

PLAN DE PROMOTION PROPOSITIONS 2021

-

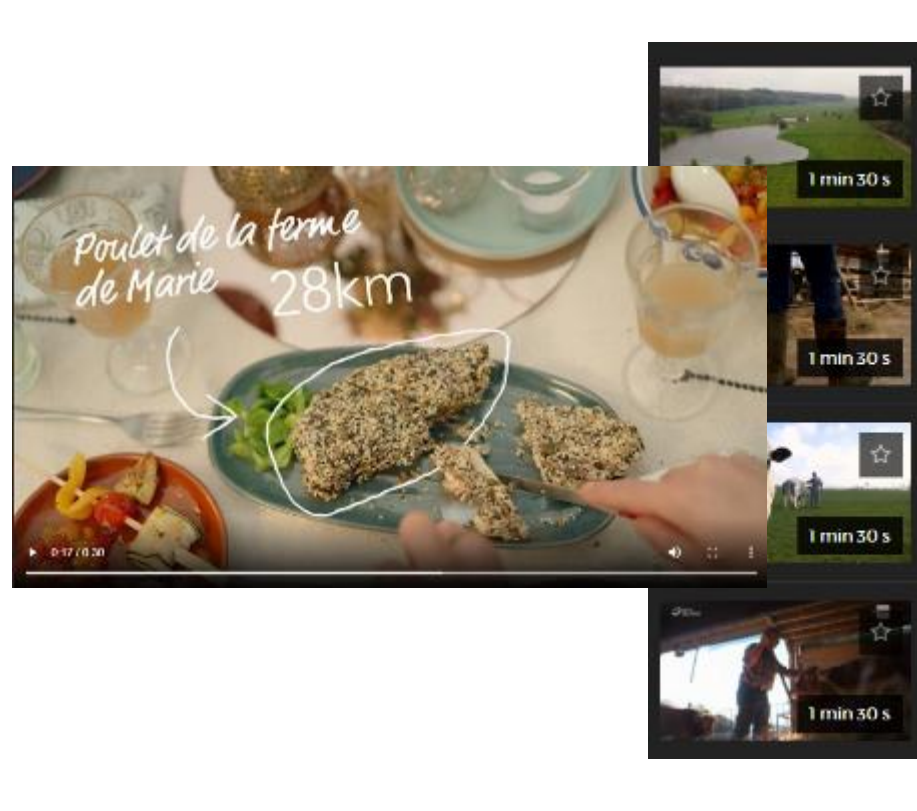
Filière aviculture



2020 - STATUS

➤ Viande de chez nous

- #jecuisine**local** actions transversales mettant en avant les viandes de chez nous
- Les capsules « portraits » ont été diffusées sur RTL et RTBF dont certains pour mettre en avant le filière
- 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
- Ma Quinzaine Locale du 3 au 18 octobre
- Coq de cristal 20: une nouvelle catégorie pour les rillettes de canard wallon
- Nouvelles capsules pour les TV locales et diffusion en décembre



➤ 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
 - Clips vidéo de recettes (7 sur le poulet et 3 sur les œufs réalisées avec le Chef Ludovic Vanackere diffusés sur nos RS et sur Youtube)
 - Dans la série « Notre savoir-faire », deux vidéos ont été réalisées



➤ Concours Coq de Cristal

❖ Edition 2020

- Les « Rillettes de canard wallon » ont été reprises dans les catégories du concours
- La promotion des produits couronnés s'est réalisée par des annonces et des reportages dans la presse et surtout par les producteurs eux-mêmes !
- Annonce des résultats le 3 décembre

❖ Edition 2021

- Cette année, la promotion des produits couronnés se réalisera au travers de manifestations diverses (Fermes en Ville, Journées Fermes Ouvertes et Foire de Libramont et par des annonces et des reportages dans la presse.



➤ Foie gras

- ❖ La campagne pour le foie gras débutera durant la deuxième quinzaine du mois de novembre:
 - Paniers gourmands envoyé à 20 journalistes avec un communiqué neutre pour rappeler aux journalistes de penser au foie gras et au canard pour les fêtes de fin d'année que ce soit pour le consommer en période de fêtes ou à donner en cadeau
 - Concours via la page Facebook Foie Gras Wallon et soutenu par un campagne média plus importante que l'année passée:
 - Gourmandiz (papier et digital): Cross média de la Dhnet.be et La Libre.be. 3 pages dans les deux numéros spéciaux fêtes de fin d'année sous forme de plublireportage et de recettes et plublireportage en ligne.
 - Le Soir et Sudpresse (papier et digital): ¼ de page dans les deux médias plus leaderboard sur les deux sites internet pendant 3 jours et renvoi vers le concours.

Gourmandiz



DÉCOUVREZ LE FOIE GRAS DE CANARD WALLON : TERROIR, EXCEPTION ET SAOIR-FAIRE !

Le foie gras de canard wallon est un produit d'exception, issu d'un terroir unique et d'un savoir-faire ancestral. C'est un produit qui a su traverser les siècles et qui est aujourd'hui considéré comme un véritable trésor gastronomique. Découvrez les secrets de ce produit d'exception et de son terroir d'origine.

LE SAVIEZ-VOUS ?

- 1. Le foie gras de canard wallon est un produit d'exception, issu d'un terroir unique et d'un savoir-faire ancestral.
- 2. C'est un produit qui a su traverser les siècles et qui est aujourd'hui considéré comme un véritable trésor gastronomique.
- 3. Découvrez les secrets de ce produit d'exception et de son terroir d'origine.

LE SOIR

Sudinfo.be
La Mousse
La Gazette
La Province
Nord-Eclair
La Capitale

2021 - PROPOSITIONS

Secteur aviculture

Matériel de promotion disponible

- L'œuf – Recettes
- L'œuf – infos générales
- Le poulet pour tous et pour tous les goûts – infos générales
- Le poulet pour tous et pour tous les goûts - recettes
- Le foie gras de canard



Foie gras – fin d'année



- ❖ La campagne autour du foie gras en fin d'année a toute sa place. Proposition d'une rencontre de presse à la ferme : avec visite des installations et déjeuner de presse sur le thème du foie gras et du canard
- ❖ Le concours sera toujours organisé mais avec moins de partenaires médias.

Le lapin

- Leslie en cuisine – ambassadrice de l’Apaq-W passe tous les jours sur la RTBF dans une capsule de 3min « Qu’est-ce qu’on mange en cuisine » jusqu’au mois de juin. Elle fera quelques recettes avec du lapin
- Julien Lapraille – ambassadeur de l’Apaq-W – devra réaliser une recette dont l’élément principal sera le le lapin. La capsule sera relayée sur les réseaux sociaux de #jecuisinelocal et l’Apaq-W
- Création d’une brochure explicative à destination du BtoB et utile à remettre lors des salons et foires pour mettre en avant le mode d’élevage particulièrement attentif au bien-être des lapins.



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 de poulet, de canard, un morceau 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 Bouchers/Grossistes
 - ❖ Pourquoi ?
BOUCHERS = Interlocuteurs privilégiés,
partie intégrante du circuit-court,
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 les filières veulent 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. 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.

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

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!

- ❖ 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



- 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

#maquinzainelocale
Produits locaux & Circuits courts

Merci!
