

PLAN DE PROMOTION PROPOSITIONS 2021

-

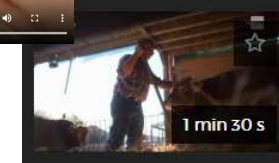
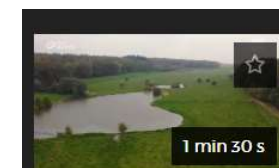
Filière bovine



2020 - STATUS

➤ Viande de chez nous

- #jecuisinelocal Les viandes de chez nous
- Les capsules « portraits » ont été diffusées sur RTL et RTBF
- Egalement sur les RS en avril et reprise début septembre jusqu'à la fin décembre
- Intégration des produits viandeux dans Campagne d'été (spot TV, RS, presse quotidienne)
- Campagne d'automne (Plan de relance) : campagne TV, influenceurs et presse quotidienne, radio, début octobre jusqu'à mi-décembre -> multisectoriel
- Julien Lapraille a réalisé 3 recettes 100% belges pour le 21 juillet (steak frites salade)
- Ma Quinzaine Locale du 3 au 18 octobre
- Nouvelles capsules pour les TV locales et diffusion en décembre
- Mise à jour de la brochures Le bœuf, une histoire vachement passionnante et réimpression 10.000ex



AGENCE WALLONNE POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE DE QUALITE

➤ Viande de chez nous

- Campagne Bouchers et grossistes
 - Matériel de promotion (affiches, portraits d'éleveurs, cahier de recettes)
Kit distribué pendant « Ma Quinzaine Locale » -> grossistes
 - RTL– émission Waldorado: Diffusion du reportage sur la boucherie de la Ferme du Pondsôme (diffusion 10/10)
 - Road trip par des influenceurs: 4 vidéos (sujet: achats de produits locaux en circuit court dont achat de BBB pour BBQ)



- **Communication au niveau national – convention Vlam /Apaq W**
- **Budget utilisé: 121.000 €**

Quality Time - Op en rond de tafel ! Des moments privilégiés – Autour d'une table



- **Semaine du Steak frites salade - du 8 au 15 octobre.**
- ~~Animations-dégustations en GMS~~
- **Matériels pour les bouchers (1 octobre)**
- ~~Rediffusion des spots sur RTL-RTBF~~
- **Concours RS**
- **Site internet: version FR de vlees.be -> viande.be**
- **Mise à jour et réimpression du livre « Comment préparer la viande? »**

➤ **Communication au niveau national – convention Vlam – Apaq W**

**Quality Time - Op en rond de tafel !
Des moments privilégiés – Autour d'une table**



➤ **Projet Promotion EU – Lancement officiel 01 octobre**

- ❖ Dossier Multi introduit avec l'Espagne
- ❖ 4.500.000€ sur 3 ans dont 1.500.000€ BE (Valeur nette de l'action : 100.000€/an mais montant global = 500.000 €)
- ❖ Promotion sur le marché national (promotion parallèle menée séparément en Belgique par l'Apaq-W et en Espagne par Provacuno)
- ❖ **Des Moments Authentiques - Profiter de la qualité et du goût de l'Europe, avec le Bœuf Belge**
 - Lancement site web et page Facebook
 - Campagne influenceurs RS – recette & concours
 - Campagne Ambassadeur – Axel Rousseaux – Flash info
 - Campagne média – brochure de recettes/publireportage – magazines féminins
 - Horeca – brochure sur la viande bovine, les races, liste des producteurs



2021 - PROPOSITIONS

Secteur bovin

➤ Partenariat avec le VLAM – 121 000 €

- Actions:
 - ❖ Partenariat avec le VLAM – couverture nationale « Moments privilégiés »
 - Opération Steak-frites-salade
 - Participation à Horeca Expo et présence sur le stand du VLAM
 - Distribution du livre « Comment préparer la viande? » auprès des bouchers
 - Potentiel partenariat avec les Maîtres-Cuisiniers de Belgique en fonction des tenants de la collaboration



COMMENT PRÉPARER LA VIANDE

CUIRE • AU WOK • AU FOUR • À BASSE TEMPÉRATURE • GRILLER • RÔTIR •
BARBECUE • FUMER • FRIRE • POCHER • À L'ÉTOUFFÉE • MIJOTER • ÉTUVÉ •
CHARCUTERIES FINES

