

PROMOTION SECTEUR BOVIN

Assemblée sectorielle
Du 17 novembre 2021



www.apaqw.be

Contextualisation — les enjeux du secteur

1. Taux de 150% d'autosuffisance en production de viande bovine — la Belgique fait partie du top des exportateurs de viandes et notamment de bœuf. Le savoir-faire, les atouts de nos élevages liés au sol s'exportent -> vitrine pour la Wallonie. D'où l'importance, de s'appuyer plus que jamais sur ces atouts.
2. En Wallonie, nous avons des enjeux territoriaux liés aux enjeux de l'agriculture, l'un n'allant pas sans l'autre. Rappelons-le, près de la moitié de nos surfaces de pâturage sont utilisées pour l'activité agricole. Avec du potentiel pour plus d'extensivité.
3. La stratégie européenne « De la ferme à la fourchette » prend de plus en plus d'ampleur et pousse le secteur à prendre encore plus de mesures notamment en termes de durabilité. Il faut informer le public sur les efforts du secteur et sa volonté d'exercer son métier de manière responsable.



Contextualisation — les enjeux du secteur

4. Les tendances de consommation se modifient, on le sait il y clairement une baisse de la consommation de produits viandoux au profit de produits végétaux/transférés. Nécessité de sensibiliser le consommateur au métier, aux produits/terroir, à l'importance/aux avantages d'une consommation locale et de saison mais aussi d'« humaniser » l'éleveur.

Ces enjeux ne sont pas nouveaux.

L'année passée, dans ce contexte et sur base des résultats de l'Observatoire de la consommation, l'Agence a initié une nouvelle orientation des actions à mettre en place de manière à être la plus proche des attentes/besoins des consommateurs et du secteur.

En 2022, nous nous inscrirons plus encore dans cette démarche.



www.apaqw.be

Contextualisation – les enjeux du secteur

Sur base des résultats de l'Observatoire de la consommation, définitions de messages/groupes cible/...:

Outre le constat que nous connaissons toutes et tous que la consommation de viande diminue, on voit un pourcentage important de répondants qui ont l'intention de consommer plus local et wallon dans le futur.

60% des répondants sont globalement intéressés par l'agriculture et les pratiques agricoles ex: élevage et bien-être animal, utilisation de pesticides, impact environnement et traçabilité. -> définition des messages

La viande bovine est le produit le plus consommé à l'extérieur de chez soi. -> cible HoReCa

Les familles avec enfants et haut revenu et les pensionnés achètent plus de viande bovine. Les consommateurs de viande bovine préfèrent des produits belges (71% - 55% en Wallonie). -> définition des groupes cible



**PLAN
DE PROMOTION
2021**

Promotion de la viande bovine 2021

1. Campagne européenne « Moments Authentiques »
2. Partenariat avec le VLAM
3. Campagnes Viande de chez nous
4. Actions transversales



ACTIONS 2021

Campagne « Moments Authentiques »

- ✓ Promouvoir et valoriser la viande bovine européenne et plus particulièrement de chez nous
 - ✓ Objectifs 2021:
 - Construire une image positive autour du bœuf européen
 - Rassurer les consommateurs sur la qualité de la viande
 - Sensibiliser à une consommation raisonnée et équilibrée
 - ✓ Diverses actions touchant différents groupes cibles:
 - HoReCa
 - ❖ Restaurant Weeks : mise en avant de la viande bovine belge sur les menus. Communication via communiqué et/ou page Facebook
- 2 vagues : en mai et octobre (total = 15 restaurants). Une troisième prévue pour début décembre



Campagne « Moments Authentiques »

- ❖ Ateliers — info et culinaire — dans les écoles hôtelières et lancement du concours inter écoles « Be Bœuf » - 5 écoles rencontrées
 - ❖ Rencontre éleveurs et restaurateurs — 2 éleveurs et 3 restaurateurs
 - ❖ Participation au dîner de gala du Gault&Millau (13.12)
- Fédération des Bouchers FR — Ateliers par province
- ❖ Séance d'information sur la campagne européenne et interactions entre les bouchers et l'éleveur invité — 4 ateliers déjà réalisés sur 6 ateliers prévus
- > Kain: 20 bouchers
 - > Libramont: 25 bouchers
 - > Wépion: 25 bouchers
 - > Verviers: 45 bouchers

