

2013
VLAM

jaarverslag



INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	p. 1
1. Wie is VLAM?	p. 3-5
2. Financiering	p. 6-7
3. VLAM als kenniscentrum	p. 8-11
4. Consumentencampagnes	p. 12-25
5. Focus op export	p. 26-29
6. B2B: Service van VLAM voor de bijdragebetaler	p. 30-33
7. Voeding en gezondheid	p. 34-35
Raad van Bestuur	p. 37
Ledenlijst	p. 39
Sectorgroepen	p. 41-46
Contact	p. 47

VOORWOORD

Beste lezer,

De afgelopen jaren is de gemiddelde aandachtsspanne van de lezer gedaald van 12 tot 8 seconden. En het wordt er niet beter op. (Leest u dit jaarverslag ook op uw smartphone?)

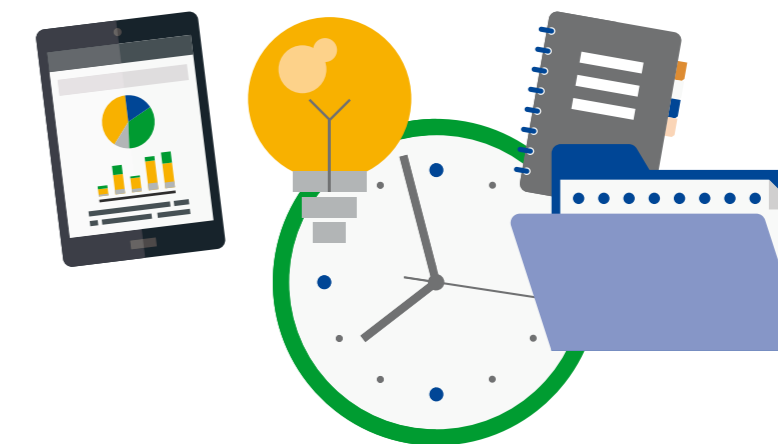
We houden het in ons jaarverslag daarom op 7 boeiende infografieken, die een compact beeld geven van onze activiteiten in 2013.

- 1 | Een situering van VLAM: wie zijn we en wat doen we?
- 2 | Wie financiert VLAM en waar gaat het budget naartoe?
- 3 | Van marktonderzoek naar marktkennis
- 4 | Alle sectoren, alle media, alle campagnes!
- 5 | Focus op export
- 6 | B2B: Services van VLAM aan de bijdragebetaler
- 7 | Voeding en gezondheid: de hot topics van 2013

Op die aandachtspunten gaan we in dit jaarverslag dieper in. U zal merken dat we een antwoord bieden op heel wat uitdagingen, en zo een belangrijke meerwaarde creëren voor de Vlaamse agrovoedingssector.

Veel lees- (en/of kijk)plezier!

Frans De Wachter
Algemeen directeur
Frans.dewachter@vlam.be



WIE IS VLAM?

VLAM staat voor het **Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing** vzw. VLAM staat in voor de marketing en promotie van de Vlaamse land-, tuinbouw- en visserijproducten in binnen- en buitenland.

Als **Extern Verzelfstandigd Agentschap** binnen het departement **Landbouw en Visserij** van de Vlaamse overheid valt VLAM onder de bevoegdheid van de Vlaams minister voor Landbouw.

VLAM heeft zijn hoofdkantoor in Brussel, en heeft ook 2 buitenlandse kantoren, in Parijs en Keulen, de belangrijkste exportmarkten. Bij VLAM werken 77 werknemers, goed voor 70 FTE's.

VLAM bekleedt een **bijzondere positie** binnen het agrobusinesscomplex, met vertegenwoordigers uit zowel het bedrijfsleven, belangenorganisaties als de Vlaamse overheid in de sectorgroepen. De **sectorgroepen** hebben een verregaande bevoegdheid op het vlak van promotie: zij bepalen zowel de financiering van de promotie als de manier waarop deze gevoerd wordt. De **raad van bestuur** bestaat uit 18 leden: een vertegenwoordiger uit elke sectorgroep, aangevuld met rechtstreekse bestuursmandaten voor Boerenbond, ABS, FEVIA, UNIZO, FIT en het beleidsdomein Landbouw en Visserij. Het kabinet van de bevoegde minister zetelt met waarnemende stem. De algemene vergadering van VLAM bestaat uit 50 beroepsorganisaties uit de landbouw, tuinbouw, visserij en agrovoeding.

Welke productgroepen vertegenwoordigt VLAM?