➤ Co-financement européen dossier Provacuno – 100 000 €

- 100.000 € = valeur nette de l'action : montant global = 500.000 € dont 80% financé par l'Europe
- Actions « Moments authentiques »:
 - ❖ Horeca - Restaurant Weeks
 - Sélection de 10 restaurants, mise en avant de la viande bovine belge + concours conso + interviennent dans la boucle campagne influenceur
 - ❖ Plan média: insertion publi-reportage/recettes
 - ❖ Activation influenceurs sur les RS
 - Recettes proposées par influenceurs
 - ❖ Workshops avec la Fédération des bouchers
 - ❖ Partenariat avec Gault & Millau
 - ❖ Événements scolaires avec OMEGA BON



➤ Octroi de Subventions Apaq-W – 50 000 €

- Subventions filière bovine via appel à projet

Pour faire Quoi ?

- Etre complémentaire aux actions de l'Apaq-W, assurer un lien avec la campagne « Viande de chez nous » et les actions #JeCuisineLocal
- Valoriser les producteurs au travers des bonnes pratiques & innovations de la filière
- Mener des actions tournées vers le grand public, mettre en valeur les spécificités de l'élevage wallon auprès des consommateurs

Pour Qui ?

- Structures de type coopératives ou asbl
- Structures permettant de proposer aux consommateurs des viandes bovines locales identifiées ou permettant de communiquer sur les races présentes en Belgique : Blanc Bleu, Blanc Bleu mixte, Rouge Pie, Limousin, Blonde d'Aquitaine, Charolaise, ...

➤ Workshops avec le soutien de Wagralim



- Objectif: mieux valoriser la viande bovine

L'APAQ-W a proposé lors du dernier GT Viande avec la Région, l'AWEX, la Fevia, Invest in Wallonia, etc. de mettre en place des groupes de travail pour créer un outil qui permette au secteur de donner et favoriser une meilleure identification de la qualité (entre autres de par son origine) de la viande bovine.

Cet outil serait intéressant non seulement pour le marché interne mais également pour l'export. L'idée n'est pas de copier ce que fait par exemple « Bord Bia » irlandais mais de s'en inspirer.

➤ Matériel de promotion disponible

- <http://www.apaqw.be/Viande-de-chez-nous/Envie-d-en-savoir-plus.aspx>



Le boeuf : Une histoire passionnante

La nourriture n'a jamais été aussi riche et diversifiée qu'aujourd'hui. Et pourtant, les catastrophes sanitaires peuvent faire peur. Qui n'a jamais eu le sentiment que les aliments n'avaient plus les saveurs d'autrefois ? Qui n'a pas envisagé le végétarisme ou le véganisme ? Qui n'est pas inquiet du sort réservé aux animaux impliqués dans l'élevage intensif ?

Face à tous ces questionnements, comment se construire sa propre conviction ? Voici des pistes et des témoignages pour répondre à vos questions concernant la filière de la viande bovine de chez nous ainsi que des recettes variées pour déguster ce produit de qualité sous une multitude de formes.



Des prairies belges à votre assiette

Vous voulez profiter d'une viande savoureuse et de qualité supérieure ? Jetez un oeil à son pays d'origine, car c'est déjà un label en soi. Et "Belgique" est souvent synonyme d'"approuvé". Parce que chaque maillon de la chaîne veille au grain.

Cela garantit que la viande bovine que vous achetez est toujours soigneusement contrôlée et qu'elle satisfait aux normes de qualité les plus strictes. Et cela quelle que soit la manière dont vous la préparez, quel que soit le type de viande que vous choisissiez.



Cuire & rôtir

Vous aimez un bon morceau de viande avec une croûte savoureuse et croquante ? Ou un rôti qui a pris tout son temps pour cuire au four ? Vous découvrirez dans ce petit livre comment préparer dans les règles de l'art la bonne viande de chez nous.

Les cuissons à la poêle et au four sont deux excellentes façons de tirer le meilleur parti de votre viande. Les conseils que vous trouverez dans cette brochure vous permettront de préparer une viande toujours parfaitement savoureuse, mais aussi de profiter des bienfaits de la viande.



Votre boeuf belge à la carte

Envie d'en apprendre plus sur les différents morceaux de viande de boeuf et la meilleure façon de les préparer ?



