nieuws

Online 'toolbox' voor promotie Belgische producten

nieuws

De gewestelijke promotieorganisaties VLAM en APAQ-W hebben samen een online 'toolbox' - vanbijons.info - ontwikkeld, die de distributeurs moet helpen bij haar communicatie over Belgische producten naar de consument. De toolbox werd maandag voorgesteld op een persconferentie van Fedis en de Belgische landbouworganisaties.

6 APRIL 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:48

Lees meer over:
distributie
marketing

VLAM en APAQ-W, de Vlaamse en Waalse promotieorganisatie voor land- en tuinbouwproducten, hebben samen een online ‘toolbox’ ontwikkeld, die de distributie moet helpen bij haar communicatie over Belgische producten naar de consument. “Het is uniek dat de hele distributieketen zich engageert om Belgische producten in de etalage te zetten”, zei Dominique Michel, gedelegeerd bestuurder van Fedis tijdens een persconferentie.

“Deze toolbox is een werk van lange adem geweest”, legde Boerenbondvoorzitter Piet Vantemsche uit. De gesprekken tussen de landbouworganisaties (Boerenbond, ABS en FWA) en Fedis startten halfweg vorig jaar toen de sector getroffen werd door de sterk gestegen energie- en grondstoffenprijzen. “Onze vraag was of de distributie er niet voor kon zorgen dat onze Belgische producten meer in de kijker werden geplaatst. Consumenten geven vaak de voorkeur aan producten uit de eigen omgeving, maar ze waren onvoldoende herkenbaar in de supermarkten”.

Uit gegevens van Fedis blijkt dat 90 procent van het runds- en varkensvlees in de winkels van Belgische afkomst is. Bij het kippenvlees is dat 75 procent, bij groenten 95 procent en bij eieren 90 procent. Voor fruit valt dit volgens Fedis moeilijker in te schatten wegens de seizoensvariaties. "Deze cijfers maken duidelijk dat de meeste

producten in de winkelrekken Belgisch zijn, maar het probleem is dat consumenten het vaak niet weten", besefte ook Michel.
In oktober 2008 beloofde Fedis hier werk van te maken en ondertussen verscheen her en der in supermarkten al de Belgische driekleur bij verse producten. Maar op vraag van de distributieketen is er nu een toolbox ontwikkeld. "De verschillende winkelketens hebben elk een eigen manier om te communiceren met hun klanten. Via de website www.vanbijons.info kunnen zij zelf à la carte materiaal kiezen om eigen campagnes mee samen te stellen", lichtte Frans De Wachter, directeur-generaal van VLAM, toe.
Naast slogans, beeldmateriaal en promotieprogramma's bevat de toolbox ook sectordossiers, productinfo en achtergrondinformatie over de Belgische landbouw.
"Alle informatie om de consument maximaal te informeren over product, producent en productieproces is met deze toolbox voorhanden. Bovendien wordt hij voortdurend up-to-date gehouden door VLAM en APAQ-W. Hiermee hebben wij ons huiswerk gemaakt, nu is het aan de distributie om er iets mee te doen", aldus De Wachter.
Volgens Vanthemsche komt deze toolbox er op een ideaal tijdstip. "Uit cijfers van VLAM blijkt dat de economische crisis ervoor zorgt dat er minder voor bereide maaltijden en verwerkte producten wordt gekozen en meer voor thuisbereiding met verse producten. Een uitgelezen moment dus om onze verse Belgische landbouwproducten in de kijker te zetten".

Meer informatie: vanbijons.info

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/

screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page:
https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada