

Promotion 2022

-

Actions



www.apaqw.be

Publics cibles

- BtoB
 - ❖ HoReCa
 - ❖ GMS
 - ❖ Fédérations des Bouchers, Charcutiers et Traiteurs de Belgique
 - ❖ Presse
 - ❖ Ecoles hôtelières
 - ❖ Eleveurs

- BtoC
 - ❖ Grand public



www.apaqw.be

Actions BtoB

A. Campagne Moments Authentiques

❖ Plan média : Insertion medium BtoB - Thème BBQ dans Horeca Magazine

Het rundvleeseffect van Jean-Philippe Watteyne

Lokaal rundvlees op de barbecue? Heerlijk! Voor Authentieke momenten promoot chef Jean-Philippe Watteyne van Mons het veelzijdige Europese model van rundvleeshaardij. Als goede kokaar heeft hij enkele buitengewone reproductanten ont moet met geweldige verhalen en producten.

Waarom bent u betrokken bij de door de EU medegefinancierde campagne Authentieke momenten van het APAQ-W? Ze geeft informatie over de kwaliteiten van Europese rundvlees en de productie ervan. Het doel ervan ligt in de lijn van mijn waarden: ik werk in een kort circuit, ik heb veel lokale boerderijen betrokken en ik wilde kenners tonen dat er ook kwaliteit bestaat bij ons. Tegenvoerdig willen de mensen smaken vlees met respect voor het dier en het milieu. Rundvlees heeft zijn plaats in deze nieuwe voedingsgewoonten.

Hoe gaat u dagelijks om met de Europese normen? Ik weet waar het vlees vandaan komt en wat het vlees te eten heeft gekregen. Ik moet wel, ik ontmoet regelmatig de producenten. Op die manier heb ik een verhaal te vertellen aan de consument. En verder producer ik zoveel mogelijk afval. Dat is makkelijk geworden, je moet het alleen maar willen.

Hoe bereidt u uw vlees het liefst? Voor een côte à l'os op de barbecue met een bijzondere smaak, bak ik beide kanten, evenwijdig gevuld, gaar wat bakjes samen zijn in het vuur en doe er een deksel op. Ik serveer het met groenten. In mei, het aspergezeizoen, bak ik het à la plancha, gekruid met soja-saus.

Welke rassen komen in ons land voor? Aan welke geeft u de voorkeur? Ik werk met Limousin geteeld in de heuvelachtige wouden van Ciney. Het vlees is rood, donker, goed doorneg, met vrij veel bilt, heeft een krachtige smaak en goed vet. Heerlijk! Naast Limousin en Blanc-Bleu (de meestheerd) zijn alle rassen te vinden in kleine boerderijen: Charolais, Aubrac, Wagyu (zeer vet en smakelijk)...

De campagne Authentieke momenten wil lokaal rundvlees zijn odelbieren teruggeven! Wat zijn de sterke punten? De normen zijn veelzijdig, wat een garantie is voor kwaliteit, en het circuit is transparant. Vaak verbouwen de boeren zelf het voer dat zij aan hun vee geven. Daar komt de kwaliteit vandaan: de moeraswelden en het voer van het vee. Merk op dat er in België een groot deel van de melk heert. Het ligt niet in onze aard om geheimen te bewaren. Ik promoot de lokale bodem en plaats mijn producenten op de voorgrond. Wanneer je nieuwsgierig bent, is het plezier eindeloos! Wanneer je een goed product hebt, dat je sublimeert, en positieve feedback van de klanten, is dat magisch.

L'effet bœuf de Jean-Philippe Watteyne

La viande de bœuf locale au barbecue, c'est « splendide » ! Pour Des moments authentiques, le chef montois Jean-Philippe Watteyne promeut le modèle européen d'élevage bovin, hautement engagé. En bon kokar, il a recruté des producteurs extraordinaires, aux histoires et produits magnifiques.

Pourquoy vous associer à la campagne de l'APAQ-W. Des moments authentiques, financée par l'UE ? Elle informe sur les qualités du bœuf européen et sa production. Son objectif est en cohérence avec mes valeurs : je travaille en circuit court, j'ai visité de nombreux élevages locaux et je veux montrer aux professionnels que la qualité existe chez nous. Aujourd'hui, on veut une viande savoureuse, respectueuse de l'environnement, de l'élevage et de la terre.

Comment abordez-vous les normes européennes ou quotidiennes ? Je sais d'où vient la viande que je travaille et l'alimentation qu'il y a le bœuf. Je suis obligé. Je rencontre régulièrement les producteurs. Ainsi, j'ai une histoire à raconter au consommateur. Et puis, je produis le moins de déchets possible. C'est devenu facile, il suffit de le vouloir.

Comment aimez-vous préparer votre viande ? Pour une côte à l'os au barbecue et surtout exceptionnel, je suis le bœuf Blanc, simplement assaisonné, je grille des branches de romarin dans le feu et je mets un couvercle. Je coupe avec des légumes. En mai, c'est la saison de asperges, je les cuis à la plancha, digérées à la sauce soja.

Quelles races trouvez-vous chez nous ? Laquelle préférez-vous ? Je travaille avec du Limousin local dans des parcelles vallonnées, à Ciney. Rouge, foncé, bien persillé, avec pas mal de muscle, la viande a un goût puissant et du bon gras. Splendide ! Outre le limousin et le Blanc-Bleu (le plus commun), on trouve toutes les races dans de petits élevages : du Charolais, de l'Aubrac, du Wagyu (très gras et savoureux)...

