



Promotion du secteur horticole comestible

Assemblée sectorielle du 13 novembre 2023



Récapitulatif actions 2023

Campagne européenne Fraich'Force – 3^{ème} année cofinancée par l'Europe (2021-2023)

Actions de l'European Fraich'Force:

- **1- Activités sur les réseaux sociaux**

Activation via 4 influenceuses food -> vidéos

recettes Comment faire apprécier les fruits et légumes
aux enfants ?

36 contenus informatifs sur les f&L au fil des saisons

- **2 - Evènements** – Tournée estivale des fruits et
légumes frais à travers la Wallonie durant 16 jours.

Francofolies de Spa – Foire de Libramont – Foire Verte de l'Eau
d'Heure – Les Solidarités – Foire agricole de Battice

Total: Plus de 5.000 enfants ont été touchés par ces animations

- **3- Animations en GMS et dans les écoles**

➤ 40 week-end d'animations dégustations dans les Carrefour
Hyper et CORA avec un total de 4.000 enfants touchés

➤ 30 animations en cantines scolaires pour environ 3.000 enfants
touchés




EUROPEAN
Fraich'Force

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC L'AIDE DE
L'UNION EUROPÉENNE



Apaq-W



apaqw.be

Campagne de soutien au secteur arboricole

- **Diffusion d'un spot publicitaire** sur les 11 chaînes de TV locales (Réseaux de Médias de Proximité)
 - 7 passages /jour à raison d'1jour/2 durant les moments forts d'audience
 - Période: 4 semaines durant le mois de Février
 - Impact: 475.000 téléspectateurs/jour
- **Production d'un bandeau publicitaire** sur les 11 sites des Médias de Proximité
 - Période: dans la même période de diffusion que la campagne TV sur les 11 sites des Médias de Proximité. (2,8 millions de visiteurs uniques/mois)
- **Dégustations en GMS** en collaboration avec l'Ifel-W et le PRW
 - Défraiement de 200€/jour d'animation par l'Apaq-W
- **Réalisation de 2 recettes et 2 vidéos recettes** diffusées sur les RSX de l'Apaq-W et de l'ambassadeur Julien Lapraille.







- Participation à la journée de lancement de la saison « Asperges de Wallonie » et « Pommes et Poires de Wallonie » avec présence du food truck Apaq-W et dégustations par un chef du réseau Table de Terroir et Gérald Watelet, ambassadeur de l'Apag-W.
- Réalisation d'un livret recettes « Que faire de simple avec les fruits et légumes de chez nous » valorisant les fruits et légumes locaux et de saison en partenariat avec les Editions Chronoprint. **(en cours)**
- Impression d'affiches stop au glanage intempestif suite à la demande du secteur **(en cours)**



Actions (multi)sectorielles



La communication vers les consommateurs

Menée à travers la stratégie **Jecuisinelocal.be** :

- > de 1.000 points de vente en circuit-court bénéficiaires

Des outils

- 1 site internet, des réseaux ... et 1 nouvelle application mobile !

Une large communauté:

- 16k signataires de la Charte, 37 k followers sur les réseaux, 13k abonnées à la newsletter

Des actions appuyées par des personnalités:

- Guihome, Adrien Devyver, Julien Lapraille, Bénédicte Deprez et Mélanie Guisset
- En TV, en presse féminine et en digital

Des contenus du type : portrait de producteurs, recettes, infos nutritionnelles (Karott).

- Déjà 27 articles, 300 posts et près de 300 stories faits en 2023.

apaqw.be





**LE BIO
ON ADORE
LE PORTER**



Apaq-W



Wallonie
Relance

Les actions en faveur de la Bio

Un site Internet avec des informations vulgarisées sur l'agriculture biologique et un outil de géolocalisation pour trouver +/- 500 points de vente de produits bio

Un Business Club : réseautage BtoB entre les acteurs du secteur bio

Une Semaine bio : plus de 200 activités (portes-ouvertes, marchés, conférences, ateliers, etc.), conférence de presse

Une campagne de communication de notoriété (2 vagues) => les valeurs du bio : TV, radio, presse digitale, réseaux sociaux

Une campagne de communication axée sur une des activités du secteur => nos créateurs bio locaux, les transformateurs : réseaux sociaux

Un support général auprès des acteurs bio dans divers salons et foires avec du matériel promotionnel, des subsides, etc.

apaqw.be



Wallonie
Relance

Wallonie
agriculture
Apaq-W

L'EXCELLENCE EUROPEENNE EST UN ART.



apaqw.be

Des actions en faveur des produits labelisés

- 3^e année de campagne cofinancée par l'Europe Eurofood Art (2021-2023)
- Acceptation d'un nouveau dossier européen avec l'AANA (Agence de l'Alimentation de la Nouvelle Aquitaine)
- Business Club spécial AOP, IGP, qualité différenciée (Label Qualité Plus : 17/10/2023)
- Mise en avant lors de foires et salons (Anuga, Agribex, Sial)
- Création de matériel spécifique Label Qualité Plus : dépliants, roll up.





Evènements BtoC

- Journées Fermes ouvertes : 70-80k visiteurs – + de 50 fermes
- Eat Local – 3 dates – dont 1 bio avec chefs Table de Terroir
- C'est bon, c'est wallon - 2 éditions (05 et 10/23) : +/- 85-90 producteurs présents à chaque édition
- Foire agricole de Libramont: 13 producteurs - – 4 espaces d'animations - 5.000 consommateurs sensibilisés.
- Foire agricole de Battice: 46 producteurs - 32 k visiteurs – record d'affluence en 2023.

