

Question orale de Caroline Cassart, Députée, à Willy Borsus,  
Vice-Président et Ministre de l'Economie, du Commerce  
extérieur, de la Recherche et de l'Innovation, du  
Numérique, de l'Aménagement du territoire,  
de l'Agriculture, de l'IFAPME  
et des Centres de compétences, concernant  
**La promotion des produits agricoles wallons en Chine**

Monsieur le Ministre,

Il y a quelques jours, nous apprenions qu'une déléguée permanente de l'AFSCA était envoyée à Pékin. C'est une excellente nouvelle, notamment pour faciliter les procédures d'exportation et promouvoir les produits belges en Chine mais aussi dans d'autres pays en Asie.

La Wallonie peut donc profiter de cette présence de l'AFSCA en Chine. Monsieur le Ministre, comptez-vous saisir cette opportunité afin de multiplier les contacts en Chine et en Asie afin d'ouvrir de nouveaux marchés d'exportation pour nos producteurs wallons ? L'Awex a-t-elle déjà préparé un plan de promotion de nos produits agricoles wallons de qualité auprès de la Chine ?

## **La réponse du Ministre :**

En collaboration avec le VLAM, l'APAQ-W met, depuis plusieurs années, un focus particulier sur la promotion des produits agricoles et agroalimentaires vers l'Asie du Sud-Est. La campagne White Gold from Europe, notamment, a pour but de promouvoir les produits laitiers belges au sein des pays tiers. Même s'il ne s'agit pas de la Chine, une participation au salon Food and Hotel Indonesia de Jakarta est également prévue en juillet prochain.

L'APAQ-W a un autre partenariat avec le VLAM et 5 opérateurs de production de frites surgelées pour une campagne en faveur des pommes de terre transformées, en Chine, Corée du Sud, Japon et Singapour pour une durée de 3 ans 2020-2022. Vu les conditions sanitaires, le programme a dû être postposé et doit même être remanié. Le programme de promotion est principalement axé sur des participations à des foires et salons (Food & Hôtel Asia à Singapour, Foodex Japan, Seoul Food & Hôtel ...). Le programme va être adapté pour réaliser, au minimum, des supports à destination de la presse, créer des vidéos de présentation et du matériel promotionnel, mais aussi organiser des présences hybrides (online + présentiel pour les foires et salons).

Je souligne que l'APAQ-W est liée à l'AWEx par un protocole de collaboration et une représentation croisée dans les deux conseils d'administration, ce qui nous permet d'envisager de nouveaux projets commerciaux dans cette région du monde.

Cela fait quelques années déjà que la Wallonie ne ménage pas ses efforts pour promouvoir ses produits de l'agroalimentaire en Chine notamment en participant à de nombreuses foires : SIAL, FHC, CIIE, CIFIT Henan, Alibaba streaming, ...

Dans le cadre de sa stratégie de rebond au travers de l'e-commerce présentée aux entreprises wallonnes, l'AWEx a lancé en 2020 une phase de sensibilisation aux concepts et tendances du commerce en ligne comme nouveau canal de commercialisation et d'exportation de produits wallons, de manière à bénéficier des avantages d'une approche multicanale.

En 2021, l'AWEx se prépare à lancer la seconde phase d'information et de formation des entreprises, suivie ensuite de la phase de guidance et d'accompagnement. Le but est d'aider les entreprises wallonnes à accéder au marché international au travers de solutions adaptées aux PME et producteurs locaux, en partenariat avec des acteurs clés sur les marchés ciblés, notamment le marché chinois. Sont mis en place également de nouveaux incitants financiers adaptés aux nouveaux types de démarches de prospection et d'exportation à l'international relatifs au commerce électronique.

Pour le secteur agroalimentaire, cette démarche se fait en partenariat avec FEVIA, la fédération de l'industrie alimentaire belge, avec laquelle l'AWEX a conclu un partenariat visant l'accompagnement des entreprises alimentaires wallonnes en matière d'e-business à l'international.

Cette stratégie porte déjà ses fruits. En 2019 (derniers chiffres annuels disponibles), l'agroalimentaire représentait 10,2 % des exportations wallonnes en Chine, contre seulement 4,7 % des exportations belges.

Les exportations wallonnes d'agroalimentaire sont en progression constante : 31,4 millions d'euros en 2016 ; 36,5 en 2017, 40,9 en 2018 ; 49,7 en 2019. Alors que l'ensemble de nos exportations vers la Chine n'a pas progressé (+,01 %) en 2016-2019, les exportations de l'agroalimentaire ont fortement progressé de 58,3 %, dont 21,4 % rien qu'en 2019.

Je ne peux qu'encourager les acteurs wallons du secteur agroalimentaire à s'intéresser au marché chinois.