

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 169
van **FRANCESCO VANDERJEUGD**
datum: 7 januari 2019

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

VILT - Informatie over landbouw naar groot publiek

In haar kerstinterview in Boer & Tuinder van 21 december 2018 geeft Boerenbondvoorzitter Sonja De Becker - zeer terecht! - een pluim aan het werk dat door de mensen van het Vlaams Infocentrum Land- en Tuinbouw (VILT) wordt verricht. Evenwel maakt ze de kanttekening dat, en ik citeer, "VILT nog te veel binnen de sector blijft. VILT moet met zijn informatie uitbreken en zou zich nog meer moeten toeleggen op correcte informatie over de land- en tuinbouw bij het grote publiek." De Boerenbondvoorzitter doet deze uitspraak in de context dat landbouw te vaak op een reactieve manier in de media komt en er ook positieve boodschappen die zich richten op een niet-expertenpubliek, moeten worden gebracht.

1. Hoe evolueerden de bezoekcijfers van de VILT-website in 2018? Graag een overzicht per maand van het aantal unieke bezoekers en het aantal page views.
2. Hoe verhouden de cijfers van 2018 zich tegenover die van 2017, 2016, 2015 en 2014?
3. Welke artikelen op VILT genereerden de meeste bezoekers in 2018?
4. Is er sprake van een inhoudelijke verschuiving in de meest gelezen artikelen ten aanzien van de jaren voor 2018?
5. Is de minister eveneens van oordeel dat VILT zich in de nabije toekomst meer uitgesproken moet gaan concentreren op het brengen van correcte informatie over de land- en tuinbouw bij het grote publiek?
6. Werd deze kwestie reeds door de stakeholders van VILT besproken?
7. Is er al een concreet actieplan met bijbehorende timing ter zake?
8. Geldt deze focus op het brengen van correcte informatie naar een breed publiek ook voor de overheidsadministratie en bijbehorende organisaties, zoals ILVO, VLAM e.d.?
9.
 - a) Zijn er wat dat betreft aanpassingen gebeurd in het communicatiebeleid het afgelopen jaar?
Zo ja welke?
 - b) Zijn er plannen voor een bijsturing in 2019?
10. Werd er reeds een inhoudelijke analyse gemaakt over de verslaggeving van VILT?

Zo ja, wat waren de bevindingen?

11. Is er in de verslaggeving van VILT een evolutie merkbaar om meer artikelen te brengen die handelen over concrete cases en mensen (de zgn. storytelling)?

Zo ja, welke domeinen krijgen hierbij specifieke aandacht?

12. Gebeurt er vanuit het departement ook een factcheck van artikelen rond landbouw en visserij, inclusief dierenwelzijn en milieuaangelegenheden die boeren rechtstreeks aanbelangen, die in de pers verschijnen?

Zo ja, door wie gebeurt dat?

13.

- a) Wordt er consequent gereageerd op foutieve informatie en hoe gebeurt dat concreet (recht van antwoord, persberichten...)?
- b) Welke plaats hebben de sociale media hierin?
- c) Hoe wordt hiermee omgegaan door het departement

- met betrekking tot reageren op foutieve of beledigende berichten;

- met betrekking tot het zelf posten van berichten?

14. Hoeveel rechten van antwoord heeft de minister of haar departement of een betrokken organisatie zoals ILVO of VLAM de afgelopen vijf jaar jaarlijks gevraagd, resp. gekregen?

15. Meer en meer merken we dat er fake news of zeer tendentieuze berichtgeving wordt verspreid die land- en tuinbouw doorgaans in een negatief daglicht stellen.

Zal er vanwege de minister en het departement Landbouw en Visserij (in de brede zin van het woord) een verhoogde waakzaamheid komen om manifest foutieve informatie recht te zetten?

ANTWOORD

op vraag nr. 169 van 7 januari 2019

van **FRANCESCO VANDERJEUGD AAN JOKE SCHAUVLIEGE**

1. Tabel 1. Aantal bezoeken, aantal unieke bezoekers en aantal paginaweergaven voor de VILT-website in 2018 (bron: VILT)

2018	Aantal bezoeken	Unieke bezoekers	Paginaweergaven
januari	105.074	48.950	192.814
februari	86.966	39.352	162.636
maart	98.228	44.797	188.255
april	84.530	41.136	153.964
mei	89.225	44.582	155.968
juni	85.889	39.850	156.457
juli	95.127	44.792	173.208
augustus	95.442	42.979	178.488
september	98.865	46.964	185.939
oktober	110.557	54.273	199.467
november	107.268	51.274	197.658
december	116.050	63.170	199.956

2. Tabel 2 bevat het aantal bezoeken aan de VILT-website van 2012 tot 2018. Rood geeft de laagste score van het jaar aan, groen de hoogste. De laatste kolom toont de evolutie tussen 2017 en 2018.

