en difficulté actuellement. Par contre, les agriculteurs qui sont sur des plus petites activités du type poulailler mobile avec vente en circuit court/vente directe, pour eux, l’activité se maintient.

Autre exemple, plus global, au niveau de la viande bovine, il y a plutôt une demande qui augmente.

Au niveau des fruits et légumes, c’est vraiment assez variable. Je n’ai pas de tendances globales à communiquer pour ceux-ci.

Pour le lait, je n’ai pas eu de retour récemment.

Concernant les grandes cultures, pour les légumes plein champ, ce n’est pas évident, car la demande baisse. À volume de production équivalent, les producteurs rencontrent des difficultés à écouler leurs marchandises.

Observez-vous des difficultés plus importantes dans le secteur bio, comparé au secteur conventionnel, ou les deux semblent-ils impactés de la même manière ?

Au Collège, tous les types d'agriculture sont représentés. Ça dépend des secteurs. Il y a des secteurs où il y a de gros impacts mais cela se mélange avec d'autres problématiques : pour le porc, il y a des difficultés d'écoulement liées à la peste porcine africaine ; pour la volaille, les difficultés rencontrées sont liées à la grippe aviaire, etc. Ce que j'entends, c'est que globalement la demande pour l'alimentaire a tendance à diminuer et cela impacte négativement les producteurs.

Ils sont aussi fort impactés par le fait que les coûts de l'énergie augmentent. Ils sont un peu pris « en tenaille » : la demande diminue donc les commerçants mettent la pression pour réduire les prix ; les producteurs ont leurs infrastructures pour produire et leur volume de production reste en général constant ; le problème c'est qu'à côté de cela ils ont des coûts qui augmentent et ils ne peuvent pas répercuter ceux-ci sur le prix de vente.

Quelles stratégies avez-vous pu observer chez les producteurs face à cette situation (déclassements de produits, hésitations à se déconvertir du bio,...) ?

Ce que je vais vous dire n'est pas uniquement spécifique au bio :

- Au niveau de l'énergie, ils cherchent à optimiser les coûts ex. via des panneaux photovoltaïques et ils rationalisent l'utilisation de l'énergie.
- Les agriculteurs qui font de la vente directe qui ont aussi une activité commerciale (d'achat et revente) différencient les marges pour que leurs produits apparaissent moins chers pour le client, pour maintenir la demande sur ceux-ci. Ils vont augmenter les marges sur les produits d'importation.
- De manière plus transversale, pour des producteurs qui ont une diversité de points de vente, le fait qu'ils vendent à plusieurs (je pense à l'exemple d'un producteur d'œufs en poulailler mobile, qui fait de la vente directe en B2C et qui vend à des magasins et à des boulangeries en B2B), pour lui, la vente directe diminue mais la vente en magasins augmente donc l'un dans l'autre, son volume de ventes global reste stable. La manière dont il a diversifié sa commercialisation lui permet donc d'être résilient.
- J'ai entendu également la stratégie de ne pas augmenter les prix. Il s'agit de « faire le gros dos » et en même temps de communiquer beaucoup plus sur les plus-values de son activité. C'est un retour que j'ai eu d'une coopérative regroupant environ 20-25 producteurs mais aussi de producteurs avec un point de vente à la ferme.

Le Collège des Producteurs est-il inquiet pour l'avenir ? Pensez-vous que la situation va s'aggraver/s'améliorer ?

Disons que sur le long terme, je n'ai pas d'inquiétudes. Est-ce que ça va se compter en mois ou en années ? Je ne sais pas. Cela reste fort dépendant du pouvoir d'achat. Je pense qu'une stratégie de communication efficace pourrait vraiment permettre de réorienter les achats des consommateurs. En tout cas, cela devient important.

J'ai envie de dire que quelque part, au niveau sociétal, on n'a pas le choix. On est obligés en tant que producteurs et consommateurs de se diriger vers une production et une consommation qui sont plus soutenables et le bio est le modèle le plus abouti en la matière. C'est un modèle qui est bien organisé, à une échelle importante, qui peut vraiment permettre de répondre aux enjeux sociétaux environnementaux.

Pour résumer, je ne m'inquiète pas trop sur le long terme mais c'est vrai que sur le court terme, le contexte socio-économique est tellement changeant/fluctuant (de façon si rapide) qu'il faudra un petit temps pour que le secteur puisse s'adapter.

À ce sujet, il faut se rendre compte qu'au niveau de la demande, en volumes de produits bio, en 2 ans (2020-2021), elle a augmenté de 15 %. Sur les deux premiers trimestre de 2022, elle a diminué de 15 %. Il y a eu une grosse demande qui est apparue et qui a vraiment explosé. Ça s'est étendu sur environ 2 ans. Les producteurs se sont adaptés. Ils ont produit plus, il y a des magasins qui ont ouvert, etc. D'autres ont investi et agrandi leurs infrastructures.

Et là, en l'espace de 6 mois, on revient à la situation de 2019. Tous les investissements qui ont été faits doivent être revus : il faut diminuer son volume d'activité, son volume de production,... On parle de production alimentaire donc sur 6 mois ce n'est pas possible. Pour certaines choses, il faut plusieurs années pour s'adapter. C'est une difficulté pour le secteur.

Pour vous, s'agit-il d'un simple retour à la normale (période pré-covid) suite à des circonstances exceptionnelles ou la situation actuelle est plus liée au contexte de crise (coûts de l'énergie, conflit en Ukraine, etc.) ?

Il y a eu différentes phases. Ça a commencé quand les restaurants ont rouvert en mai 2021. Les consommateurs sont allés y dépenser leur argent. Tout a rouvert à ce moment-là. On a dépensé notre argent dans les choses que nous n'avions plus pu nous offrir pendant la crise COVID. Après, il y a eu les vacances. Cela a été la même chose : les consommateurs ont privilégié les vacances à l'alimentation. Cette tendance-là s'est poursuivie jusque fin de l'année. L'énergie a commencé à augmenter à cette période aussi. Après, début 2022, le conflit ukrainien est arrivé.

Il y a donc eu trois phases : une « post-covid », une demi-phase liée à la hausse des prix de l'énergie et puis, la crise ukrainienne. Chaque phase est causée par des raisons différentes mais l'impact sur le secteur est chaque fois renforcé, c'est-à-dire qu'à chaque fois, pour de nouvelles raisons ou une combinaison de raisons, les consommateurs ont décidé - plutôt que d'acheter des produits bio – d'acheter des produits moins chers pour mettre leur argent ailleurs ou parce qu'ils n'avaient pas le choix avec les factures d'énergie.

Y a-t-il eu à votre connaissance un ralentissement du secteur bio comme celui que nous connaissons actuellement par le passé ?

Ça, je ne sais pas.

Par rapport aux mesures qui pourraient nous aider à sortir des tendances actuelles et permettre au secteur bio de rebondir, quelles sont les demandes avancées par les producteurs (vis-à-vis des pouvoirs publics, notamment) ? Qu'est-ce qui pourrait aider le secteur ?

Au niveau de la Wallonie, il y a un plan stratégique de développement du secteur bio, qui a été élaboré en 2020. Toute une série d'actions y sont prévues. Une série de recommandations ont été faites au gouvernement pour compléter le plan actuel. Dans ces recommandations-là, il y avait :

- Des actions de communication, en termes de quantités : plus de moyens pour la promotion du secteur ; et aussi en termes de contenu : pouvoir communiquer sur les plus-values et spécificités du secteur bio plus qu'actuellement ;
- Augmenter le volume d'actions concernant les ventes des produits locaux via la grande distribution & tout ce qui concerne la vente de produits bio et locaux dans les cantines et les collectivités ainsi qu'à travers toutes les initiatives régionales ex. il y a le programme « Fruits et légumes » à destination des écoles → la demande est d'être attentif et d'inclure un critère bio dans ce type de programmes afin de maintenir, voire augmenter la demande.

Mises à part ces mesures, y a-t-il des demandes des producteurs par rapport à d'autres acteurs du système ex. la grande distribution ?

La grande distribution, c'est un peu une boîte noire. C'est très difficile d'avoir accès à ce qu'ils font, à la manière dont ils fonctionnent, les liens qu'ils peuvent avoir avec les producteurs. Je n'ai pas entendu de demande spécifique.

Pour les acteurs qui travaillent en filière, (je vous citais l'exemple des œufs) là, il y avait eu à un moment une demande de revalorisation du prix de l'œuf (pour répercuter les coûts de production en aval de la chaîne). Ce qu'il faut savoir c'est que pour les œufs, un producteur produit des œufs, puis il a un contrat avec un emballeur qui travaille avec un distributeur et une centrale d'achats et puis, ça part dans les grands magasins. Évidemment, il y a plusieurs emballeurs, distributeurs et centrales d'achats. Si le producteur dit « j'aimerais vendre chaque œuf 1 cent de plus », l'emballeur doit négocier avec le distributeur. Le problème à chaque maillon c'est que si un acteur propose un prix plus cher mais pas les autres, on va aller acheter chez les autres. C'est ce qui s'est passé. La filière globalement dans son ensemble n'a pas réussi à répercuter l'augmentation du coût de production. Les acteurs n'ont pas joué le jeu de la concertation pour se mettre d'accord pour tous ensemble augmenter le prix des œufs. D'un point de vue économique, c'est contre l'intérêt de la plupart des acteurs de la filière à part pour le producteur. Mais c'est comme ça que ça se passe.

Cela vous donne une idée de ce que ça donne dans les filières plus longues. C'est plus facile dans les circuits courts ou les écoles, les collectivités. Là-dessus, on a plus de prise.

Dans les filières longues, la meilleure façon d'aider le secteur est d'amener les producteurs à se regrouper pour avoir un pouvoir de négociation plus fort. Mais ici, en Wallonie, ce n'est vraiment pas évident. L'autonomie est quelque chose d'important pour les producteurs wallons.

Voyez-vous d'autres choses à ajouter pour aider le secteur ?

La communication me semble assez centrale. Mais il y a aussi la nécessité d'une vision commune, d'un point de vue politique, à l'échelle régionale et une certaine cohérence dans les actions qui sont prises.

Cela fait partie des recommandations que je vous ai citées précédemment : dans les initiatives régionales, au niveau de l'administration, les équipes sont subdivisées en différentes directions/départements et chacun a ses propres projets, ses propres appels à projets. Parfois, il n'y a pas de communication entre eux. Donc, on passe à côté de quelque chose. Il y a une ambition qui est là au niveau régional. Elle pourrait être traduite de manière plus complète, dans les différentes initiatives régionales, y compris dans des secteurs éloignés du secteur agricole. Au Collège des Producteurs, on se situe au niveau de la production mais il y a toute la filière et il y a tout ce qui entoure la filière.

Comme cela est ressorti du dernier comité de suivi du Plan Bio 2030, cette recommandation d'être attentif pour que l'ambition d'arriver à 30 % de bio en 2030 au niveau régional soit communiquée et opérationnalisée dans l'ensemble des politiques et initiatives wallonnes.

Dans les chiffres de Biowallonie, on peut voir que l'offre a augmenté de plus en plus au cours des dernières années mais la demande ne semble pas avoir suivi le même rythme d'augmentation (mis à part le pic de la période COVID), ne devrait-on pas travailler davantage sur la demande ?

Oui, tout à fait. Dans le Plan Bio, il y a 32 actions. Une partie d'entre elles sont liées à l'offre (production), d'autres à la demande (promotion) et enfin des actions visent à articuler l'offre et la demande. Cela passe par l'élaboration de plans stratégiques de développement, filière par filière (état des lieux puis définition d'actions à entreprendre). Mais c'est vrai que dans la situation actuelle (c'est plus mon point de vue personnel), je plaide pour réaffecter une partie des moyens dédiés à des actions liées à l'offre vers des actions liées à la demande. C'est bien là-dessus qu'il faut travailler en priorité.

Entretien avec A. Beudelot de Biowallonie

15/11/22 15h30-16h30 via Teams

Pouvez-vous m'indiquer en quelques mots en quoi consiste votre travail chez Biowallonie ?

Il y a 4 pôles chez Biowallonie : le pôle développement de filières, les conseillers techniques, le pôle alimentation durable et le pôle transversal. Je suis coordinatrice du pôle développement de filières. Nous sommes 7 personnes. On accompagne les producteurs (pas au niveau technique) ex. recherche de débouchés, s'ils veulent ouvrir un magasin à la ferme, faire de la transformation,... On accompagne des transformateurs, des distributeurs, des points de vente. On fait du réseautage entre tous ces maillons, car souvent ils ne se connaissent pas. On fait par ex. une journée de rencontre avec les différents maillons. On vulgarise la réglementation bio, qui est assez compliquée. On fait des formations (pour les professionnels uniquement). Et on fait les « Chiffres du bio », des statistiques sur le bio, et aussi un baromètre qui aide à faire connaître l'état des lieux du secteur.

Avez-vous observé des tendances de stagnation et/ou baisse des ventes de produits bio ces derniers mois depuis fin 2021 en Belgique ? Si oui, dans quelle mesure ? Comment les producteurs et

distributeurs wallons ont-ils été impactés ? Ce sont surtout les petits acteurs qui semblent les plus impactés – est-ce bien correct ? Certaines filières sont-elles plus impactées que d'autres ?

Les seuls résultats que l'on a, c'est ceux du baromètre du secteur. On a demandé à 96 magasins de connaître leur état. En effet, une grosse majorité a enregistré une baisse de chiffre d'affaires. Ça s'est particulièrement vu – la plupart disent.- à partir de septembre-octobre 2021. Ils avaient déjà une première baisse. Ce n'est donc pas dû que à la guerre et la crise énergétique. On commençait à parler d'énergie mais c'était autre chose. Il y avait aussi un retour aux « habitudes d'avant covid ».