AGENCE WALLONNE POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE DE QUALITE

Viande de chez nous

➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Objectif: faire la promotion des viandes de chez nous, de manière transversale, mettre en avant la qualité, le savoir-faire, la durabilité, le local
- Thématique: producteurs & produits via des portraits/des recettes
- Public cible: BtoB & BtoC, presse
- Actions:
 - ❖ Dégustation en GMS
 - ❖ Présence aux grandes foires et salons
 - Ateliers culinaires BtoC
Sur inscription par petits groupes, les ateliers sont ouverts au public lors des foires, salons, (ex. Libramont, Battice, ...). Un ambassadeur ApaQ-W, donne un cours magistral pendant 1 heure au cours de laquelle, ils apprennent à cuisiner un morceau noble de bœuf, de porc, moins noble d'agneau, etc.
 - Tasting
 - ❖ Actions nutrition information vers le monde médical (place de la viande dans une alimentation équilibrée)



➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Actions vers l'HORECA:

- ❖ Campagne d'Ambassadeurs

- Objectif ? Se créer un réseau d'Ambassadeurs de qualité

- Une douzaine par an.
 - Les chefs doivent devenir nos meilleurs Ambassadeurs!

- Comment les toucher?

- Sélectionner des établissements (restaurants, brasseries, etc.) de qualité sur base de critères bien définis
 - Aller les chercher un par un pour les rencontrer, il faut capter leur attention
 - Organiser un tasting chez un éleveur/des éleveurs ou dans leur établissement
 - Les inviter à la ferme, leur faire rencontrer les producteurs

- ❖ Collaboration avec l'HORECA via des supports médias et événementiels touchant cette cible (Gault&Millau, Michelin, Euro-Toques,...)



➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Actions vers Bouchers/Grossistes
 - ❖ Pourquoi ?
BOUCHERS = Interlocuteurs privilégiés,
partie intégrante du circuit-court,
principaux ambassadeurs de nos producteurs.
 - ❖ Comment les toucher?
 - Brochures de recettes et petits matériels :
supports de communication à destination des consommateurs
(ex.: toolkit VDCN, matériel de visibilité (brochures, affiches, ...), etc.
 - Production de papier d'emballage avec le logo VDCN



➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Actions vers Bouchers/Grossistes
 - Incentive – événement BtoB – 24h
On invite les bouchers à vivre 24h dans une belle maison d'hôtes en Ardennes. Du dimanche après-midi au lundi après-midi en petit groupe de 20 personnes max (10 bouchers et leur compagne).
 - Au programme, visite de producteurs, déjeuner et dîner dans la maison d'hôtes en compagnie d'un ou deux producteurs.
 - Pour les repas, les Ambassadeurs ApaQ-W plus spécialisés en gastronomie cuisineront, des morceaux nobles en fonction de ce que la filière veut faire passer comme message. Les invités seront conviés à participer à l'élaboration des repas
 - Le groupe sera constitué d'un boucher par province. Des étudiants d'écoles hôtelières seront invités à faire le service des repas, une manière de les impliquer et les éduquer au meilleur moment de leur apprentissage.

➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Action vers Ecoles professionnelles
 - Objectif? Eduquer le consommateur à choisir une viande de qualité et à dépasser ses a priori passent par les différents acteurs de la filière, les restaurateurs, les bouchers, les producteurs, etc. C'est en touchant les étudiants en plein apprentissage que nous en ferons nos acteurs et donc nos Ambassadeurs de demain.

Comment les toucher? Les préjugés, les rumeurs, les mauvaises images ont en commun de perdurer dans le temps voir même de s'amplifier. Pour toucher les professeurs et donc leurs étudiants, nous proposons de choisir un(e) chef(fe) qui aurait fait ses études dans l'un ou l'autre des établissements scolaires ciblés. Ex: Julien Lapraille (ou un chef, un responsable de guide gastro, etc.) est invité à se rendre dans son ancienne école pour cuisiner de la viande de chez nous avec les étudiants. Dans l'esprit des jeunes, si un tel chef ou une telle personne met cette viande à sa carte ou vient nous en parler, c'est qu'elle doit en valoir la peine!

➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Action Celagri
 - ❖ Table ronde :

On invite autour de la table des experts (Celagri, prof d'Univ, Apaq-W, etc.) à s'entretenir en exclusivité avec 2 ou 3 journalistes spécialisés sur une thématique bien particulière.
Exemple de thème: impact de l'agriculture sur les gaz à effet de serre, le bien-être animal, impact de l'agriculture sur l'environnement, etc. + positive papers Celagri
- Création d'une charte pour la Viande de Chez Nous à faire signer par les différents acteurs des secteurs
- Stand au salon MEAT EXPO à Courtrai 26-29/09/2021



➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Action grand public – en deux phases (livre + expo)
 - Objectif? Parallèlement au travail que nous faisons, il est important de faire un travail sur l'image que le secteur renvoie au grand public. Toucher d'autres/de nouvelles cibles, en mettant en avant la passion des éleveurs et autres acteurs du secteur pour leur métier

Nous proposons la réalisation d'une EXPO ITINÉRANTE et d'un LIVRE.

Nous sélectionnons une cinquantaine de producteurs/productrices (toutes filières confondues).

Travail avec un photographe pour réaliser des portraits esthétiques de chacun d'entre eux/elles. Chaque photo doit refléter la passion, l'amour du métier, la proximité, l'empathie, la fierté, etc.

L'objectif est de créer un bel « objet » qu'on lit, qu'on feuillette, que l'on garde, que l'on offre!
C'est le livre que l'on veut retrouver sous le sapin!

➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Action grand public – en deux phases

- Composition du livre:

La photo en noir et blanc

Un texte très court qui présente la personne, ses passions, de manière amusante/anecdotique.

On humanise le producteur

Une recette en couleurs

- Exposition itinérante:

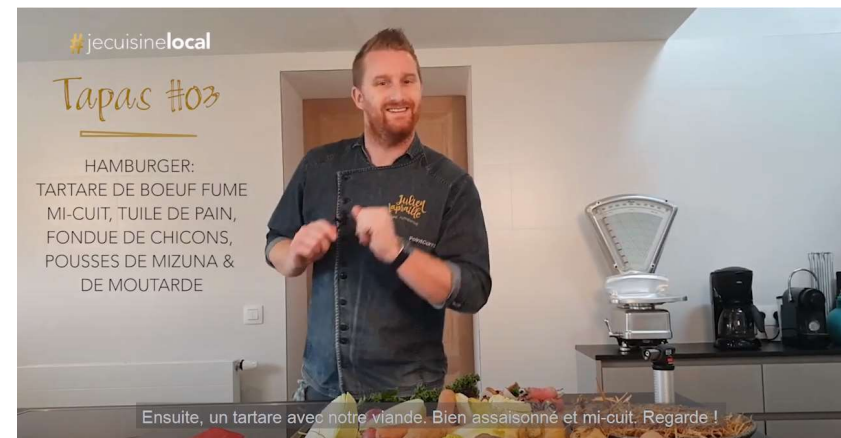
Chaque portrait sera agrandi et fera partie de l'exposition itinérante.

L'expo devra s'arrêter dans les grands villes comme Namur, Bruxelles, Liège, Arlon, Mons, Ciney, Charleroi, Tournai, Courtrai, Mouscron.

Des lieux comme le centre culturel de la ville ou des galeries pourraient servir de lieu d'accueil pour ces expositions ou lors des foires à Libramont, Battice, ...

➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Action grand public – (re)diffusion capsules vidéo « Portrait d'éleveurs » - « Notre savoir-faire » - Idées recettes
 - Diffusion des capsules réalisées en TV, digital, sur réseaux sociaux



➤ Viande de Chez Nous (VDCN)

- Pédagogie
 - Un outil bien-être animal
 - Un outil portfolio des animaux de la ferme



#jecuisine**local**
durable et de saison

- 32 000 €

- Objectif: sensibiliser le public à l'implication des secteurs viande dans le local, le durable et la qualité
- Thématique: circuit-court, saveur, qualité, produits de saison
- Public cible: BtoB et BtoC, presse

- Actions:

- ❖ Ma quinzaine locale : BARBECUE VDCN

- Pour marquer sa participation à Ma Quinzaine Locale, le secteur viande organise un grand BBQ champêtre pour la presse et leur famille, viande de chez nous, vin/bières trinquons local, légumes/fruits, fromages de chez nous, pains,... On choisit une exploitation représentative (qui peut changer chaque année si la première édition fonctionne bien). On sort la nappe, les lampions, ... le tout dans une ambiance festive de guinguette.

- ✓ Timing: après Pâques pour MQL (1^{ère} quinzaine de mai)

- Participation des éleveurs/producteurs viande qui ouvrent leurs portes pendant Ma Quinzaine Locale

#maquinzaine**locale**
Produits locaux & Circuits courts

Merci!