Akkerbouw | Groenten en Fruit | Sierteelt | Zuivel (melk en kazen) | Vlees (rundvlees, varkensvlees, kalfsvlees en lamsvlees) | Pluimvee, eieren en konijn | Bakkerij | Visserij | Bioproducten | Streekproducten | Korte Keten

MISSIE

- in opdracht van enerzijds de Vlaamse agrarische producent en de andere bijdragebetalende marktdeelnemer(s) en anderzijds de Vlaamse overheid;
- in binnen- en buitenland;
- (de) marketing te verzorgen van de producten en diensten van de landbouw-, tuinbouw-, visserij- en agrovoedingsectoren;
- en de daarmee samenhangende marketinggerelateerde activiteiten uit te voeren;
- om een toegevoegde waarde te creëren die bijdraagt tot leefbare en duurzame sectoren, in het bijzonder in het belang van de primaire sector.

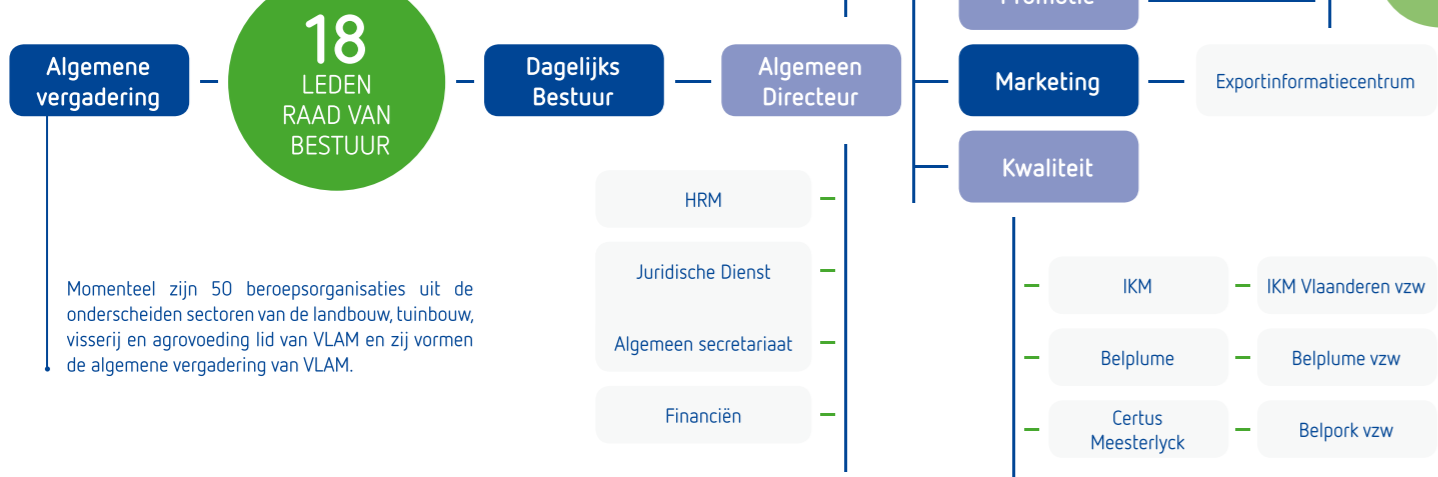
Die **toegevoegde waarde** creëert VLAM onder meer via een marketingbeleid van productdifferentiatie (o.a. via keurlabels zoals Meesterlyck en oorspronglabels zoals 'Kazen van bij ons') en marktdiversificatie (prospecteren van exportmarkten en productlanceringen zoals Fettini di Coppa).

ORGANOGRAM VLAM

ORGANOGRAM EXTERNE WERKING



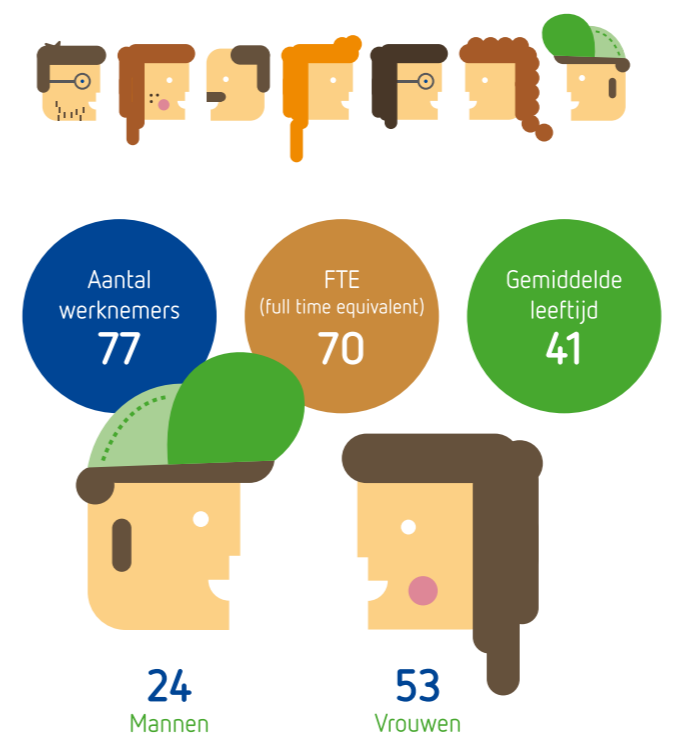
De raad van bestuur van VLAM bestaat uit 18 leden: 1 vertegenwoordiger afgevaardigd door elke sectorgroep, aangevuld met rechtstreekse bestuursmandaten voor Boerenbond, ABS, FEVIA, UNIZO, FIT en het beleidsdomein Landbouw & Visserij. Het kabinet van de bevoegde minister zetelt met waarnemende stem.



