

Charte pour la promotion de la viande bovine en Belgique.

Objectif :

Mettre davantage en valeur ces viandes bovines produites en Belgique, et les promouvoir à une plus grande échelle, **dans le secteur Horeca**. Ces viandes sont d'une excellente qualité et peuvent prétendre à une place sur le podium parmi les viandes étrangères.

Dynamique :

La promotion des viandes bovines belges auprès des consommateurs, et plus particulièrement dans le secteur Horeca, est un signal clair en faveur d'une dynamique locale et durable, susceptible de stimuler et de redynamiser tout le secteur de la viande bovine belge. L'ensemble du secteur belge est soumis à des normes environnementales, de bien-être animal, sanitaires, sociales, souvent supérieures aux normes en vigueur pour les viandes importées.

- Aspect économique :

La promotion des viandes bovines belges doit permettre aux différents acteurs de la filière viande bovine de **dynamiser leurs activités**, et aux producteurs d'augmenter leurs parts de marché sur le marché intérieur belge.

- Aspect environnemental :

La consommation de viandes issues d'animaux **nés, élevés, et abattus en Belgique**, permet la **maîtrise de l'empreinte écologique de la filière belge** de la viande bovine (bilan carbone favorable de l'ensemble de la filière, circuit court).

- Aspect social :

La juste rétribution des producteurs est l'objectif d'une société qui souhaite **promouvoir le commerce équitable** : la valorisation de la production des éleveurs belges et de leur savoir-faire, de l'élevage jusqu'à l'assiette, est de nature à resserrer les liens qui se distendent entre le monde agricole et le consommateur. **Le secteur Horeca**, en y apportant sa plus-value, **est un maillon indispensable** de cette cohésion sociale.

Mise en valeur :

La Belgique produit des viandes bovines de races et goûts différents : principalement la Blanc-Bleu-Belge, mais aussi la Rouge des Flandres, la Pie-Rouge mixte, la Blonde d'Aquitaine, la Limousine, la Charolaise, l'Aberdeen Angus, la Salers, la Hereford, ... Bref, « tous les goûts sont dans la pâture ».

Les viandes bovines belges sont trop longtemps restées dans l'ombre des viandes bovines étrangères, jouissant d'une meilleure réputation. En leur accordant une promotion plus grande et plus ciblée, nous pouvons accroître leur notoriété.

Par le biais de cette charte distribuée dans le secteur Horeca, nous voulons sensibiliser le consommateur quant à l'offre existante en matière de viande bovine élevée en Belgique. Ce dernier doit pouvoir apprécier à sa juste valeur au restaurant un morceau de viande bovine issue de nos élevages.

Pour mieux promouvoir les viandes belges, il convient de définir les attentes du consommateur, et de l'informer davantage sur la qualité, l'origine et le goût.

Les viandes bovines belges présentent une grande variété : veau, taurillon, génisse, vache, ...

Chaque morceau présente des avantages, en matière de goût, de coût, de possibilités de dégustation et de présentation ; ils méritent tous une place sur les tables de nos restaurants, y compris les moins connus.

Outre la célèbre entrecôte, le filet pur ou encore le faux filet désormais prisé, le consommateur doit pouvoir se régaler d'un morceau de carbonade, petit-nerf, filet d'Anvers, d'araignée, de bavette, d'onglet ou de viande pour tartare ou hamburger. Il convient également de rendre à des morceaux tels la langue et la queue de bœuf la réputation faite par nos aïeux, qui les servaient si volontiers lors des grandes occasions.

Rôle des différents acteurs de la chaîne :

Chaque partie prenante de la chaîne devra fournir un effort pour optimiser la qualité et la promotion des viandes bovines élevées en Belgique. De l'éleveur à l'abattoir, et du fournisseur à l'Horeca.

