

# Sectorpromotie trekt in 2020 de lijn door

Nieuwe kopers aantrekken en bestaande kopers vaker iets laten kopen, dat is het doel van de sierteeltpromotie van VLAM. Succesvolle recepten worden komend jaar herhaald, al zijn er ook een aantal opvallende accenten, zoals bijvoorbeeld de Floraliën.



VLAM voorziet voor 2020 een budget van bijna 2,2 miljoen euro, bijna uitsluitend afkomstig uit promotiefondsbijdragen. Het leeuwendeel hiervan gaat naar promotie binnen ons land. Ruim een vijfde van het budget gaat naar acties binnen Europa.

### Groenvanbijons.be als spil

De website groenvanbijons.be is de spil van de campagne rond de algemene promotie van bloemen en planten. De site moet hét platform worden waarop de consument plantentips kan vinden. Aangepaste inhoud, nieuwe plantenfiches en online advertenties moeten in 2020 zorgen voor een hoger bereik.

### Uitspelen tijdens piekmomenten

'Groen van bij ons' zal als campagne acht keer uitgespeeld worden tijdens de piekmomenten in het jaar. Voor Valentijn, Moederdag en de terrasplantencampagne voor de herfst worden radiospots ingezet. Voor vijf andere kernmomenten worden online media ingezet.

Campagnejaar 2020 start met de derde editie van de Pluktuin in Antwerpen. Vorig jaar trok het event 8.500 bezoekers en werd de nationale media gehaald. VLAM promoot de campagnes ook bij bedrijven uit de sector om ze op die manier bij de campagnes te betrekken en hen te

stimuleren om deel te nemen aan de acties.

### Floor mikt op jongeren

Net als vorig jaar zal Floor aan de start van het academiejaar de studenten opzoeken. Floor wil studenten iets laten doen met planten en organiseert op verschillende campussen mini-workshops. Ook worden samenwerkingen aangegaan met groenkeners, waaronder bloggers en andere influencers. Op deze manier kan de boodschap van de campagne subtiel maar impactvol uitgedragen worden. Aansluitend worden op de FLOOR-website en de Instagram- en Facebookpagina's tips voor interieur, doe-het-zelf en verzorging gegeven.

### Gentse azalea: Floraliën en Kom op tegen kanker

De Gentse azalea krijgt een hoofdrol op de Floraliën, waar de consument twee inspiratiekamers kan bezoeken. In het najaar zal de Gentse azalea opnieuw symbool staan voor het plantjesweekend van 'Kom op tegen kanker'. Via een grote mediacampagne hopen de initiatiefnemers 300.000 plantjes te verkopen voor het goede doel.

### Openbaar groen voor 'groen beleid'

De sector wil ook in 2020 steden en gemeenten overtuigen meer groen te integreren in het straatbeeld. De



Het campagnejaar 2020 start met de derde in Antwerpen op 18 januari 2020.



De sector wil openbare besturen overtuigen





De editie van de Pluktuin

© VLAM



en meer groen te integreren.

© VLAM



De persreis voor internationale vakjournalisten zal naast bedrijven ook de Floraliën bezoeken.

© I. DE CLERCK

campagne 'openbaar groen, samen maken we er werk van!', heeft dit als doel.

Centraal in de campagne staat de website [openbaargroen.be](http://openbaargroen.be), een platform waar groenambtenaren, boomkwekers en tuinaannemers informatie kunnen vinden. Een uitgebreide database toont het aanbod van de boomkwekers. Boomkwekerijproducten worden gepromoot in de vakbladen. VLAM ondersteunt (in samenwerking met de Vereniging voor Openbaar Groen VVOG) de jaarlijkse wedstrijden 'Groene Lente' en de Europese variant 'Entente Florale.' Deze wedstrijden zorgen ervoor dat steden en gemeenten aandacht hebben voor hun groenbeleid. Het stimuleert ze om hier blijvend aandacht aan te besteden.

Net zoals in 2019 komt er in 2020 opnieuw een seminarie 'Green Cities'. Ten slotte ondersteunt de boomkwekerijsector nog de wedstrijd de 'Vlaamse Tuinaannemer' om zo het aanbod ook bij tuinaannemers te promoten.

### Verder inzetten op export

De productiesector zet verder in op exportpromotie. Een logische keuze omdat het grootste gedeelte van de sierteeltproducten voor het buitenland bestemd zijn. VLAM blijft actief op de kernmarkten en vult aan met acties in landen die volgens economische analyses kansen bieden voor de sierteeltsector. De focus op kernlanden Duitsland en Frankrijk blijft. Deze markten blijven we onderhouden. Er wordt deelgenomen aan de belangrijkste internationale vakbeurzen: in

Duitsland IPM in Essen (28-31 januari) en Fruit Logistica in Berlijn (5-7 februari). Voor de Franse markt organiseert VLAM in Lille een actie naar studenten aan het einde van het academiejaar.

### Flexibiliteit in het licht brengen

Nieuwigheden en nieuwtjes van de Vlaamse kwekers worden bekendgemaakt via persberichten aan de internationale vakpers en via de viertalige website [belgianplants.com](http://belgianplants.com). Het nieuwe concept 'We grow your way' toont dat Vlaamse sierteeltbedrijven flexibele handelspartners zijn die meedenken met hun klant.

VLAM nodigt opnieuw internationale vakjournalisten uit voor een persbezoek aan de Vlaamse sierteelt. Doel is redactionele aandacht verwerven voor de Vlaamse bedrijven en afspraken maken voor betalende publiciteit voor de sierteeltsector. In 2020 wordt de persreis gekoppeld aan de opening van de Gentse Floraliën.

### Promotie

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. In deze landen gaat alle aandacht naar het overtuigen van Franse en Duitse afnemers van de kwaliteiten van de Gentse azalea als een eigentijdse sierplant. ■