In de sectorgroepen zijn alle schakels uit de keten vertegenwoordigd via hun representatieve beroepsorganisatie.

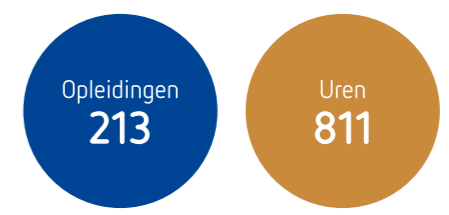
PERSONEEL

AANTAL WERKNEMERS 2013

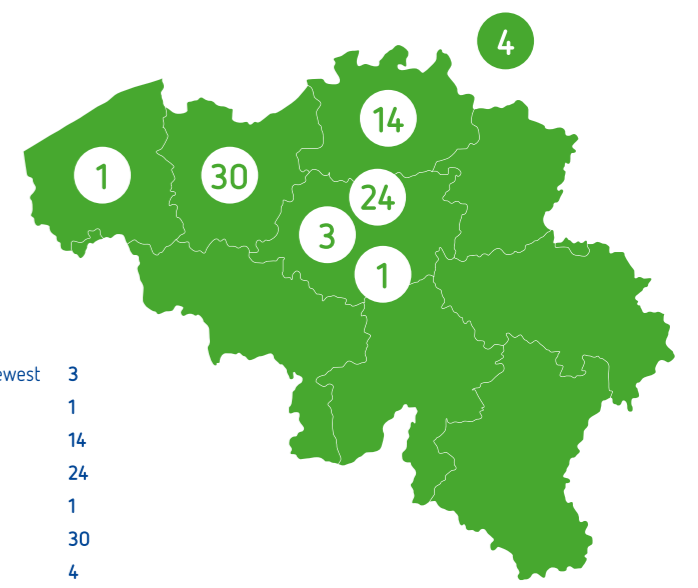


Algemene werking	Promotie & marketing	Directie	Kwaliteit
24,9 FTE	34,85 FTE	2,0 FTE	7,8 FTE
# 29 medewerkers	# 40 medewerkers	# 2 medewerkers	# 8 medewerkers

VORMING



WOONPLAATS



2 FINANCIERING

Het budget van VLAM wordt hoofdzakelijk gegeneerd door inkomsten uit de sector, aangevuld met subsidies van de Vlaamse overheid, cofinanciering van de Europese Unie en reserves.

De inkomsten uit de sector zijn ofwel **verplichte bijdragen**, algemeen bindend verklaard door de Vlaamse Regering ofwel **vrijwillige bijdragen**. De subsidies van de **Vlaamse overheid** worden gebruikt voor de financiering van de algemene werking (voornamelijk personeelskosten). Het resterende bedrag wordt ingezet voor sector-overkoepelende initiatieven. De inkomsten uit de sector gaan integraal naar de promotiecampagnes. Voor enkele campagnes staat **Europa** in voor cofinanciering.

De verdeling voor 2013 zag er als volgt uit:

Inkomsten

sectorbijdragen	€ 14.547.319,00
subsidies Vlaamse overheid	€ 5.329.078,85
bijdrage Europa	€ 1.878.299,67
aanwending VLAM-reserves	€ 202.333,72
aanwending sectorreserves	€ 0,00
vrijwillige bijdragen	€ 2.000.195,91
andere	€ 542.757,27

totaal € 22.499.789,59

Uitgaven:

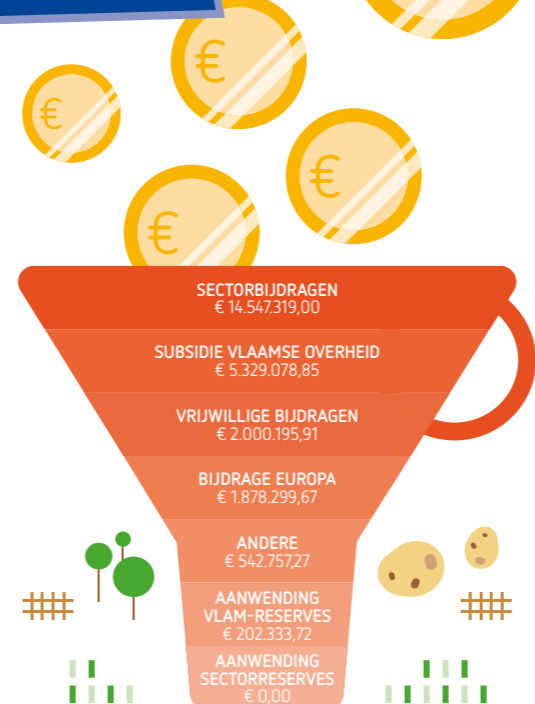
algemene werking	€ 4.555.485,34
horizontaal programma	€ 1.054.807,88
sectorprogramma's	€ 16.702.217,55
overdracht naar sectorreserves	€ 187.278,82