WWW.EAT-LOCAL.BE

apaqw.be



LIBRAMONT

28 - 31
JUILLET
2023

Foire agricole
Battice
www.faireagricole.be





Contact : Hélène Fripiat

Actions en GMS

Les services proposés sont répartis en diverses actions:

- Visites de magasins franchisés pour les producteurs potentiellement intéressés
- Actions de dégustations en rayon
- Actions de mise en avant des produits locaux par des wobblers
- Appui aux actions display de la SoCoPro

En totalité, l'Apag-W (PRW et secteurs), en 2022, a organisé près de **400 actions**, dans environ **50 GMS**. Près de **23.000 consommateurs** ont été touchés lors de ces actions.

apagw.be

ip
INTERFACE
PRODUCTEURS
DISTRIBUTEURS


Wallonie
Relance


Wallonie
agriculture
Apag-W



Contact : Marie de Meurichy

apaqw.be



Actions BtoB – Plateforme digitale

Le site internet « **Lecliclocal** » se réinvente pour vous offrir une meilleure expérience sous le nom de « **#jecliquelocal.be** ».

Ce site, dont la mise en ligne est prévue fin 2023, sera la nouvelle interface et **LA référence de l'approvisionnement local** et permettra :

- de faciliter les échanges commerciaux en **favorisant les circuits-courts** et en mettant en valeur les produits locaux de qualité.
- de faciliter la mise **en relation des producteurs locaux avec les acheteurs professionnels** à travers un catalogue professionnel détaillé.
- **d'offrir une vitrine virtuelle complète et gratuite aux producteurs** pour présenter leurs produits et leurs exploitations agricoles, ainsi qu'un accès à des **ressources** et des **outils** spécialement conçus pour soutenir leur développement commercial.

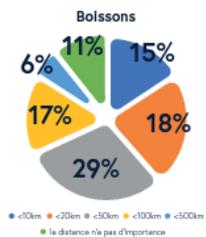
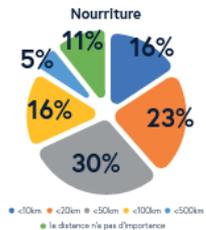
Les **acheteurs professionnels** peuvent explorer un vaste catalogue de produits locaux de qualité.

Soyez informés de la mise en ligne du site internet en rentrant votre adresse mail en ligne.

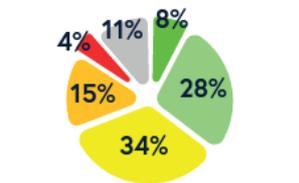


Observatoire de la Consommation

Quelle est la distance maximale pour réaliser un achat en circuit court ?



À quelle fréquence les consommateurs indiquent-ils acheter de la nourriture issue des circuits courts ?



87% des consommateurs envisagent de consommer davantage de produits issus des circuits courts (26% certainement - 61% probablement)

Quels sont les canaux de vente considérés comme faisant partie du circuit court ?



Quels sont les différents leviers à l'achat en circuits courts ?



Leviers liés à l'aspect local

Consommer local - 87%

Leviers liés à la qualité des produits

Qualité des produits - 86%

Quels sont les leviers à l'achat en circuits courts ?

36%

apaqw.be

L'Observatoire de la consommation

Il traite les chiffres relatifs à la consommation des ménages (GFK) et réalise des études de marché sectorielles (1 EDM par secteur/2ans).

EDM en 2024:

- Horticulture ornementale
- Fruits et légumes
- Pommes de terre et frites
- Pain et boulangerie
- Bio
- ...

Des analyses plus spécifiques sont également menées:

- Chiffres du Bio
- Scan conso

Toutes les informations sont disponibles sur apaqw.be. Données plus précises disponibles sur demande.





La stratégie pédagogique – Graines d'Agri

- Boîte à outils pédagogiques et didactiques à destination des enseignants, animateurs, ...
- Vidéos, dossiers, poster, jeu, ...
- Distribution de matériel aux fermes pédagogiques
- Appel à projets Goûts & Couleurs d'ici : animations et sensibilisation à l'alimentation durable et à l'agriculture locale dans les écoles par des asbl et autres associations spécialisées



Agriculture



Alimentation durable



Culture



Élevage



Projets d'actions 2024



BUDGET : +/- 140.000 EUR

OBJECTIFS : Donner une image positive des fruits et légumes locaux avec un accent particulier sur le prix, la saisonnalité et la qualité

- Campagne générique de communication en radio, réseaux sociaux: Diffusion de spots radio sur les radios nationales + Emissions culinaires du week-end sur la 1ère (Bientôt à table) et Vivacité (En cuisine) + pub sur Youtube, Spotify, Deezer, TikTok + Collaboration avec un Youtuber
- Actions en GMS : portrait de producteurs sur écrans aux caisses et en rayon f&l + diffusion sur les RSX des magasins(facebook)
- Action pédagogique: Organiser des visites d'écoles sur les exploitations: vergers, tunnels de fraises, ...
- Réalisation de matériel de promotion informatif et didactique (fiches sur les variétés de pommes, poires,...)
- Hortifolies

Merci de votre attention