Engagements :

Eleveur

- Raconter l'histoire de l'animal et garantir sa traçabilité,
- Elever l'animal dans le respect de son bien-être et de l'environnement,
- Nourrir l'animal avec une alimentation saine et durable, produite en majeure partie à l'échelle locale,
- Appliquer toutes les consignes d'élevage obligatoires qui garantissent une sécurité alimentaire optimale au consommateur.

Abattoir

- Mettre tout en œuvre pour veiller au bien-être de l'animal,
- Garantir la traçabilité et la qualité du suivi de la carcasse.

Horeca

- Organiser des formations en collaboration avec Horeca Formation,
- Assurer la promotion des viandes bovines élevées en Belgique,
- Présenter au consommateur des morceaux moins connus de ces viandes.

Logo :

Les signataires de la charte pourraient utiliser un logo « sympa », symbolisant la transition de l'éleveur à la table, ou du pré à la table. Ce logo prendrait la forme d'un sticker à apposer sur les cartes à côté des plats préparés avec des viandes bovines élevées en Belgique.

Slogans :

DU PRE A LA TABLE
TOUS LES GOUTS SONT DANS LA PATURE

VAN DE WEIDE NAAR DE TAFEL.
SMAKELIJK VAN DE WEIDE.

Ou :
ALL YOU NEED IS BELGIAN MEAT

Outil de promotion :

Conférence de presse organisée à l'occasion de la signature de la charte avec le secteur Horeca ;

Désignation de 3 ambassadeurs-éleveurs et de 3 ambassadeurs-Horeca par région, associés pour promouvoir les produits de l'élevage bovin belge, au travers d'un circuit court, sur la carte d'un restaurateur (prévoir différents types de restauration, chefs masculins et féminins, âges différents) ; réalisation de spots-radio assurant promotion de la charte, en racontant l'histoire de l'animal à la ferme et du morceau de viande au restaurant ;

Campagne de promotion de la viande bovine élevée en Belgique 1 semaine par an ;

Organisation ou participation à un événement (manifestation Horeca, event dans un restaurant par région, ...)

Horeca Formation dans les 3 régions

Rencontres régulières entre les éleveurs, les grossistes et le secteur Horeca, afin de lancer des actions de promotion avec les acteurs régionaux (VLAM et APAQ-W)

<p style="text-align: center;">CHARTRE HORECA - ÉLEVEUR LES VIANDES BOVINES ÉLEVÉES EN BELGIQUE À LA CARTE</p>
--

ENGAGEMENT N°1 : LA QUALITÉ

Basée sur l'origine – la fraîcheur – la traçabilité

Fournisseurs locaux fiers de leurs produits, restaurateurs = artisans

Qualité – Tendreté – Goût - Valeur nutritive

ENGAGEMENT N°2 : LE CIRCUIT COURT

Histoire de l'animal, de la ferme à la carte du restaurant, écrite par l'éleveur et le restaurateur, dans une relation de confiance et d'estime

ENGAGEMENT N°3 : LA RESPONSABILITÉ

Éleveurs et restaurateurs respectueux du consommateur, de l'environnement et du bien-être animal

ENGAGEMENT N°4 : LA DURABILITÉ

Démarche participant au développement durable de notre Pays, de notre planète : écologique, économique et sociale

ENGAGEMENT N°5 : LA COMMUNICATION

Mise en valeur du producteur local : chaque viande a un parcours, vient d'un terroir, d'une race et d'un type d'animal dont on peut raconter l'histoire

Mise en valeur du savoir-faire de l'Horeca

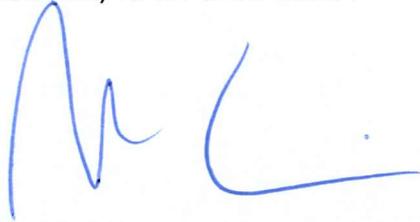
Information vers le consommateur

ENGAGEMENT N°6 : LA SATISFACTION

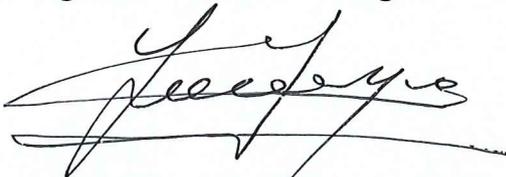
A l'écoute de chaque consommateur et de ses attentes

