Bruxelles, le 19 juillet 2016

Résultats du premier Observatoire CBC de la transition numérique du monde agricole wallon[[1]](#footnote-1)

**Les agriculteurs intègrent largement internet à leur activité professionnelle tout en restant traditionnels dans son utilisation**

* Selon l’Observatoire CBC de la transition numérique du monde agricole en Wallonie, **6 agriculteurs wallons sur 10** utilisent Internet dans le cadre de leur activité professionnelle.
* Sur le terrain, ils ne sont par contre que 21% à utiliser Internet. Et seuls 4% des agriculteurs indiquent utiliser Internet pour commercialiser leurs produits.
* Si près de la moitié des agriculteurs wallons voit dans la transition numérique un moyen d’améliorer leur productivité (44%), ils sont moins nombreux à penser que le numérique aidera à diminuer leur empreinte écologique (30%), à améliorer la qualité et la sécurité alimentaire (29%) ou à faire face à l’accroissement de la population (19%).

Partenaire historique de la **Foire de Libramont**, CBC Banque & Assurance participera à l’édition 2016 qui se déroulera du 22 au 25 juillet. Parmi ses clients, CBC Banque compte aujourd’hui plus de 5000 exploitations agricoles. Dans le cadre de la Foire de Libramont, CBC Banque a voulu donner un éclairage sur la situation de la transition numérique du monde agricole wallon en interrogeant, en collaboration avec ISPOS, 300 agriculteurs wallons début juillet.

**Les agriculteurs wallons utilisent internet au bureau mais peu d’entre eux l’utilisent sur le terrain**

L’Observatoire CBC de la transition numérique du monde agricole wallon révèle que 6 agriculteurs sur 10 utilisent Internet dans le cadre de leur activité professionnelle. Par contre sur le terrain ils ne sont que 21% à utiliser Internet. Près de 70% des agriculteurs sondés indiquent utiliser des outils classiques (e-mail, internet, réseaux sociaux) tandis que moins de 20% ont recours à des logiciels de gestion. Et seulement 12% utilisent les nouvelles technologies comme les capteurs ou le téléguidage GPS.

Bernard Keppenne, Chief Economist chez CBC Banque & Assurance, explique *« les outils numériques sont bel et bien développés dans, et pour, le monde agricole. Il existe par exemple, 400 applications mobiles qui assistent les éleveurs dans leur gestion quotidienne. Cette transition numérique est donc déjà largement en route et a inondé les systèmes de production agricole mondiaux. Il faut dire aussi que les défis que le monde agricole va devoir relever dans les prochaines années sont importants et qu’ils nécessitent des moyens inédits et novateurs. »*

**Un enjeu considérable pour le futur**

En ce qui concerne les enjeux de la numérisation pour le monde agricole, près de la moitié des agriculteurs wallons voit dans la transition numérique un moyen d’améliorer sa productivité (44%). Ils sont moins nombreux à penser que le numérique aidera à diminuer leur empreinte écologique (30%), à améliorer la qualité et la sécurité alimentaire (29%) ou à faire face à l’accroissement de la population (19%). *« Pourtant, d’ici 2050 la population planétaire atteindra 10 milliards d’habitants[[2]](#footnote-2) selon les dernières estimations. Autant de bouches à nourrir qui nécessitera une augmentation de 60% de la production alimentaire. Face à la forte demande des pays émergents et à la diminution des terres disponibles, les enjeux sont d’autant plus considérables que l’agriculture jouera un rôle de premier ordre »* explique Bernard Keppenne.

**Un secteur frileux à l’e-commerce**

L’Observatoire CBC indique également que seuls 4% des agriculteurs utilisent Internet pour commercialiser leurs produits. En effet, 9 sur 10 affirment utiliser les filières classiques telles que les marchés, la vente à domicile et la grande distribution pour écouler leurs produits. A l’heure où le consommateur belge achète de plus en plus en ligne, le secteur agricole semble afficher un certain retard en matière d’e-commerce. *« On constate que le Belge ne trouve pas chaussure à son pied sur Internet en Belgique. L’offre est nettement inférieure à la demande »* explique Bernard Keppenne. *«Concernant les commandes de denrées alimentaires, le constat est encore plus net puisque seuls 6% des belges y ont recours.* *Nous sommes frileux et en retard à ce niveau »* ajoute-t-il.

Cette année CBC a décidé d’accompagner ses clients dans cette nouvelle activité d’e-commerce. Ainsi, dans le cadre de son action Pop-up Webshop[[3]](#footnote-3), CBC a permis à Caroline Stiernet des Délices de Pinchart d’expérimenter la vente de ses produits locaux et artisanaux (fraises, chicons pleine terre, confitures, liqueurs, huiles, etc.) en ligne. *« Nous avons bien conscience de l’importance que prend l’e-commerce aujourd’hui. Depuis que nous avons ouvert notre webshop, les visites sur notre site de commande en ligne ont fortement augmenté, même si le client ne concrétise pas toujours. Cela démontre qu’il y a des opportunités à saisir pour le producteur et pour le consommateur. Cependant, il est évident que l’e-commerce est très chronophage. Aujourd’hui, j’ai conscience que je dois m’y mettre à 100%, même si j’ai du mal à franchir le cap »* explique Caroline Stiernet des Délices de Pinchart.

**\*\*\***

**Contact Presse**

PRIDE

Sophie Boving / Laure Miquel-Jean

[sophie.boving@pr-ide.be](mailto:sophie.boving@pr-ide.be)/[Laure.miquel-jean@pr-ide.be](mailto:Laure.miquel-jean@pr-ide.be)

0494 58 60 58/ 0477 31 71 61

**Press Room CBC:** http://cbc.prezly.com/

1. Enquête IPSOS réalisée en juillet 2016 auprès d’un échantillon de 300 agriculteurs wallons [↑](#footnote-ref-1)
2. Source : Renaissance numérique; “Les défis de l’agriculture connectée dans une société numérique”, novembre 2015 [↑](#footnote-ref-2)
3. [www.cbcpopupwebshop.be](http://www.cbcpopupwebshop.be) [↑](#footnote-ref-3)