



" Trinquons local "

pour partir à la découverte des brasseries,
cidreries, vignobles, distilleries et autres producteurs de jus
ou boissons de chez nous

Éric Boschman, Sandrine Dans,
Julien Lapraille et Gerald Watelet **sont 4 ambassadeurs de l'Apag-W**
à soutenir cette belle initiative:

Si vous souhaitez parler de ce nouveau concept,
je me ferai un plaisir de vous faire parvenir un panier de dégustation
(vins, spiritueux, bières, cidres et soft - valeur 150 euros)
qui vous sera livré ce jeudi 9 décembre.





À l'initiative de l'Apaq-W, **Trinquons local** a pour objectif de vous faire découvrir les producteurs de boissons locales ainsi que la richesse et la diversité des boissons produites chez nous. Ces dernières années, de nouveaux domaines viticoles et de nouvelles micro-brasseries ont abondamment fleuri sur notre territoire. Une tendance se dessine également chez nous avec une production de softs originaux et **de produits à faible taux d'alcool comme le cidre. Sans** oublier les distilleries qui foisonnent de créativité avec la multiplicité de gins et de whiskies.

Trinquons local a pour ambition de mettre en valeur ces secteurs de production émergents en Wallonie.

Les objectifs de Trinquons local

- Valoriser le savoir-faire et la passion des artisans-producteurs : brasseurs, viticulteurs, distillateurs, cidriculteurs, producteurs de boissons alcoolisées, producteurs de spiritueux, de vins de fruits wallons, de jus de fruits, softs.
 - Mettre en lumière **la qualité des produits** de ces mêmes opérateurs.
 - Mettre en avant **la diversité, l'authenticité de ces productions.**
 - **Faire découvrir l'humain, l'histoire, les méthodes de fabrication qui se cachent derrière un produit.**
-

- Informer le consommateur sur les diverses facettes de ces productions : méthodes de production, chiffres-clé, personnalités liées au secteur, etc. (devenir une référence)
- Inciter les cibles à **consommer des boissons locales** : bières, vins, effervescents, alcools, spiritueux, cidres, jus issus de fruits de Wallonie.
- Générer du trafic vers les opérateurs concernés par cette campagne.
- Convaincre les amateurs à se rendre chez ces opérateurs.
- Impliquer les opérateurs dans la campagne de communication et de marketing.

Et c'est aussi l'occasion de découvrir les appellations viti-vinicoles wallonnes ainsi que les portraits de personnalités emblématiques des secteurs viticole, brassicole et spiritueux.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur trinquonslocal.be