La campagne Des moments authentiques veut redonner à la viande bovine de chez nous ses lettres de noblesse ! Quelle sont ses points forts ? Les normes sont exigeantes, c'est un gage de qualité, et le circuit est transparent. Souvent, les éleveurs cultivent eux-mêmes l'alimentation qu'ils donnent à leur bétail. La qualité vient de là : les belles prairies et l'alimentation des bovins. Notre esprit est un esprit belge de partage. Nous ne sommes pas du genre à garder nos secrets. Je promeus le terrain local et je mets en avant mes producteurs. Quand on est curieux, le plaisir est sans fin ! Quand on a un bon produit, qu'il sublime et un beau retour des clients, c'est magique.











www.apaqw.be



AGENCE WALLONNE POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE DE QUALITÉ



Actions BtoB

B. Campagne nationale avec le VLAM :

Inspiratie Toer : Les distributeurs et restaurateurs sont invités à la ferme pour leur expliquer et leur montrer l'élevage de bœufs en Belgique en présence d'éleveurs, de bouchers et d'experts scientifiques.

Actions BtoC

A. Campagne Moments Authentiques

- Plan média
 - ❖ Plan média sociaux: vidéos et recettes de Jean-Philippe Watteyne et influenceurs



www.apaqw.be

Actions vers la Presse

A. Campagne Viande de chez nous

- ❖ Exposition De la terre à l'assiette – Louvain-La-Neuve



- ❖ BBQ Viande de chez nous - 21 mai
À la ferme de Coux

FRONT MEDIA
RACINE
Ref: 42311 / 101348025

Femmes d'Aujourd'hui
Date: 17-02-2022
Page: 37
Publication: Weekly
Journal: Weekly Racer

Circulation: 92728
Audience: 43400
Size: 300 cm²

WEB MEDIA
RACINE
Ref: 42311 / 101348025

Le Capitaliste
Date: 16-02-2022
Publication: Continuum
Journal: Journal

Circulation: 8
Audience: 1000

Louvain-la-Neuve: le musée L présente les portraits de 50 agriculteurs

À Louvain-la-Neuve, le musée L présente une exposition itinérante de 50 photos sur des éleveurs issus de toute la Wallonie, les 4 de « De la terre à l'assiette » se sont arrêtés à Louvain-la-Neuve pour valoriser le métier d'éleveur

L'Exposition itinérante "De la terre à l'assiette" pose ses valises à Louvain-la-Neuve



15 mars 2022 10:20 | Louvain-la-Neuve



AGENCE WALLONNE POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE DE QUALITÉ



Actions sectorielles

Soutien financier aux acteurs de terrain

Actions ponctuelles, en fonction des demandes.
Ex: JT RTL 13h



Information sur les actions non sectorielles

Actions pédagogiques : Graines d'Agri : la plateforme de référence pour les supports pédagogiques liés à l'agriculture wallonne et l'alimentation durable

Valorisation de capsules animées sur l'agriculture et l'origine des aliments,

Valorisation des imagiers de la ferme (album photos)

Distribution aux fermes pédagogiques de matériel (posters des animaux de la ferme etc.)

Soutien aux animations dans les écoles (Gouts et Couleurs d'ici)

Autres actions :

Stratégie #JCL pour valoriser les points de vente en circuit court et accompagner les consommateurs à manger plus local

Cliclocal : pour développer le réseau des acheteurs/vendeurs en BtoB

Horeca : via Table, Bistrot de Terroir



www.apaqw.be

Dossier européen

Présentation



www.apaqw.be

Introduction

Provacuno et l'Apaq-W s'associent pour déposer un dossier européen multi-pays pour lancer une campagne en faveur de la viande bovine européenne sur le thème de la durabilité.

Période: 2024 à 2026 soit 36 mois

Pays ciblés: France, Allemagne, Portugal, Italie, Belgique et Espagne

Type de programme :

AGRIP-MULTI-SUSTAINABLE concerne les programme de sensibilisation à l'agriculture durable de l'Union et au rôle du secteur agroalimentaire dans l'action en faveur du climat et de l'environnement.



www.apaqw.be

Objectifs du programme EU

- Encourager et motiver les éleveurs à participer à ce programme pour partager les objectifs européens qui visent à atteindre la neutralité climatique d'ici à 2050, c'est-à-dire une économie dont les émissions de gaz à effet de serre sont nulles en suivant les bonnes pratiques de nos scientifiques qui consolident la transition vers l'objectif de 2050.
- Montrer aux consommateurs que le secteur de la viande bovine, et sa production en Europe, s'investit pour réduire son émission de carbone et que son rôle est déterminant pour préserver l'environnement.
- Sensibiliser et faire connaître les politiques de durabilité de l'UE, en motivant les citoyens à la nécessité d'agir et d'adopter des comportements éthiquement responsables.



www.apaqw.be

Les activités types demandées par l'EU

Les types d'activités que la campagne devraient inclure sont :

- Relations publiques,
- Site web,
- Publicité,
- Outils de communication,
- Événements,
- Et tout autre élément considéré comme pertinent pour atteindre les objectifs de la campagne.

Proposition de budget

BUDGET PAR PAYS:

PAYS	Year 1	Year 2	Year 3
Belgique	500.000	500.000	500.000
Espagne	1.000.000	1.000.000	1.000.000

= budget global (Europe intervient pour 80%)

Merci!
