Persbericht

Brussel, 3 juni 2019

Lancering Europese campagne ter promotie van kalfsvlees op de Belgische markt

Kalfsvlees is een echt paradepaardje van ons gastronomisch erf­goed en de recepten op basis van kalfsvlees zijn onlosmakelijk verbonden met de Europese culinaire cultuur: blanquette, esca­lope milanese, kalf marengo, ... Om het belang en de uitzonder­lijke eigenschappen te benadrukken, heeft Europa besloten een campagne ter promotie van kalfsvlees te co-financieren voor de komende 3 jaar in België, Frankrijk en Italië. De campagne heeft tot doel om het belang van kalfsvlees te versterken, de aanwe­zigheid in verkooppunten te bevorderen en de 25- tot 49-jarigen aan te zetten om kalfsvlees te kopen en te consumeren.

VLAM, het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing, is bijzonder blij dat de Europese campagne Kalfsvlees, 1 goed idee voor 1000 goede ideeën ook in België gelanceerd wordt. Belgen houden van lokaal vlees en maar liefst 85% van het Europees kalfs­vlees wordt geproduceerd in Nederland, Frankrijk, Italië en België. Kalfsvlees is niet alleen lekker, het past in een gezond voedings­patroon en je kan er eindeloos culinair mee variëren. Kalfsvlees verdient dan ook een plekje op het menu van ieder Belgisch gezin.

De campagne wordt in België uitgerold vanaf juni 2019. Op het programma: de lancering van de website “gekopkalfsvlees.be” boordevol informatie over kalfsvlees en overheerlijke gerechten. Voorts komt er een uitgebreide instore campagne bij Belgische retailers en slagers, een grote onlinewedstrijd met 3 Europese chefs (een Italiaan, een Fransman en een Belg) en een inspire­rend receptenboekje. Ten slotte wordt een originele pr-cam­pagne opgezet in samenwerking met jonge talentvolle chefs en foodies om ook de aanwezigheid in media te verhogen.