

Assemblée sectorielle « Grandes Cultures »

- 26 mai 2021 -



Table des matières

- 1) Actions #jecuisinelocal
- 2) Actions Pain
- 3) Actions Trinquons local
- 4) Actions Pommes de terre locales
- 5) Actions Pommes de terre transformées
- 6) Actions Plant de Pommes de terre
- 7) Actions de terrain
- 8) Actions Secteur Bio
- 9) Outils pédagogiques



1) Actions #jecuisinelocal

#jecuisinelocal
durable et de saison

OBJECTIFS

- ❖ Valorisation transversale des différentes filières de production dans le cadre de la charte #JCL (y compris pommes de terre, céréales, légumineuses, farines locales, ...)
- ❖ Sensibilisation du consommateur sur ses choix de consommation, référence à une assiette équilibrée et durable constituée de produits locaux.

ACTIONS 2021

- ❖ Campagne estivale spot Barbecue & Rooftop en TV
- ❖ ELLE.be, NRJ, TIPIK
- ❖ Réseaux sociaux, influenceurs
- ❖ Points de vente de Terroir
- ❖ Bistrots et Tables de Terroir



2) Actions Pain

ACTIONS EN 2020

- ❖ Facebook Maîtres Boulangers-Pâtissiers
- ❖ Campagne TV IP (Rtl Tvi, Club Rtl, Plug)
 - 4 périodes de diffusion : juin, octobre, novembre et décembre
- ❖ Concours sacs à pain

ACTIONS EN 2021

- ❖ Election des 100 meilleurs Maîtres Boulangers-Pâtissiers
- ❖ Concours sac à pain
- ❖ Calendrier
- ❖ Actions médias et réseaux sociaux



3) Actions Trinquons local (bières, alcools, vins ...)

CIBLES : Amateurs de toutes les boissons locales alcoolisées et non alcoolisés.

ACTIONS EN 2020

- ❖ Concept « Trinquons local » : bières, vins, alcools, spiritueux, jus de fruit et eaux
- ❖ Réalisation de 50 capsules « producteurs » par les ambassadeurs Sandrine Dans et Eric Boschman
- ❖ Réalisation d'un site Internet reprenant les 50 capsules des brasseurs, distillateurs, producteurs de cidres, vins de fruits, et vignerons locaux
- ❖ Info sur les secteurs ainsi qu'un onglet « Juste prix »
- ❖ Préparation d'une étude de marché relative aux boissons locales

ACTIONS EN 2021

- ❖ Réalisation de l'étude de marché relative aux boissons locales qui sera présentée lors d'un colloque relatif à « Trinquons local »
- ❖ Réalisation d'un spot incitant les amateurs de boissons locales à consulter le site Trinquons local qui sera diffusé sur le Groupe IP
- ❖ Production de nouvelles capsules pour les nouveaux producteurs des 4 secteurs ayant acquitté la rétribution forfaitaire



4) Actions Pommes de terre locales

Pommedeterrelocale.be

Cibles :

- ❖ B2B : producteurs de pommes de terre, de plants de pommes de terre et préparateurs - négociants de pommes de terre de plants de pommes de terre
- ❖ B2C :
 - Cœur de Cibles : les PRA de moins de 40 ans
 - Secondaire : Les Néos Ruraux

Objectifs de Communication :

- ❖ Convaincre que la pomme de terre est un aliment trendy ayant de nombreux atouts :
 - Multitude de préparations culinaires
 - Richesse nutritionnelle
 - Environnementale
 - Production locale
- ❖ Redorer l'image des producteurs

Objectif de Marketing :

- ❖ Consolider la consommation des pommes de terre locales



4) Actions Pommes de terre locales

Pommedeterrelocale.be

Actions 2020

- ❖ Diffusion d'un spot TV de mai à juin sur IP
- ❖ Collaboration : David Antoine sur Contact
- ❖ SOS Patat : campagne APAQ-W et VLAM
- ❖ Facebook : réactivité et interaction des répondants (3 jeux concours, ...)

