

# PROMOTION SECTEUR AVICOLE

Assemblée sectorielle  
Du 9 novembre 21



# PLAN DE PROMOTION 2021

# Promotion 2021

---

1. Actions spécifiques au secteur
2. Actions Viande de chez nous
3. Actions transversales



[www.apaqw.be](http://www.apaqw.be)

**ACTIONS 2021**

# Actions spécifiques au secteur

- ✓ Stickers « je ponds à l'abri »
- ✓ Contexte: grippe aviaire
- ✓ Objectifs :
  - Maintenir une rémunération juste des producteurs en grande distribution
  - Rassurer le consommateur étant donné le contexte sanitaire
- ✓ Création, production et distribution de stickers « je ponds à l'abri »:
  - 1.220.000 étiquettes produites
  - QR code qui renvoie à une page informative sur le site de l'Apaq-W
  - Distribution via le Collège des producteurs, Dominique Lehaire Raes et sur demande auprès de l'Apaq-W
  - En collaboration avec le VLAM : mise à disposition de poster informatif pour la grande distribution



# Actions poulet

- Dégustations en grandes surfaces
  - ❖ Entre la mi- et fin novembre, animations-dégustations sur le poulet dans les Carrefour Hyper
  - ❖ #: une dizaine
  - ❖ Lieu: en Wallonie



# Actions volaille

## ■ Publications

- ❖ Magazine Max (suppl. du quotidien Sudpresse): fin novembre
  - Article papier et en ligne sur sudinfo.be
  - Recette foie gras
  - # 1.200.00 lecteurs
- ❖ Magazine Gourmandiz (suppl. quotidien La Libre): fin novembre
  - 2 mini dossiers comprenant la volaille (et en ligne sur Dhnet.be)
  - # 580.000 lecteurs
- ❖ Magazine DH mag (suppl. quotidien Dernière Heure): fin novembre
  - Recette foie gras
  - # 390.615 lecteurs



www.apaqw.be

# Actions foie gras

---

- Événement

- ❖ Déjeuner de presse foie gras : 25 novembre

En présence de un ou deux éleveurs de canards, un petit groupe de journalistes sera invité à un déjeuner 100% foie gras orchestré par et chez Eric Boschman. Il cuisinera et fera les accords vins-mets.

# : Max 7 journalistes

- Concours

- ❖ Concours annuel sur la page Facebook « foie gras » : fin novembre/début décembre

Une dizaine de paniers garnis reprenant différents produits « canard » seront mis en jeu.

- ❖ Organisation d'un concours foie gras par Sudpresse



# Actions « Viande de chez nous »

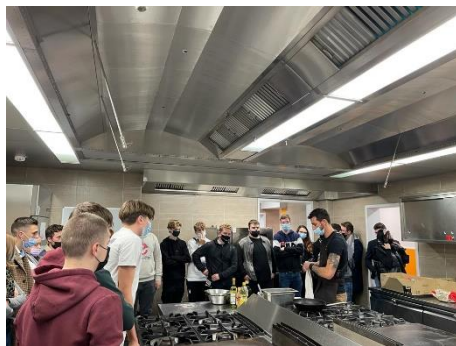
---

- HoReCa/Enseignement

- ❖ Nous travaillons avec le secteur de l'HoReCa dans le cadre de la campagne européenne pour le bœuf et développons via ce biais les opportunités d'actions pour les autres filières.
- ❖ IFAPME : intérêt des coordinateurs pour organiser des ateliers informatifs avec des éleveurs et des ateliers pratiques -> potentiels de 20 classes
- ❖ Ecoles hôtelières : planification de sorties en élevage dès le mois d'avril -> importante demande des enseignants



