

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 635
van **FRANCESCO VANDERJEUGD**
datum: 4 mei 2017

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

Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) - Exportwerking

In het Jaarprogramma 2017 van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) ligt een belangrijke nadruk op de exportpromotie in de hoop nieuwe afzetmarkten voor onze land- en tuinbouwproducten te kunnen aanboren en natuurlijk ook de bestaande markten te bestendigen. Het budget waar VLAM gebruik van kan maken, bedraagt 24,39 miljoen euro. Ongeveer een derde van de middelen gaat naar buitenlandse promotie. In tegenstelling tot de binnenlandse markt focust VLAM zich hier niet op de consument, maar op distributie, groothandel, foodservice en horeca.

1. De vorige jaren heeft de VLAM zijn exportwerking hervormd. Meer bepaald werden de kantoren in Keulen en Parijs gesloten en vervangen door verantwoordelijken die hun kantoor en uitvalsbasis in Brussel hebben.
 - a) Werd de impact van deze operatie reeds geëvalueerd?
 - b) Zo ja, wat zijn de bevindingen op financieel vlak, qua efficiëntieverhoging en qua resultaten? Zo neen, wanneer zal deze evaluatieoefening gebeuren?
2.
 - a) Wordt ook dit jaar verder werk gemaakt van een hervorming van de exportwerking?
 - b) Zo ja, welke ingrepen zijn er al gebeurd en welke maatregelen staan er op de planning om dit jaar door te voeren?
3.
 - a) Werd er in het verleden al een efficiëntieoefening gemaakt rond de exportwerking van VLAM?
 - b) Zo ja, wat waren de resultaten? Zo neen, waarom niet?
4. Wat de export van varkensvlees betreft, speelt het Belgian Meat Office (BMO) een belangrijke rol.
 - a) Werd ook over de werking van het BMO reeds een efficiëntieoefening gemaakt?
 - b) Zo ja, wat waren de resultaten? Zo neen, waarom niet?
 - c) Wat is de specifieke meerwaarde en efficiëntieverhogende rol van het bestaan van het BMO naast VLAM?

ANTWOORD

op vraag nr. 635 van 4 mei 2017

van **FRANCESCO VANDERJEUGD**

1. Ja, in de loop van 2016 werd deze operatie geëvalueerd. De vooropgestelde besparing werd gerealiseerd. Door vanuit Brussel te opereren, is een vlottere wisselwerking met de promotiecellen mogelijk en kunnen de buitenlandmedewerkers ook onderling hun ervaringen makkelijker delen. Moderne technieken zorgen ervoor dat iedereen overal bereikbaar is. Uiteraard plannen de buitenlandse collega's regelmatig bezoeken bij Duitse en Franse handelscontacten, zodat de persoonlijke relatie gegarandeerd blijft.
De eerste bevindingen zijn dus positief. Aangezien de dienstverlening op peil blijft en een besparing gerealiseerd werd, is het duidelijk dat deze herorganisatie een efficiëntiewinst opleverde.
2. Ja. Sinds januari is er een nieuwe expertisecel binnen VLAM operationeel, die de sectoroverkoepelende en sectorondersteunende business-to-businessactiviteiten van VLAM centraliseert, zowel in binnen- als in buitenland. De exportmedewerkers werken op die manier nauwer samen, waardoor meer wisselwerking ontstaat. Meteen is ook het actieterrein van de business development managers uitgebreid. De verantwoordelijke voor Duitsland en Oostenrijk is nu ook het eerste aanspreekpunt voor Noord- en Oost-Europa. De verantwoordelijke voor de Franse en Zwitserse markt neemt er vanaf dit jaar ook Zuid-Europa bij.
3. a) Ja, bij diverse doorlichtingen werd ook steeds de exportwerking geëvalueerd. De meest recente efficiëntieoefening gebeurde in aanloop van de huidige transitie.
b) De exportwerking van VLAM wordt continu geëvalueerd door de regelmatige terugkoppeling naar de sectorgroepen. In de exportgerichte sectoren worden de actieprogramma's nauwgezet opgevolgd, geëvalueerd en bijgestuurd.
4. a) Ja
b) Belgian Meat Office bepaalt zijn strategie telkens voor drie jaar in overleg met het Vlaamse bedrijfsleven. Binnen de VLAM-structuren vormen de exporteurs daartoe een Stuurgroep die minstens vier maal per jaar samenkomt. De Stuurgroep evalueert kwalitatief en kwantitatief, stuurt i.f.v. marktomstandigheden desnoods bij en keurt nieuwe voorstellen goed.
c) Belgian Meat Office bestaat niet naast VLAM, maar is een integraal onderdeel van VLAM. Het is een emanatie van en samenwerking tussen de VLAM-sectorgroepen 'varkens' en 'runderen', met als doel het imago en de export van ons varkens- en rundvlees in het buitenland te ondersteunen. De naam 'Belgian Meat Office' vormt onderdeel van de 'branding'. Door de krachten te bundelen wordt de doeltreffendheid van de acties verhoogd.