Inciter les PRA à consommer des pommes de terre locales en raison des surstocks de pommes de terre

Chiffres campagne printemps 2020

- ❖ 528 010 personnes touchées
- ❖ 86 370 Interactions dont 21 000 Commentaires



4) Actions Pommes de terre locales

Pommedeterrelocale.be

Actions 2020 (automne hiver)

- ❖ Diffusion du spots radio sur la RMB (Vivacité) pour les pommes de locales
- ❖ Site Internet axé sur les recettes à base de pommes de terre

Chiffres 2020 Campagne

- ❖ Campagne pommes de terre locale : 1 543 272 impressions de publicités
- ❖ 530 685 personnes touchées

- ❖ 40 719 visites
- ❖ 102 500 sessions
- ❖ Temps moyen passé sur le site 58 secondes
- ❖ Pages les plus fréquentées : accueil et recettes
- ❖ Trafic : 53 % mobile et de 40 % sur dekstop

Native

- ❖ Impression : 9 295 256
- ❖ Clics : 11 231
- ❖ Coût contact par clic : 0,43 €

Conclusions

- ❖ Augmentation des visites sur la période Mai/Juin
- ❖ Les recettes sont toujours porteuses et sont toujours une valeur sure



4) Actions Pommes de terre locales

Actions en 2021

- ❖ Recettes
- ❖ Facebook , site web pommesdelocales.be
- ❖ Articles reprenant 9 thématiques validées par l'APAQ-W, le Collège des producteurs, le CARAH et la Fiwap



5) Campagne Pommes de terre Asie du sud est

Programme européen cofinancé en collaboration avec le VLAM et les entreprises de transformation

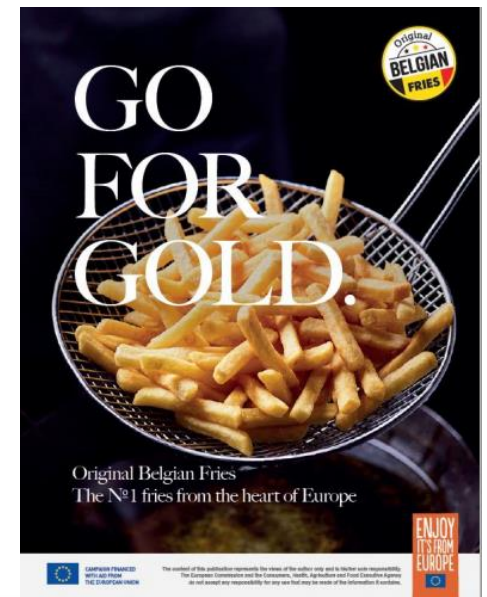
Concept : Belgian fries – James Bint

Programme mis en suspens en 2020 – COVID-19

En 2021 : Tokyo, Seoul, China , Singapour (mars-avril)

Nouvelle mise en suspens

Reprise probable à l'automne



6) Actions Plant de Pommes de terre

Cibles : Multiplicateurs, Producteurs, Négociants –
Préparateurs de plants et producteur de pommes de terre

Valorisation de l'Etude de marché relative à la multiplication,
la production de plants de pommes de terre

Visite champ post-contrôle



7) Actions de terrain

- ❖ Salon Interpom (28 au 30/11/2021)
- ❖ Colloque sur les boissons locales (date à déterminer)

- ❖ Foire agricole de Battice (3-5/09/2021)
- ❖ Horecatel (5 au 8/09/2021)
- ❖ Ma quinzaine locale (11-26/09/2021)



8) Campagne automnale secteur Bio

- ❖ Mise en avant d'une filière particulière via le web et les réseaux sociaux
- ❖ En 2020 : la filière « céréales »
- ❖ En 2021 : la filière « pommes de terre »



9) Outils pédagogiques

une boîte à outils pédagogiques et didactiques en ligne à destination



des enseignants, animateurs et guides désireux d'aborder le monde agricole de chez nous



Les machines tirées par le tracteur pour cultiver les céréales

L'ÉPANDÉUR
1 Il projette le fumier dans le champ pour enrichir la terre.

LA CHARRUE
2 Grâce à ses socs (grosses dents), elle laboure la terre, la retourne pour l'aérer et la mélanger au fumier.

LE SEMOIR
3 Il creuse le sol en formant des sillons et y sème des graines. Il recouvre le tout de terre.

LE PULVÉRISATEUR
4 Il sert à traiter les céréales contre les maladies et diminuer les adventices dans le champ.

LA BENNE ET LA MOISSONNEUSE - BATTEUSE
5 La moissonneuse coupe les céréales et sépare les grains et les liges. Les grains sont récupérés dans la benne. Les liges sont laissées sur le sol.

LA PRESSE À BALLOTS
6 Elle compresse et attache la paille (liges des céréales) pour en faire des ballots ronds ou carrés. La paille servira de litière pour les animaux de la ferme.

Logos: Apaq-W, bayard, MLAN



Merci pour votre attention