# Rencontre dans une école hôtelière - Exemple



# Actions « Viande de chez nous »

- Fédération des Bouchers de Belgique
  - ❖ A chaque atelier avec la Fédération, nous planifions 2022 avec des autres rencontres pour chacune des filières viandeuses
  - ❖ 24h incentive avec des bouchers : animation culinaire -> à venir vers la fin novembre
  - ❖ Distribution des ardoises « origine » en cours — 500 ardoises
  - ❖ Production de papier emballage VDCN en cours — 20.000 exemplaires

**VIANDE**  
**DE CHEZ NOUS**

|                                 |                                 |
|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Bœuf   | <input type="checkbox"/> Canard |
| <input type="checkbox"/> Porc   | <input type="checkbox"/> Gibier |
| <input type="checkbox"/> Agneau | <input type="checkbox"/> Poulet |
| <input type="checkbox"/> Autre  |                                 |

Ferme ou producteur :

Apaq-W  #je cuisine local  
d'origine et de saison



# Actions « Viande de chez nous »

## ■ BtoC

- ❖ Livre de 50 portraits d'éleveurs et de 50 recettes — 2 500 ex
- Lancé officiellement le 29 octobre, campagne de promotion en cours.



## De la terre à l'assiette

50 éleveurs - 50 recettes

Eric Boschman, Sandrine Dans, Julien Laureille, Gerald Watelot, dignes ambassadeurs des produits du terroir wallon, nous proposent 50 recettes de viande.

Ces recettes originales portent toutes sur un produit local. Jeopardie le moulin, c'est sur la voie ille, la fraite... et l'escalot. Elles nous sont proposées dans le sord d'une alimentation équilibrée et le respect du produit.

Coporalité d'éleveurs a été conçue par le meilleur magnégraphiquement photographier L'Union. Dans une recette par Eric Boschman, accompagnant les recettes.



# Actions « Viande de chez nous »



RTL JT — 3 nov



BEL RTL — Les Bons Vivants —  
6 nov



RTBF La première Déclic — 4 nov



RTBF Vivacité Yes weekend — 31 oct





# Actions « Viande de chez nous »

## ■ BtoC

❖ Exposition itinérante: les portraits font l'objet d'une expo qui s'arrêtera dans 7 villes en Wallonie et Bruxelles tout au long de l'année.

- Namur
- Mons
- Liège
- Foire de Libramont
- Bruxelles
- Louvain-La-Neuve
- Marche-En-Famenne



# Actions « Viande de chez nous »

---

- Presse
  - ❖ BBQ VDCN dans le cadre de JFO — Action de networking - Accueil presse dans une ferme avec rencontre éleveurs bœuf et mouton (porc et poulet)
- Capsules éleveurs TV Lux — rediffusion RS/TV mi-novembre à mi-décembre



**ACTIONS**

**TRANSVERSALES**

# Multiples

---

- ✓ HoReCa
- ✓ Foires et salons
- ✓ Journées Fermes Ouvertes
- ✓ Ma Quinzaine Locale
- ✓ Collaboration avec Manger Demain « Green Deal Cantines Durables »
- ✓ ...



# #JeCuisineLocal

---

#JCL livre une information positive aux consommateurs sur l'agriculture et les produits agricoles dans le but de valoriser la consommation locale et le circuit-court. L'Apaq-W et ses partenaires délivrent des contenus à travers différents canaux médias. La démarche est uniquement centrée vers le consommateur (« je cuisine ») et est complémentaire aux campagnes sectorielles. #JCL crée un lien entre les consommateur et les producteurs/ transformateurs/ points de vente (circuit-court).

- ✓ Information vers le consommateur (25-39 ans)
- ✓ Dynamique multi-produits qui permet de mutualiser les ressources et les bénéfices
- ✓ « Tone of voice » → conseil et >< promotion

#jecuisinelocal  
*durable et de saison*



# #JeCuisineLocal

---

- ❖ Campagne BBQ
  - Diffusion sur les RS
  - Diffusion sur RTL
- ❖ Campagne été
  - Rediffusion sur les RS
  - Rediffusion sur RTBF
- ❖ Campagne automne — fin novembre
  - Diffusion sur les RS
  - Diffusion sur RTL et RTBF

- ❖ BBQ avec Julien Lapraille
- ❖ Recettes avec des œufs, hachis, parmentier confit de canard, purée/panais, ...
- ❖ Visite de producteurs par Guihome et influenceuses





Campagne BBQ TV — RS



Campagne été rediffusion - TV - RS



Campagne automne — TV - RS



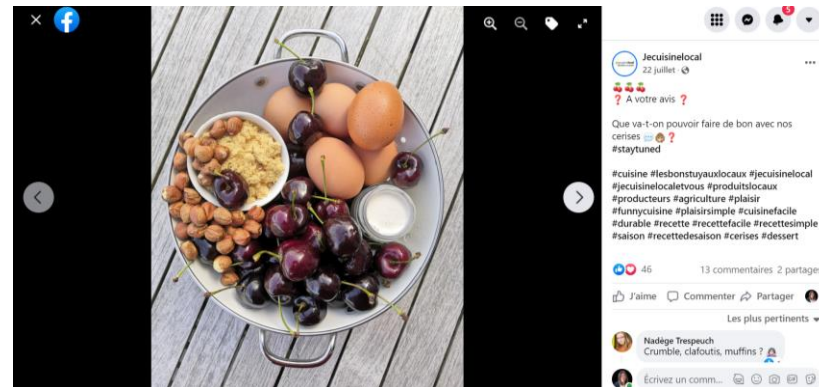
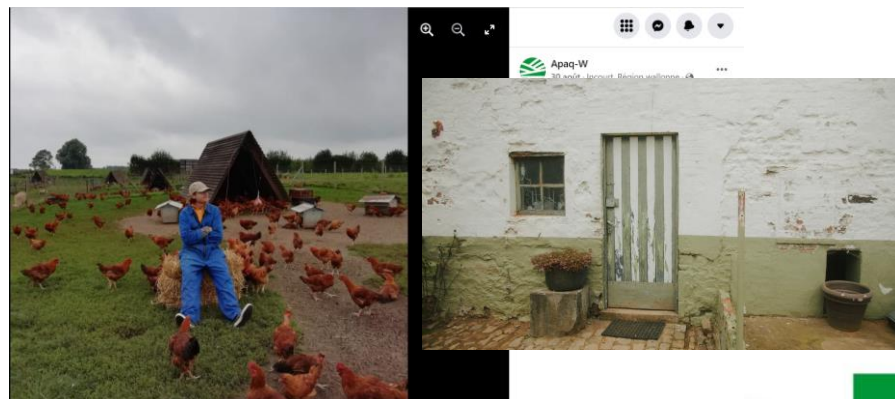


BBQ Julien Lapraille - RS



BBQ Julien Lapraille - RS

# #JeCuisineLocal





apacw.be

# Graines d'AGRI

---

L'Apaq-W entend remplir la mission de sensibilisation au secteur agricole wallon, aux produits locaux et à l'alimentation durable des élèves wallons par le développement de **leur capacité à poser des choix de consommation éclairés qui s'intègre dans le cadre du développement durable** et ce afin de contribuer à la formation de futurs citoyens responsables



- ✓ Information vers les professionnels de l'éducation → pour les enfants
- ✓ Mise à disposition de contenus de qualité via une plateforme digitale





*Découvrez* tous nos dossiers!  
Disponibles gratuitement en téléchargement.



