



**GROEN
VAN BIJ
ONS**

Sierteeltpromotie speelt in op corona

Hoe kan je producten promoten wanneer consumenten ze niet fysiek kunnen kopen? Het begin van de lockdown was voor de sierteeltpromotie een verwarrende periode. VLAM zocht en vond creatieve oplossingen. Exportpromotie blijft een belangrijke klemtoon in de toekomst.

*Marie Arnauts,
promotiemanager bloemen en groen, VLAM*

Tijdens de crisis: snel inspelen op actualiteit

- **#lenteinuwkot**

Al snel bleek de sector zeer veerkrachtig te zijn. Bloemenwinkels, tuincentra maar ook telers richtten op zeer korte termijn webshops op of verkochten via sociale media online. VLAM bundelde deze verkooppunten op groenvanbijons.be en promoveerde

deze webpagina intensief bij de consument. Het werd hét platform om te raadplegen bij wie je in de buurt veilig bloemen en planten kon bestellen. Om deze actie te ondersteunen riep VLAM op korte termijn #lenteinuwkot in het leven. Via deze hashtag deelden floristen en telers maar ook consumenten hun ervaringen met bloemen en planten tijdens deze ongebruikelijke periode.

VLAM promoveerde deze actie met advertenties op sociale media, en samenwerkingen met influencers. Zij trakteerden zichzelf én geliefden op bloemen en planten. Het gezegde 'zeg het met bloemen' was nog nooit zo actueel. VLAM hield de deelnemende verkooppunten iedere week op de hoogte van de resultaten via een mailing.

“**Groenvanbijons.be deed het zeer goed.**

- **Verdrievoudiging in online bezoekerscijfers**

De website groenvanbijons.be deed het in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar zeer goed. Op sommige momenten werd er een verdrievoudiging gemeten in de bezoekersaantallen. De pagina met de webshops van bloemenwinkels werd meer dan 53.800 keer bezocht. De pagina met webshops van buitenplanten kreeg meer dan 38.500 bezoekers over de vloer. Consumenten zochten vooral veel informatie over balkonplanten, schaduwplanten en bomen voor een kleine tuin.

- **TV-spot promoot heropening tuincentra**

In april mochten de tuincentra opnieuw de deuren openen. De sectorgroep sierteelt maakte meteen middelen vrij om deze heropening te ondersteunen. Drie weken lang liep er een tv-spot op de nationale zenders één, VTM, Vitaya en Q2. Doel van de spot? Mensen aansporen de eigen tuin zomerklaar te maken met planten.

- **Moederdag: 1.000 kleuren om te delen**

De moederdagcampagne werd aangepast aan de nieuwe realiteit. Een radiospot verwees zowel naar de fysieke verkooppunten als naar de mogelijkheid om online te bestellen. Online videoadvertenties promootten 'de kleurentest.' Via een eenvoudige online test kunnen consumenten te weten komen welke kleur van bloemen of planten bij hun moeder past. Meer dan 27.000 personen namen deel aan de online test. Aan het einde van de test werd stevast verwezen naar alle verkooppunten.

Na de crisis: exportpromotie blijft belangrijk

- **Floralien**

Door het verschuiven van de Floralien worden ook enkele VLAM-acties naar 2021 verplaatst. VLAM verzorgt tijdens de editie van 2021 met de werkgroep Gentse azalea een inspirerende stand. Daarnaast blijft VLAM geëngageerd in het plantenonderzoek van de UGent dat test welke invloed planten hebben op blokkende studenten.

- **Perstoer**

De perstoer waarbij Europese journalisten enkele toonaangevende bedrijven rondom Gent bezoekt, wordt verplaatst naar volgend jaar. VLAM stelt ter vervanging een digitaal persdossier op rond het thema 'waterschaarste en klimaataanpassing' op. Dit dossier wordt in het najaar uitgebracht en verdeeld onder alle journalisten.

- **Florie in Lille**

In het najaar van 2020 zal VLAM in de Franse studentenstad Lille neerstrijken met 'Florie', een kopie van de welgekende Floor-actie in Vlaanderen. Franse studenten zullen aan het begin van het academiejaar kennismaken met Vlaamse planten door middel van een workshop 'Kokedama maken.' Om deze actie te promoten bij de Franse handelaren in de buurt wordt samengewerkt met Vlaamse exporteurs.

- **Missies en beurzen**

De geplande missies naar Azerbeidzjan en Georgië worden verplaatst naar 2021. De beurs IPM Essen gaat voorlopig door zoals gepland. AVBS neemt contact op met de deelnemers voor de inschrijvingen. De situatie wordt op de voet opgevolgd en VLAM bekijkt hoe de succesvolle Vlaamse avond op een veilige manier kan georganiseerd worden. ■

Wie vragen heeft over de VLAM-campagnes kan steeds mailen naar Marie Arnauts, promotiemanager Bloemen en groen bij VLAM via marie.arnauts@vlam.be.



Florie in Lille zal de Franse studenten leren Kokedama maken.



IPM Essen gaat voorlopig door zoals gepland in 2021.