totaal € 22.499.789,59



FINANCIËN 2013

INKOMSTEN



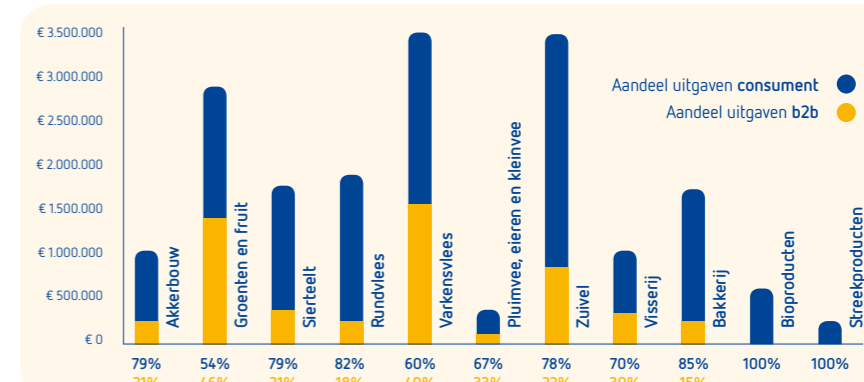
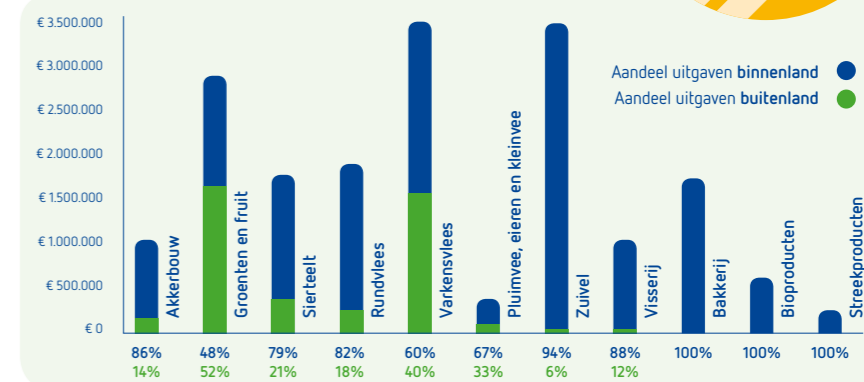
INKOMSTEN
22,5
miljoen euro

UITGAVEN
22,5
miljoen euro

UITGAVEN

Uitgaven 2013

Algemene werking	4.555.485,34
Horizontaal programma	1.054.807,88
Sectorprogramma's	16.702.217,55
Overdracht naar sectorreserves	187.278,82
Totaal	22.499.789,59



3 VLAM ALS KENNISCENTRUM

Wat wil de consument? Wat zijn zijn behoeftes en wat zijn de trends? En hoe zit het met de markt in het buitenland? Die kennis is cruciaal voor een goed onderbouwde marketingstrategie. Als marketingcentrum verzamelt VLAM dan ook heel wat kennis over de markt en de consument.

Dat gebeurde tot voor kort hoofdzakelijk op basis van kwantitatieve data: cijfers verzameld via grotere steekproeven en klassieke vragenlijsten. Sinds 2013 is die focus verruimd naar kwalitatieve data. We graven nu ook naar de onderliggende motivaties via dialogen, groepsgesprekken en een gloednieuwe online community. Het resultaat is een goed gefundeerde kijk op de huidige voedingsgewoontes van de consument.

5.000 gezinnen onder de loep

De GfK-cijfers zijn een ankerpunt in de VLAM-werking. Via het GfK-panel wordt het aankoopgedrag van thuisverbruik van de Belg/Vlaming continu opgevolgd. Dit panel van 5.000 gezinnen geeft ons ook zicht op kleinere markten en niches. Ieder kwartaal voorziet GfK VLAM van nieuwe cijfers, die worden geanalyseerd en toegepast op de VLAM-sectoren.

Focus op jongeren

In 2013 besteedde VLAM extra aandacht aan **generation Y**. Wat is hun houding t.o.v. versproducten? En vooral: hoe maken we deze toekomstige klanten fan van onze producten? Aan de hand van een kwalitatief onderzoek werd een grondige analyse gemaakt van deze doelgroep. De resultaten werden voorgesteld op het VLAM-seminarie "Fresh - hot?"