[www.grainesdagri.be](http://www.grainesdagri.be) Apaq-W



86 / 77



67 / 77



10 / 96



# LA POULE

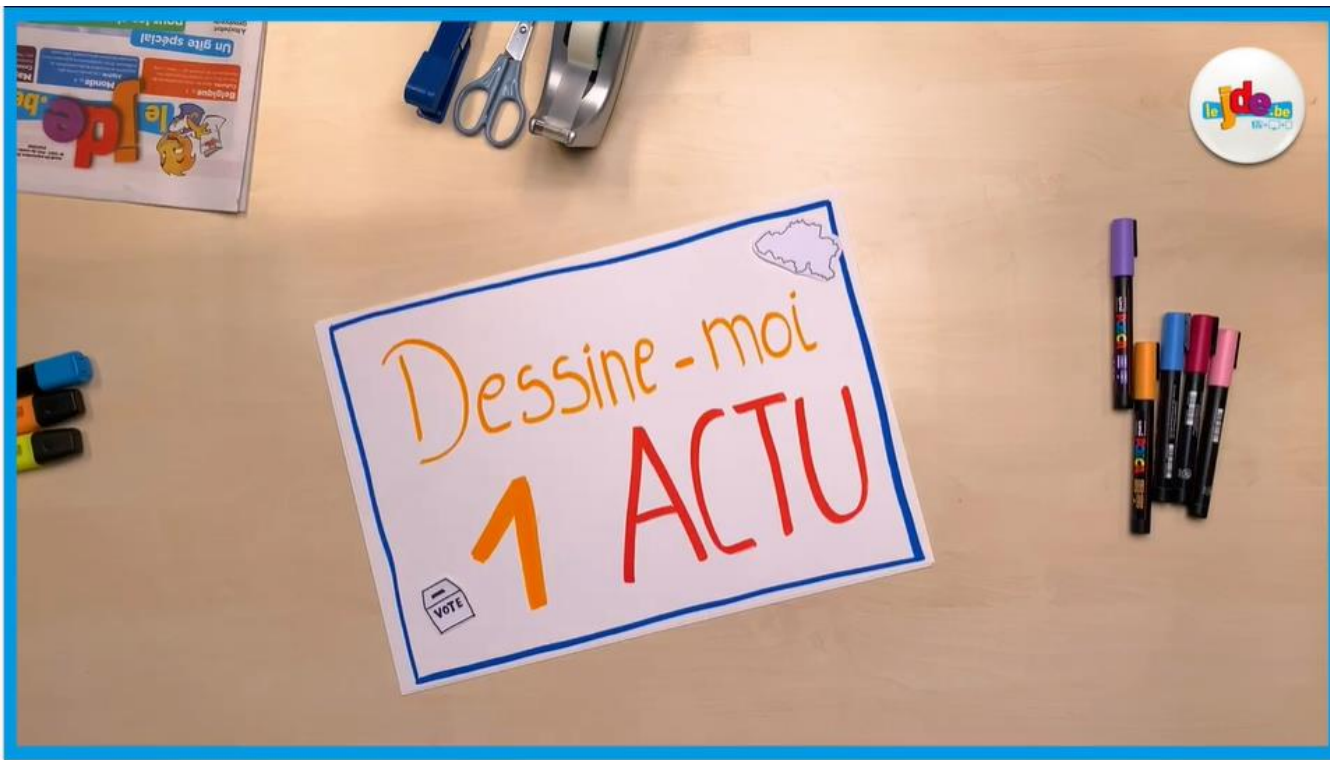


# LE LAPIN



# LE CANARD





Le JDE  
27 mai · 🌐



## Les règles - Dessine-moi une actu (20)

C'est quoi les règles?...

👍❤️ 96

9 commentaires 17 K vue

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager 🖱

### À venir



Notre belle famille ..  
Saison 5 : Episode 22...  
Notre belle famille  
il y a 12 semaines · 12,4 K vi



Notre belle famille ..  
Saison 5 : Episode 19...  
Notre belle famille  
il y a 12 semaines · 8,1 K vie



Notre belle famille ..  
Saison 6 : Episode 3 ...  
Notre belle famille  
il y a 11 semaines · 7,4 K vie



www.apaqw.be

# Observatoire de la consommation

---

Avec l'Observatoire, l'Apaq-W disposera d'une connaissance actualisée des marchés agroalimentaires et des tendances de consommation des citoyens. Ces données nous permettront d'adapter nos stratégies de promotion ainsi que d'accompagner les filières et outils économiques régionaux.

