

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 278
van **SOFIE JOOSEN**
datum: 23 januari 2017

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

Jaarprogramma VLAM - Openbaar groen

In het jaarprogramma van VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing) 2017 wordt verder geïnvesteerd in de campagne openbaar groen. VLAM voorziet hiervoor in een budget van 10.000 euro. Met dit budget en bijhorende acties wil men steden en gemeenten overtuigen om meer groen in het straatbeeld te integreren.

De website openbaargroen.be krijgt opnieuw een prominente plaats in de jaarwerking. Een database op de website toont het aanbod van boomkwekers. De boomkwekerijproducten worden verder gepromoot in vakbladen. Ten slotte investeert men nog in twee wedstrijden voor openbare besturen. Om tuinaannemers nauwer te betrekken maakt men gebruik van nieuwsbrieven.

1. Bleek er in het verleden een probleem met het gevoel van betrokkenheid bij tuinaannemers waardoor men koos voor nieuwsbrieven? Werden deze nieuwsbrieven positief geëvalueerd?
2. Zijn de resultaten van de website bij lokale besturen meetbaar? Op welke wijze gebeurt de evaluatie?
3. Wordt bij de informatieverstrekking en inspiratievoorbeelden rekening gehouden met de recente Europese pesticideverordening die beperkingen geeft voor onze lokale besturen in het pesticidegebruik?
4. Graag een overzicht van de bezoekerscijfers van de website openbaargroen.be van de laatste vier jaar.

ANTWOORD

op vraag nr. 278 van 23 januari 2017

van **SOFIE JOOSEN**

1. De publicatie van nieuwsbrieven is geen reactie op een gebrek aan betrokkenheid uit de sector. Met de nieuwsbrieven wil VLAM de tuinaannemers bewust maken van het bestaan van een business-to-business(B2B)-campagne voor de sector. De communicatie richt zich vooral op groenambtenaren, omdat ook zij moeten overtuigd worden om een tuinaannemer in te schakelen voor openbare projecten. Tuinaannemers van hun kant moeten aangespoord worden een bedrijfsprofiel aan te maken op de website www.openbaargroen.be. Op die manier kunnen vraag en aanbod elkaar gemakkelijker vinden.
De nieuwsbrief heeft een gemiddeld openingspercentage van 25% en wordt globaal positief geëvalueerd.
2. Het is niet mogelijk na te gaan hoe vaak lokale besturen, als specifieke doelgroep, de website bezoeken. Meten en evalueren van de bezoekresultaten gebeurt met Google analytics.
3. Het pesticidegebruik behoort niet tot de competenties van VLAM. Voor technische vragen hierover staat VLAM in nauw contact met de Vereniging voor Openbaar Groen (VVOG). Boodschappen in dit verband kunnen wel onderliggend meegenomen worden in de communicatie van VLAM.
4. De website www.openbaargroen.be werd eind februari 2015 vernieuwd. Er zijn dus enkel cijfers beschikbaar voor de periode februari 2015 – december 2016 (zie bijlage).

BIJLAGE

Overzicht van de bezoekcijfers van de website openbaargroen.be voor de periode februari 2015 – december 2016