



# VLAM STELT PROMOTIEPROGRAMMA 2017 VOOR



## Uitgaven sierteelt begroot op ruim 1,5 mln euro

Het globale jaarprogramma 2017 van VLAM wordt voor alle sectoren samen begroot op 24,4 miljoen euro en omvat de promotie van 12 land- en tuinbouw gerelateerde sectoren en de zeevisserij. Voor de sierteelt is een budget van 1.563.000 euro uitgetrokken. Een overzicht van de acties waaraan dit budget sierteelt zal besteed worden.

.....

### VLAM

De globale VLAM-subsidie ligt 700.000 euro hoger dan het begrotingstotaal van 2016, ondanks het wegvallen van de bakkerijsector. Deze verhoging is vrijwel volledig toe te schrijven aan de substantieel toegenomen Europese cofinanciering van een aantal promotieprogramma's in het buitenland.

De Vlaamse overheid kent VLAM voor 2016 een subsidie toe van 4.789.000 euro. In 2009 bedroeg de subsidie nog 5.138.000 euro. De subsidie van de Vlaamse overheid wordt gebruikt voor de financiering van de algemene werking van VLAM (3.822.000 euro) en van het horizontaal of sectoroverkoepelend programma (967.000 euro). De middelen die VLAM zelf genereert via de sectorale promotiefondsen (vb. sierteelt) blijven in de meeste sectoren op peil.

De specifieke programma's 'derde landen' zijn vooral gericht op het zoeken naar nieuwe afzetmarkten als gevolg van de boycot door Rusland. Alle al lopende programma's worden voor 50% gefinancierd door de EU. Vanaf 2016 treedt de nieuwe EU-promotieverordening in voege met cofinancieringspercentages van 70% en 80%. Vanuit VLAM werden dertien dossiers ingediend, waarvan er uiteindelijk zes werden goedgekeurd waar de sierteelt niet toe behoort. De andere inkomsten van VLAM (1,9 miljoen euro) zijn eigen inkomsten.

Ongeveer 2/3 van de middelen worden besteed aan promotie op de binnenlandse markt en dat hoofdzakelijk aan consumentgerichte campagnes en ac-

ties (B2C). Een derde gaat naar exportpromotie en is vrijwel volledig handelsgericht (B2B). Zo besteedt sierteelt een wezenlijk deel van zijn middelen aan exportpromotie.

### VLAM BOUWT EEN KENNISCENTRUM B2B/EXPORT UIT

Vlaanderen is voor heel wat sectoren erg afhankelijk van de exportmogelijkheden. VLAM bouwde hiervoor een kenniscentrum voor de export uit. Dit kenniscentrum maakt statistische exportanalyses en doet aan deskresearch. De informatie over exportmarkten wordt gedeeld met de exporteurs op een afgeschermd website. Deze informatie wordt aangevuld met een sectorspecifieke nieuwsbrief, waarin de

belangrijkste marktontwikkelingen en handelsvoorstellen worden opgenomen. De aandachtstrekker op deze website is de daaraan gekoppelde exporteursdatabank van VLAM, waarop buitenlandse importeurs via product en afzetland een overzicht krijgen van de Vlaamse aanbieders.

Vanaf 1 januari is het nieuwe expertisecentrum 'B2B/Export' operationeel binnen VLAM. Deze nieuwe cel ondersteunt de sectoren in hun acties naar binnenlandse en buitenlandse handelscontacten.

### B2B BUITENLAND

Export is een omvangrijk luik van de B2B-werking van VLAM. Centraal in



de exportwerking van VLAM staan een goede samenwerking en overleg met de exporthandel, die georganiseerd worden via sectorale exportwerkgroepen. Per sector werd een exportstrategie uitgewerkt, worden nieuwe doelmarkten gedefinieerd en operationele programma's uitgewerkt.

Naast een regiomanager voor Duitsland en Noord- en Oost-Europa en een regiomanager voor Frankrijk, Spanje en Italië, stuurt VLAM ook een prospectiemanager op pad om de export naar nieuwe markten te stimuleren. Op de Franse en Duitse markt zetten de regiomanagers vooral in op de contacten met de grootdistributie en vroegmarkten en schenken ze ook heel wat aandacht aan de lokale vakpers. De prospectiemanager zet dan weer in op minder bekende markten met potentieel, zoals de Balkanlanden en de Kaukasusregio. Daarnaast focust VLAM in 2017 sterk op Aziatische afzetmarkten en ook de Afrikaanse bestemmingen komen meer en meer in het vizier.