**CHARTRE HORECA - ÉLEVEUR
LES SIGNATAIRES**

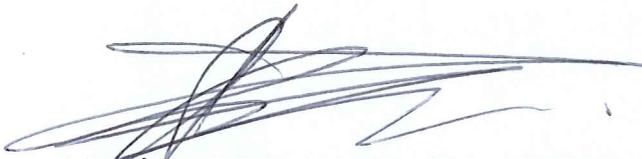
Signé à Bruxelles, le 19 avril 2019.



Denis DUCARME - Ministre des Classes moyennes, des Indépendants, des PME,
de l'Agriculture et de l'intégration sociale

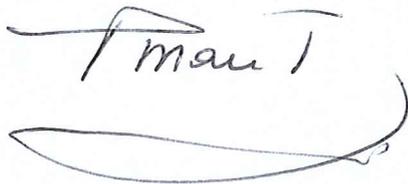


Yvan ROQUE - Président de la Fédération HORECA Bruxelles.

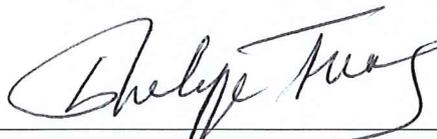


Matthias DE CALUWE - CEO HORECA Vlaanderen.

Pierre PORIAU - Secrétaire général de la Fédération HORECA Wallonie.



Philippe TRINE – Vice-Président de la Fédération HORECA, Président de la
section Restaurants.

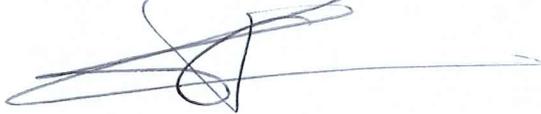


CHARTRE HORECA - ÉLEVEUR

LES PARRAINS

Signé à Bruxelles, le 19 avril 2019.

Pieter VERHELST, Lid van het Hoofdbestuur van de Boerenbond.

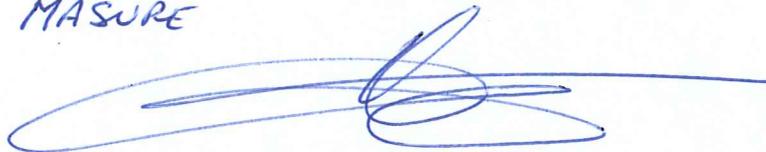


Hendrik VANDAMME - Voorzitter Algemeen Boerensyndicaat.

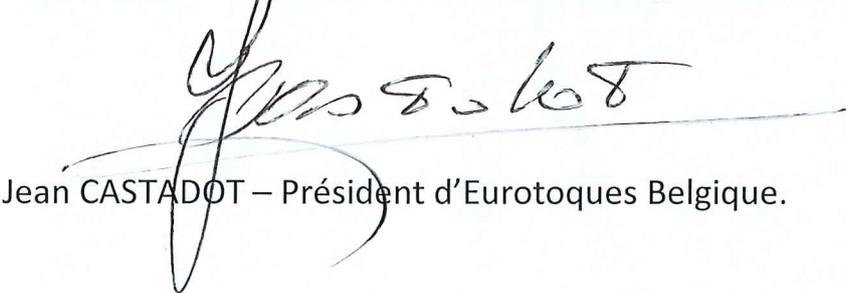


~~Marie-France VIENNE - Fédération Wallonne de l'Agriculture.~~

Alain MASURE



~~André LEDUR - Fédération Wallonne de l'Agriculture.~~



Jean CASTADOT - Président d'Eurotoques Belgique.