- ✓ Mise en place d'une méthodologie et définition d'indicateurs permettant l'analyse et la comparaison
- ✓ Données et études sectorielles
- ✓ Développement dans le cadre du plan de relance de la Wallonie
- ✓ Communication vers les parties prenantes dès 2022



# Observatoire de la consommation

---

- ✓ Type d'information que l'on peut récolter :
  - ✓ Les \*profils davantage orientés vers la consommation de produits d'origine végétale sont les urbains (bruxellois), les 18-34, les femmes, les consommateurs du BIO, les hautes conso de produits wallons, les habitants des grands centres, les ménages de 3 personnes et + et les prospects des produits wallons.
  - ✓ Les alternatives végétales sont consommées quotidiennement par 8% de la population francophone et de façon globale par 70% de la population. Cette tendance va augmenter pour 32% d'entre elle.
  - ✓ Une personne sur 2 consomme des produits wallons de façon hebdomadaire
  - ✓ 92% envisagent de consommer (davantage) de produits wallons à l'avenir
  - ✓ Les plus grandes préoccupations des francophones sont l'usage des pesticides, l'impact de l'alimentation sur la santé et l'usage d'additifs
  - ✓ A l'inverse, les thématiques suscitant le moins de préoccupation sont la **traçabilité** des aliments (46%), l'impact de son alimentation sur le **bien-être animal** (45%), et les processus de **fabrication** des aliments (45%)
  - ✓ Éléments influençant la façon de cuisiner, 57% temps, 56% occasion, 49% budget, qualité des produits 46%, moment de la semaine 42%



# PLAN DE PROMOTION 2022

# Projets d'actions

---

## I. Actions spécifiques:

### a) Œufs:

- I. Partenariat avec les organisateurs d'une chasse aux œufs existante
  - i. Animation pédagogique: atelier peinture alimentaire sur des œufs durs, panneaux didactiques sur des thématiques liées aux œufs:
    - ✓ D'où viennent les œufs?
    - ✓ la signification des couleurs selon les cultes?
    - ✓ ...
- II. Atelier cosmétique sur les œufs (action qui a été postposée)



# Projets d'actions

---

## I. Actions spécifiques:

### A. Aviculture et cuniculture

- a) Mise à jour de la brochure sur la filière, de nouvelles recettes

### B. Foie gras

- a) Insertion média



# Projets d'actions

---

## II. Actions Viande de chez nous:

### A. Campagne de sensibilisation :

- a) Sensibiliser le consommateur sur l'origine du produits : comment lire l'étiquette? où trouver les produits en circuits courts?, l'inciter à s'informer, à poser la question, à choisir en connaissance de cause
- b) Production d'un calendrier de type « calendrier des pompiers » reprenant l'ensemble des filières -> l'éleveur a de l'humour, de l'auto dérision. Opportunité pour mettre l'ensemble des événements importants pour les secteurs (Libramont, quinzaine du miel, JF0,...). Distribution à définir



# Projets d'actions

---

## B. Campagne d'information:

- a) Fédération des bouchers
  - i. Incentive : 24h d'information sur les différents secteurs
  - ii. Participation aux ateliers annuels par province en présence d'un éleveur
- b) Animation-dégustation en grande distribution
- c) BBQ Viande de chez nous
- d) Ré-impression de brochures VDCN, de supports promotionnels



# Projets d'actions

---

## III. Actions transversales :

### A. Foires, salons, événements:

Foire de Libramont, Battice, C'est Bon, c'est Wallon, Saveurs & Métiers, Horecatel, Tavola, BioXpo,...

### B. Graines d'Agri: capsules péda sur l'agriculture et l'origine des aliments

### C. Réseaux et concours : Table de terroir, Bistrot de terroir, Coq de Cristal

## IV. #Jecuisinelocal : Publications, vidéos, visite producteurs, recettes, etc...via le site web et RS



---

Merci de votre attention.