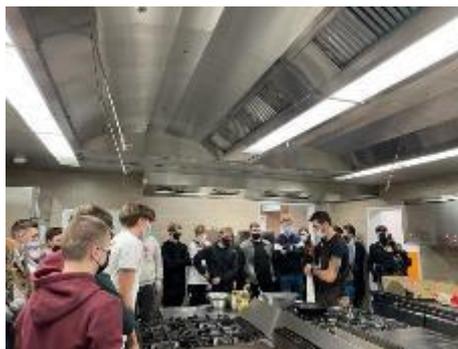


Campagne « Moments Authentiques »

Voir chaine youtube ApaqW



Campagne « Moments Authentiques »



Campagne « Moments Authentiques »



www.apaqw.be

Campagne « Moments Authentiques »

- Création de supports de promotion:
 - ❖ Brochure BtoC (12 pages) : 14 000 ex
 - ❖ Brochure BtoB (12 pages) : 1 000 ex
- Activation via Ambassadeur: Jean-Philippe Watteyne
 - ❖ Création de vidéos (paleron: 90k)
 - ❖ Création de recettes originales à base de bœuf
 - ❖ Participation à quelques actions conso ou presse dans le cadre de la campagne
- Activation influenceurs — publication de 6 recettes à base de bœuf
 - ❖ Tomate-Cerise (Insta 4,3k et site web)
 - ❖ Lucie Vandamme (Insta 16,1k)
 - ❖ Aliciasfood (pas encore réalisé)



I
N
T
R
O

En 2018, nous avons lancé la campagne européenne « Moments Authentiques ».

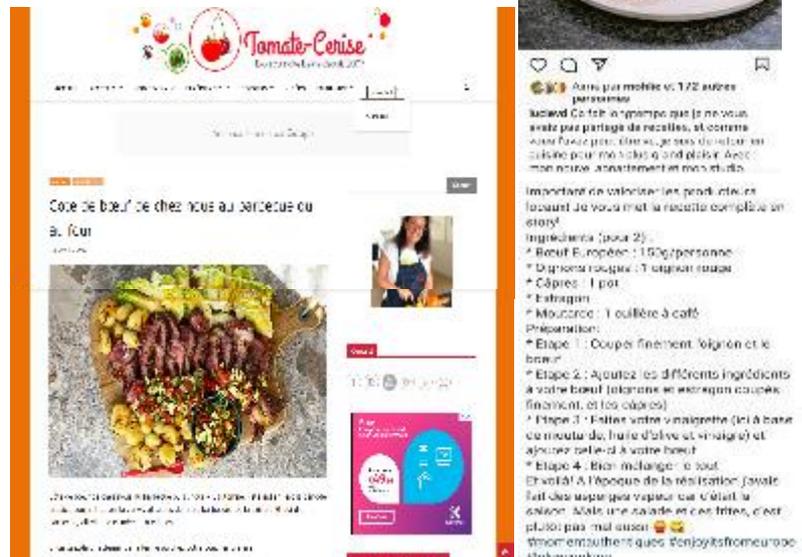
Le but est de promouvoir les aspects de qualité et de goût de nos produits. À travers la consommation responsable, nous nous concentrons sur les aspects de qualité et de goût de nos produits. À travers la consommation responsable, nous nous concentrons sur les aspects de qualité et de goût de nos produits.

Nous accueillons avec enthousiasme toutes les initiatives de promotion de nos produits. Nous nous concentrons sur les aspects de qualité et de goût de nos produits. Nous nous concentrons sur les aspects de qualité et de goût de nos produits.



www.apaqw.be

Campagne « Moments Authentiques »



Amis par mobile et 172 autres personnes

Lucien Carle a partagé une recette, et c'est une vraie pépite. Elle est très délicate et s'adapte pour moi. Mais quand j'ai fait avec mon nez, ça sentait et moi et toi.

Important de valoriser les produits et l'aspect de vous mettez la recette sur plate story!