Tout le secteur est un peu impacté pour l'instant (et a un peu peur). Ce qu'il faut prendre en compte c'est que c'est un secteur super dynamique, qui a énormément progressé ces 10 dernières années, surtout ces 5 dernières années. Et il y a eu un énorme boom pendant le covid.

Ce qui est compliqué à expliquer c'est qu'en effet... ici, maintenant, tout le monde espère juste une stabilité mais peut-être que c'est normal : on ne peut pas imaginer une croissance sans fin à 2 chiffres pendant des années.

Ce qui n'aide évidemment pas, c'est la crise du pouvoir d'achat. Clairement, les gens ont peur et vont moins dans les magasins bio et les magasins à la ferme. Avec les magasins à la ferme, ce qui est compliqué aussi, c'est qu'avant les gens faisaient encore volontiers des détours mais, vu le prix du carburant, ils n'ont plus envie spécialement de faire des détours, faire plusieurs magasins. Certains allaient avant au magasin vrac en tant que magasin parmi d'autres. Il y a le fait que parfois ça coûte plus cher mais aussi ont-ils envie de faire plusieurs magasins alors que pour optimiser ses déplacements on peut aller uniquement dans la grande distribution ? Ce sont des hypothèses...

Ce que l'on voit aussi et on est en train d'essayer de l'analyser : la grande distribution depuis 6 mois fait une communication très forte sur les prix « on est les moins chers », ce qui n'est pas du tout forcément le cas. On est en train de comparer des prix. On voit en fait que dans les magasins bio et les magasins de vrac, il y a des produits qui sont moins chers, particulièrement les fruits et légumes de saison. Ils le sont presque toujours. En vrac, les noisettes, les amandes,... sont des produits qui sont moins chers. Mais comme la grande distribution joue beaucoup là-dessus, à force de l'entendre, les gens commencent à y croire.

Ils ont aussi d'autres moyens de communication pour marteler ces messages...

Oui, c'est pour ça qu'on voulait déjà alerter et en effet, on est en train de mettre en place un observatoire des prix, dans lequel on comparera les prix de la grande distribution avec les prix des circuits courts bio et vrac. On va seulement le mettre en place en 2023. On n'aura pas les résultats tout de suite. C'est l'idée de communiquer sur les prix pas forcément plus chers du bio.

Individuellement, ça ne s'est pas encore fait collectivement mais individuellement il y a déjà des magasins qui font des comparatifs. Ekivrac en a fait quelques-uns, Färm aussi. Et des coopératives en circuits courts.

Quelles filières sont les plus impactées ?

C'est souvent celles où les produits coûtent plus cher. Ex. la viande. Dans la viande, typiquement le poulet. Parce que c'était déjà un produit qui coûtait parfois le double du produit conventionnel. Et il a encore augmenté, car toutes les matières premières augmentent. Des filières comme ça, comme porc et poulet, comme les céréales augmentaient, ils ont dû augmenter le prix du poulet alors qu'il était déjà très cher. Alors que pour d'autres, ce n'est au final que quelques cents en plus. Ça ne se ressent pas autant chez le consommateur donc ça va. Pour les premiers, forcément, les gens hésitent à acheter.

En termes de comparaison dans le temps des tendances, c'est bien la première fois qu'il y a un vrai ralentissement du bio ?

Ah oui ! Ça fait 11 ans que je suis dans le secteur. Il y a forcément des années plus fortes que d'autres mais, chaque année, il y avait quand même une nette augmentation de la consommation. En 2021, c'est la première fois qu'elle était plus faible et en 2022, on n'a pas encore les chiffres. On espère juste que ce sera stable. C'est possible que ça ait encore baissé mais on ne le sait pas encore. En fait, ça dépend des mois. Il y a des mois assez bons ex. juin mais mars ou avril était horrible.

Les acteurs disent aussi que ce qui est compliqué c'est qu'en plus de ce ralentissement c'est la première fois (et beaucoup de magasins et grossistes nous l'ont dit) que la consommation est instable. D'habitude, ils savaient précisément à quoi s'attendre vis-à-vis du consommateur. Il était assez régulier. Ils savaient que s'ils achetaient x pains, ils allaient tous les vendre. Ici, d'une semaine à l'autre, d'un jour à l'autre, ils ne comprennent pas... Il y a des jours où tout part directement. Je l'ai bien vu dans mon magasin bio. Deux jours de suite, il n'y avait plus de pain. Ils ont une méga demande d'un coup alors que d'autres jours, on voit des pains en surplus vendus à -20 %. Je vais toujours dans le même magasin depuis 6-7 ans. Je n'ai jamais vu ça. Je vois bien que c'est parce qu'ils ont plus de mal à estimer la demande puisqu'elle est plus fluctuante qu'avant.

C'est un problème pour toute la filière. Moins de ventes pour les distributeurs et pour les grossistes. Et les producteurs/transformateurs ne savent plus quoi produire parce qu'ils ne savent pas ce qui sera demandé.

Par rapport aux facteurs expliquant la situation actuelle, vous avez déjà mentionné plusieurs choses, mais quelles sont les raisons principales actuelles expliquant la situation ? Un producteur bio disait dans un témoignage récent que l'on a beaucoup trop développé l'offre sans travailler suffisamment sur la demande. « On est dans une crise de surproduction. Il faut absolument freiner les conversions vers le bio ». Comment réagissez-vous à cela ?

Il s'agit probablement de Fabian Daniel. On est un peu critiques sur son témoignage parce qu'il se plaignait déjà quand tout allait bien. Les producteurs ont une vie difficile. Ils ont tendance à se plaindre. On peut le comprendre. Mais lui disait ça aussi il y a 3 ans « arrêtez de convertir, on est déjà assez ». Il tient beaucoup à garder son marché. Alors qu'en fait c'était en pleine explosion et il y avait donc de la place pour d'autres. Par contre, c'est vrai qu'il faut innover. En légumes plein champ, le secteur bio reste quand même un petit secteur. Ça ne sert à rien qu'il y ait 10 producteurs de panais. Peut-être

qu'avec 3 hectares de panais pour toute la Wallonie, ça suffit. Ça, c'est vrai, il y a des réalités. Il faut le temps que ça se développe. Mais si on innove...il y en a qui ont fait des patates douces et ça cartonne. Ce témoignage est donc à prendre avec des pincettes.

Ce qui est vrai, et tout le secteur s'en plaint, c'est qu'il n'y a pas assez de communication sur le bio. Chez Biowallonie, on est payés par un plan stratégique qui a été signé en juin 2021 par le ministre Borsus à l'horizon 2030 qui prévoit d'arriver à 30 % du bio en 2030. Nous, on est financés pour l'accompagnement. Le CRA-W pour la recherche et l'APAQ-W, c'est pour faire la communication B2C donc vers les consommateurs. Beaucoup disent qu'ils n'en font pas assez et pas assez pro bio. Ce qui est compliqué et c'est lié à leur structure...comme ils sont mixtes, bio et non bio, ils n'osent pas critiquer le conventionnel. Ce qui fait que leurs campagnes sont assez neutres. Ce que le secteur aimerait bien, c'est une campagne sur la plus-value de manger des carottes bio expliquant qu'il y a plus d'antioxydants, de vitamine C,... Pour l'instant, ils ne le font pas.

Alors, ça commence un peu à bouger. Vous avez peut-être vu une campagne passer sur le lait. Quatre producteurs ont fait des petites vidéos. Elles étaient assez bien mais clairement si eux ne travaillent pas plus, nous, en tant qu'accompagnateurs, on ne va plus développer l'offre.

Actuellement, pendant toute l'année 2022, chez nous, les conseillers techniques n'ont quasiment converti personne. Presqu'aucune ferme n'est passée en bio. Par contre, il y a quand même des producteurs qui convertissent des hectares. Si leurs 10 premiers hectares ont bien fonctionné, ils peuvent décider d'en mettre 20. Il y aura quand même une augmentation des hectares. Et peut-être des maraîchers non certifiés vont le faire. A priori, ce ne sera que 20 ou 30 personnes en plus.

Les autres années, depuis 10 ans, il y avait entre 80 et 120 nouveaux producteurs. L'année passée, ils étaient 74 et ici, on sera déjà contents s'il y en a 20 ou 30.

Par contre, les conseillers techniques ont essayé d'optimiser avec les producteurs : avec les prix des matières premières qui augmentent, comment acheter le moins possible d'engrais organiques ? Comment améliorer les techniques pour que chaque producteur bio soit plus performant ? Comme on a déjà 1970 producteurs, on a du travail. On accompagne les transformateurs. Il y a des maillons où il manque des acteurs... ex. des bouchers.

De nouveau, ce n'est pas si simple en période de crise, comment faire changer un acteur ? Si un boulanger ne s'en sort déjà pas au niveau de sa facture énergétique, va-t-il passer en bio ? En période de crise, tout le monde reste sur ses acquis. Il faut déjà survivre. Pour nous, ce qui est clair c'est que pour l'instant il n'y a pas beaucoup de gens qui nous posent des questions là-dessus.

Pour le producteur, on voit quand même quelque chose de positif : si la demande se relance, ce sera avec l'offre actuelle. On n'est pas en train de convertir plein de nouveaux producteurs alors que la demande n'est pas là. Ce qui est bien, c'est que ça s'autorégule. Ils ont vu qu'il y avait moins de demande et donc il y a moins d'offre. Normalement, on pense que de façon générale, ça s'équilibre. Il y a certains produits où il y a un peu plus d'offre que de demande. De façon générale, on est plutôt à l'équilibre. Ça veut dire qu'il ne faut pas plein de nouveaux producteurs et normalement il n'y a priori pas plein d'invendus.

Ça dépend des filières. Pour la viande bovine, c'est très compliqué. Beaucoup d'éleveurs n'engraissent pas parce qu'il n'y a pas assez d'abattoirs ni de bouchers. C'est quelque chose qui existe depuis 10 ans. Il y a des filières à l'équilibre qui tendent vers la surproduction comme la filière œufs. L'année passée, par exemple, il y avait trop de carottes. Ce qui est compliqué et ce que les producteurs ne comprennent pas toujours, c'est que ça ne dépend pas de si en Wallonie il n'y a pas eu d'offre ou moins de consommateurs de carottes. Les carottes sont vraiment un produit à bas prix. Mais il y a eu un surplus...aux Pays-Bas et en France. Tout est arrivé chez nous parce qu'ils étaient moins chers. D'un coup, il y a donc une surproduction mais elle ne vient pas de chez nous : elle vient des pays voisins. Pareil pour les œufs il y en avait déjà beaucoup chez nous en Wallonie. En France, il y en avait beaucoup trop. Des œufs français arrivent dans la grande distribution (en bio), car ils sont moins chers. C'est ça qui est très compliqué dans l'équilibre offre-demande et surproduction...si on était une île, on aurait beaucoup plus facile à réguler notre marché. Il suffit qu'un de nos voisins...

Heureusement, le bio se joue quand même à l'échelle européenne. Il y a de l'importation mais c'est vraiment surtout des produits qu'on ne sait pas produire chez nous : du café, du thé, du chocolat, des fruits exotiques (bananes),...en général. Ces produits ne nous concurrencent pas. Il n'y a quasi aucun produit laitier et zéro viande. Il y a moins d'une tonne de viande qui arrive dans le marché européen. C'est heureusement un marché européen. En dehors peut-être des céréales. L'Ukraine était un gros marché. Il l'est un peu moins maintenant. Par contre, au niveau européen, on a des concurrents : nos pays voisins, France et Pays-Bas, sont directement en concurrence avec nous. S'il y en a un qui a trop produit, il diminue les prix des produits de tous les pays voisins.

En termes de concurrence, y a-t-il aussi une concurrence avec d'autres labels ? On a l'impression que beaucoup de labels ont émergé ces dernières années. J'ai entendu dire qu'il y a peut-être une certaine perte de confiance dans le label bio. Est-ce que les consommateurs sont peut-être attirés par d'autres labels ? Est-ce suffisamment clair dans la tête du consommateur ?

Le label bio n'est pas encore clair dans la tête des consommateurs de base. Mon hypothèse est qu'avant, ceux qui avaient le pouvoir d'achat, même sans trop le comprendre, achetaient. Maintenant, vu la baisse du pouvoir d'achat, ils se disent : « Tant que je ne comprends pas bien, est-ce si bien que cela que j'achète bio ? » J'ai l'impression qu'il y a quelque chose de cet ordre.

Après, concernant les labels, en France, je ne vois pas vraiment d'autre label (il y en a beaucoup plus en France) qui vient véritablement concurrencer le bio. Après, ce qui peut fausser, ce sont les appellations ex. « agroécologie », « agriculture de conservation »,... Mais ce n'est pas labellisé. Des termes utilisés peuvent effectivement jouer. Ex « à la ferme », « produit en agroécologie ». Nous, on explique qu'il y a un cadre strict, un cahier des charges, des contrôles,...

Et sinon, en effet, le local (non bio) a toujours été un peu une concurrence. Ex. produits de ferme locale non bio. Surtout en période de relocalisation comme maintenant. Il y en a plein qui disent « je préfère local que bio ».

Et clairement, il faudrait mieux expliquer au consommateur c'est quoi le bio. On entend encore des choses « c'est que du commercial », « c'est du marketing, il n'y a rien derrière », « on n'enlève que la moitié des pesticides / que certains additifs »,... Des choses fausses mais qui restent dans la tête des gens.

Cela paraît surprenant vu le nombre d'années d'existence du label bio...

Clairement, mais même parfois des gens dans le secteur nous envoient des questions et on se dit « ah oui, si, même vous, vous ne savez pas... » donc oui, il y a encore un gros travail d'explication qui doit venir du secteur public mais on essaie aussi que chaque acteur du secteur prenne en main cette communication. Si chaque fermier sait expliquer ce qu'est son travail, ainsi que chaque transformateur, chaque point de vente, chaque vendeur de magasin bio... ça peut faire changer les mentalités.

(...)