Gloednieuwe Marktmaker-community

Om te weten waarom de consument bepaalde gedragingen stelt, lanceerde VLAM in 2013 een **online research community**, de Marktmaker. Het hele jaar door ging VLAM met een 100-tal consumenten in conversatie. Zo konden we peilen naar de achterliggende drijfveren van consumenten. De kaap van de 10.000 reacties werd ondertussen gerond, er zijn dus gemiddeld 33 reacties per dag. Deze topics kwamen onder meer aan bod:

➔ **"Vis het ulti"** | de barrières en motivaties om bij een viswinkel te kopen en verbeterpunten en opportuniteiten.

🐰 **"Hoe fijn vind jij konijn"** | de motivaties en barrières voor konijn en gebruikte kooktechnieken.

👉 **"Spot het kaaslogo"** | het belang en de meerwaarde van het logo voor kazen van bij ons.

"Is onze frietkotcultuur immaterieel erfgoed?" | invulling van en ervaring met onze "frietkotcultuur" en argumenten om de erkenning te motiveren.

🍏 **"Voedselverspilling"** | hoeveel voedsel gooien we weg?

🌱 **Andere topics** | wat is gezonde voeding volgens de consument, wat is het effect van de crisis, welke aankoopcriteria zijn belangrijk.

Posttesten

VLAM organiseerde zowel voor binnen- als buitenlandse campagnes posttesten. We gaan hiermee na of onze campagnes het gewenste effect bereiken en kunnen bijsturen waar nodig.

Kennisdeling

Marktinformatie is de basis van de marketingstrategie voor de producten van land- en tuinbouw en visserij, die VLAM in overleg met de sector uitwerkt. VLAM verspreidt deze info via de **sectorgroepen**, via **vakbladen**, **nieuwsbrieven** en een jaarlijks **seminarie**.

Wie eet wat

Om het hele voedingspatroon van de Belg beter in kaart te brengen, is ook nog kennis nodig over het **buitenshuisverbruik**. In 2007, 2009 en 2011 onderzocht InSites Consulting daarom in opdracht van VLAM wie wat waar en wanneer consumeert. In 2014 volgt de **vierde editie** van de voedingsconsumptietracker.



MARKTONDERZOEK

VAN HOEVEEL NAAR WAAROM



Wat wil de consument?
Wat zijn zijn behoeftes en wat zijn de trends?
En hoe zit het met jongere generatie?
 VLAM houdt de vinger aan de pols.

In 2013 breidden we de kwantitatieve data (cijfers verzameld via grotere steekproeven en klassieke vragenlijsten) uit met **kwantitatieve** data. We graven nu nog meer naar de onderliggende motivaties via dialogen, groepsgesprekken en een gloednieuwe online community.

RESULTAAT? Een goed gefundeerde kijk op de voedingsgewoontes van de hedendaagse consument.

2 DE VOEDINGSCONSUMPTIETRACKER WIE EET WAT?

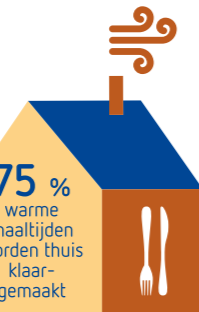
In 2007, 2009 en 2011 onderzocht InSites Consulting in opdracht van VLAM wie wat waar en wanneer consumeert.

In 2014 volgt de vierde editie van de voedingsconsumptietracker.

Een greep uit de resultaten:

86 % van de Belgen (15-65jaar) eten elke dag brood

75 % warme maaltijden worden thuis klaar-gemaakt



TOOLS

1 HET GfK-PANEL 5.000 GEZINNEN ONDER DE LOEP

Via het GfK-panel wordt het aankoopgedrag van de Belg/Vlaming continu opgevolgd. Ieder kwartaal voorziet GfK VLAM van nieuwe cijfers, die worden geanalyseerd en toegepast op de VLAM-sectoren.

De gemiddelde Belg consumeerde in 2013

40,5 KG
Verse groenten

48,8 KG
Vers fruit

Populairste groente/fruit

6,26 KG
TOMAAT
per pers./jaar

9 KG
APPEL
per pers./jaar

99 % van de Belgische gezinnen kochten in 2013 **VLEES, GEVOGELTE OF WILD** (en deden dat 58 keer per jaar)

88 % van de Belgische gezinnen kochten in 2013 **BIOPRODUCTEN** (18% zijn frequente biokopers en staan in voor 80% van de biobestedingen)

Primeur

3 DE GLOEDNIEUWE MARKTMAKER-COMMUNITY

10.000 reacties (gemiddeld 33 reacties/dag)

Het hele jaar door ging VLAM online met een 100-tal consumenten in dialoog.

Topics die aan bod kwamen:

Hoe fijn vind jij konijn?

Kook jij met konijn en welke kooktechniek gebruik je?



Spot het kaaslogo!

Wat is het belang van het logo voor kazen van bij ons?



Voedselverspilling

Hoeveel voedsel gooien we weg?



Vis het uit!

Waarom koop jij al dan niet bij een visspecialzaak?