Ingredients (pour 2):

- Bœuf 500g - 1 kg / personne
- Vin rouge - 1 l / personne
- Capres - 1 pot
- Fenouil
- Moutarde - 1 cuillère à café

Préparation:

- Etape 1 : Coupez finement l'oignon et le bœuf
- Etape 2 : Ajoutez les différents ingrédients à votre bœuf (prenez le fenouil coupé finement, et les capres)
- Etape 3 : Faites votre vinaigrette (et à base de vinaigre de vin rouge et vinaigre) et ajoutez cela à votre bœuf
- Etape 4 : Bien mélanger le tout

Et voilà! À l'heure de la réservation, j'avais fait des aigres pour valancer tout à fait la saison. Mais une semaine en ces fêtes, c'est plus pas mal aussi 😊

Spécial authentiques que j'enjoyais de beaucoup!

Lucien Carle a partagé une recette et je te fais ce que tu veux 😊



www.apaq-w.be

Campagne « Moments Authentiques »

- Événement de presse — début décembre avec Jean-Philippe Watteyne
 - ❖ Déjeuner de presse précédé d'une visite chez un éleveur: Pierre-Henri Christophe à Fexhe-Le-Haut-Clocher



www.apaqw.be

Partenariat avec le VLAM

- ✓ Promouvoir et valoriser la viande bovine belge
- ✓ Diverses actions touchant différents groupes cibles:
 - HoReCa
 - ❖ Meat Expo – 27 septembre : partage d'un stand avec le VLAM sur l'espace de la Fédération des Bouchers de Belgique et atelier culinaire
 - ❖ Horeca Expo: présence sur le stand du VLAM



Partenariat avec le VLAM

- Grande distribution et Boucheries — Steak-Frites-Salade
 - ❖ Insertion dans le magazine Boucherie Belge
 - ❖ Affichage volontaire des affiches dans les supermarchés
- Comment préparer la viande — 2e édition
 - ❖ Envoi d'un exemplaire aux quelque 3 000 membres de la Fédération des Bouchers
 - ❖ Exemplaires distribués en école hôtelière -> distribution sera amplifiée en 2022
- Positions papers : toujours en cours
- Vlees.be : en cours



www.apaqw.be

Actions « Viande de chez nous »

- HoReCa/Enseignement
 - ❖ Rencontre avec des producteurs et des restaurateurs ou traiteur gastro fournisseur de l'HoReCa.
 - Comme Chez Soi -> éleveur d'agneaux, fournisseur de PQA
 - Qualité et tradition -> fournit 300 restaurants gastronomiques
 - D'autres vont suivre
 - ❖ Nous travaillons avec le secteur de l'HoReCa dans le cadre de la campagne européenne 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



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 entre la mi- et fin novembre
 - ❖ Distribution des ardoises « origine » en cours
 - ❖ Production de papier emballage VDCN en cours

VIANDE
DE CHEZ NOUS

Bœuf

Canard

Porc

Gibier

Agneau

Poulet

Autre

Forme au producteur :





www.apaqw.be

Actions « Viande de chez nous »

- BtoC

- ❖ Livre de 50 portraits d'éleveurs et de 50 recettes – 2 500 ex

Lancement officiel du livre le 29 octobre, campagne de promotion débute.

Quotidiens/radio/TV nat et locales/...planifient d'en parler. Ex: RTL le 3 nov



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



www.apaqw.be

AGENCE WALLONNE POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE DE QUALITÉ

Actions « Viande de chez nous »



Un livre pour corriger le regard souvent négatif porté sur le monde agricole

Un ouvrage de référence pour le monde agricole

Le monde agricole est souvent perçu de manière négative. Ce livre vise à corriger ce regard en présentant un monde agricole diversifié et positif.

Le monde agricole est souvent perçu de manière négative. Ce livre vise à corriger ce regard en présentant un monde agricole diversifié et positif. Les auteurs abordent les aspects économiques, sociaux et environnementaux de l'agriculture.



La Libre Eco — 5 nov

SUDINFO

« Être éleveur aujourd'hui, c'est assumer plusieurs métiers »

Les agriculteurs de la Région wallonne ont aujourd'hui à assumer plusieurs métiers. Ils sont producteurs, commerçants, gestionnaires, etc.

Moins d'exploitations agricoles chez nous

Le nombre d'exploitations agricoles diminue en Belgique. Les raisons sont multiples : départs à la retraite, difficultés économiques, etc.

50 recettes de nos élevages

Un recueil de recettes inspirées par les produits de nos élevages wallons.