Par rapport à l'agroécologie, il y a eu un gros conflit en Wallonie : il a été décidé en Wallonie de ne pas développer de label agroécologique. C'est une méga bonne nouvelle pour le secteur. On le défendait. On a expliqué que s'ils défendaient un label agroécologique, il allait directement entrer en concurrence avec le bio (et en plus, il n'y a pas de critères clairs en agroécologie). On a rappelé aux politiques l'objectif de développer 30 % de bio. Ce n'est pas réaliste de développer en même temps 10 % de marché en agroécologie en plus. À un moment, il faut avoir UNE ligne de conduite et y aller. Ça vient juste d'être décidé.

J'ai entendu parler d'un scandale chez Carrefour des œufs d'une ferme qui n'en était pas une.

J'ai l'impression que l'on peut mettre ce que l'on veut sur les emballages...

Clairement, certains jouent à fond sur le « petite ferme familiale » alors que ce n'est pas du tout le cas. C'est assez compliqué. Ce dont on se rend compte c'est que beaucoup de gens, surtout à Bruxelles, n'ont aucune conscience de ce qu'est l'agriculture. On a emmené des Bruxellois dans une ferme bio et ils ont dit « ah c'est surprenant, ils n'ont pas tellement de place ». Ils ne savent plus ce qu'est une ferme. On doit leur expliquer ce que ça représente 6000 poules.

En conventionnel, les poules sont cachées, surtout en Flandre. Personne, aucune caméra ne rentre jamais là-bas. L'agriculture conventionnelle très industrielle est totalement cachée du grand public... Elle est rendue totalement invisible. Certains pensent encore que toutes les vaches sortent en prairie manger de l'herbe. Parce qu'ils en voient en Wallonie. En France, en Flandre, il y a du « *zero grazing* » : on leur amène de l'herbe dans l'étable et elles n'en sortent jamais. Les consommateurs n'ont pas du tout conscience de ce genre de choses... C'est d'autant plus difficile d'expliquer le bio s'ils ne savent pas ce qu'est le conventionnel.

Concernant les fraudes, normalement le SPF Economie est censé regarder les fraudes « origine wallonne, belge,... » mais j'ai l'impression que contrairement aux USA, il n'y a personne qui porte vraiment plainte. Ce qui fait que la grande distribution garde le pouvoir de faire ce qu'elle veut. Ils savent qu'ils ne risquent rien. Ils oseraient beaucoup moins le faire dans d'autres pays, au risque de se faire taper sur les doigts.

J'ai vu un reportage avec des journalistes qui essayaient de rentrer dans une ferme des publicités Carrefour. On y voit des poules courir dans l'herbe. Mais des drones sur le site montrent un énorme bâtiment sans aucune poule dehors et les journalistes n'ont jamais réussi à entrer à l'intérieur.

C'est tout à fait ça. C'est vraiment à déconstruire. Ce qui est compliqué c'est qu'il y a quatre grands acteurs de la grande distribution, avec des financements énormes de marketing, alors qu'actuellement le secteur bio est plutôt fragmenté. Même s'il commence à y avoir des chaînes de magasins bio, elles restent plus petites, avec des tout petits moyens (notamment de communication). C'est difficile dans un secteur fragmenté de dire « nous ne sommes pas comme ça ». Ils n'ont pas les moyens pour. C'est chaque ferme, chaque magasin qui doit dire « nous, on travaille en direct ». C'est compliqué de faire concurrence à ces énormes machines.

Par rapport aux stratégies mises en œuvre malgré cette situation par les plus petits acteurs, qu'avez-vous pu observer ? J'ai vu que beaucoup font en sorte de ne pas relever les prix de vente pour ne pas décourager les consommateurs encore plus, en réduisant par ex. les coûts de personnel. Avez-vous vu d'autres stratégies ? J'ai l'impression que les acteurs se montrent résilients et créatifs, comme pendant le covid...

Tout à fait, hyper fort. C'est un point fort du secteur bio. Il est très résilient. Il l'avait déjà montré pendant le COVID. Comme c'est justement de petites structures, avec une direction très opérationnelle, effective et de terrain, ils savent vite agir. Ils ne doivent pas demander à la direction 1, puis 2, puis 3, passer par la France pour décider que x. Ekivrac a 9 magasins. Ils peuvent se dire « ok, on agit » et hop, ils se mettent en action. On voit des campagnes de communication. J'en ai vu plusieurs comparant les prix avec la grande distribution. Ils optimisent les coûts aussi. Clairement, certains réfléchissent à moins faire appel à des grossistes, et passer plus en direct pour retirer la marge des grossistes. Certains diminuent le chauffage (petits bâtiments donc ça joue moins). Ils veulent tous optimiser au maximum leurs coûts. En effet, certains ont dû réduire leur personnel. C'est sûr.

Ce n'est que le début. C'est difficile de faire des généralités. Mais en tout cas, je n'ai pas entendu qu'ils baissent les bras. Tous réfléchissent à comment réagir. Par exemple, dans les producteurs, certains se sont dit que ça coûte trop cher de garder en frigo donc ils ont vendu de grosses quantités d'un coup. « 2 tonnes de pommes à vendre, venez les chercher » C'est aussi une stratégie. Vu les prix de l'énergie, ça vaut la peine à mon avis. Plutôt que faire payer 3x plus cher vu le prix de l'énergie.

Chez les producteurs, certains ont-ils décidé de réduire leur production ou ils n'en sont pas là actuellement ?

Ceux qui ont des animaux ont réduit un peu le cheptel. Ce n'est pas dû qu'à la crise actuelle. C'est aussi lié aux sécheresses à répétition en 2018, 2020 et 2022. En 2020, c'est la plus grosse. Certains avaient déjà réduit. En 2022, même si elle est moins forte qu'en 2020 et on a eu une été indien ce qui fait que ça se régule...n'empêche qu'ils disent « vu le prix de tout, on va essayer d'être le plus autonome possible ». Ainsi, certains réduisent pour être capables de produire 100 % de l'alimentation des animaux

de la ferme. Pour les grandes cultures, ils essaient de se passer d'engrais en mettant des légumineuses dans les rotations. Clairement, chacun essaie d'être plus autonome. Pour certains, ça passe effectivement par une petite diminution.

Après, on avait peur des déconversions. Actuellement, on n'en a très peu entendu. Quelques poulaillers bio sont partis en qualité différenciée « poulet plein air » mais c'est tout actuellement. Beaucoup sont dans l'attente de voir si la demande va réaugmenter, ce que la PAC allait apporter (elle vient de sortir et heureusement les aides en bio sont bonnes donc c'est rassurant pour le secteur). On a aussi l'AGW. C'est un arrêté du gouvernement wallon qui met aussi des règles pour le bio. On a demandé à plein de gens du secteur à Libramont et tout le monde a dit « on va voir comment ça évolue ».

Le secteur conventionnel était encore assez bon dernièrement mais il est en train de retomber. Le bio est beaucoup plus stable d'année en année. S'ils repassent en conventionnel, ils ne pourront plus repasser en bio avant plusieurs années. Ils n'auront plus droit aux aides à la conversion pour repasser en bio, je pense, puisqu'ils se seront déconvertis. Un producteur qui passe au bio doit rester au bio pour 5 ans. La majorité sont convaincus du bio donc jamais ils ne repasseraient en conventionnel mais ils savent aussi que même si le conventionnel est très bon, pendant plein d'années, le prix bio était nettement meilleur que celui du conventionnel. Ça fait trois mois que le prix du conventionnel est plus haut... Les producteurs se disent que le prix du conventionnel va retomber mais « nous, on a un prix plus stable ». Souvent, ils misent sur la stabilité et espèrent que le bio va remonter.

La presse nous interroge souvent. Comme il y a une incertitude mondiale, c'est difficile d'estimer. Si la guerre s'arrête, si les prix de l'énergie sont plus régulés,... tout cela est totalement indépendant du secteur. C'est beaucoup plus difficile d'estimer ce qui va se passer dans un secteur très fluctuant.

Malgré cette incertitude, quelles sont les pistes que vous mettez en avant pour maximiser les chances que le bio rebondisse ? Dans le communiqué de presse, vous parlez de mécanismes de soutien, notamment en faveur des publics fragilisés. Cela consisterait-il en des chèques de consommation pour des produits bio ?

C'est en cours. Oui, il y a 1,5 million d'euros du cabinet Tellier. L'idée est en effet qu'il y ait des chèques mais sous forme d'abonnements parce qu'on se rend compte que c'est le fait d'aller régulièrement en magasin bio ou circuit court qui fait que les gens restent après. L'idée, c'est que pour un certain nombre de magasins il y aurait des chèques qu'ils pourraient donner à leurs consommateurs réguliers et de nouveaux consommateurs. Il y a clairement toute une partie pour un public précarisé via les épiceries sociales. On ne sait pas quand ça va sortir. Probablement en janvier. Ça, c'est une partie. Mais ça ne va pas tout résoudre comme il n'y a qu'1,5 million pour toute la population.

De notre côté, on a une journée de réseautage, que l'on fait chaque année. Ce sera en février. On va l'axer fortement sur la consommation. Comment répondre aux bio-sceptiques ? Comment améliorer sa communication autour du bio ? Si chaque producteur sait mieux parler du bio, il saura mieux le vendre. On va vraiment jouer là-dessus et montrer que l'on est un secteur résilient. Il faut se serrer les coudes et travailler ensemble.

Au niveau des acteurs publics, est-ce qu'il est prévu d'augmenter la part des marchés publics pour le bio. Ex dans les cantines, les collectivités ?

Souvent, dans les plans stratégiques de la Région wallonne, il y a quand même toujours un avantage d'être en bio. Je pense que dans les marchés publics, actuellement, dans les cantines, ils ont des subsides. Ils sont en phase test mais ils veulent développer un subside pour les cantines s'ils achètent des produits locaux et un supplément si c'est bio. Ça, c'est en cours.

Ce sont des petites choses mais la Région wallonne rappelle qu'ils ont un plan stratégique pour le bio et essaie de le faire avancer avec des projets à gauche et à droite. Ce n'est pas toujours simple.

J'ai l'impression que les acteurs publics n'osent pas actuellement frontalement aller contre le conventionnel. Il y a un soutien au bio mais il y a comme une réticence de vraiment assumer de promouvoir le bio. Est-ce le cas ?

C'est totalement vrai. C'est bien résumé. Je pense que c'est lié au fait que le ministre de l'Agriculture sait que son électorat est majoritairement pro-conventionnel. Il n'ose jamais dire quelque chose pour le bio. C'est très évident alors qu'avant, on avait des ministres CDH qui soutenaient beaucoup plus ouvertement le bio. Ex. Carlo Di Antonio puis René Collin. C'est beaucoup plus difficile de faire dire quelque chose pro bio au ministre actuel.

La ministre de l'Environnement Céline Tellier rencontre des tensions avec le cabinet Borsus. Elle n'ose pas trop aller sur ses plates-bandes.

Et en général les politiques n'osent pas trop insister dans une période de crise... Comme c'est plus cher, va-t-on oser soutenir un secteur comme ça alors que les citoyens ont du mal à payer leurs factures ?

Déjà tous avaient du mal avant à soutenir le bio ouvertement, car même si on a maintenant 12 % des fermes en bio, on a 88 % en conventionnel. Il y a des syndicats très forts en conventionnel, peut-être encore plus en Flandre. Donc ils ont encore beaucoup de poids. Il y a encore des anti-bio très forts, qui ont parfois des moyens de pression que l'on sous-estime. Et donc aucun n'ose prendre cela de front.

Par exemple, nous on ne le savait pas, Nature & Progrès avait fait une campagne sur les abeilles³. Les radios ont reçu des plaintes disant que c'est scandaleux pour le sucre de betterave donc les radios ont retiré les publicités. Parfois, on ne se rend pas compte du lobbying du conventionnel... (souvent caché). Tant que le secteur bio était petit, il n'embêtait pas grand monde mais plus il se développe plus il embête les conventionnels...

Peut-être qu'on ose plus assumer le bio et aussi l'agroécologie à Bruxelles. C'est un peu plus facile. Comme ils n'ont pas d'agriculture, ils ont plus de facilité à l'affirmer. Ils ne se mettent pas leur électorat à dos.

³ Plus d'informations sur la page dédiée sur le site de Nature & Progrès : <https://www.natpro.be/plan-bee-le-miel-est-il-une-alternative-au-sucre-de-betterave/>

On ne peut donc pas espérer à court/moyen terme que les acteurs publics prennent davantage de mesures contre le conventionnel par ex. pour que leurs prix reflètent davantage l'impact environnemental de leurs produits ?

Ça pourrait. En tout cas, nous, on attend un changement politique. En espérant qu'en 2024, selon le ministre qui suivra, les choses pourront changer. Avec le ministre actuel, on n'espère rien. Après, à voir... Ce qui pourrait être notre force à *moyen* terme, c'est que le conventionnel devienne impayable vu le prix des engrais chimiques qui a triplé alors qu'en bio les engrais organiques n'ont augmenté que de 30 %. Les pesticides, pareil. Ils ont besoin de beaucoup d'énergie, qui coûte très cher. Peut-être qu'à moyen terme le prix du bio va être moins cher car il est beaucoup plus autonome et n'est pas sur des marchés mondiaux.

Les céréales bio ont moins progressé. C'est un problème pour le producteur, mais moins pour le consommateur. Les prix des pains bio a beaucoup moins augmenté que le prix des pains conventionnels. C'est parce qu'on n'est pas sur un marché mondial avec des prix cotés en bourse. La guerre en Ukraine monte artificiellement les prix. Il faut savoir que ce ne sont jamais des prix réels suite à un problème de stockage. En février, les stocks étaient les mêmes, qu'il y ait une guerre ou non, mais les prix ont augmenté. Tout ça peut faire dire que petit à petit le bio peut progresser.