#### **EXPORTPROGRAMMA SIERTEELT WORDT UITGEBREID, VOORNAMELIJK BINNEN DE EUROPESE MARKT**

VLAM zal inspelen op de lentekriebels met onder meer radiospots, posters en een wedstrijd. Ook het najaar is een belangrijke periode voor de sierteeltsector en is meer gericht op de tuin. In deze

periode wordt het plantseizoen aangekondigd via radio en online kanalen. Alle acties van de generieke campagne worden ondertekend met [www.groenvanbijons.be](http://www.groenvanbijons.be). De website werd vorig jaar volledig vernieuwd en onderscheidt zich van andere groensites door o.m. laagdrempelige planten- en verzorgingstips. Zo kunnen ook beginners meteen aan de slag.

#### **Voor de jongeren is er FLOOR**

De jongerencampagne FLOOR vraagt een iets andere aanpak en stijl. Hiervoor worden twee grote belevingsacties voorzien. Ook worden samenwerkingen aangegaan met groenkenners, waaronder bloggers, en organisaties die het koopgedrag van de doelgroep beïnvloeden. Aansluitend worden op de FLOOR-website en de Instagram- en Facebook-pagina's interieur-, doe-het-zelf- en verzorgingstips gegeven. Naast de generieke campagne werd er voor elk van de subsectoren (productie, handel en tuinaanleg) een eigen programma uitgewerkt.

#### **Binnenland**

In het najaar zal de Gentse azalea opnieuw symbool staan voor het plantjesweekend van 'Kom op tegen kanker' waar 300.000 planten worden verkocht voor het goede doel.

De productiesector zal verder investe-

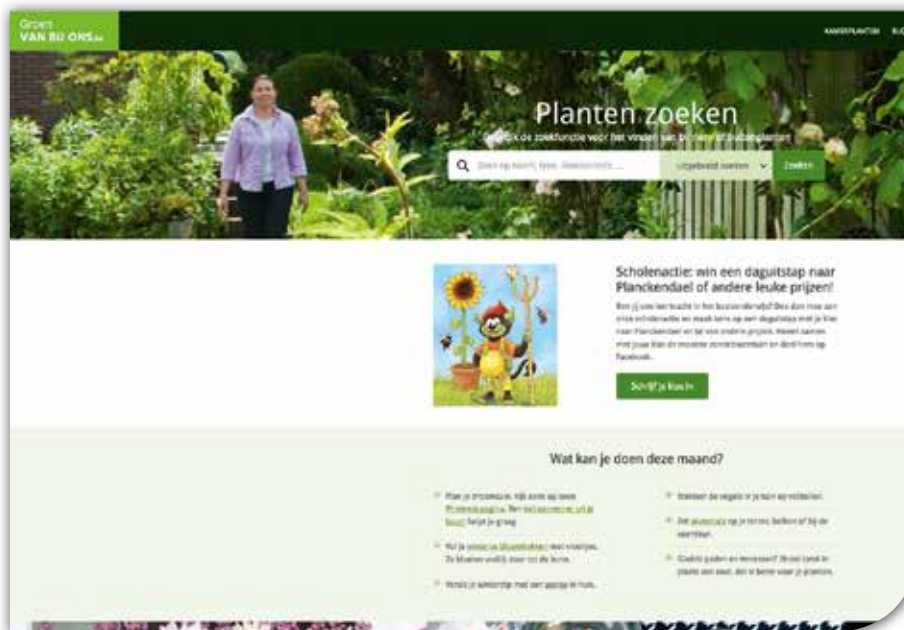
ren in de campagne 'Openbaar groen, samen maken we er werk van!'. Deze actie richt zich naar de steden en gemeenten. Centraal in de campagne staat de website [openbaargroen.be](http://openbaargroen.be). Het is een platform waar groenambtenaren, boomkwekers en tuinaanemers informatie kunnen vinden. Een uitgebreide database toont het aanbod van de boomkwekers. De boomkwekerijproducten worden ook gepromoot in artikels die zullen verschijnen in vakbladen 'Groencontact' en 'Publieke ruimte'. Daarnaast wordt de organisatie van de jaarlijkse wedstrijd 'Groene Lente' en de Europese variant 'Entente Florale' ondersteund. Dankzij deze wedstrijden krijgen steden en gemeenten aandacht voor hun groenbeleid en worden ze verder gestimuleerd. Voor de organisatie van deze wedstrijden wordt samengewerkt met VVOG. Ten slotte ondersteunt de boomkwekerijsector nog de wedstrijd de 'Vlaamse Tuinaannemer'.