Sudpresse — 30 oct

FOOD

Du wallon dans l'assiette

Le bœuf, le porc, le mouton, la volaille, le traité et l'osset sont élevés en Wallonie. L'héritage de 50 de leurs éleveurs passionnés est rasé dans ce livre. Eric Bouchard dans un livre qui bande la bande du circuit court et propose dans le même temps des recettes pour cuisiner ces mets de terroir.

DE LA TERRE À L'ASSIETTE. 50 ÉLEVEURS - 50 RECETTES.
Eric Bouchard, Sabine De, Julien Lapalme et Gerald Weiser, Racine, 204 p., 25 €, dès le 20/10.

Moustique — 27 oct

FOOD

50 ÉLEVEURS, 50 RECETTES

Un livre de 50 recettes inspirées par les produits de nos élevages wallons. Les recettes sont simples et accessibles à tous.

DE LA TERRE À L'ASSIETTE

DH Mag — 30 oct



AGENCE WALLONNE POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE DE QUALITÉ

Le Sillon Belge

Création: 2008
Annuaires: 49410
Site: 200 web

LIBRI

Ode à la terre

Un livre qui célèbre la terre et les éleveurs wallons. Les recettes sont inspirées par les produits de nos élevages.

DE LA TERRE À L'ASSIETTE

Le Sillon Belge

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 »

■ BtoC

❖ Dégustation en grande distribution

- Bœuf dans les Carrefour Hyper et Cora, en moyenne 40 dégustations par WE au mois d'octobre
- Porc dans les Carrefour Hyper et Cora à venir
- Poulet dans les Carrefour Hyper et Cora à venir

❖ Stand Apaq-W/#jocusinelocal à Battice, Anuga, C'est Bon, c'est Wallon, Municipalia, Agribex à venir



- Un super belle animation sur un top produit de nos éleveurs wallons au Cora ROCCOURT qui offrent au consommateur un produit exceptionnel excellent de qualité, durable et local.
- Trop bien cette animation conviviale. Les clients adorent déguster cette viande de très haute qualité... Ils goûtent et puis souvent ils achètent directement... Super top qual...

| Item | Valeur |
|-------------------------|--|
| HEURE DE DÉPART | 18H 30 |
| TOTAL HEURES PRESTÉES | 7 |
| TRAV | 3611 EUR |
| EMPLACEMENT | TAVOY |
| APPELÉES | MOYEN |
| CONSCIENCE | Élevage Libacotte et 'Nagu beef' |
| PROMO COLLABORÉES | USURE 175 |
| REMANQUES ANIMATEURS | Super belle animation et ventes massives |
| REMANQUES CONSOMMATEURS | 200 |
| NOMBRE DE CONTACTS | 170 |
| NOMBRE D'ACHÈTEURS | 43 |

| Item | Valeur |
|-------------------------|-------------------------------------|
| HEURE DE DÉPART | 14 |
| HEURE DE FIN | 15 |
| TOTAL HEURES PRESTÉES | 0 |
| TRAV | 1650 |
| EMPLACEMENT | RAYON |
| APPELÉES | PEU |
| CONSCIENCE | non |
| PROMO COLLABORÉES | ANIMATION |
| REMANQUES CONSOMMATEURS | toucher la viande goûter et acheter |
| REMANQUES ANIMATEURS | à l'avenir les vendre |
| NOMBRE DE CONTACTS | 100 |
| NOMBRE D'ACHÈTEURS | 100 |
| NOMBRE D'ACHÈTEURS | 35 |

| Item | Valeur |
|-------------------------|---|
| HEURE DE DÉPART | 18H 30 |
| HEURE DE FIN | 19H 30 |
| TOTAL HEURES PRESTÉES | 7 |
| TRAV | 3700 |
| EMPLACEMENT | RAYON |
| APPELÉES | PEU |
| CONSCIENCE | non |
| PROMO COLLABORÉES | ANIMATION |
| REMANQUES CONSOMMATEURS | toucher que la viande et être bonne qualité |
| REMANQUES ANIMATEURS | à l'avenir la vendre |
| NOMBRE DE CONTACTS | 100 |
| NOMBRE D'ACHÈTEURS | 100 |
| NOMBRE D'ACHÈTEURS | 50 |



www.apaq-w.be

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
 - ❖ Capsules éleveurs — rediffusion RS/TV locales à venir
 - ❖ Partenariat avec: en cours
 - Sudpresse — Magazine Max du 6/11 au 11/12
 - 6 articles rédactionnels — portraits
 - 6 recettes
 - Gourmandiz et DH mag
 - 2 mini dossiers de 2 pages
 - 6 recettes dans la DH mag



