**VLAM-activiteitenverslag 2018 is uit**

VLAM brengt zijn activiteitenverslag 2018 uit op vlam.be.

De promotie-agenda 2018 was opnieuw rijk gevuld met initiatieven naar heel wat doelgroepen.

Voor de buitenwereld is VLAM het meest zichtbaar met binnenlandse mediacampagnes naar consumenten maar VLAM spreekt ook professionals aan, of het nu gezondheidswerkers, handelaars, winkeliers of horeca-uitbaters zijn. Het promotiecentrum hecht steeds meer belang aan communicatie over duurzaamheid. Het is een strategische keuze die wordt aangehouden de komende jaren.

De verschillende VLAM-sectoren varen elk hun eigen koers met eigen doelstellingen en accenten. Ze verenigen zich ook in de zogenaamde ‘overkoepelende werking’ van Lekker van bij ons. De bekendste realisatie hiervan is het eigen kookplatform lekkervanbijons.be, dat in 2018 meer dan 8 miljoen bezoeken noteerde. VLAM bouwde het kookplatform en de bijhorende communicatie succesvol uit in 2 talen en werkte rond het chauvinismegehalte van de Belg.

VLAM haalt aanzienlijke Europese budgetten binnen. Het laat vooral toe om nieuwe exportmarkten te ontginnen voor onze Vlaamse kwaliteitsproducten. Op deze markten ontplooien we handelsgerichte activiteiten, maar we zorgen er even goed voor dat bijvoorbeeld onze Conferencepeer, om maar één sterproduct te noemen, geproefd kan worden in enkele tientallen Chinese supermarkten. VLAM was, samen met Vlaamse bedrijven, aanwezig op 23 internationale vakbeurzen in 2018 en organiseerde zes sectoroverkoepelende prospectiereizen.

Lees het volledige activiteitenverslag op www.vlam.be\publicaties.