Avec le réchauffement climatique aussi, l'agriculture bio est plus résiliente. Elle sera peut-être plus à même de répondre, d'avoir de meilleurs rendements,... La stratégie politique va peut-être changer parce qu'on veut de la résilience et on en aura plus dans le secteur bio.

Ce sont des choix politiques. On l'a déjà dit : le politique pourrait décider de mettre 0 % de TVA sur le bio. Il y a des pistes mais il faut un choix politique clair et pour l'instant, ils ne l'assument pas vraiment. Ils veulent 30 % de bio. On leur a dit qu'il faut alors aussi 30 % de consommation bio et ce gap est très difficile à résorber. Mon chef demande aux cabinets : à qui voulez-vous vendre ces 30 % ? Nous, on ne sait pas développer 30 % de production si on n'a pas la consommation derrière.

On nous parle de l'export, mais c'est pareil : il faut trouver des consommateurs prêts à acheter. Et plus c'est relocalisable, plus c'est pérenne. Il peut y avoir une fois un intérêt pour du lait bio à l'étranger mais après, tout le monde va essayer de relocaliser ses marchés, surtout actuellement. Pour nous, ça doit être acheté par les Wallons et les Bruxellois (forte demande et peu de terres).

(...)

Certains n'osent pas rentrer dans les magasins bio parce qu'ils se disent « c'est trop bobo ». Je pense qu'il y a vraiment quelque chose à changer sur le plan psychologique. Et dire que non, ce n'est pas forcément plus cher. Comme il y a moins de produits transformés et il y a moins de choix tout court donc on dépense moins. Je n'y vais presque plus mais quand je vais dans la grande distribution je suis effarée par le choix, les propositions en magasin. Je pense que c'est très dur de ne pas craquer. Le prix de ce pour quoi on craque, on peut largement le remettre pour payer le supplément des produits bio. Il y a du travail pour changer les mentalités...

Entretien avec A. Wyns de Bionaturels

Le 25/11/22 par téléphone

Pouvez-vous m'indiquer en quelques mots en quoi consiste votre travail de responsable des ventes chez Bionaturels ?

Je suis la responsable commerciale. Je suis là depuis 2 ans. Avant ça, j'ai travaillé dans le secteur du tourisme.

Avez-vous enregistré une baisse des ventes chez Bionaturels et dans quelle mesure cela vous a-t-il impacté, vous et vos partenaires ?

Il faut savoir que Bionaturels est actuellement en décroissance. Cela fait 8 ans que la société existe. C'est la première année que nous sommes en décroissance. Il s'agit d'une décroissance à 2 chiffres. Mais par rapport au reste du marché, on se porte bien en tant que distributeur, car le marché en Belgique avoisine entre -25 voire -30 % de chiffre d'affaires, ce qui est énorme.

Pour nous, ça a été difficile parce qu'on a déménagé dans un entrepôt plus grand, bien avant la crise économique et bien avant la guerre en Ukraine. On ne pouvait pas savoir. Pourquoi a-t-on déménagé ? Parce qu'on avait besoin de plus de place, car, pendant le covid, ça fonctionnait très bien. On était dans une surcroissance.

La guerre en Ukraine et la crise énergétique combinées ont donc généré une décroissance au niveau de nos clients. Comme nous livrons des chaînes et des indépendants, en tant que distributeur, on ne peut continuer à vivre que grâce à la dynamique de nos clients : si eux sont en décroissance, nous aussi. Mais notre force à nous, c'est que l'on a un ADN de produits grecs principalement, qui fait que l'on n'a pas un panier commun avec d'autres fournisseurs. Ça veut dire que beaucoup de nos clients sont obligés d'acheter chez nous parce que l'on ne peut pas retrouver nos produits ailleurs.

Ce n'est pas le cas de la concurrence, qui revend beaucoup de produits que l'on retrouve chez d'autres distributeurs. Un client peut très bien arrêter avec un distributeur parce qu'il a la possibilité de se constituer un panier complet auprès d'un seul distributeur.

Souvent, ce qui est difficile pour les indépendants et les petits indépendants, c'est le « franco⁴ », qui est entre 350 et 400 euros, voire 500 euros et pour eux c'est parfois très difficile à atteindre, avec le trafic client actuel.

Pour nous, ça a été difficile parce que nos coûts fixes ont augmenté de manière drastique alors qu'il y avait une décroissance. Notre solution a été (et ça a été la solution de quasi tout le monde) de réduire les coûts fixes :

- Au niveau de la masse salariale, nous sommes passés d'une vingtaine à une douzaine d'employés ;

⁴ Définition : « Livraison sans frais pour le destinataire ». Source : Larousse. Franco. Dans *Dictionnaire de français*. Récupéré le 26/11/2022 de <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/franco/35052>.

- Au niveau du planning de livraison, le coût du carburant ayant explosé, on ne pouvait plus se permettre de faire 5 livraisons différentes dans une même région ; on est donc passés de 5 à 3 livraisons par semaine ;
- Au niveau de nos locaux, nous en avons sous-loué une partie (transformée en bureaux), notre entrepôt étant devenu trop grand ;
- Au niveau des achats, nous avons fait attention aux fournitures administratives ;
- Au niveau des contrats avec nos fournisseurs, nous les avons revus, pour les produits secs. Par exemple, il y a un MOQ (*minimum order quantity*). Avec certains fournisseurs, on est obligés de commander une palette complète pour certains produits. On a revu cela avec certains fournisseurs parce que quand on achète une palette, on doit vendre le contenu de celle-ci avant une certaine date (correspondant au délai de paiement que nous avons avec eux), par ex. dans les 60 jours. Dans le cas contraire, notre trésorerie en prend un coup. On a quand même 40 % de notre chiffre d'affaires qui provient du vrac et pour le vrac, on doit souvent passer par des palettes et du tonnage qui est assez élevé.

Voilà un peu les clés et les outils pour pouvoir faire face à cette décroissance. Nous nous attendons à ce que cela s'accroisse encore en 2023. Cela ne fait que commencer.

Y a-t-il des produits plus impactés que d'autres ex. produits à la base déjà plus onéreux ?

Dans le bio, là où le Belge est encore assez fidèle, c'est pour les fruits et légumes. C'est indéniable. Quand on pense bio, on pense fruits et légumes. Par contre, cela concerne moins la viande (mais ça ne nous concerne pas car nous n'en vendons pas). Il y a une chute vertigineuse au niveau de la viande bio pour le moment.

Là où ça fonctionne encore assez bien c'est tout ce qui est produits de base : riz, pâtes,.... Ce qui est en décroissance, ce sont plutôt les produits de niche ex. kombucha,... Ce sont des produits qu'on n'utilise pas dans son panier quotidien.

Vous confirmez donc que c'est la 1^{re} fois que vous enregistrez un ralentissement depuis la création de votre société ?

Oui, chez Bionaturels, on a toujours été en forte croissance. C'est la première année où cela nous arrive. On peut aller plus loin que cela : le bio, c'est la première fois qu'il vit une crise. C'est pour cela que c'est particulier, c'est nouveau pour le secteur.

À quoi attribuez-vous la situation actuelle ? Est-ce lié à un manque de soutien des acteurs publics ?

Oui et non. Je trouve qu'en Wallonie, plus qu'à Bruxelles (je ne connais pas très bien la Région flamande), il y a eu un réel soutien. Par contre, depuis 1 an-1 an et demi, il y eu énormément d'efforts pour développer le local. On a moins parlé des produits bio. Le consommateur donne maintenant la priorité aux produits locaux plutôt qu'aux produits bio. Le bio est passé en 4^e ou 5^e position par rapport à ses critères d'achat.

Qu'est-ce qui pourrait permettre au secteur bio de rebondir selon vous ?

Le gouvernement. Ce qui est dommage, selon moi, c'est que tout un travail de fond a été fait pour expliquer l'intérêt de manger bio et local. Lors du COVID, il y a eu cette compréhension chez le consommateur du fait que les gens ont eu le temps de faire les courses, d'aller découvrir des petits magasins, des magasins bio et des producteurs locaux. Ils se sont rendu compte que c'était bon pour la santé, bon pour l'économie locale et bon pour les générations futures.

La crise économique qui est occupée à se dérouler pour le moment est en train de tout détruire d'un coup de « baguette magique ». On ne peut pas en vouloir au consommateur. Il est dans une ambiance anxieuse par les médias, parce que son portefeuille a drastiquement diminué. Et quand le Belge n'a plus d'argent, il ne fait pas d'économies au niveau des frais de téléphone ou des vacances, de ses plaisirs, il fait des économies au niveau de ses courses. On constate aujourd'hui que toutes les bonnes habitudes prises ont basculé très rapidement.

Pourquoi ? Parce qu'il n'y a pas eu assez d'ancrage des nouvelles habitudes en matière de produits bio et locaux par rapport aux produits industriels, conventionnels. Le consommateur est allé voir chez Lidl, Aldi, Colruyt, ... Ceux-ci sont hyper doués en marketing : ils affirment être les moins chers (alors que ce n'est pas toujours le cas). La ménagère moyenne n'a pas le temps pour se rendre compte que le bio n'est pas si cher que ça, pour penser plus loin par rapport à sa santé et celle de sa famille. Elle va au plus urgent et au moins cher a priori donc elle retourne vers le conventionnel.

Le gouvernement doit aider la population, notamment via les chèques-repas, par exemple en exigeant que 20 % soient utilisés pour des produits bio. Cela peut aider le consommateur à faibles revenus à avoir accès au bio aussi. Mais on n'y pense pas du tout.

Cela fait écho à un projet français de chèques alimentaires pour des produits bio pour les ménages plus modestes...

Si quelque chose comme cela se met en place chez nous, j'espère que ça sera facile, car on a tendance à mettre des choses en place qui sont complexes. Les familles précarisées n'ont pas toujours les moyens à disposition (ex. accessibilité internet) et ne peuvent donc parfois pas en profiter.

Que pensez-vous des campagnes de communication sur l'intérêt de consommer bio ?

C'est une très bonne chose et il faut continuer à le faire, car, encore maintenant, le consommateur tend à croire que c'est « tendance de manger bio » alors que pas du tout. Il faut réexpliquer au consommateur que c'est essentiel. C'est comme la campagne contre le cancer. S'il n'y avait pas des campagnes sur les grains de beauté, nous n'irions pas chez le dermatologue et il y aurait probablement encore plus de cancers. C'est la même chose pour le bio.

Une mesure parfois avancée est celle de réduire la TVA sur les produits bio pour les rendre plus accessibles à tous. Qu'en pensez-vous ?

Je ne pense pas que ce soit réaliste d'espérer cela. C'est peut-être faisable à court terme mais ni à moyen ni à long terme. Faisons déjà en sorte que le bio soit égal au conventionnel.

En tant que responsable Bionaturels, êtes-vous inquiète pour l'avenir du bio ?

Ça va être très difficile. On sait bien qu'il va y avoir des faillites, des restructurations du personnel auprès des chaînes bio. On l'entend et on le voit déjà. Il y en a qui vont faire le dos rond pour passer le cap de 2023. Je pense que même 2024 sera encore impactée. Il faudra bien deux ans pour se relever.

Mail et bref entretien téléphonique avec J. Wathieu de Lidl

Mail reçu le 28/11/22

Voici une réponse générale relative à notre assortiment bio.

Actuellement, nous constatons que nos clients mettent principalement l'accent sur les prix et non plus sur la durabilité des produits.

Nous proposons une centaine de références et nous sommes satisfaits de la diversité de cet assortiment. Chaque année, en fonction du marché, nous tentons d'élargir cette gamme par l'intégration de quelques nouveaux produits.

Appel téléphonique le 28/11/22

Avez-vous observé des tendances de stagnation et/ou baisse des ventes de produits bio ces derniers mois depuis fin 2021 dans vos magasins ?

- Effectivement, les comportements des consommateurs ont évolué. Là où les produits bio rencontraient encore un certain intérêt auparavant, les consommateurs se concentrent ces derniers mois sur les produits les moins chers.

À votre connaissance, est-ce qu'une baisse des produits bio s'est déjà produite par le passé ?

- Cela semble être aussi la première fois depuis ces dernières années que cela baisse.

Dans quelle mesure est-ce que la baisse de la demande actuelle est-elle à mettre en lien avec l'essor des produits bio/locaux en 2020 selon vous ?

- En 2020, les magasins Lidl ont aussi ressenti l'effet COVID. Les inquiétudes liées à santé ont donné lieu à une augmentation relative notamment pour les fruits et légumes (20 à 30 % d'augmentation pour le bio).

Pouvez-vous m'en dire plus sur les tendances actuelles dans vos magasins ?

- 2 clients sur 3 aujourd'hui optent pour les produits en promotion pour avoir les prix les plus avantageux possibles. Les consommateurs privilégient les produits essentiels.

- 9 produits sur 10 achetés en magasin sont des produits de marque propre Lidl.

Ils ne souhaitent pas en dire plus car les chiffres sont considérés comme trop sensibles.

.....

Entretien avec S. Stambouli de Carrefour

Le 28/11/2022 par téléphone

Avez-vous observé des tendances de stagnation et/ou baisse des ventes de produits bio ces derniers mois depuis fin 2021 dans vos magasins ? Si oui, dans quelle mesure ? Comment avez-vous été impactés ? Les produits alimentaires non bio sont-ils impactés de la même manière par la situation économique actuelle ?

Les ventes évoluent avec la crise, effectivement, mais les produits de la marque propre Carrefour bio se portent plutôt bien. En 2018, Carrefour a lancé Act for Food avec des engagements pour devenir la marque bio la moins chère de Belgique et continue à s'y tenir. La marque propre prend de l'ampleur. Ce n'est pas le cas des marques bio nationales, qui se portent moins bien. 40 % des ventes Carrefour sont pour des produits de marque propre. Début novembre, Carrefour a annoncé un nouveau plan stratégique, qui implique de relever encore la barre pour la marque propre (50 %). La force est la qualité et le prix bas.