ACTIONS

TRANSVERSALES

Multiples

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



#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'Apag-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 consommateurs 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



www.apagw.be

#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 du bœuf
- ❖ Visite de producteurs par Guihome et influenceuses





Campagne BBQ TV — RS



Campagne été rediffusion - TV - RS



Réseaux sociaux



ELLE

MODE BEAUTÉ LIFESTYLE ELLE DÉCO ELLE À TABLE ELLE SANTÉ

LIFESTYLE

NACHOS AU BŒUF EFFILOCHÉ

Mis à jour le 13 septembre 2021

par ELLE Partenaires



Nachos au bœuf effiloché par Magda Kaban

ELLE Belgique et RS



Tagliata de boeuf aux fines herbes, grenailles et carottes rôties

Été • Moyen • Plat

Un classique trop bon dont on ne se
lasse jamais !

plus en local
d'ici et là

Bagel au carpaccio de boeuf

des ingrédients locaux et un mélange original
de produits locaux

1 2 in



Les ingrédients

- 100g de carpaccio de boeuf
- 100g de fromage blanc
- 100g de tomates locales
- 100g de laitue locale
- 100g de oignons locaux
- 100g de pain de seigle
- 100g de vinaigrette locale

Coq de Cristal 2021

Cette édition a présenté de nouvelles catégories:

- ❖ Tache noire
- ❖ Ribs d'agneau
- ❖ Pâté de campagne (ouverte aux bouchers)
- ❖ Truite Fario

Les lauréats seront présentés officiellement le 17 décembre et feront l'objet d'une campagne de communication



Divers

- Observatoire de la durabilité - Belbeef
 - ❖ Envoi communiqué, relance et organisation d'interviews



www.apaqw.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

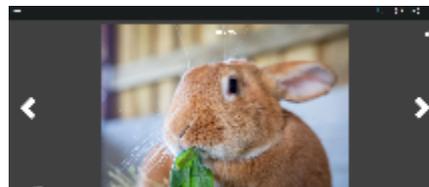




Découvrez tous nos dossiers!
Disponibles gratuitement en téléchargement.



