

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 514

van **EMMILY TALPE**

datum: 30 maart 2023

aan **JO BROUNS**

VLAAMS MINISTER VAN ECONOMIE, INNOVATIE, WERK, SOCIALE ECONOMIE EN LANDBOUW

Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) - PlattelandsTV en connectief netwerk

In zijn voorwoord van het Jaarprogramma 2023 van VLAM haalt de heer Fontaine twee blikvangers voor 2023 aan: de samenwerking met het Vlaams Infocentrum Land- en Tuinbouw (VILT) en PlattelandsTV enerzijds en de uitbouw van een connectief netwerk om lokaal geproduceerd voedsel vlotter ter beschikking te stellen van allerlei afnemers anderzijds.

1. Met de samenwerking met VILT en PlattelandsTV lijkt VLAM zich te richten op een ouder publiek vermits er verwezen wordt naar het feit dat niet iedereen naar TikTok kijkt of 28 is.
 - a) Wat is de precieze doelgroep voor deze samenwerking?
 - b) Werd vooraf onderzocht in welke mate deze media die doelgroep concreet bereiken?
 - c) In de begroting wordt voor het project vanuit VLAM 20.000 euro gereserveerd.
Wat zijn de verdere concrete modaliteiten van de samenwerking?
2. Wat het connectieve netwerk betreft, begrijp ik dat het vooral om FEVIA-leden (Federatie Voedingsindustrie) en Horeca-mensen gaat.
 - a) Kan de minister nader uitleggen wat het precieze opzet van het connectieve netwerk zal worden?
 - b) Hoe zit de financiering in elkaar?
 - c) Worden er ook concrete targets vooropgesteld?
 - d) Wordt het netwerk jaarlijks geëvalueerd en desgevallend bijgestuurd?



**Vlaams
Parlement**

ANTWOORD

op vraag nr. 514 van 30 maart 2023

van **EMMILY TALPE**

1.
 - a) VLAM werkt nauw samen met VILT en PlattelandsTV om de bijdragebetalers goed te informeren over de acties die VLAM uitvoert. Dit kadert in achterbancommunicatie. De B2C-communicatie die dit veroorzaakt, is mooi meegenomen, maar niet het initiële doel.
 - b) Zowel met VILT als PlattelandsTV werd het bereik bekeken om te weten welke impact VLAM kan hebben op de doelgroep, zijnde de bijdragebetalers.
 - c) VLAM levert informatie en beeld/video-materiaal aan aan VILT en PlattelandsTV, zodanig dat dit kan ingezet worden in hun kanalen, zoals de nieuwsbrief van VILT en de nieuwsuitzending van PlattelandsTV.
2.
 - a) Met een groeiende community in de voedingssector wil VLAM het aandeel van lokale voeding in het voedingspatroon van de Vlaming verstevigen. Dit zal in dit project verder gerealiseerd worden door het opzetten van een geavanceerd B2B-platform o.b.v. artificiële intelligentie waar voedingsprofessionals elkaar vinden, inspireren en connecteren. Dit zal ertoe leiden dat lokale voeding beter beschikbaar wordt en het aandeel dus vergroot wordt in de productie van lokale voeding. VLAM wil bij wijze van spreken Vlaamse aardbeien geproduceerd in de regio van de bakkerij op de aardbeientaart i.p.v. Spaanse.
Op deze manier brengt VLAM uiteindelijk de consument dichterbij de boer. Dit kadert in één van de strategische doelstellingen van de Vlaamse voedselstrategie, nl. Voedsel verbindt boer en burger.
 - b) De kostprijs voor dit project bedraagt 290.000 euro, waarvan 240.000 euro ondersteuning vanuit de Vlaamse overheid en 50.000 euro vanuit VLAM.
 - c) Het opstarten van een community waarbij verschillende partijen in het agrobusinesscomplex samengebracht worden via artificiële intelligentie is een heel nieuw gegeven. Het doel is te komen tot een automatische matchmaking die verschillende partijen binnen het agrovoedingscomplex connecteert. Hiervoor is medio 2024 de deadline.
 - d) Al tijdens de ontwikkelingsfase wordt het prototype gevalideerd aan de hand van gebruikerstests en wordt er bijgestuurd waar nodig.