Globalement, nous nous portons bien. Carrefour bio est stable, pas en baisse. Les marques nationales, non (mais je ne peux pas en dire plus). Celles-ci sont plus chères et le consommateur n'a pas forcément le pouvoir d'achat permettant de continuer à les acheter. C'est plus compliqué pour les personnes avec moins de moyens, avec une facture énergétique qui grimpe.

À votre connaissance, est-ce qu'une baisse des produits bio s'est déjà produite par le passé ? Dans quelle mesure est-ce que la baisse de la demande actuelle est-elle à mettre en lien avec l'essor des produits bio/locaux en 2020 selon vous ?

Pendant la période COVID, les tendances étaient incroyables. Les ménages étaient confinés, ils n'avaient plus d'argent à mettre dans les loisirs ou les vacances. Celui-ci a donc été mis dans la maison et donc l'alimentation. Les consommateurs ont acheté plus de produits plaisir/qualité/bio et locaux. La promotion de la transition alimentaire rencontrait de l'intérêt à l'époque. Les consommateurs faisaient plus attention, ils avaient plus de temps pour réfléchir, consommer « low », cuisiner, choisir les produits. Temporairement, ils n'étaient plus dans la course du quotidien.

Entretemps, la part du budget dédiée à l'alimentaire s'est rééquilibrée. Depuis la fin du confinement, des mesures COVID, l'arrivée de l'été 2021 au cours duquel les gens ont pu repartir en vacances, les consommateurs tendent à délaisser ces produits. Après, la crise est arrivée. Au niveau belge, les ménages dépensent 14 % de leurs revenus dans l'alimentation. Ça n'a jamais été aussi bas. C'est la preuve que c'est difficile actuellement avec les coûts énergie, etc.

À quoi attribuez-vous la situation actuelle ? Est-ce lié à un manque de soutien des acteurs publics ?

Le prix des matières premières augmente depuis le début de l'année. Il y a la crise en Ukraine, la crise énergétique. Tout ça implique une hausse des prix. Forcément, ça touche aussi les fournisseurs avec qui Carrefour collabore. Dans un premier temps, nous avons réduit la marge pour ne pas répercuter sur le prix en magasin. Mais nous avons dû augmenter pour rester rentables. Ce n'est pas notre décision. Nous n'avons pas trop le choix. Nous sommes le dernier maillon de la chaîne en tant que distributeur. Toute la chaîne est impactée.

À un moment, on a beaucoup parlé du blé et de la farine dans les médias. Cela a créé des fausses pénuries. On a vu des consommateurs acheter des quantités 10x plus grandes de ces produits car ils avaient peur de manquer notamment d'huile de tournesol et de farine. Forcément, cet affolement donne l'impression d'une pénurie mais il n'y en a pas eu.

Restez-vous convaincus de l'intérêt de mettre en avant et faire progresser les produits bio chez Carrefour malgré le contexte actuel ?

Nous avons fixé des objectifs pour 2026. Carrefour est présent dans 33 pays. Nous nous rendons compte que nous pouvons avoir beaucoup d'impact dans la transition des systèmes alimentaires. Nous voulons continuer nos engagements pour le bio et la durabilité. Nous restons convaincus que l'on ne peut pas mettre la planète entre parenthèses et que nous avons un grand rôle en tant que grand groupe. Ce n'est pas toujours évident de promouvoir cela auprès du consommateur.

Nous avons des exigences strictes vis-à-vis de fournisseurs en matière d'empreinte carbone. Les fournisseurs qui ne les respectent pas sont déréférencés de l'assortiment. Nous estimons que nous avons un rôle pour « éduquer le marché ».

Nous souhaitons soutenir à la fois les produits bio et les produits locaux. Ceux-ci vont de pair dans la démarche « positive » pour l'environnement et la santé.

Qu'est-ce qui pourrait permettre au secteur bio de rebondir selon vous ?

Selon moi, la demande est supérieure à l'offre. Si on veut du bio, bon et local, du bio belge, il faut plus de production bio en Belgique. Des produits de ferme, de la viande, des œufs, ... Comme il n'y en a pas assez en Belgique, il faut aller plus loin chercher les produits. Nous ne demandons que cela d'acheter en Belgique. Nous allons aussi près que possible et donc aussi loin que nécessaire. Il faut savoir que la banane est le fruit le plus vendu en Belgique. C'est un paradoxe car ce n'est pas du tout local.

Pour augmenter le bio, il faut plus de production bio en Belgique. On est en train de déconstruire le modèle précédent reposant sur le recours à beaucoup de pesticides pour une agriculture plus raisonnée, voire plus durable. Il y a une transformation à réaliser de l'agriculture belge vers l'agriculture bio mais les conversions prennent du temps. Celles-ci doivent être accompagnées par l'acteur public. Cela prend du temps à être rentables mais ils le sont après.

Il faut éduquer davantage, penser à long terme. La volonté de mieux manger est aussi un choix. Personnellement, je ne mange que bio. Je suis d'autant plus convaincue depuis que je suis devenue maman. Je ressens une responsabilité vis-à-vis de mon enfant et de l'environnement.

On doit faire en sorte que le bio soit plus accessible via l'éducation/la sensibilisation. Notre génération est plus au courant de ces enjeux, des conséquences des pesticides, ... Manger bio est un bon moyen de se préserver soi et la planète.

Mais beaucoup de gens n'ont pas accès à ces connaissances. Cela semble être évident pour beaucoup d'universitaires mais ce n'est pas le cas pour tout le monde. Qui doit assumer ce rôle d'éducation/sensibilisation selon vous ?

Tout le monde a un rôle à jouer et doit participer via ses propres canaux aux objectifs communs. Aussi les acteurs de la distribution. Dans le Carrefour Food Magazine, nous partageons des recettes saines à petits prix. 5 repas à 50 euros pour toute la famille.

Nous ne souhaitons pas renoncer à nos engagements mais il y a ce challenge actuellement de l'inflation. Nous ne voulons pas pour autant négliger nos valeurs. Ex. du Qatar et du bracelet « one love » : nous

assumons être contre la politique de la Fifa. Il faut faire avec la crise, même si le contexte est plus compliqué. Il y aura toujours quelque chose de toute façon (COVID, Ukraine, crise de l'énergie,...).

Nous sommes persuadés que nous avons un grand rôle à jouer. Nous sommes présents dans 33 pays, nous avons chaque jour 700 000 clients dans nos 800 magasins (presque à tous les coins de rue).

Cela fait de nous le distributeur belge avec le plus de magasins. Donc nous avons un impact énorme.

Nous communiquons beaucoup via différents canaux pour rappeler qu'il faut faire les bons choix alimentaires. Nous estimons que nous devons aussi faire notre part, pas juste les consommateurs. Par ex. via les exigences strictes auprès des fournisseurs. Nous sommes actifs pour l'alimentation saine depuis 20 ans. Nous faisons beaucoup de choses tous les jours, pas toujours très visibles de l'extérieur. Nous restons optimistes pour l'avenir.

M. Gersdorff est directeur général de Carrefour Belgique depuis juin 2022. Ce n'est pas toujours évident mais il est très enthousiaste. C'est important pour lui de ne pas déroger aux valeurs en temps de crise. Nous sommes convaincus qu'il est possible d'aller dans la bonne direction.

Entretien avec L. Lewalle du réseau des GASAP

Le 29/11/22 par téléphone

- En quoi consiste la mission de coordination du réseau des GASAP ?

C'est très diversifié. Ça va d'acheter du papier toilette à rencontrer des ministres. Il y a aussi tout ce qui est gestion administrative liée au statut d'asbl, la comptabilité et la gestion financière, aller chercher des financements, assurer le rapportage,...et aussi de la gestion d'équipe.

- Comment ont évolué vos groupes de mangeurs depuis fin 2021 ? Avez-vous enregistré une baisse ?

C'est difficile de répondre à cette question. C'est globalement stable mais je n'ai pas de chiffres exacts. Globalement, on remarque que ce n'est quand même pas la même chose que dans les autres canaux de distribution. Le fait de devoir s'engager sur la durée, au moins 1 an, aide à fidéliser. On ne change pas comme ça. Cela aide à ancrer de bonnes habitudes.

J'ai en tête l'exemple d'un producteur qui livrait plusieurs groupes de mangeurs. Il a arrêté. Les gens auraient pu se dire « on arrête alors » mais ils sont restés et ont été approvisionnés par d'autres (certains producteurs n'aiment pas trop donner à d'autres des groupes car ils ont investi la relation, ont dynamisé et fidélisé le groupe, etc. ; c'est le fruit de leur travail). Autre exemple d'un producteur qui a reçu un frigo financé par les mangeurs. Ils ont trouvé un système. Il le remplit 4x/jour et a des revenus grâce à cela (une petite marge va à celui/ceux qui ont acheté le frigo). Il a de bons revenus grâce à cela, presque plus qu'avec le système GASAP classique.

Nous avons parfois quelques informations via la plateforme que certains groupes utilisent pour passer commandes mais ce n'est pas vraiment une source exhaustive, fiable pour dire si ça évolue ou pas. Il semble qu'il y a du roulement mais cela reste assez stable globalement.

Il y a eu une étude de l'IGEAT (l'année passée) sur qui sont les mangeurs GASAP (quels profils). Une infographie a été produite dans ce cadre. On a demandé aussi s'ils comptaient rester l'année suivante. Ils ont répondu à 70 % « oui, c'est sûr », 25 % « probablement, je vais rester » et 7 % « je vais partir ». Très peu semblent vouloir partir. Cela montre que c'est globalement stable. Cela aide d'avoir un abonnement à l'année. Cela permet d'ancrer les habitudes. C'est beaucoup moins volatile que l'acte ponctuel d'aller faire ses courses au supermarché.

À côté de ça, certains producteurs disent qu'ils ont 50 à 60 % de rotation. Cela paraît beaucoup. La réponse est peut-être quelque part entre les deux ?

Nous avons le « GASAP on tour » 4 fois par an. Le chiffre d'affaires reste le même mais peut-être qu'il vaut mieux faire attention avant de tirer trop vite des conclusions. Cela reste quelque chose qui touche des gens convaincus.

Comment comparez-vous la situation actuelle à la crise COVID ? Comment c'était en 2020 ? Voyez-vous un lien entre les deux ?

Clairement, il y a eu un boom à ce moment-là. Des groupes ont demandé à être affichés comme complets sur le site tellement ils avaient des demandes, ce qui est rare.

Quelles observations avez-vous pu faire auprès des producteurs bio avec qui vous travaillez ? Comment s'en sortent-ils ? Les producteurs vous rapportent-ils une baisse de leurs revenus et comment gèrent-ils cette situation ? Y a-t-il des filières plus impactées que d'autres ?

Il n'y a pas que la fin de la crise COVID qui a fait que les gens ont délaissé certains producteurs. Certains gèrent moins bien aussi la relation. Il y en a qui gèrent très bien, comme un business, en faisant attention à ce qu'ils doivent planter, à bien gérer leur budget, etc. Ceux qui sont bien organisés et investissent dans la relation avec les mangeurs s'en sortent mieux. Ils inspirent la confiance et garantissent la stabilité. Ça rassure. D'autres sont plus artistiques et changent d'avis comme de chemise. Ça n'aide pas. Les points de vente ne savent plus alors que « ce producteur est une bonne référence pour les pommes de terre. » Ça n'aide pas à fidéliser.

Pour les éleveurs, c'est compliqué. De 16 euros du kilo, on est passés à 20 pour une viande que j'ai l'habitude d'acheter (je n'achète que bio). On croit qu'en grande surface, c'est toujours moins cher mais pas forcément. Dans le secteur de la viande, c'est un peu la catastrophe. Ils sont un peu mal pris, car leur clientèle mange moins de viande comme elle est plus chère, les coûts en abattoir ont augmenté, les autres frais (énergie, alimentation des animaux, etc.) ont augmenté aussi. Donc ils perdent sur tous les fronts. Pour des gens comme nous, qui consommons déjà bio, on peut encore suivre, on ne change pas nos habitudes si fort mais pour le consommateur lambda, c'est trop cher.

À quoi attribuez-vous le ralentissement actuel des ventes bio en Belgique ? Y a-t-il eu des erreurs stratégiques dans le secteur ? Est-ce plutôt dû à un soutien insuffisant des pouvoirs publics ?

Le secteur bio a prouvé ce qu'il avait à prouver depuis les années 70. Ce n'est pas à lui à réexpliquer en quoi il est bénéfique. Il n'a tout simplement pas les moyens. Il n'a rien de plus à prouver. C'est aux politiques à les soutenir à présent, malgré les contraintes systémiques.

Qu'est-ce qui devrait être mis en place selon vous pour permettre au secteur bio belge de rebondir ?

C'est au monde politique d'agir, de prendre ses responsabilités. Clairement, le pouvoir d'achat est central. Il faut lever les freins économiques pour que le bio reste le plus accessible. Des solutions existent ex. réduire la TVA pour produits locaux/bio ou taxer les importations mais ce n'est pas fait. Ce n'est pas envisageable par les politiques ont peur de perdre leur électorat. Même ceux qui n'ont pas peur de « sauter » ne le font pas car ils sont tenus par le système : ça ne passerait pas. Même les politiques ne savent pas comment faire.

Clairement, il faut mieux communiquer. Le secteur bio n'a pas les mêmes budgets de communication que les grandes chaînes qui martèlent leurs messages partout. Les médias publicitaires qui sont partout influencent les consommateurs qui voient cela en permanence. Ex. avec le fromage Leerdammer coupé en tranches dans les abribus. Si on voyait partout la ferme de Jambjoûle, nous serions tous en train de chercher comment consommer ses produits.