www.grainesdagri.be 



LES ANIMAUX DE LA FERME

Mes coloriages

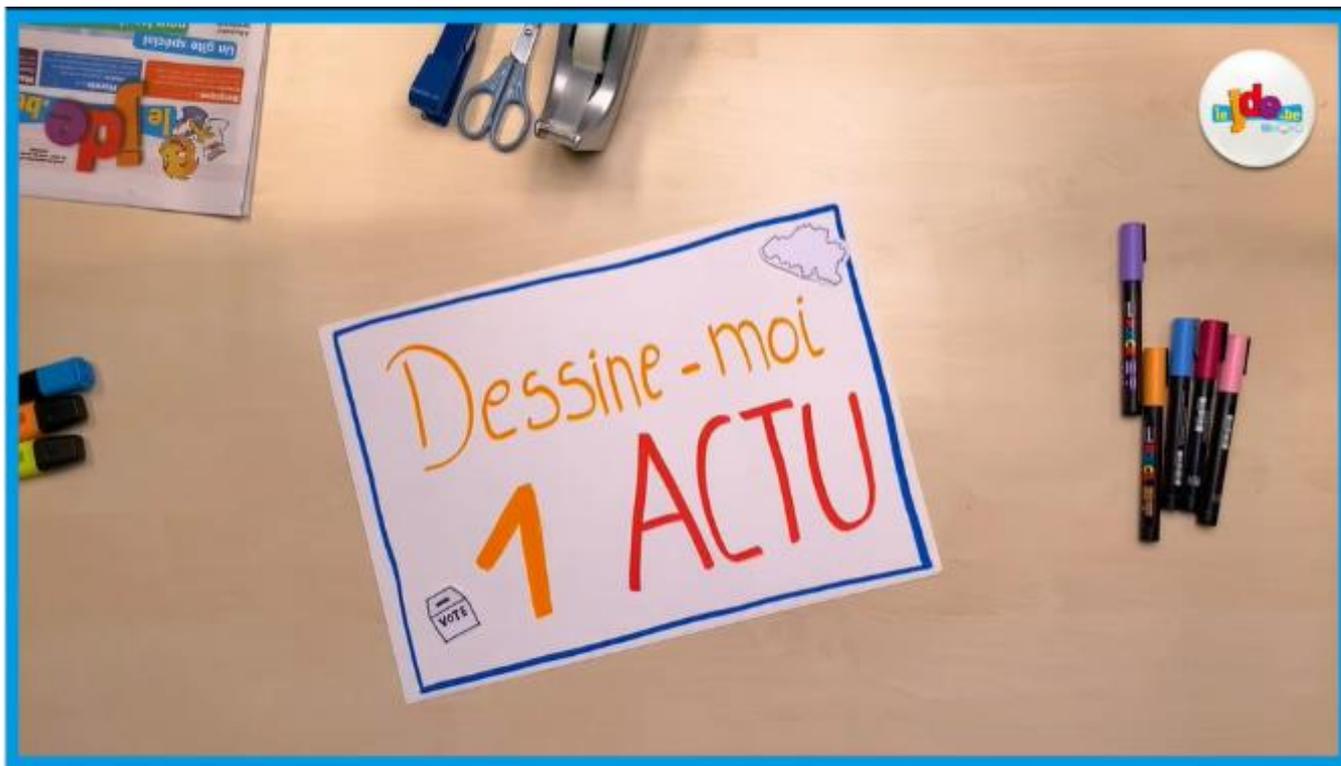


LA VACHE VIANDEUSE



www.apaqw.be

AGENCE WALLONNE POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE DE QUALITÉ



Le JDE
27 mai · 🌐



Les règles - Dessine-moi une actu (20)

C'est quoi les règles?...

👍❤️ 96

9 commentaires 17 K vues

👍 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



www.apaqw.be

PLAN DE PROMOTION 2022

Projets d'actions

I. Actions spécifiques:

A. Campagne européenne pour le bœuf :

- HoReCa

- ❖ Meatlovers Festival : mise en avant de de la viande bovine belge en partenariat avec divers restaurant pendant une semaine/un we dans le foodcorner d'une ou plusieurs villes.

- ❖ Ex:

Wolf à Bruxelles : 19 restaurants/2 bars



Projets d'actions



www.apaqw.be

Projets d'actions

- ❖ Seconde édition du concours inter écoles « Be Boeuf » - Obj 10 écoles
- ❖ Rencontres éleveurs et différents maillons de la chaîne (grossiste, boucher, restaurant,...)

- Fédération des Bouchers FR
 - ❖ Production d'une brochure reprenant des informations « chiffrées » à remettre aux clients de bouchers notamment sur l'impact de l'élevage bovin sur l'environnement -> question fréquente
 - ❖ Autre supports informatifs



www.apaqw.be

Projets d'actions

- Plan média
 - ❖ BtoC : Insertion cahier recette dans magazine : ex. Femmes d'Aujourd'Hui
 - ❖ BtoB : Magazine Boucherie Belge
 - ❖ BtoB : Insertion dans Gondola magazine
- Plan média sociaux: vidéos et recettes de Jean-Philippe Watteyne
- Presse
 - ❖ Evénements de presse
 - ❖ Communiqués et newsletters



Projets d'actions

B. Partenariat avec le VLAM

- ✓ Promouvoir et valoriser la viande bovine belge
- ✓ Diverses actions touchant différent groupes cibles:
 - HoReCa
 - ❖ Meat Expo — septembre
 - ❖ Horeca Expo — novembre
 - Grande distribution et Boucheries — Steak-Frites-Salade
 - Vlees.be : en ligne

C. Subventions — aide aux secteurs

Les candidats seront invités à remettre leurs fiches projets pour début janvier 22



Projets d'actions

II. Actions Viande de chez nous:

A. Campagne de sensibilisation :

- a) Sensibiliser le consommateur sur l'origine des 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, JFO, ...). 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
 - iii. Charte
- 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



www.apaqw.be

Merci de votre attention.