#### **Buitenland**

De productiesector zet meer middelen voor exportpromotie in. In het verleden lag de focus op de kernlanden Duitsland en Frankrijk. Deze markten blijven we onderhouden, maar met minder middelen. Er wordt deelgenomen aan de belangrijkste internationale vakbeurzen IPM, Salon du Végétal, ... maar het opzet is om in de toekomst meer aandacht te besteden aan andere (voornamelijk

#### **BEGROTING SIERTEELT 2017**

Financiering	Euro	Uitgabenbegroting	Euro
Promotiefonds sierteelt - inkomsten 2016-2017	1.490.000	Intersectoraal	537.500
• Productie	600.000	• Generieke campagne	317.500
• Handel	310.000	• Jongerencampagne (FLOOR)	160.000
• Tuinaanleg	580.000	• Marktonderzoek	7.000
		• Innings-, administratie- en werkingskosten	53.000
Andere inkomsten	55.000	Productie	417.500
		• Acties buitenland	335.000
		• Acties 'Gentse Azalea'	60.000
		• Acties 'Openbaar groen' / 'Beter buurtgroen'	15.000
		• Wedstrijd 'De Vlaamse Tuinaannemer'	7.500
Afname sectorreserve	18.000	Tuinanleg	540.000
		• Campagne 'De tuin is keihard genieten'	472.500
		• B2B-campagne 'Beter Buurtgroen'	30.000
		• Wedstrijd 'De Vlaamse Tuinaannemer'	27.500
		• Acties 'Openbaar groen'	10.000
		Handel	68.000
		• Promotiematerialen	5.000
		• Acties floristerie	25.000
		• Acties tuincentra	38.000
<b>TOTAAL</b>	<b>1.563.000</b>	<b>TOTAAL</b>	<b>1.563.000</b>



Europese) markten.

Er zullen in samenwerking met de plaatselijke FIT-kantoren (Flanders Investment & Trade) opnieuw contactdagen georganiseerd worden voor de Vlaamse exporteurs en de buitenlandse organisaties. Binnen Europa staan het Verenigd Koninkrijk en Oostenrijk (Tirol) op de planning in 2017.

Buiten Europa heeft de sierteeltsector op een aantal potentiële afzetmarkten af te rekenen met een probleem van markttoegang. Binnen de sectorgroep

sierteelt wordt onderzocht hoe men zich hiervoor het best kan organiseren. Verder werden er middelen vrijgemaakt om een exportcoördinator aan te stellen die ingeschakeld zal worden om de contacten met de betrokken organisaties en instanties te faciliteren. We stellen Jarinda Viaene in het volgend nummer van ons blad voor.

Nieuwigheden en nieuwtjes van de Vlaamse kwekers worden bekendgemaakt bij de **vakpers** via persberichten en via een digitale nieuwsbrief van de

website [flandersplants.be](http://flandersplants.be). Naar jaarlijkse gewoonte wordt er een internationale vakperstoer georganiseerd. Voor de **Gentse azalea's** worden in het buitenland acties voorzien in samenwerking met de handel. Er is de jaarlijkse Italiaanse Moederdagactie in mei en de Zweedse Victoriafondsactie in november. Bij deze acties gaan vele duizenden azalea's de deur uit. Ook in Frankrijk en Duitsland wordt de Gentse azalea gepromoot. De Gentse azalea wordt er gepresenteerd als een eigentijdse sierplant. Als laatste zijn er in tuincentra op beide markten acties gepland in samenwerking met de Vlaamse handelaars.

### Programma 'kleinhandel'

Er worden opnieuw actieposters aangemaakt voor de voornaamste bloemenfeestdagen. In 2017 zal er samengewerkt worden met het Waalse promotieorgaan APAQ-W zodat in heel België dezelfde posters verdeeld kunnen worden. De groothandel is een belangrijke partner voor het verspreiden van het promotiemateriaal onder de floristen. De tuincentra bundelen de krachten om de voorjaars- en najaarsacties van de generieke campagne mee inhoud te geven.

### Programma tuinaanleg

Over het programma 'tuinaanleg' vernem je meer in het vakdeel TUINAAN-NEMER in dit nummer. ■