Le problème c'est que le politique (j'ai de l'empathie pour eux) est face à un gros déséquilibre avec les acteurs commerciaux, qui ont pris tellement de place et ont beaucoup plus de moyens. Il y a le système global dont il est difficile de s'extraire, comme l'illustre l'exemple du TTIP et P. Magnette qui s'y était un moment opposé. Il a finalement dit ne pas avoir le choix que d'accepter.

Le cabinet Maron soutient les GASAP. Nous l'avons interpellé par rapport à la communication mais on nous a répondu : « ça dépend du fédéral ; si le fédéral n'agit pas, il n'y a rien qui avance. » « Oui, mais vous faites partie de coalition », ce à quoi ils ont répondu : « En fait, c'est compliqué, on n'a pas tellement d'influence ». Le système fait aussi que les politiques n'ont pas les moyens pour agir.

Face à cela, comment voulez-vous être visibles face à des grandes chaînes qui ont des sommes faramineuses à dépenser dans la communication ? J'ai entendu parler du coût d'une publicité dans Koh Lanta de 60 secondes : 120 000 euros. C'est le budget annuel d'une asbl comme les GASAP. Face à cela, le secteur bio ne fait tout simplement pas le poids. C'est un problème systémique.

Il y a aussi l'exemple de Cyril Hanouna et Bolloré. M. Hanouna est payé des sommes énormes pour dire ce qu'il veut. Il est payé par des médias qui font beaucoup de pub qui influencent les consommateurs. Ils ont énormément de moyens à côté d'autres qui contribuent à la société. Cela illustre les verrouillages dans la société. Ce n'est pas normal. Et contrairement à ces acteurs, si un producteur fait une erreur, il risque de mettre la clé sous la porte alors que les employés ont droit à des essais-erreurs. Même si on fait des erreurs, on continue à percevoir notre salaire.

Il y a beaucoup de choses aberrantes ex. importer et exporter du lait. C'est lié au poids des lobbies qui convainquent de la nécessité d'importer du lait en poudre car ce serait indispensable en cas de pénurie.

Comment voyez-vous l'avenir?

Je suis pessimiste. On va droit dans le mur pour tous les aspects de la transition mobilité, égalité, diversité, alimentation, etc. La transition ne va pas se faire ou trop tard. Il faut faire changer le système

mais il y a beaucoup de mécanismes de verrouillage en place. Je décide malgré tout de rester dans la militance et l'action car sinon il y aurait de quoi baisser les bras.

Entretien avec Y. Vandevoorde de la FUGEA

Le 1/12/22 par téléphone

Pouvez-vous m'indiquer en quelques mots en quoi consiste votre travail de coordinateur politique et services à la FUGEA ?

En résumé, j'organise les équipes et réparties les tâches assumées par notre syndicat. J'organise également les services proposés aux agriculteurs. Je fais en sorte que tout se passe bien.

Quelles sont les principales tendances que vous avez pu observer ces derniers mois chez les producteurs et transformateurs que vous représentez. Quels sont les principaux impacts observés suite à la baisse du pouvoir d'achat, la montée des prix de l'énergie, etc. ?

À l'heure actuelle, il est compliqué d'identifier des tendances claires et précises sur les impacts réels car les chiffres ne sont pas encore sortis. On a une vue sur 2021 mais la hausse des prix de l'énergie et l'augmentation des intrants est arrivée en fin d'année et s'est poursuivie en 2022 donc... Maintenant, on voit bien des impacts sur le terrain. On voit bien que les acteurs essaient de diminuer les coûts. Heureusement, il y a eu une augmentation des prix de certains produits, comme le lait, la viande et les céréales. Cela permet de réduire quelque peu les impacts. Le danger est que si maintenant les prix diminuent, ce sera catastrophique.

Au niveau des stratégies mises en œuvre, il s'agit de principalement d'optimiser les coûts, réduire la facture d'énergie ?

Les plus impactés sont souvent ceux qui font de la vente directe, car ils ont besoin de frigos, de comptoirs,... et ils ne savent pas diminuer ces coûts s'ils veulent continuer à vendre leurs produits à la ferme.

Au niveau des filières, y a-t-il des filières plus impactées que d'autres ?

L'élevage est en difficulté depuis 15 ans. Est-ce qu'il est plus impacté que les autres, cela dépend du type d'élevage et comment on valorise ses produits. À la FUGEA, nous avons toujours prôné pour l'autonomie fourragère, c'est-à-dire que les producteurs produisent eux-mêmes leur alimentation. Cela évite de subir les prix élevés des produits importés (soja, etc.). Les producteurs intensifs ont des coûts plus élevés que les autres parce qu'ils ne produisent pas leur alimentation.

Les agriculteurs bio sont-ils plus en difficulté que les agriculteurs conventionnels ?

Il y a des nuances des deux côtés : il y a des producteurs bio qui s'en sortent bien, d'autres pas. En agriculture conventionnelle aussi donc ce n'est pas noir ou blanc. Le produit bio aujourd'hui est valorisé sur un marché local et les acteurs de la filière ne font pas monter le prix par rapport au prix mondial. Aujourd'hui, le prix mondial est plus élevé que le prix bio local. Donc les acteurs du bio qui produisent avec plus de contraintes, ça leur coûte plus cher et ils sont payés moins chers que quelqu'un qui va sur le marché mondial avec du lait sans qualité différenciée, sans être bio. C'est là qu'est le problème. Ça,

ce sont les acteurs locaux qui ne veulent pas monter le prix. D'où les difficultés rapportées. Certains producteurs dans la filière du lait disent « je vais repasser en conventionnel puisque le prix du lait rémunère mieux ». Maintenant, cela peut changer. Le bio pourrait demain redevenir plus rentable si le prix sur le marché mondial diminue.

Ceci dépend des acteurs de la filière. Ce sont notamment les grands magasins qui ne veulent pas monter le prix alors qu'ils devraient. C'est eux qui prennent une marge. Pour le consommateur, le produit bio est plus cher. Cela veut dire que les grands magasins prennent une très grande marge sur le bio sans rémunérer les producteurs au prix juste.

Avez-vous l'impression que l'acteur public ne joue peut-être pas suffisamment son rôle pour favoriser la transition des systèmes alimentaires ?

Je ne pense pas qu'on puisse dire ça. Nous sommes le seul pays où il y a des aides bio qui continuent. Pendant les cinq premières années en bio, les producteurs perçoivent des aides. La ministre Tellier soutient aussi pas mal le bio et les circuits courts. Je pense que le problème vient surtout des acteurs des filières comme les grands magasins. Ce sont eux qui sont en train de tuer le bio. Le bio ne les arrange pas, car on ne sait pas le faire à l'échelle industrielle. Ce n'est pas la politique. Il ne faut pas se tromper de cible quand on dit que le bio ne va pas bien.

On entend beaucoup parler du décalage important entre les moyens de communication à disposition des grandes chaînes comparés à ceux du secteur bio....

C'est donc bien l'industrie et la grande distribution qui ont de tout autres moyens pour faire de la promotion. Tant qu'on ne résoudra pas ce problème de la course au moins cher dans les grands magasins, on aura toujours une alimentation au rabais. Cela continuera jusqu'au jour où nous aurons faim, où nous importerons tout. Les grandes chaînes auront réussi leur coup, car c'est elles qui tiendront l'ensemble de la population et du politique. C'est elles qui prendront les décisions, même politiques.

Face à ces constats, êtes-vous inquiets pour la transition des systèmes alimentaires ? Pour l'avenir du secteur bio ?

J'ai toujours été optimiste. Il y a quand même une conscience chez beaucoup de politiques et beaucoup de citoyens (même si le portefeuille joue) que l'on va devoir changer d'agriculture et évoluer vers des pratiques plus durables. La nouvelle PAC pour 2023 est vraiment orientée vers une agriculture plus durable, avec des aides pour soutenir les pratiques environnementales (agroécologiques notamment). Ceux qui ne suivront pas n'auront plus d'aides ou nettement moins. La transition va passer par là. Ça prend du temps en agriculture. Ça se compte plutôt en 20 ans.

Il faut en tout cas garder en tête qu'il faut préserver l'accès à la terre pour les agriculteurs et l'alimentation. Il faut faire attention à ne pas détourner les zones agricoles pour plein d'autres activités.

Ex. pour le renouvelable, qui prend de plus en plus de place sur les terres agricoles.

C'est le lobby du végétal qui veut mettre ça en place parce que s'ils l'ont, ils produiront du soja et des protéines végétales et ils auront la main sur l'alimentation. C'est un enjeu clé pour l'industrie car avoir

la main sur l'alimentation signifie avoir la main sur tout. Quand les gens ont faim, on peut faire ce que l'on veut.

Il faut savoir que les 30 jours sans viande il y a 2-3 ans, c'est Bonduelle qui les finançait. Paul Ariès en parle dans les ouvrages qu'il a écrits sur ce lobby.

Seriez-vous favorables à des mesures désavantageant plus frontalement les produits industriels conventionnels au profit des produits bio, plus durables ?

C'est peut-être là que le politique a un rôle à jouer. Il faut continuer à promouvoir les produits bio et locaux, dans les cantines, par exemple, dans les entreprises, etc. Pour l'instant, on propose des adjudications mais pour un repas complet. Un agriculteur ne sait pas répondre à ça puisqu'il ne vend que des produits, pas des repas complets. Les industriels peuvent répondre par contre. C'est un enjeu actuel. Je sais qu'ils y travaillent pour le moment.

L'autre enjeu c'est la politique de promotion, via l'APAQ-W. Il faut qu'ils arrêtent de travailler avec les grandes surfaces et qu'ils mettent tout leur poids, toute leur énergie, tous leurs moyens dans la promotion des produits bio et locaux et de la souveraineté alimentaire européenne. Il faut arrêter de vouloir exporter nos pommes de terre au Pérou. La promotion pour l'exportation, c'est de l'argent que l'on ne met pour promouvoir les produits locaux. Quand l'APAQ-W promeut des produits bio génériques, ils ne citent pas de marque, pas de producteur. Si 60 % vont dans les grandes surfaces et se disent « ok, je vais acheter du bio », ils achètent du bio importé, pas du bio local. Ça n'apporte rien à nos producteurs. Ce sont bien les grandes surfaces qui en profitent.

On a déjà dénoncé cela plusieurs fois. Il y a des cotisations à l'APAQ-W pour les magasins, les producteurs qui sont 100 % bio pour avoir de l'argent pour faire la promotion des produits bio mais les grands magasins ne sont pas soumis à cette cotisation puisqu'ils ne sont pas 100 % bio mais c'est eux qui profitent de la promotion. C'est vraiment quelque chose à corriger. On ne peut pas continuer à faire la promotion du bio et faire en sorte que ceux qui en profitent le plus, ce sont les grands magasins.

Entretien avec M. Fichers de Nature & Progrès

Le 1/12/22 par téléphone

Quelles tendances avez-vous pu observer au sein du secteur bio ces derniers mois en Belgique ?

Quels retours avez-vous des acteurs (notamment des producteurs) par rapport à la crise actuelle ?

Il est intéressant de prendre une perspective à long terme quand on s'intéresse au secteur bio. Il y a 50 ans d'activité derrière nous. Tout a commencé avec des initiatives personnelles de producteurs et consommateurs qui ont décidé de tourner le dos aux produits chimiques et qui ont mis en place des cahiers des charges permettant de faire tourner une ferme en se passant du chimique. C'est un cahier des charges qui permet de transformer notre système de cultures et d'élevage pour se passer des pesticides chimiques, des antibiotiques, des médicaments et autres produits de synthèse (et de leur usage en préventif) et aussi de produire dans le respect des écosystèmes. C'est bien comme cela que l'on a

toujours compris le cahier des charges. Le secteur bio est un secteur dynamique, qui a été mis en place par la rencontre entre producteurs et consommateurs qui portaient le secteur et le portent toujours.

Dans les années 90, il y a eu une protection du mot « bio » pour la production alimentaire de par le règlement européen permettant de cadrer celle-ci. Ce règlement a en fin de compte repris les cahiers des charges privés qui existaient à l'époque.

Depuis cette date-là, pour pouvoir produire d'abord des végétaux et puis, début des années 2000, faire de l'élevage bio, il faut respecter le cahier des charges et c'est contrôlé par un organisme extérieur accrédité au niveau national et régional ainsi qu'au niveau européen, avec des audits.

La 1^{re} chose à dire au niveau du bio c'est qu'en 50 ans, mises à part quelques fraudes criminelles qui ont été condamnées, c'est un secteur sûr qui respecte les cahiers des charges de façon assez exemplaire. Preuve en est, étant donné que le secteur bio s'est développé « uni contre tous » : s'il y avait eu la moindre malversation ou fraude, ça aurait fait beaucoup de bruit. Le fait que le secteur bio soit contrôlé par un organisme indépendant a garanti sa légitimité et sa qualité.

Le secteur bio s'est donc développé de façon importante dans un premier temps et puis ces dernières années quasi de façon exponentielle, notamment au niveau de la commercialisation. Quand vous parliez avec les magasins il y a 2 ans d'ici, ils vous annonçaient des chiffres de croissance à deux chiffres (+ de 10 % voire parfois 20 % par an). Il n'y a aucun secteur économique qui résiste à ces augmentations effrénées. Le tassement que l'on a connu suite à la guerre en Ukraine, je le regarde plutôt comme étant quelque chose de positif, qui va permettre de stabiliser le secteur et de le renforcer. Si on avait continué dans la course en avant de la croissance continue, ça aurait été difficile de continuer à gérer le secteur.

Qu'est-ce qui se passe depuis la guerre en Ukraine ?

La guerre en Ukraine, ce sont principalement des mouvements géopolitiques qui jouent avec les denrées alimentaires et avec l'énergie. Pour information, il y a une bourse en France dédiée aux céréales. Les personnes y jouent avec les céréales, les achètent et les revendent sans jamais voir un seul sac de froment. Ils ne font qu'acheter des titres et les revendre. L'année passée, il y a eu une journée où on a vendu en une seule journée cinq fois la production alimentaire mondiale. Ça veut dire que les gens jouent avec la production alimentaire pour se faire de l'argent.

