

**SCHRIFTELIJKE VRAAG**

nr. 563  
van **SOFIE JOOSEN**  
datum: 29 maart 2016

---

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

---

*Jaarprogramma VLAM - Konijnenvlees (2)*

In het Jaarprogramma 2016 van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) 2016 werd in 41.000 euro voorzien voor de generieke promotie van konijnenvlees. De minister antwoordde op mijn schriftelijke vraag nr. 245 van 18 december 2015 dat de generieke promotieacties in 2016 gebundeld zouden worden in de week van 22 tot 28 februari. In samenspraak met de konijnenhouderijsector werd beslist om een campagne te voeren rond vijf specifieke recepten op basis van konijnenfilet en -bouten.

Deze recepten zullen gecommuniceerd worden via sociale media, via integratie in TVkookprogramma's (bv. Dagelijkse Kost), via kookmagazines (bv. Libelle) en via acties op de winkelvloer (productstickers). Daarnaast zal de website [www.konijn.be](http://www.konijn.be) een nieuwe look & feel krijgen in het kader van deze campagne. Bovendien werd er gerekend op een maximale samenwerking met de grootdistributie.

- 1) Verliep de promotieweek van 22 tot 28 februari 2016 zoals gepland ?
- 2) Is de promotieweek reeds geëvalueerd? Zo ja, wat zijn de conclusies van deze evaluatie? Hoe verliep de samenwerking met de grootdistributie? Is er een merkbare stijging van de vraag/verkoop van konijnenvlees vastgesteld tijdens en na de promotieweek? Zo ja, hoeveel bedroeg die?
- 3) Waaraan werd het voorziene budget van 41.000 euro precies besteed ?
- 4) Kan de minister mij de maandelijkse bezoekerscijfers van de website [www.konijn.be](http://www.konijn.be) bezorgen van het laatste jaar ?

**ANTWOORD**

op vraag nr. 563 van 29 maart 2016

van **SOFIE JOOSEN**

1. Ja.
2. De promotieweek werd positief geëvalueerd door de betrokken sectorwerkgroep. Een herhaling van deze promotieweek volgend jaar behoort zeker tot de mogelijkheden. VLAM heeft op dit ogenblik nog geen zicht op de verkoopcijfers van konijnenvlees. Deze informatie werd opgevraagd bij de betrokkenen ketenspelers.
3. Het budget werd besteed aan de ontwikkeling van het concept, de creatie, de productie, de stickeractie en de online media.
4. Hieronder vindt u de unieke bezoekcijfers over de periode maart 2015 - februari 2016. In de loop van oktober 2015 werd de konijnsite geïntegreerd in de vernieuwde "Lekker van bij Ons"-site, wat het verschil in meting verklaart.

| Bezoek van de website<br>www.konijn.be | Aantal unieke bezoeken |
|----------------------------------------|------------------------|
| maart 2015                             | 2756                   |
| april 2015                             | 2295                   |
| mei 2015                               | 3327                   |
| juni 2015                              | 1183                   |
| juli 2015                              | 1180                   |
| augustus 2015                          | 1148                   |
| september 2015                         | 2056                   |
| oktober 2015                           | 1153                   |

| Bezoek van de website<br>www.lekkervanbijons.be/konijn | Totaal aantal unieke<br>paginaweergaves konijnsite |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| oktober 2015                                           | 2843                                               |
| november 2015                                          | 4719                                               |
| december 2015                                          | 5490                                               |
| januari 2016                                           | 4106                                               |
| februari 2016                                          | 9069                                               |