Is onze frietkotcultuur immaterieel erfgoed?



Andere topics:
Wat is gezonde voeding?
Wat is het effect van de crisis?
Welke aankoopcriteria zijn belangrijk?

4 EXTRA FOCUS OP GENERATION Y FRESH = HOT?

Wat is de houding van jonge VVA's* t.o.v. versproducten?

- **Jongeren zijn doorgaans flexivoren**
Ze eten regelmatig vlees omwille van de smaak en de voedingswaarde maar variëren met vis en vegetarisch.
- **Smaak en gemak zijn de belangrijkste criteria voor voeding**



5 POSTTESTEN

Binnenland (consument)

Buitenland (B2B)

Verwerkte groenten
 Groenten en fruit (All day long)
 Vers van de bakker
 Bio
 Varkenskroontje
 Melk
 Vlees van bij ons
 Aardappelen
 Friet
 Kazen van bij ons

Flandria imago-onderzoek (Duitsland en Frankrijk)
 Vlees copytest (Duitsland)

6 KENNIS DELEN

Marktinformatie is de basis van de marketingstrategie van VLAM. We verspreiden deze info zowel via de sectorgroepen, via vakbladen, nieuwsbrieven en een jaarlijks seminarie.

* VVA = verantwoordelijke voor aankoop binnen het gezin

Het meest zichtbare deel van de VLAM-activiteiten zijn de binnenlandse consumentencampagnes. Afhankelijk van strategie en budget zetten de verschillende sectoren in op tv, radio, print, online media, sponsoring en/of evenementen. Van alle media-investeringen in 2013 ging 62,89% naar tv, 14,89% naar magazines (en 0,60% naar kranten), 14,06% naar radio, internet was goed voor 4,33%, 1,27% ging naar reclame in cinema en 1,95% naar outdoor. Samen goed voor 5.476.628 miljoen euro. De mediakalender 2013 geeft een overzichtelijk beeld van de campagnes. Volgt u mee?



TV

VLAM is al sinds de start van het populaire kookprogramma partner van **Dagelijkse Kost**. Jeroen Meus kookt op dinsdag en donderdag met een seizoensproduct van bij ons. Op zondag krijgen we een reportage te zien met een product van bij ons in de hoofdrol. De sierteeltsector werkt dan weer samen met **Groenland** en **Fabriek Romantiek**. Ook met andere zenders als Libelle-tv of Njam-tv of regionale tv werkt VLAM regelmatig redactioneel samen. Uiteraard zet VLAM ook spotjes in om de producten van bij ons te promoten, en dat op heel veel zenders: in 2013 waren er spotjes te zien voor zuivel (zowel melk als kazen van bij ons), groenten en fruit, bio, ei, vlees, frietjes, aardappelen, vers van de bakker en sierteelt.



Radio

Radiospots hebben een groot bereik, werken activerend en zijn relatief budgetvriendelijk. Niet te verwonderen dat heel wat sectoren dan ook graag gebruikmaken van dit medium: vers van de bakker, tuinaannemer, vlees, de week van de friet... VLAM heeft ook een vaste samenwerking met **De Madammen** op Radio 2 voor de groente en vis van de maand.

Lekker van bij ons

Lekker van bij ons is het overkoepelende programma van VLAM. De 3.000 recepten op www.lekkervanbijons.be inspireerden in 2013 meer dan 876.781 unieke bezoekers. 1 op 5 daarvan bezocht onze site met een smartphone. De **nieuwsbrief** is een belangrijke trigger en stuurt de 19.116 abonnees wekelijks naar de website. Via Facebook maken we meer dan **32.000 fans** warm voor producten van bij ons. Een positieve en relevante boodschap en smakelijke foto's blijken de succesfactoren van onze Facebook-account. Twitter en Pinterest worden steeds vaker ingeschakeld.



Print

Vaste samenwerkingen met magazines en kranten nemen een steeds grotere hap uit het mediaplan. In 2013 trakteerde VLAM de lezers van Het Nieuwsblad, De Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg dagelijks op een recept van bij ons. Heel wat lezers vonden ook de weg naar de website. Ook met de **Vis van de Maand**-publireportages bereikt VLAM een heel groot deel van de Vlamingen. **Streekproduct.be** koos voor een aparte aanpak en nodigde bloggers uit om te koken met streekproducten. Het verslag was te lezen in een reeks publiereportages. Ook **vlees van bij ons** volgde in de reeks publiereportages. VLAM beschikt over mooi beeldmateriaal én heel veel relevante informatie (recepten, productinfo...) om dergelijke samenwerkingen op poten te zetten.

Daarnaast wordt er ook traditioneel geadverteerd. Zo sprongen de melkriders van de zuivelcampagne in 2013 onder meer in het oog in Libelle, Goed Gevoel en Dag Allemaal. Ook andere sectoren kozen vaak voor printadvertenties zoals bio, groenten en fruit en vlees.