Ce qui veut dire que l'augmentation des coûts est bien entendu provoquée par la guerre en Ukraine et celle-ci a provoqué de l'instabilité. Mais la production a continué. En fin de compte, la production n'a pas beaucoup infléchi, en tout cas pas de façon importante. Et les citoyens/consommateurs ont été devant une incertitude au niveau du prix de l'énergie. Avant la crise, le mazout de chauffage coûtait 35 cents. Il y a quelques mois, c'était 1,6 euro et maintenant il est à 1,1 euro. Ce qui veut dire que beaucoup de personnes bien entendu n'ont pas de problème à payer le surcoût du mazout en puisant dans leurs économies et en faisant des petites économies à gauche et à droite. Maintenant, pour le public précarisé, c'est une véritable catastrophe. Mais la majorité des Belges ont été moyennement impactés.

Là où ils ont été fort impactés, c'est devant l'incertitude. Le consommateur déteste cela. C'est ça qui a provoqué des tensions sur les marchés alimentaires. Dans ce cas-là, on se replie vers là où on se sent en

confiance et vers le moins cher. On a ainsi constaté le renforcement des achats alimentaires dans les grandes surfaces. Je ne crois pas que Colruyt a souffert beaucoup de la crise. On a vu également un maintien des achats au niveau des magasins en vente directe à la ferme. Là-bas, on y retrouve un lien de confiance.

Voilà où nous nous trouvons actuellement au niveau de la commercialisation dans le secteur bio.

(...) Au niveau de la production, c'est beaucoup plus complexe puisque celle-ci dépend des aléas climatiques. Nous avons eu deux années de sécheresse, une année de pluie. À voir ce qui se passera l'année prochaine. Quel est l'impact ? C'est très compliqué pour les agriculteurs : s'ils manquent de fourrage (c'est ce qui s'est passé l'année passée, et particulièrement il y a 2 ans ; un peu moins l'année avant). Ceci cause beaucoup de difficultés. Maintenant, tout ça est lissé en ce qui concerne la production laitière notamment, de par le fait que le prix du lait n'est pas mauvais actuellement et les frais de production pour un agriculteur bio, qui a une ferme qui tourne bien et est bien réfléchi, les frais de production sont nettement inférieurs aux frais de production quand on utilise des produits chimiques (dû à l'impact des engrais chimiques, qui ont augmenté de façon exponentielle).

Voilà où on en est. Où allons-nous ? Aucune idée. Personne n'a de boule de cristal. On verra. Maintenant, tout le monde est tout à fait conscient que l'on doit augmenter la résilience de la production alimentaire donc des fermes. Cette résilience passe par une diversification des productions et des créneaux de commercialisation. L'agriculteur qui compte sur 3-4 cultures pour sa ferme ne tiendra pas à terme. L'agriculteur qui cultive 6-7 cultures, élève des bêtes et vend toute ou partie de sa production en vente directe ou transforme tout ou une partie de sa production va être beaucoup plus résilient dans les années à venir. Je pense que c'est vers ça que l'on devrait aller.

Quelles seraient vos recommandations pour les acteurs publics qui voudraient faire avancer la transition des systèmes alimentaires et davantage soutenir le secteur bio ?

Il faut premièrement faire un constat important : il n'y a aucune transition alimentaire actuellement. Aucune transition agricole n'est organisée. La seule transition que l'on voit, c'est l'augmentation de la part du secteur bio.

Le secteur conventionnel est majoritairement subventionné donc un agriculteur touche plus de la moitié de ses revenus grâce à des primes et non de sa production. La nouvelle PAC ne va pas provoquer un changement des systèmes de production. On est même dans un renforcement et maintien des systèmes existants. Donc actuellement les fermes (chimiques) ne sont pas rentables, excepté les prix un peu fous connus cet hiver suite à la guerre en Ukraine (mais ça ne veut rien dire ; ce sont des épiphénomènes qui permettent à des gens de gagner beaucoup d'argent). Il ne faut pas baser la rentabilité d'une ferme sur ces épiphénomènes. Et donc le système alimentaire n'est pas du tout modifié. Loin de là. Il n'y a aucun signe, mise à part l'augmentation du bio et quelques timides initiatives de transformation des produits agricoles en Wallonie, il n'y a pas de modification du secteur.

Il y a un gros problème, c'est la pollution (par les nitrates, les pesticides) avec un facteur marquant, les masses d'eau. Celles-ci sont polluées en Wallonie et cette pollution est croissante. C'est une certitude.

On se trouve face à un problème, car cette pollution, due à l'agriculture chimique, a un impact sur plusieurs années. Si on agit maintenant pour réduire les sources de cette pollution, l'impact sur les masses d'eau ne se verra que dans 10 ou 15 ans.

Et donc il faut d'urgence agir et aller vers 30 % de bio. En bio, on a une limite du nombre de bêtes à l'hectare donc il n'y a pas de pollution quand la ferme est bien conduite. Il faut prendre en parallèle des mesures concernant l'agriculture chimique. Autrement, on va se retrouver comme les Flamands et les Hollandais à devoir prendre des mesures catastrophiques : fermeture systématique de certains lieux d'élevage, voire la réduction de 30 ou 40 % de la production en élevage. Économiquement parlant, c'est une catastrophe. Si on ne veut pas en arriver là d'ici quelques années, il faut changer les systèmes de production.

Avez-vous la sensation que le consommateur belge est prêt à répondre à une offre de 30 % de production bio demain ? Pensez-vous que nous avons suffisamment travaillé sur la demande ?

Il y a deux façons de voir la production biologique. Une production alimentaire qui respecte l'environnement et qui a donc les qualités pour maintenir les écosystèmes de nos régions, c'est aussi une production qui parvient à nourrir les gens. Il y a toujours eu un retard, en bio, on a toujours produit plus que ce que l'on consommait. Beaucoup de bêtes élevées en bio sont vendues en conventionnel parce que la demande de viande en bio n'est pas aussi élevée. Mais ce n'est pas une catastrophe en soi. En conventionnel aussi, pour ne pas avoir de risque de famine, on est également en surproduction systématique. C'est le propre de la production alimentaire : elle doit toujours être en surproduction.

L'augmentation de 30 % de la production signifie-t-elle qu'il va y avoir une augmentation de la consommation ? Je crois que oui. Il va y avoir un basculement, surtout parce que les techniques de production en bio évoluent énormément. Les fermes deviennent de plus en plus efficaces et efficientes. Donc les frais de production diminuent. Donc le prix du bio va de plus en plus être équivalent au prix du conventionnel (il l'est en partie). Il faut savoir que les externalités du conventionnel coûtent très cher. Si on impute aux frais de production les externalités, le conventionnel coûte très cher.

Je crois que l'alimentation en règle générale va coûter de plus en plus cher. Qu'elle soit bio ou non. Mais le bio va être de plus en plus compétitif.

Il faut informer les gens. Il faut qu'ils soient au courant qu'ils ont un choix :

- Soit on achète des salades à 2 euros/pièce en bio, cultivées dans la terre ;
- Soit on achète celles à 1 euro en conventionnel, cultivée sur de la laine de roche et aspergée de pesticides perturbateurs endocriniens, parfois 24h ou 48h avant la cueillette.

Il faut savoir ce que l'on veut manger ! Les pesticides, ce n'est pas anodin comme danger pour la santé et l'environnement.

Le gros problème, c'est que l'on est dans une information du mensonge. Le système général dit que l'agriculture wallonne est durable, la plus belle, la meilleure. On traite correctement les plantes avec les pesticides, etc. C'est complètement faux. Les pesticides sont dangereux. On traite les plantes systématiquement sans trop regarder si c'est nécessaire.

Quand les consommateurs seront au courant, ils feront ce qu'ils ont toujours fait depuis 50 ans : s'orienter vers le bio. Mais ça se fera progressivement.

Donc, vous ne seriez pas favorables à des mesures qui désavantageraient plus frontalement les produits conventionnels au profit des produits bio ? J'ai l'impression que l'on a beaucoup fait des campagnes pour informer les gens. Chez certains publics, le message passe bien. Mais beaucoup de consommateurs achètent encore en donnant la priorité au prix et non à leur santé. Voyez-vous des actions qui pourraient permettre d'accélérer les changements de comportement des consommateurs ?

Il faut informer, informer, informer. Ça commence. Maintenant, dans les systèmes agricoles et alimentaires, il faut voir les choses sur du long terme. Est-ce qu'à long terme les évolutions vont se produire ? Probablement que oui. S'il y a des petits soubresauts, ce n'est pas grave. Donc il faut continuer à informer.

Bien entendu, actuellement, on est dans une autre culture d'information du consommateur, basée sur les mensonges. C'est à la mode cette façon de communiquer, un peu populiste. Il y a même des campagnes organisées pour dire que l'agriculture conventionnelle en Wallonie est durable. Ça ne veut strictement rien dire. C'est du baratin. Généralement, quand ils joignent des photos pour illustrer cette agriculture-là, ils ne montrent pas les cochons enfermés (1 cochon pour 1 m²) mais des cochons en plein air bio. On le dénonce, on le dit. Un jour, ils se prendront les pieds dans la ficelle et tomberont. Le citoyen n'est pas idiot. Ceci ne peut pas tenir dans la durée. Ça prendra le temps que ça prendra.

Personnellement, je trouve cela intéressant : je me dis que c'est ironique que l'agriculture chimique, pour se justifier, doit mentir et dire que ils font presque comme le bio ! Ça veut dire que pour pouvoir vendre leur modèle, ils doivent copier ce qu'ils ne sont pas. Ils ne croient donc même pas en leur modèle. S'ils étaient si convaincus de leur modèle, ils ne seraient pas gênés de montrer comment ils fonctionnent vraiment et affirmeraient que les pesticides sont ce qu'il y a de mieux pour protéger les êtres vivants et l'environnement. Bien sûr, ils ne le font pas. Ils font croire que les champs nourrissent les Wallons, ce qui est complètement faux.

Si l'on regarde les rapports de consommation des céréales, on est à maximum 10 % des céréales produits pour l'alimentation humaine. On est même plus proches des 5 %. Environ 20 % part pour faire du bioéthanol et le reste est donné au bétail. Les Wallons ne se nourrissent pas de pain produit avec du blé wallon. Or, tout le monde en est convaincu et les campagnes de promotion vont dans ce sens. Les terres wallonnes ne nous nourrissent pas : on a 40 000 ha de pommes de terre, dont 36 000 sont exportés aux 4 coins du monde. Sur le plan énergétique, c'est une horreur.

Quelle est votre perception de l'intérêt des consommateurs chez Nature & Progrès sur base des dernières éditions du Salon bio Valériane que vous organisez ?

Avant les crises, on tournait aux environs de 20 000 visiteurs. On a arrêté le salon à cause du COVID. On a recommencé l'année passée petitement (3 jours), car nous n'étions pas sûrs de pouvoir l'organiser avec les mesures COVID. Cette année, c'était la 1^{re} édition sans aucune règle COVID. On n'est pas

encore arrivés à la vitesse de croisière d'avant COVID mais les signaux sont positifs, comment l'illustrent le nombre d'exposants (on a réussi à en avoir pas mal) et le nombre de visiteurs/acheteurs. On doit encore (et on va lancer une campagne d'information sur ce point) aller vers les nouveaux consommateurs. Il n'en avait pas assez au salon cette année-ci (plutôt les habitués du bio). L'année prochaine, on orientera notre communication vers ces nouveaux consommateurs de produits bio. Nous souhaitons les encourager à découvrir les fermes.

Réponses de N. Roisin de Colruyt

Mail reçu le 6/12/22

Avez-vous observé des tendances de stagnation et/ou baisse de la demande en produits bio ces derniers mois en Belgique (dans vos magasins, chez vos partenaires, éventuellement sur d'autres marchés ex. à l'international, etc.) ? Si oui, dans quelle mesure ? Comment avez-vous été impactés ? Les produits alimentaires non bio sont-ils impactés de la même manière par la situation économique actuelle ? À votre connaissance, est-ce qu'une baisse des produits bio s'est déjà produite par le passé ? Dans quelle mesure est-ce que la baisse de la demande actuelle est-elle à mettre en lien avec l'essor des produits bio/locaux en 2020 selon vous ?

Il s'agit de faire la distinction entre notre chaîne de magasins Bio-Planet (supermarché généraliste, avec que du bio dans l'alimentaire et de l'écologique dans le non-alimentaire) et la chaîne Colruyt (offre bio et offre conventionnelle).

Colruyt

Globalement, au cours de la première année de la période Covid, le bio a connu un sérieux coup de pouce (plus forte augmentation de toutes les enseignes). Les raisons que nous voyons pour cela sont la santé, le fait que les produits bio étaient emballés pour les séparer du conventionnel (les clients se méfiaient du vrac au plus fort de la pandémie), mais aussi une plus grande sensibilisation aux produits locaux et aux petits producteurs.

Ensuite, la situation et les achats sont redevenus « normaux ». En d'autres termes, les clients ont repris leurs anciennes habitudes et nous constatons une baisse des ventes de produits biologiques. La situation inflationniste actuelle amène les clients à regarder plus attentivement les petites choses et la vente de produits biologiques devient donc plus difficile, étant légèrement plus chers.

À noter que chez Colruyt, les produits bio des grandes marques souffrent plus que ceux en marque propre (Boni Bio).

Les 3 principales catégories sont le lait, les fruits et légumes et le fromage à pâte dure.

Maintenant, en termes d'offre, le marché reste en croissance : il y a toujours plus de produits bio dans les magasins. C'est la tendance de fond.

