

La Région wallonne valide la vente de VOO

Le ministre wallon des Pouvoirs locaux a décidé de ne pas s'opposer à l'acquisition par Orange de la société liégeoise VOO. Il ne manque plus que le feu vert de l'Europe.

XAVIER COUNASSE

C'est une nouvelle étape qui vient d'être franchie dans la vente de VOO. L'avant-dernière, si tout se passe comme prévu, avant qu'Orange Belgium ne mette définitivement la main sur l'opérateur télécoms. Après analyse du dossier, le ministre wallon des Pouvoirs Locaux, Christophe Collignon (PS), a décidé de ne pas s'opposer au deal conclu entre la société publique liégeoise Nethys - qui détient VOO - et le groupe Orange. En tant que ministre ayant la tutelle sur les intercommunales, il avait 30 jours pour annuler cette vente, conclue le 24 décembre dernier entre les deux sociétés. Pour mémoire, Orange va racheter à Nethys 75 % moins une action des parts de VOO, entreprise dont la valeur a été fixée à 1,8 milliard.

« Cette vente rencontre les motifs d'intérêt général et de légalité », entame le ministre Collignon. « La procédure s'est déroulée d'une manière transparente et ouverte. Vingt-sept candidats se sont présentés, ce qui a permis une analyse comparative extrêmement précise. Parmi eux, deux ont déposé une offre liante ». Et c'est Orange Belgium qui a fini par rafler la mise. Le ministre précise que le prix de vente obtenu est « 87 % plus élevés que lors de la précédente opération », réalisée sous l'ère Stéphane Moreau et annulée depuis. Il tient à souligner le « travail de qualité du nouveau conseil d'administration et du nouveau management de Nethys », ainsi que « l'opiniâtreté » de son prédécesseur Pierre-Yves Dermagne (parti au fédéral).

On approche désormais de l'épilogue de cette saga, lancée en septembre 2019 lorsque *Le Soir* révèle que les anciens dirigeants de Nethys ont secrètement vendu VOO à un fonds américain. Des révélations qui ont provoqué l'intervention du ministre de tutelle (Pierre-Yves Dermagne à l'époque), qui a cassé cette première vente de VOO, jugeant les conditions contraires à l'intérêt des Liégeois. Ce dossier fait l'objet d'une instruction judiciaire en cours.

Il est temps à nouveau

Après la tempête, une nouvelle équipe dirigeante a été chargée de revendre la société télécoms, dans un processus qui s'est soldé par la désignation d'Orange. Mais cette fois, pas de coup de théâtre de la tutelle. Il ne reste dès lors plus qu'une étape avant que VOO change de main : les services antitrust de la Commission européenne doivent approuver la vente. Une procédure qui devrait durer plus d'un an... Dans l'intervalle, Nethys restera l'actionnaire unique de VOO.

Reste une question centrale : que vont faire les communes liégeoises et la Province du pactole encaissé lorsque tous les feux seront au vert ? Pour l'instant, c'est la grande inconnue. Mais le ministre Collignon se mouille (un peu). « C'est aux actionnaires de Nethys de définir leur destin. Mais à titre personnel, je pense qu'il faut définir collectivement une stratégie pour réinvestir ces moyens très conséquents dans des priorités d'intérêt public, au profit de l'ensemble des territoires ruraux et urbains. Je pense au domaine énergétique ou à la gestion publique immobilière, des exemples de projets qui répondent aux besoins collectifs ». Tiens, pas de mention de Liège Airport ? « Ce n'est pas la première chose qui me vient à l'esprit quand on parle de projets au service des collectivités. L'aéroport est plus du ressort de la Wallonie que de Nethys », reprend le socialiste. Un plan stratégique est attendu pour décembre 2022. « Il n'est pas trop tard, mais il est temps », conclut le ministre.

Les alternatives végétales à la viande ne cessent de pousser

Les burgers et autres cordons-bleus sans protéines animales vendus dans le commerce prennent une place croissante dans l'assiette des Belges.

JULIEN BOSSELER

Burgers, saucisses, cordons-bleus... Ils ressemblent à de la viande mais ne contiennent aucune protéine animale. Généralement exposées au rayon boucherie des grands magasins d'alimentation, ces alternatives végétales au bœuf, porc, poulet et même poisson connaissent un succès croissant chez nous, comme en attestent les derniers chiffres en date que le bureau d'études GfK a livrés au *Soir*. Ainsi leur taux de pénétration (pourcentage de ménages ayant acheté un de ces produits au cours des 12 derniers mois) est-il passé en 5 ans de 26,9 % (2016) à 37,3 % (2021), soit une progression de près de 40 %. Rien qu'entre 2020 et 2021, 14 % de consommateurs supplémentaires ont goûté ces préparations végétales.

Ces substituts restent toutefois bien modestes - pour ne pas dire tout petits - face aux viandes et poissons puisqu'ils n'équivalent en chiffre d'affaires qu'à 1,9 % du marché total de la viande. Ce dernier pèse financièrement 50 fois plus lourd. Mais là aussi, la progression est nette, puisque cette part du gâteau était 30 % plus modeste il y a 5 ans (1,3 % en 2016). Et elle pourrait grimper à 10 % d'ici 2029, estime Colruyt Group. François Lambert, consultant chez GfK, souligne toutefois qu'actuellement, les substituts à la viande sont « limités dans leur succès auprès de certains ménages en raison de leur prix (20 à 25 euros le kilo) nettement supérieur à la viande. »

Autre source mais même constat de progression : citant des chiffres du bureau d'études Nielsen, Nestlé, qui se profile comme numéro 1 de la catégorie avec 27 % de parts de marché, indique que l'ensemble des ventes de substituts à la viande a généré 52,5 millions d'euros de recettes en Belgique en 2021. Un détail par rapport à l'ensemble de la consommation alimentaire... mais un détail qui compte de plus en plus. Toujours selon Nielsen, ces produits ont cru en valeur de 28 % en deux ans à peine.