Tabel

september	84.049	82.791	89.872	105.498	90.181	88.408	98.865	+11,8%
oktober	94.424	93.152	94.788	99.326	94.703	96.396	110.557	+14,7%
november	86.919	84.041	87.320	97.400	87.249	97.985	107.268	+9,5%
december	76.629	85.795	85.583	97.923	87.238	79.159	116.050	+46,6%

3. Tabel 3 bevat de Top 10-artikelen en hun aantal pagina-weergaven in 2018.

Tabel 3. Top 10 van Vilt-artikelen in 2018 (bron: VILT)

Top 10	Titel	Paginaweergaven
1	Botulisme is een tijdbom die in Wuustwezel ontplofte (01/12/2018)	25.428
2	"Rupsen van buxusmot kan je biologisch bestrijden" (11/08/2016)	6.823
3	KMI: "Huidige droogte gevolg van blokkades" (25/07/2018)	6.125
4	"Het beroep van slager is weer sexy" (12/10/2018)	4.954
5	Colruyt Group investeert in biologisch landbouwbedrijf (20/08/2018)	3.977
6	Carnaval zonder tractoren voor de praalwagens? (19/01/2018)	3.667
7	Gebruik geen azijn of javel in plaats van Roundup (27/06/2017)	3.371
8	Toxische stoffen in bijna alle hazelnootpasta's (07/09/2018)	

8. Het Departement Landbouw en Visserij brengt correcte informatie naar een landbouwpubliek vooral via de eigen website, in nieuwsflashes naar de landbouwers en in persberichten.
Binnen de grenzen van de decretale opdracht 'promotie' wordt door VLAM correcte informatie naar het breed publiek gebracht. Alle informatie die onder de noemer NICE wordt verspreid naar voedingsdeskundigen en artsen, wordt gevalideerd door een wetenschappelijke adviesraad.
ILVO onderwerpt zijn communicatieboodschappen aan dezelfde deontologische code die ook journalisten bindt. Waarheidsgetrouw, transparant en onkreukbaar rapporteren staat daarin centraal. De geloofwaardigheid van verklaringen en teksten is voor een onderzoeksinstituut van de allergrootste waarde.
9. a) Neen.
b) In 2019 wordt een nieuwe communicatiestrategie voor het Departement Landbouw en Visserij opgemaakt.
10. In 2017 werd een grondige analyse gemaakt van het VILT-nieuws, volgende elementen werden onderzocht: criteria voor de nieuwsselectie, het type bronnen, de lezers, de rol van VILT als infoloket, VILT als doorgeefluik van informatie naar andere media, ...
11. Veldverkenners en VILT TeeVee zullen zich in de toekomst meer richten op concrete verhalen. Alle domeinen die maatschappelijke gevoelig liggen, krijgen hierbij aandacht: klimaatverandering, dierenwelzijn, gewasbeschermingsmiddelen, milieu, natuur, enz.
12. Het Departement Landbouw en Visserij monitort de persartikelen die verband houden met de thema's waarvoor het Departement bevoegd is.
13. a) VLAM en het Departement Landbouw en Visserij trachten steeds foutieve informatie recht te zetten, door contact op te nemen met de journalist en/of door het uitzenden van eigen persartikels.
b) Het Departement heeft enkel twee twitteraccounts. VLAM volgt berichten over landbouw- en voedingsthema's op sociale media op.
c) Het Departement heeft tot op heden enkel reacties met vragen voor bijkomende informatie ontvangen. Wanneer onjuistheden verschijnen die gelinkt zijn aan de opdracht van VLAM, overweegt VLAM hier case by case gepast op te reageren.
14. Het Departement heeft de laatste vijf jaar slechts eenmaal gebruik gemaakt van zijn recht op antwoord. Het ging met name om een reactie op twee lezersbrieven gepubliceerd in Landbouwleven (12/2/2016 en 29/5/2015) waarbij er nood was aan een rechtzetting rond de taken van het Departement Landbouw en Visserij inzake paardenfokkerij. VLAM en ILVO hebben in deze periode geen recht op antwoord gevraagd.
15. Het Departement monitort de persartikelen die verschijnen en signaleert foutieve informatie aan de journalist/redactie.