



EDITO

« Les marchés mondiaux de la frite, moteur grippé du secteur » : c'est sur ce thème que s'est tenue récemment notre traditionnelle Assemblée générale. Avec, en introduction, des messages forts partagés par notre Président Bernard Dardenne et qu'il me semble tout à fait approprié de reprendre dans cet édito :

« La Belgique reste le premier exportateur mondial de frite surgelée, mais le vent tourne. Nous sortons d'une période paradoxale : après des hausses de prix contractuels historiques, nous faisons face en ce début d'année à une surproduction européenne qui pèse lourdement sur les cours. Nous devons faire face à de nouveaux défis : les exportations marquent le pas, la demande est moins dynamique, la concurrence mondiale se renforce avec l'émergence de nouveaux acteurs en Inde, en Chine, ou en Egypte ; les incertitudes géopolitiques brouillent les perspectives ; les pressions climatiques et techniques s'accroissent, notamment à travers la moindre disponibilité de produits phytos ; la maîtrise des coûts de production devient aléatoire...

Pour une filière aussi ouverte sur le monde que la nôtre, ce n'est pas un simple contretemps, c'est un signal, un avertissement, une invitation à réfléchir autrement.

Aujourd'hui, il nous faut regarder les choses en face : oui le marché mondial ralentit, oui les signaux sont moins favorables... mais cela ne doit pas nous paralyser, au contraire, c'est le moment de renforcer la qualité de nos productions, de miser sur la durabilité, de mieux nous organiser ensemble.

La FIWAP ainsi que Belpotato.be ont un rôle à jouer : informer, analyser, accompagner.

De la compétence notre filière n'en manque pas. Je tiens à remercier toutes celles et ceux qui contribuent à la vitalité de notre filière : les producteurs, les chercheurs, les partenaires économiques, les institutions et bien sûr l'équipe FIWAP, dont l'engagement ne faiblit jamais.

Que cette assemblée générale soit un moment d'échanges francs, et de réflexion stratégique. Nous avons un moteur à remettre en marche. »

Gageons que cet appel à la réflexion stratégique soit entendu dans les campagnes, les usines et les structures du secteur, à l'heure où des décisions fortes en matière de surface, volume, choix variétal, modes de production encore couverture des risques sont à prendre.

Pierre Lebrun, Directeur.