Le marché juteux des flexitariens

Qu'est-ce qui explique cet intérêt croissant des consommateurs ? « Cette volonté (de consommer ces produits) est surtout présente au sein la jeune génération. Les raisons sous-jacentes varient encore fortement d'une personne à l'autre. Le bien-être animal, l'écologie ou encore la santé font partie des arguments les plus souvent cités », indique Nathalie Roisin, porte-parole de Colruyt Group, dont 16 % des clients achètent occasionnellement un produit de sa gamme végétarienne. « Ce chiffre devrait augmenter à l'avenir, puisqu'un tiers des personnes indiquent qu'elles sont prêtes à consommer plus de produits à base de protéines végétales. »

C'est évidemment ce que souhaitent Nestlé et sa marque Garden Gourmet visant à terme un taux de pénétration de 50 % du marché. « La végétalisation de l'alimentation est cruciale pour la planète », plaide Arthur Duquesne, directeur de Garden Gourmet. « Mais voilà : l'être humain n'effectue pas ses choix de consommation prioritairement en fonction de son empreinte carbone. Il achète d'abord avec ses papilles, par envie de se



faire plaisir. Les consommateurs ne sont donc pas prêts d'abandonner le hamburger et la bolognaise. Nous sommes là pour les aider en leur proposant des alternatives à la viande faciles à préparer et savoureuses. »

Qu'on ne s'y trompe donc pas : Nestlé, tout comme d'autres grands acteurs des substituts végétaux à la viande, ne visent pas directement les végétariens et les véganes (mais s'ils pensent à eux, bien entendu) mais plutôt les flexitariens, tous ces mangeurs désirant diminuer leur consommation de protéines animales. Une réduction motivée par l'envie de varier leur assiette - surtout en cette période de covid toujours marquée par davantage de produits consommés à la maison - et de bien agir pour leur propre santé. Les messages de prévention incitant à manger moins de viande rouge et moins de charcuterie sont passés par là...

Le potentiel du flexitarisme est énorme. Selon des données de Nestlé, 40 à 49 % des Belges ont adopté ce régime alimentaire, le végétarisme et le véganisme ne concernant respectivement et au mieux que 10 et 2 % de la population. Voilà qui laisse espérer à la multinationale, qui s'est engagée à une neutralité carbone totale d'ici 2050, une progression annuelle de 9 % de ses produits végétaux jusqu'en 2040, tandis que la viande continuerait à s'effiloche.

Viser les légumineuses maison

Une bonne nouvelle pour la planète et la santé ? « Disons que ces produits de substitution peuvent mettre le pied à l'étrier pour des personnes désireuses de réduire leur empreinte carbone et leur consommation de viande », répond Renaud De Bruyne, expert en alimentation chez Ecoconso. « Mais le mieux, c'est de manger davantage de légumineuses préparées à la maison et moins de plats préparés ». L'expert en écoconsommation argumente : « Certes, un burger végé est moins polluant qu'un burger de bœuf comme l'ont démontré plusieurs études. Mais l'origine des ingrédients (et donc leur transport) n'est pas toujours indiquée sur l'étiquette. Et les barquettes sont bien souvent composées de plastique. Côté santé, gare à certains additifs, en ce compris des substances utilisées dans le processus de production industriel ». L'idéal reste donc le fait maison facilité par les recettes qui se sont développées à profusion.

Colruyt a observé que 16 % de ses clients achètent occasionnellement un produit de sa gamme végétarienne, un score appelé à progresser.

© COLRUYT GROUP

Un Belge sur quatre n'est pas prêt à limiter sa consommation de viande

Les Belges sont-ils prêts à consentir des efforts dans leurs choix alimentaires afin de consommer de manière plus durable ? Une enquête menée par un consortium d'une quinzaine d'organisations de consommateurs, dont Test Achats en Belgique, apporte des éléments de réponse à cette question cruciale pour l'avenir de la planète. Sur l'échantillon de 1010 Belges interrogés, 42 % estiment qu'« un régime végétalien ou végétarien n'est que peu, voire très peu important pour la durabilité ». Ces personnes « ne jugent (donc) pas utile de réduire leur consommation de produits d'origine animale », écrit Test Achats dans son magazine de février. Autre information intéressante : selon 45 % des sondés, « les prix trop élevés de certains biens alimentaires constituent un frein à ces comportements plus durables. » Autres raisons invoquées : « un manque de choix dans les produits alimentaires proposés » d'après 30 % des gens questionnés, ainsi qu'« un manque d'information » pour 18 % d'entre eux.

Autre moyen de consommer plus durable, au-delà de l'alimentation : acheter moins et ne pas tomber dans la surconsommation. On compte à 15 % de répondants déclarant adopter cette attitude et 13 % ne comptant pas l'adopter. Ce volet de l'enquête nous apprend également que 54 % des sondés préfèrent des produits de meilleure qualité, durables et qui peuvent être réparés ». Par ailleurs, ils sont seulement 30 % « à renoncer en grande partie ou complètement aux produits à usage unique comme les serviettes en papier, les rasoirs ou les couches ». Citons enfin quelques chiffres concernant le recyclage qui est abordé dans cette enquête de consommation, tout comme la mobilité et l'énergie : 45 % du panel assurent « trier correctement les déchets, après s'être bien renseignés et en disposant les déchets au bon endroit. Mais avant de songer à jeter des objets, 31 % des sondés assurent « les réutiliser le plus longtemps possible, en les entretenant afin de prolonger leur cycle de vie. » J.B.O.