

Sectorpromotie nog met volle agenda

Eerst het bewustzijn bij de consument verhogen, dan de kennis verbeteren en ten slotte de consument inspireren. Dat is de strategie die VLAM ook dit jaar in de praktijk brengt om groen van bij ons in de kijker te zetten. Wat staat er dit jaar nog op de agenda?



Generieke campagne

Pasen is nog maar net voorbij, of daar is Moederdag. VLAM zet in op radiospots op JoeFM, Q-Music, MNM en Studio Brussel. In september volgt er nog een actie rond najaarsplanten. Tuinbezitters zullen aangespoord worden om bomen en struiken te planten die het volgend jaar in bloei komen. Tot slot volgt er op het einde van het jaar nog een actie rond eindejaarsplanten. Specifiek voor de kleinhandel staan er dit jaar nog de verspreiding van bloemenposters en een seminarie op de agenda.

Voor de jongeren van 19 tot 34 jaar is er Floor, een fris lifestyleconcept rond bloemen en groen. Het project loopt via de website van Floor, maar Floor zal bij de start van het academiejaar ook de studentensteden aandoen om daar jongeren via workshops van maximum een kwartier een 'Floorarium' te laten maken: een gesloten ecosysteem onder glas dat geen onderhoud meer nodig heeft.

Gentse azalea

De campagne van de Gentse azalea komt tot stand met de extra jaarlijkse bijdrages van de Gentse azaleateelers. In februari was de Gentse azalea te zien in Gentse bars, koffiehuisjes en restaurants.

Tijdens het derde weekend van september vindt traditiegetrouw het plantjesweekend van Kom op tegen Kanker plaats. Vorig jaar gingen zo meer dan 330.000 plantjes de deur uit. Deze actie kent



Floor wakkert de interesse voor groen aan bij jongeren.



Op Moederdag kent Italië een grote azalea-actie.



Originele azaleapresentaties in Franse groothandels.



Via pop-up tuinen wordt het vakmanschap van de tuinaannemer bekend gemaakt.



De campagne Groene Lente zet ook dit jaar weer openbaar-groenprojecten in Vlaanderen in de kijker.

een succesvolle tegenhanger in Italië. Daar worden op Moederdag (tweede zondag van mei) rond de 590.000 Gentse azalea's verkocht ten voordele van de lokale kankeractie.

Nieuw dit jaar is dat de oktobereditie van de Tuindagen van Beervelde in het teken zal staan van de Gentse azalea. Met een scholenwedstrijd en workshops wordt het vakmanschap van de azaleateler in de kijker gezet.

In Franse groothandels zullen Belgische floristen dit jaar tijdens demonstraties de bezoekende bloemenwinkels inspireren met tal van originele azaleapresentaties.

Het tuinaannemereffect



De campagne 'het tuinaannemereffect' promoot de diensten van tuinaananners in Vlaanderen. De veelzijdigheid en het vakmanschap van de tuinaannemer worden naar voor geschoven. Centraal staat de zoekwebsite van tuinaannemer.be. VLAM focust dit jaar op staduintjes, en zal hiervoor ook promotiefilmpjes op youtube plaatsen. In het najaar komen er dit jaar nog radiospots op Radio 1 en een advertentie-campagne op Facebook, gericht naar een publiek met interesse in bouwen, verbouwen, huis en tuin. VLAM ondersteunt dit jaar opnieuw de wedstrijd 'Vlaamse Tuinaannemer', waarbij de 15 knapste tuinprojecten van het jaar in de kijker worden gezet. De winnende stemmer en tuineigenaar winnen elk een jaar gratis tuinonderhoud ter waarde van 1.000 euro.

Voor het tweede jaar op rij leggen drie tuinaananners een pop-up tuin aan in drie Vlaamse steden, waarin workshops en evenementen georganiseerd worden. VLAM wil hiermee het vakmanschap van de tuinaannemer bekendmaken bij een jonger publiek om hen zo warm te maken voor de toekomst.

Openbaar groen 2019

Ook naar openbaar groen heeft VLAM dit jaar nog campagnes lopen. Openbaargroen.be is het ontmoetingsplatform. Je kan er ook als kweker een profiel aanmaken en met behulp van de plantenfiches jouw assortiment toevoegen. In mei komt er een vernieuwde versie.

VLAM zet met de openbaargroen-wedstrijd 'Groene Lente' - een initiatief van de Vereniging voor Openbaar Groen (VVOG) - verschillende openbaargroenprojecten in Vlaanderen in de kijker. Deze dienen als inspiratie voor openbare besturen om werk te maken van groen in hun stad of gemeente. Met behulp van groenjournalisten promoot VLAM ook de diensten van tuinaananners en producten van de kwekers via de vakpers voor openbare besturen. ■