**VLAM zet opnieuw maximaal in op EU-cofinanciering voor promotie.**

*VLAM heeft 12 projecten ingediend voor Europese co-financiering. Het betreft 8 projecten waarvan VLAM de volledige coördinatie in handen heeft en 4 projecten waarvan VLAM partner is.*

*De projecten hebben meestal een duurtijd van 3 jaar en starten in principe op 1 januari 2018. In het najaar krijgt VLAM bericht of de ingediende projecten al dan niet zijn goedgekeurd.*

Na het succes van vorig jaar, toen VLAM EU-subsidies kreeg voor 6 nieuwe programma’s, heeft VLAM opnieuw alle zeilen bijgezet voor de nieuwe aanvraagronde van EU-dossiers, die afgesloten werd op 20 april jl. Na consultatie met de verschillende sectorgeledingen heeft VLAM alles op alles gezet voor de inzending van 12 nieuwe EU-dossiers. Voor de projecten buiten Europa en de projecten met meerdere lidstaten kan een subsidie van 80% bekomen worden. Dit betekent een gigantische vermenigvuldiging van de promotiemiddelen. Voor elke euro die de sector bijdraagt in het project, past Europa 4 euro bij. Voor projecten binnen Europa is de tegemoetkoming van Europa 70%.

Wanneer alle projecten die VLAM alleen indient zouden worden goedgekeurd, zou VLAM in 2018 over ongeveer 9,5 miljoen euro extra aan EU-cofinanciering kunnen beschikken.

Hieronder vindt u een bondig overzicht van de ingediende projecten:

Projecten die VLAM coördineert

**EU-kwaliteitsregelingen (BOB-BGA-GTS)**

VLAM dient samen met APAQ-W en de producentenverenigingen van BOB/BGA/GTS een project in om het Europese kwaliteitssysteem beter bekend te maken in België. Er werd een online promotieactie uitgewerkt met 16 animatiefilmpjes die elk vanuit het label het verhaal van een streekproduct vertellen: “De labels als toegangspoort naar een wereld vol verhalen”. De animatiefilmpjes zullen 3 jaar lang online ingezet worden in een context van food, toerisme en cultuur met als resultaat een stijging van de herkenning van de Europese labels voor streekproducten.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 70%

**Bioproducten**Met een consumentencampagne wil VLAM de voordelen van bio in de kijker zetten om de Vlaming aan te sporen vaker bio te kopen. Centraal in de communicatie staat het begrip ‘tijd’ en de campagneslogan is ‘De tijd is rijp voor BIO’. Er wordt gekozen voor een geïntegreerde mediamix van tv, online en acties op de verkooppunten.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 70%

**Paprika** -**Frankrijk**VLAM wil het imago van de Vlaamse paprika verder opbouwen en het exportvolume doen stijgen op de Franse markt. Hiervoor wordt zowel op het niveau van de consument gewerkt als naar de handel. Er staan winkeldegustaties genoteerd op de actielijst, verder ook advertenties in magazines van retail, acties op vroegmarkten en persevents.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 70%

**Konijn**Nederland en België starten een gezamenlijke consumentencampagne om het verbruik van konijnenvlees op te krikken in beide landen. Er wordt daarbij enerzijds gefocust op de nutritionele kwaliteiten en de bereidingsmogelijkheden van konijn, anderzijds worden de consumenten ook geïnformeerd over het nieuwe huisvestingsysteem van parkhouderijen, dat sinds 2014 van kracht is.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 70%

**Conference-peer China**: (herindiening)
Dit dossier is een promotiecampagne voor de Conference-peer in China. VLAM wil aan imago-opbouw doen voor onze Conference en dit zowel naar de handel als naar de consumenten. Het zwaartepunt van de campagne ligt op degustaties op de winkelvloer.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 80%

**Pluimvee en Vleeswaren - Oost- en West-Afrika en Midden-Oosten**

VLAM wil informatie verspreiden over en promotie voeren voor Europese vleeswaren en Europees pluimveevlees in Oost-Afrika. Het is een markt die nog grotendeels onbewerkt is, maar groot potentieel toont voor Europese exporteurs. In West-Afrika zijn er al exporteurs actief, maar kan ruimere prospectie gebeuren en een groter marktaandeel bekomen worden. Op de activiteitenkalender staan ook nog 5 beurzen (waaronder 1 in Dubai, rest in Oost- en West-Afrika), 5 contactdagen en 3 prospectierondes.

Looptijd : 2 jaar - cofinanciering EU: 80%

**Varkensvlees - Azië**

Met het dossier “Tailor made quality pork from Europe” wil VLAM de export van varkensvlees naar landen buiten Europa verhogen. China, Japan, Vietnam, Zuid-Korea, Taiwan, de Filippijnen, Maleisië en Singapore vormen de doelmarkten. In dit programma werkt VLAM rond een positief imago van het Belgisch varkensvlees door te focussen op kwaliteit, transparantie en een hoog servicelevel. Zowel deelname aan beurzen, de organisatie van B2B-meetings maar ook advertenties in print en online media zijn in het programma opgenomen.”

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 80%

**Zuivel - Azië**

Het VLAM-dossier behelst het voortzetten van de campagne onder de baseline : “White Gold straight from the Heart of Europe” in Azië met acties in het Midden-Oosten, Zuid-Oost-Azië en China. De doelgroepen zijn retail, importeurs, voedingsindustrie en foodservicebedrijven. In de communicatie ligt het accent traceerbaarheid en kwaliteit van onze streng gecontroleerde zuivelproducten. VLAM voorziet deelnames aan beurzen, begeleid met de nodige communicatie via de media, een website enz.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 80%

Projecten waarvan VLAM partner is

**Boter**

Samen met Noord-Ierland, Ierland, Frankrijk en Nederland wil VLAM het natuurlijke karakter van boter in de verf zetten in eigen land. Deze consumentencampagne zal voornl. via sociale media en advertenties uitgerold worden.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 80 %

**Zuivel: klimaat en duurzaamheid**

Europa heeft voorzien in een nieuwe topic die de initiatieven rondom duurzaamheid en klimaat onder de aandacht kan brengen bij een gespecialiseerd publiek. Alle leden van het European Milk Forum (EMF), waar VLAM deel van uitmaakt, hebben op dit vlak reeds heel wat onderzoek verricht, alsook initiatieven lopen, maar kunnen hieraan dus nu een Europese dimensie geven.

De leden van EMF die deelnemen, zijn : Frankrijk, Nederland, Noord-Ierland, Ierland, Denemarken en Vlaanderen.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 80%

**Kalfsvlees**

De vier belangrijkste kalfsvlees producerende landen van Europa (Frankrijk, Nederland, Italië en België) dienen samen een project in om het imago van kalfsvlees te ondersteunen in Frankrijk, België, en Italië, die samen 70% van het verbruik van kalfsvlees in Europa uitmaken. Kalfsvlees wordt duidelijker gepositioneerd op de verkooppunten en er wordt ook aandacht besteed aan informatie over de productiewijze. De kwaliteit van kalfsvlees wordt uiteraard sterk benadrukt.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 65%

**Sierteelt -Green city**

VLAM neemt met de B2B-campagne Openbaar groen deel aan een meerlandenproject. Het project “Green city” promoot het gebruik van groen in de stad. Het zwaartepunt van de campagne ligt bij de beursdeelname aan Greenexpo. Hier zal Openbaar groen een seminarie voor groenambtenaren organiseren.

Looptijd : 3 jaar - cofinanciering EU: 80 %