

Ferm et Kunstmaan | Accenture Interactive lancent "Appelbabbelen" en Flandre.



Louvain - 6 février 2021 : L'Enquête nationale du Bonheur, menée par l'université de Gand et par divers acteurs provenant de toutes les couches de la société, montrent que la crise du coronavirus frappe considérablement notre bien-être mental. Pas moins de 78 % des 18 à 34 ans se sentent seuls aujourd'hui. Et ceux-ci sont beaucoup plus susceptibles d'être malheureux. C'est dans ce contexte que Ferm lance un nouveau rituel très accessible : l'Appelbabbel.

« Appelbabbelen » permet de prendre un peu de temps pour soi. Avec cette initiative, Ferm, le plus grand mouvement flamand de femmes et prestataire de services, se donne les moyens de consacrer plus de temps et d'attention à tous. C'est une nécessité urgente car la course effrénée de notre quotidien ainsi que la crise du coronavirus nous mettent à l'épreuve. *"Appelbabbels peuvent contribuer à plus de bonheur, de connexion et de chaleur au sein des quartiers"*, explique Monique de Dobbeleer, directrice de Ferm. *"Une pomme n'est pas seulement une valeur fixe dans notre panier de fruits. Une pomme est aussi une mesure du temps. Prenons désormais régulièrement du temps l'un pour l'autre"*.

L'ancienne joueuse de tennis Sabine Appelmans fut la toute première à essayer une Appelbabbel dans la ferme du fruiticulteur Karel Vaes à Hoepertingen le 29 janvier dernier. Ce n'était pas une pure coïncidence. Les pommes et d'autres fruits cultivés localement jouent un rôle central dans cette initiative. Grâce à la passion des fruiticulteurs flamands, il y a toujours une offre variée et de haute qualité. Appelbabbel assure également un lien avec nos fruiticulteurs locaux.

"Nous voulons connecter les Flamands en épluchant une pomme ensemble et, par la même occasion simplement discuter avec eux de préférence avec une pomme cultivée localement pour soutenir le fruiticulteur local", déclare Bout Holtorf, directeur de la création de Kunstmaan | Accenture Interactive. *"De cette manière, nous obtenons un peu de ce que nous recherchons tous aujourd'hui : un peu de bonheur et de chaleur sociale. Nous ne pouvons qu'être fiers qu'en tant qu'agence désirant améliorer la vie des gens"*.

Sur la plateforme digitale appelbabbel.be, les activités et les faits concernant le Appelbabbel ont été rassemblés : suffisamment pour remplir une année entière, comme les visites de fleurissement, la culture dans le verger, les activités avec les pommes dans les écoles et les entreprises, dans les garderies et dans les centres de soins de santé. Et la journée de la cuisine Appelbabbel a eu lieu le vendredi 6 février : il s'agissait de préparer une tarte aux pommes et de la partager avec un voisin, un ami, une connaissance ou un parent.

À propos de Kunstmaan | Accenture Interactive

Kunstmaan | Accenture Interactive is reimagining business through experience. We drive sustainable growth by creating meaningful experiences that live at the intersection of purpose and innovation. By connecting deep human and business insights with the possibilities of technology, we design, build, communicate and run experiences that make lives better, more productive and more meaningful. Accenture Interactive is ranked the world's largest digital agency by *Ad Age* and has been named a Most Innovative Company by *Fast Company*. To learn more, follow us [@Kunstmaan](https://twitter.com/Kunstmaan) and visit www.kunstmaan.be

Crédits :

- **Client name:** Ferm
- **Agency:** Kunstmaan | Accenture Interactive
- **Creative team:** Cato Decoster, Melissa Pulinx
- **Creative Director:** Bout Holtof
- **Strategy:** Dominique Poncin
- **Account team:** Hanne Ceulaers, Flup Coppens, Erine Brems