Bio-Planet

En effet, nous voyons que la bio a un peu de mal aujourd'hui. On retrouve un comportement d'achat plus conservateur, en mettant l'accent sur le prix et la sécurité. Les problèmes pourtant tout aussi critiques et

aigus comme l'environnement et le climat font un peu moins écho aujourd'hui. Bref, on est à l'opposé de ce qui s'est passé au fort de la pandémie, où l'accent était mis sur la nature et l'environnement, mais aussi la santé.

Le comportement du consommateur était également différent : en raison du confinement, de nombreux nouveaux clients ont poussé la porte d'un magasin Bio-Planet en raison de la proximité et de la distanciation sociale (moins de files, etc.). Cela a permis à l'enseigne de recruter de nombreux nouveaux clients, parmi lesquels certains sont restés fidèles aujourd'hui.

Actuellement, chez Bio-Planet aussi, nous constatons que les clients achètent moins largement (moins de références différentes), mais stockent plus de volume de certains produits. Les dépenses restent assez stables, malgré les augmentations de prix, car il y a effectivement un changement vers plus de volume dans la marque propre (Boni Bio fonctionne bien par exemple) et dans les catégories de prix les moins chères, contre moins de volume dans les marques nationales et les références plus chères.

Les produits de soins et les produits non alimentaires sont remarquables à cet égard, car ils baissent plus proportionnellement. Cela peut effectivement aller dans le sens de "moins de dépenses pour le luxe".

Les fruits et légumes restent - comme avant - une catégorie importante pour Bio-Planet, une catégorie d'entrée importante aussi (de nombreux clients continuent de venir chez Bio-Planet pour cette catégorie de produits). Cette catégorie n'est ni en recul ni en croissance.

LAST MINUTE : ces dernières semaines, on perçoit un trend à nouveau à la hausse au niveau des ventes. Il est encore trop tôt pour en tirer des conclusions.

À quoi attribuez-vous ces évolutions/tendances ?

À une lasagne de facteurs conjoncturels : l'inflation et la crise énergétique que nous connaissons actuellement, la crise Covid qui a profondément modifié le comportement du consommateur, mais finalement de façon très temporaire. Maintenant, le comportement d'achat sera sensiblement différent chez Colruyt et Bio-Planet, Bio-Planet jouissant d'une clientèle par essence plus engagée et pionnière.

La baisse d'intérêt que subit le bio à l'heure actuelle est imputable dans sa toute grande majorité à la crise économique que nous connaissons. Avec des clients qui sont devenus plus conservateurs. C'est conjoncturel et cela n'empêche pas le bio de continuer à se développer, encouragé également par le monde politique (l'Europe veut 25 % de terres agricoles bio d'ici 2030). Il ne faut pas non plus sous-estimer l'influence du local, toujours plus important aux yeux des consommateurs. Or, on constate que l'offre en bio local poursuit sa croissance avec toujours plus d'initiatives dans ce sens. Nous avons par exemple lancé notre propre filière de porc bio parce que la disponibilité de porc bio belge n'était pas suffisante par rapport à la demande, nous avons aidé une entreprise sociale (de lochting) à la conversion au bio, nous collaborons avec Simon Colombie (La Vie est Belle) qui cultive du soja bio en Belgique, etc. (tu trouveras des infos à ce sujet dans notre rapport annuel et sur notre site web www.colruytgroup.com)

Au niveau de l'offre et du marché globalement, pendant la période Covid, de nombreux petits acteurs ont profité de la révolution « bio et local » en marche, c'était sans compter sur le fait que les habitudes

des consommateurs sont très ancrées. Une fois que la vie « normale » a repris (plus de confinement, réouverture des restos, des loisirs et donc aussi moins de budget pour la nourriture...), les comportements d'achats pré-covid sont revenus. Et la crise économique est arrivée. Raison pour laquelle on a assisté ces derniers mois à une certaine consolidation du marché (des petits acteurs qui se mettent ensemble) et la cessation d'activités malheureusement pour d'autres. Mais dans le même temps, le bio a aussi gagné de nouveaux clients qui lui sont restés fidèles.

Comment avez-vous vécu ces tendances/évolutions depuis fin 2021 ? Quelles stratégie(s) avez-vous mis en place face à celles-ci ? Avez-vous dû revoir l'offre de produits, etc. ? Votre entreprise considère-t-elle que nous sommes face à une « crise du bio » ? Dans quelle mesure êtes-vous inquiet.ète par rapport à ces évolutions de la consommation ? Comment envisagez-vous l'avenir ?

La situation aujourd'hui est compliquée en raison de la conjoncture, mais nous restons persuadés que l'avenir est au bio. Il n'y a pas de crise du bio, mais bien une crise « tout court ». Et le bio ; sensiblement plus cher, en fait les frais. Mais le marché offre des solutions en termes d'accessibilité et de prix :

- Les marques nationales sont de plus en plus nombreuses à proposer une variante bio ;
- L'assortiment des marques propres s'élargit également considérablement : pour exemple, notre marque maison Boni Bio comporte aujourd'hui près de 400 références.

En même temps, nous constatons que, grâce à nos efforts continus et durables en matière de produits biologiques (les efforts de Colruyt, mais aussi la création de Bio-Planet il y a 20 ans !), nous nous sommes constitués une clientèle fidèle de consommateurs de produits biologiques qui - malgré le contexte actuel - poursuivent leur mode de consommation « responsable » et continuent d'aller vers le bio par engagement pour leur santé, celle de leur famille et de la planète. En d'autres termes, ils continuent à acheter des produits biologiques (y compris les fruits et légumes), mais utilisent leur budget de manière plus judicieuse : ils réagissent davantage à nos promotions, achètent plus de produits de marque privée (Boni Bio), achètent plus de produits de saison, remplacent les viandes/légumes plus chers par des viandes/légumes moins chers, cuisinent avec les restes, etc. Le consommateur « engagé » dans cette voie y reste, mais est plus inventif.

Êtes-vous confiant.e pour l'avenir des produits bio en Belgique ? OUI

Selon vous, qu'est-ce qui pourrait permettre de sortir des tendances actuelles de ralentissement ? Quels changements (à court/moyen/long terme) pourraient permettre aux produits bio de rebondir ?

- Dans la crise qui nous occupe actuellement, jouer encore plus court sur la balle au niveau des promotions, certainement au niveau des fruits et légumes, y compris afin de permettre aux producteurs d'écouler leurs stocks (c'est également l'une de nos responsabilités).
- Encourager le bio, c'est également proposer un juste prix aux producteurs ainsi qu'aux clients. La meilleure façon d'y parvenir est de pouvoir faire coïncider l'offre et la demande. Si l'offre est trop abondante, il y a surproduction (et souvent gaspillage alimentaire) et les prix s'effondrent. Si elle est

trop faible, les prix augmentent et l'accès au bio devient alors difficile pour une grande partie de la population.

- Poursuivre nos efforts quant à l'origine de notre assortiment. Le local est quelque chose d'important aux yeux de nos clients. <https://www.colruytgroup.com/fr/entrepreneuriat-durable/initiatives/produits-agricoles-belges> <https://press.colruytgroup.com/bio-planet-propose-un-plus-grand-choix-de-pains-biologiques-grace-a-un-projet-de-filiere-reussi>
- Toujours plus communiquer à nos clients les bienfaits du bio, notamment pour la planète. Nous déployons l'Eco-Score sur tous nos produits en marque propre et encourageons nos fournisseurs à le faire pour les produits de marque nationale. L'idée est de créer un cercle vertueux. <https://www.colruytgroup.com/fr/consommation-responsable/eco-score/calculer-eco-score>
- Promouvoir l'Eco-Score auprès des pouvoirs publics afin qu'il revête un caractère aussi indispensable que celui du Nutri-score.
- Proposer une meilleure expérience d'achat à nos clients en déployant un nouveau concept de magasins <https://press.colruytgroup.com/braine-lalleud--nouveau-concept-de-magasin-bio-planet>
- Parmi les autres maillons de la chaîne, il y a également les éditeurs des écochèques, qui devraient en principe permettre de payer ses courses labellisées bio. Malheureusement, les frais demandés par ces derniers restent démesurément importants par rapport aux frais engendrés par l'adaptation des caisses. Nous militons en coulisse pour rendre cela plus accessible et enfin pouvoir le déployer dans nos magasins.

Entretien avec K. Ghazzi de Delhaize

Le 20/12/22 par téléphone

Avez-vous observé des tendances de stagnation et/ou baisse de la demande en produits bio ces derniers mois dans vos magasins ? Si oui, dans quelle mesure ? Y a-t-il des différences selon le type de produits ?

On a effectivement rencontré une baisse d'intérêt des consommateurs dans les produits bio (nous avons 700 références). Je pense que ce n'est pas tellement une baisse d'intérêt mais une redistribution des dépenses avec la baisse du pouvoir d'achat. On a vu une diminution allant de 10 à 20 %, en fonction des catégories de produits. Pour le vin, on voit typiquement que cela n'a quasiment rien changé. Le vin conventionnel et le vin bio sont tout à fait stables.

Le problème vient plutôt de la perception des prix. Pour certains produits, le bio est effectivement plus cher que le conventionnel mais ce n'est pas toujours le cas. Cela nécessite parfois des investissements colossaux de la part des producteurs de faire la transition du conventionnel vers le bio. Avant, la demande n'était pas suffisante donc les fournisseurs y allaient sur la pointe des pieds pour introduire un assortiment bio dans notre offre. Cela reste compliqué parce que les gens ont cette perception des prix qui parfois est justifiée, parfois pas. Parfois, il n'y a pas vraiment de différence. Les gens ont dans leur tête un automatisme pavlovien qui dit « bio = extrêmement cher ». Cela joue évidemment aussi.

Votre marque propre bio a-t-elle moins souffert que les marques nationales bio ?

Non, elle souffre de la même manière.

Les produits alimentaires non bio sont-ils impactés de la même manière par la situation économique actuelle ?

Oui, il y a des impacts aussi sur les produits conventionnels, il n'y a pas que sur le bio.

Voyez-vous d'autres nuances au niveau des produits frais, des œufs, etc. ?

En dehors de la catégorie des vins, toutes les autres catégories souffrent de la crise du pouvoir d'achat.

À votre connaissance, est-ce qu'une baisse des produits bio s'est déjà produite par le passé ?

Non. Il y en a peut-être eu mais rien d'aussi notable. Si c'est le cas, ça remonte à il y a longtemps. Peut-être avec la crise de 2008 mais pas de certitude.

Dans quelle mesure est-ce que la baisse de demande actuelle est-elle à mettre en lien avec l'essor des produits bio/locaux en 2020 selon vous ?

Pendant la crise COVID, le bio a connu un vif intérêt. Cette baisse de 10-20 % aujourd'hui semble être expliquée par cela. Si l'on compare avec les années pré-COVID, la différence n'est finalement pas si nette que ça. Le COVID a vraiment été phénoménal. Les gens avaient besoin de se sentir rassurés par l'aspect santé du bio et avaient donc acheté ces produits beaucoup plus massivement.

À quoi attribuez-vous ces évolutions/tendances ?

À la baisse du pouvoir d'achat et à la perception des consommateurs que le bio coûte forcément cher.

Comment avez-vous réagi à ces évolutions ? Avez-vous dû revoir l'offre de produits, etc. ?

Delhaize reste-t-elle convaincue qu'il faut développer le bio et continuer à le mettre en avant ?

Nous restons convaincus du bio. Cela fait partie intégrante de notre assortiment, que ce soit dans nos marques privées ou dans les marques nationales. On sait aussi qu'il y a une demande pour cela. On veut servir tous nos clients, peu importe leurs besoins et leurs envies. Là, en l'occurrence, on va continuer à vendre du bio. Il n'est pas question de renoncer à vendre du bio. On essaie de soutenir autant que possible les producteurs concernés, en faisant des promotions, en mettant les produits en avant, en essayant d'être le plus agile et créatif possible au niveau des mises en avant en rayon et en magasin, dans nos folders et notre magazine.

Qu'est-ce qui pourrait permettre de sortir des tendances actuelles de ralentissement ?

Il s'agit de récupérer non pas tellement la confiance du client mais c'est surtout faire en sorte qu'ils récupèrent un certain pouvoir d'achat parce que ça reste la base. Il faut permettre aux gens de comparer, de se rendre compte si réellement la différence de prix est si significative que cela et si cela vaut vraiment le coup de renoncer à ce en quoi ils croyaient.

Il y a toujours le jeu de l'offre et de la demande. Plus la demande diminue, plus il y a un décalage avec l'offre, qui devient trop importante et cela fait augmenter les prix, ce qui fait à nouveau baisser la demande. C'est assez compliqué. On avait vu que le bio commençait à sortir de sa niche, qui du coup devenait accessible à un public plus large. On est en train de faire le chemin inverse (même si les prix n'augmentent pas davantage pour le bio que pour le conventionnel). Si les gens achètent moins, les

producteurs bio vont se remettre en question, baisser l'offre et le prix va encore augmenter. Ce qui serait dommage.

Êtes-vous confiante malgré tout pour l'avenir du bio ?

Oui, je pense qu'il ne faudrait pas que ça dure encore 1 an ou 2 mais ça devrait s'aplatir. En tout cas, nous mettons tous les outils à notre disposition en place pour que l'on puisse soutenir à la fois les clients et les producteurs (nous travaillons avec 1600 producteurs belges, bio et non bio) pour passer ce moment compliqué.

Quelles sont les attentes des magasins Delhaize vis-à-vis des pouvoirs publics par rapport au bio ? Pensez-vous que c'est aux pouvoirs publics à communiquer davantage sur le bio pour sensibiliser les consommateurs et/ou mettre à disposition des moyens pour augmenter le pouvoir d'achat ex. via des chèques consommation bio/locaux ou autre ?

Chacun peut clairement apporter sa pierre à l'édifice. Ça n'a pas à être une obligation mais plutôt un effort collectif pour le bien commun.
