kris peeters

minister-president van de vlaamse regering en vlaams minister van economie, buitenlands beleid, landbouw en plattelandsbeleid

antwoord

op vraag nr. 44 van 26

van bart tommelein

1. De campagne ter promotie van eten duurzame vis was een initiatief van Natuurpunt, zonder inspraak van de visserijsector, en een copy van de Nederlandse gelijkaardige actie op www.goedevis.nl.
Het lijkt mij inderdaad beter promotie-acties te voeren die ook gedragen zijn door de sector zelf!

De campagne van VLAM: “Vis en seizoenen” daarentegen is gebaseerd op de seizoenkalender voor Noordzeevis en houdt rekening met het paaiseizoen en de aanvoer op onze veilingen.

* “Vis en seizoenen, een lekkere en duurzame keuze” is dit jaar opgestart op basis van redactionele samenwerking met culinaire magazines en de weekend bijlagen van de Vlaamse kranten.
* Op de regionale tv-zenders liep het “Vispa”- programma – vis voor alle seizoenen - met reportages over de visserij en de duurzame initiatieven. Vispa werd gekoppeld aan uitgave van het vispaboek – vis voor alle seizoenen met de dubbel dvd van de uitzendingen. Hiermee kon, en kan nog steeds, een groot doelpubliek bereikt worden tegen een geringe kostprijs.
* ‘Vis van het jaar’ (zie vorige schriftelijke vraag) en ‘Dag van de garnaal’ worden in het seizoen gelanceerd en krijgen massale persaandacht.
* Op ESE Brussel, de belangrijkste visbeurs in de wereld, heeft VLAM in samenwerking met de locale overheden, de provincie en veilingen deelgenomen aan de beurs met als doelstelling de internationale vishandel te informeren over kwaliteit, vakmanschap en duurzame inspanningen in de vissector – dus imago ondersteunend.

De campagne in media/pr werden telkens doorgetrokken naar de vishandel (winkelketens, speciaalzaken, groothandel en reder met direct mailings en winkelmateriaal). De totale waarde van de vlamcampagne bedraagt ca. € 1.5 mio euro.
Deze actie was wel succesvol en ook in de toekomst zullen promotie-acties vertrekken vanuit duurzaamheidsaspecten.

1. De viscampagne van VLAM is recent positief geëvalueerd door de sector waardoor ze een vervolg krijgt in 2011.
2. Ik ervaar een correcte samenwerking met de provincie West-Vlaanderen, zowel naar project­ondersteuning, als naar de inzet voor samenwerking tussen de veilingen als naar ondersteuning voor de uitvoering van zwaartepunt 4 (“Duurzame ontwikkeling van visserijgebieden”) van het Europees Visserijfonds.
3. Om versnippering te vermijden gaan wij er van uit dat VLAM de promotiecampagnes mbt vis coördineert. Daartoe is er trouwens binnen VLAM een sectorgroep vis werkzaam waarin de diverse actoren vertegenwoordigd zijn.

De provincie kan participeren in acties, maar haar rol in deze is heel beperkt.

1. Het antwoord is gegeven uw eerder gestelde schriftelijke vraag nr.43 van 26 oktober.
2. Vlaanderen is volop in transitie naar een duurzame visserij zoals al meermaals is gebleken uit mijn antwoorden en mijn beleidsnota. Ik verwijs ook naar het antwoord op uw schriftelijke vraag nr. 43.