nieuws

VLAM besteedt meer aandacht aan 'van bij ons'

nieuws

Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) beschikt in 2008 over ruim 21 miljoen euro om de Vlaamse landbouw-, tuinbouw-, en visserijproducten in de kijker te plaatsen. "In het jaarprogramma van volgend jaar komt de nadruk vooral te liggen op meer synergie tussen de sectoren, meer marktprospectie, meer communicatie in het winkelpunt en meer achterbancommunicatie", vertelde VLAM-directeur Ludo Willems donderdag tijdens een persontmoeting. De baseline 'van bij ons' krijgt een meer prominente plaats.

20 DECEMBER 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:40

Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) beschikt in 2008 over ruim 21 miljoen euro om de Vlaamse landbouw-, tuinbouw-, en visserijproducten in de kijker te plaatsen. "In het jaarprogramma van volgend jaar komt de nadruk vooral te liggen op meer synergie tussen de sectoren, meer marktprospectie, meer communicatie in het winkelpunt en meer achterbancommunicatie", vertelde Ludo Willems, directeur promotiefondsen, donderdag tijdens een persontmoeting. Ook de baseline 'van bij ons' krijgt een prominente plaats in het VLAM-programma.

VLAM kan voor 2008 rekenen op een budget van ruim 5,3 miljoen euro van de Vlaamse overheid. Van de Europese Unie krijgt het 1,8 miljoen euro. Maar met ruim 12,8 miljoen euro komt het grootste deel van het jaarbudget uit de landbouwsector zelf. De zuivelsector beschikt over het grootste budget (3,66 miljoen euro). Daarna volgen de varkenssector (2,47 miljoen euro) en de sector groenten en fruit (2,36 miljoen euro). "In middelen gaat ongeveer 80 procent van het budget naar het binnenland, 20 procent wordt besteed aan het buitenland", aldus Willems.

In het horizontaal programma ligt de klemtoon nog steeds op marktonderzoek. "De GfK-panels leren ons heel veel over het veranderend consumptiepatroon van de Vlaamse gezinnen. De bevindingen hieruit gebruiken we om onze promotiecampagnes inhoud te geven", zegt Ludo Willems. In de toekomst wil VLAM het concept 'Lekker van

bij ons' veel sterker promoten. Daarnaast zal er ook meer aandacht besteed worden aan de achterbancommunicatie. "Het is niet meer voldoende om te communiceren welke campagne we voor een bepaald product gaan lanceren, we moeten ook duiden waarom we voor een bepaalde campagne gekozen hebben", klinkt het.
De akkerbouwsector viert volgend jaar het 'internationaal jaar van de aardappel'. Ook 'Potatomania', een Europese campagne, zal worden verdergezet. Daarnaast komt er ook een belangrijke klemtoon op verwerkte groenten. "Die is vooral gericht op de gezondheidssector, waarbij het de bedoeling is om een aantal vooroordelen rond diepvriesgroenten weg te werken". De zuivelsector zet in 2008 zijn campagne 'Melk en je kan tegen een stootje' voort. Ook de melkmobiel doet verder zijn ronde door het Vlaamse land. De promotie voor kazen wordt voortaan gevoerd onder de noemer 'Kazen van bij ons' in plaats van 'Belgische kazen'.
Wat vlees betreft komt er een imagocampagne rond rundvlees en de Finettes worden verder in de markt gezet. Daarnaast komt er vanaf volgend jaar meer nadruk te liggen op marktverkenning. "Wat vlees betreft, zullen vooral de Bulgaarse, Roemeense, Russische en Chinese markt geprospecteerd worden", weet Ludo Willems. In de sector groenten en fruit komt er wellicht een nieuwe Europese campagne waarbij vooral het gezondheidsaspect in de kijker wordt gezet. De Flandria-campagne loopt gewoon door.
Tot slot gaf algemeen directeur Frans De Wachter nog aan dat de missie, visie en doelstellingen van VLAM in de loop van 2008 zullen herzien worden. "In het licht van de nieuwe structuur van VLAM en de nieuwe evoluties in de markt zijn wij genoodzaakt om ons hierover te bezinnen. Het is de bedoeling dat de algemene vergadering die nieuwe visie in juni gaat bekrachtigen. De weerslag ervan zal pas terug te vinden zijn in het jaarprogramma van 2009".(GL)

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