

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 211
van **LYDIA PEETERS**
datum: 10 december 2015

aan **JOKE SCHAUVLIEGE**
VLAAMS MINISTER VAN OMGEVING, NATUUR EN LANDBOUW

VLAM - Jaarprogramma 2016 (5)

1. In het horizontaal jaarprogramma 2016 van VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing) valt het op dat de sponsoring voor het kookprogramma 'Dagelijkse Kost' van Jeroen Meus op Eén niet langer zal kunnen worden voortgezet met horizontale middelen.
 - a) Wanneer loopt het huidige contract af?
 - b) Over hoeveel middelen gaat dat op jaarbasis?
 - c) Hoe moeten we dit samenlezen met de passage onder 'pers en communicatie' op pagina 15 waar de "intensieve samenwerking met Dagelijkse Kost op Eén ook in 2016 blijft doorlopen"?
 - d) Hebben de sectorfondsen zich inmiddels bereid getoond om de samenwerking met 'Dagelijkse Kost' te verlengen?
 - e) Hoeveel middelen wil welk sectorfonds hiervoor ophoesten?
 - f) Welke andere sectoroverkoepelende promotie-initiatieven vallen weg qua sponsoring?
2. Voor de exportpromotie wordt veel hoop gericht op de uitbouw van het expertisecentrum B2B Export. Zo kunnen sectoren hun exportwerking nog beter op elkaar laten aansluiten en meer sectoroverkoepelend benaderen.
 - a) Wat moeten we ons voorstellen bij de 'uitbouw' van een expertisecentrum?
 - b) Hoeveel mensen en middelen zijn daarmee gemoeid?
 - c) Hoe wordt dit praktisch gerealiseerd?
3. In 2016 wordt een nieuwe frietcampagne voorbereid. De vorige campagne werd volgens het jaarprogramma eind november geëvalueerd.
 - a) Wat zijn daarvan de resultaten?
 - b) Welke lessen worden getrokken voor de volgende campagne?
4. Volgend jaar wordt de financiële reserve van het promofonds aangevuld met 85.000 euro om vanaf 2017 te gebruiken voor een campagne 'verwerkte aardappelen' in 'derde landen'.
 - a) Over welke landen gaat het dan?

- b) Er wordt ook melding gemaakt van een 'mogelijk' gebruik voor een meerlandencampagne 'verse aardappelen' vanaf 2018.

Betekent het dat er nog geen zekerheid is over die campagne?

- c) Met welke landen wordt die campagne opgezet als alles volgens plan verloopt?
- d) Wat is het totaalbudget en welk aandeel zal elk landen daarin moeten dragen?

ANTWOORD

op vraag nr. 211 van 10 december 2015

van **LYDIA PEETERS**

1.
 - a) Midden 2016.
 - b) 300.000 €.
 - c) In de loop van de komende maanden zal bekeken worden of verdere samenwerking met financiering vanuit de sectoren mogelijk is.
 - d) Dit wordt begin 2016 geagendeerd in de verschillende sectorgroepen.
 - e) Dit zal blijken uit het overleg in de verschillende sectorgroepen.
 - f) De redactionele samenwerking met kranten.
2.
 - a) Medewerkers die actief zijn op het vlak van business-to-business promotie en exportpromotie worden samengebracht en zullen ingezet worden ter ondersteuning van de exportactiviteiten in verschillende sectoren, terwijl de B2B-en exportwerking voorheen vooral sectoraal gebeurde.
 - b) De expertisecel "export en B2B" bestaat momenteel uit 8 personen.
 - c) Dit gebeurt via een transitietraject dat momenteel loopt bij VLAM met een geleidelijke uitbouw van de expertisecentra en van sectorale accountmanagers die beroep doen op de expertisecentra ter ondersteuning van de eigen werking.
3.
 - a) De evaluatieresultaten zijn thans nog niet beschikbaar.
 - b) Resultaten worden, zodra beschikbaar, met de werkgroep 'frituristen' besproken.
4.
 - a) Dit moet nog concreet worden ingevuld. Alleszins zal het gaan over een EU-campagne 'derde landen' met focus op enkele Aziatische markten.
 - b) Ja
 - c) Dit is nog te bepalen.
 - d) Dit is nog te bepalen.