Promotiemateriaal

Het winkelpunt blijft de plaats waar de consument het dichtst in aanraking komt met de producten van bij ons. **Communicatie op het winkelpunt** is dan ook een belangrijke pijler in de mediamix. Vers van bij de bakker zorgt bijvoorbeeld voor prijskaartjes, affiches, schermpresentaties, receptenfiches... Ook in de visspecialzaak zijn er maandelijks nieuwe fiches te vinden. Sierteelt ondersteunt de bloemenzaken met affiches rond de bloemenfeestdagen, groenten en fruit zorgen voor receptenfiches, kazen van bij ons voor kortingsbonnen...



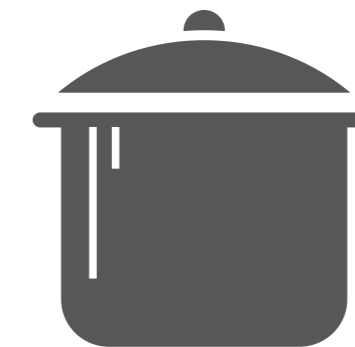
Evenementen

VLAM organiseert geregeld evenementen met de bedoeling aandacht te krijgen voor de producten van bij ons. Zo overhandigden we tijdens de **Week van de Friet** een petitie aan de Vlaams minister voor cultuur om de frietkocultuur te laten erkennen als immaterieel erfgoed. Het **Boem-Patat-kraam** ging op pad in de studentenbuurt in 3 steden en toverde in 1-2-3 lekkere aardappelbereidingen uit de wand. Echte aandachttrekkers waren **De Week van Groenten en Fruit** begin mei, en de uitreiking van de All Day Long-awards. Ook de visserijsector pakte traditiegetrouw uit met 2 evenementen: de voorstelling van de **Vis van het Jaar**, **Dag van de Pladijs** en de **Viskok van het Jaar**. Een andere sector die graag de boer op gaat, is de sierteeltsector: deze is aanwezig op heel wat beurzen, en pakte in het kader van de jongerencampagne Floor in 2013 ook uit met een opvallende actie op **Tomorrowland**. De bakkerijsector zorgde dan weer voor een ontbijt vers van bij de bakker tijdens de **Warmste Week van StuBru**.



Digitale media

Wat we enkele jaren geleden nog de 'nieuwe' media noemden, is nu een cruciaal onderdeel van elke productstrategie geworden. VLAM investeerde in 2013 in heel wat nieuwe websites, zoals vlam.be en freshfrombelgium.com. **Facebook** – waar de consument dagelijks aanwezig is – ontpopte zich in 2013 tot de belangrijkste partner in digitale media voor VLAM. Heel wat sectoren zetten advertenties in, contentplannen werden opge maakt, en het bereik schoot de hoogte in. Ook advertenties op Spotify, YouTube en andere websites maakten deel uit van het mediapakket.



LEKKER VAN BIJ ONS

WEBSITE



1.275.855
Bezoeken

876.781
Unieke bezoekers

106.321
Bezoekers / maand

73.065
Unieke bezoekers / maand

8,97%
Stijging
bezoeken tov
2012

2013
26,87%

Bezoekers met
mobiel toestel



2012
11,22%

NIEUWSBRIEF



19.116
Abonnees / week

36%
Opent nieuwsbrief

11,5%
Klikt door

TWITTER



196

@Lekkervanbijons

PINTEREST



834

www.pinterest.com/lekkervanbijons

31
Borden

646
Pins

TV

Lekker van bij ons is partner van
Dagelijkse Kost

Dinsdag & donderdag
Recept van bij ons

Zondag
Reportage rond
producten van bij ons



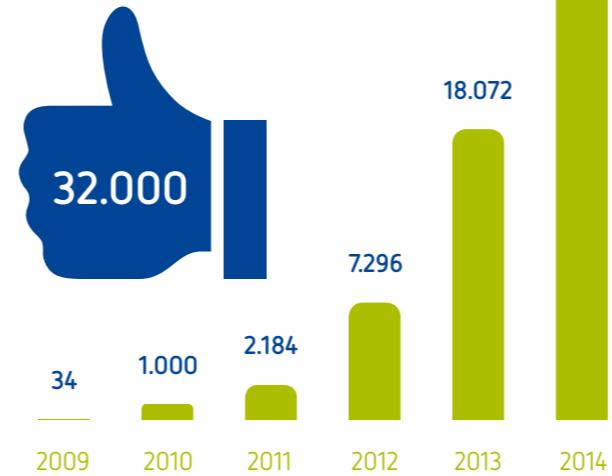
PRINT

Dagelijks recept in
Nieuwsblad
Gazet van Antwerpen
Belang van Limburg

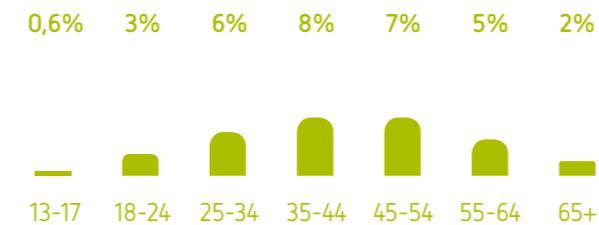
FACEBOOK

WWW.FACEBOOK.COM/LEKKERVANBIJONS.BE

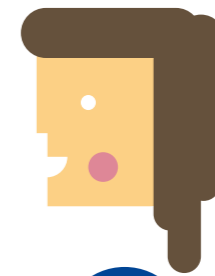
AANTAL FANS



MAN / VROUW: FACEBOOK FANS EN LEEFTIJD



32%



68%

TOP 3 MEEST POPULAIRE POSTS

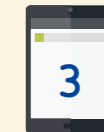
op basis van bereik



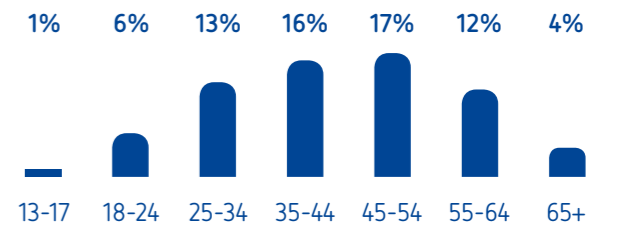
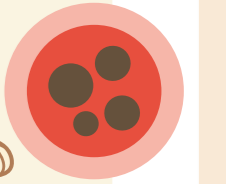
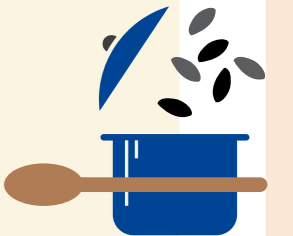
Wat is jouw favoriete
mosselbereiding?



Ja! Ja! Ja!
http://www.lekkervanbijons.be/recept/Witloofrolletjes_met_Meesterlyck_ham



Straks komt er eentje terug van zijn
eerste scoutsweekend. Wellicht #doodmoe en
#uitgehongerd. Tegen dat laatste hebben
we alvast een prima remedie :)
#balletjesintomatensaus



Op basis van marktonderzoek en in overleg met de sectorgroepen werkt VLAM voor elke productgroep een aparte strategie uit.

AKKERBOUW

Week van de Friet

Voor echte lekkere frieten moet je naar de frituur. Door het vakmanschap en de unieke sfeer van de frituur zijn de frietjes van de frituur immers onweerstaanbaar. In 2013 was het thema de erkenning van de frietkottcultuur als immaterieel erfgoed.

De aardappel, thuis in elke keuken

Aardappelen passen in de moderne keuken: je kan er mee variëren, zijn snel klaar, gezond en niet banaal. We focussen op doelgroepen die gemiddeld minder vaak aardappelen eten dan andere bevolkingsgroepen, nl. (kot)studenten, singles en niet-Belgen.



GROENTEN EN FRUIT

All Day Long: Groenten en Fruit, da's de klok rond genieten

Groenten en fruit eten kan op elk moment van de dag. In 2013 stonden vooral de snacks in de kijker. All Day Long richt zich op gezinnen met jonge kinderen.

We hebben allemaal iets met Flandria

Flandria is het kwaliteitslabel van groenten en fruit. Flandria staat voor kwaliteitsvolle, lekkere en aantrekkelijke groenten en fruit.

Conference. Altijd een goed idee

De Conference-peer is een heel veelzijdige peersoort die je zowel zacht als knapperig kan eten. De campagne mikt op gezinnen met kinderen.

Witloof gaat vreemd

Witloof – onze nationale trots – past in een hedendaagse wereldkeuken.

Tutti Frutti

Via de schoolfruitactie – een initiatief van de Europese Unie– krijgen scholen een subsidie om hun leerlingen (bijna gratis) fruit en groenten aan te bieden. Jong geleerd is oud gedaan.

Fruit van bij ons. Da's geen sprookje

Het najaarsoffensief van fruit van bij ons: ook in september zijn er nog volop Belgische aardbeien beschikbaar en vanaf september liggen de Conference-peren en Jonagold-appels opnieuw plukvers in de winkel!

VLEES

Verantwoord genieten van vlees van bij ons

Vlees van bij ons maakt deel uit van een gezonde en evenwichtige voeding, is gecontroleerd van bij de boer tot op het bord, en je beperkt er je voedselkilometers mee.

Varkenskroontje

We herwaarderen de pure stukken varkensvlees en de correcte bereiding ervan, inclusief vetlaagje!

Je kan niet streng genoeg zijn voor wat je in huis haalt

De kwaliteitslabels van vlees van bij ons garanderen je 100% kwaliteitsvlees – gecontroleerd van bij de boer tot op het bord.



BIOPRODUCTEN

Beleef de renaissance van de echte smaak


Bio staat voor smaakwaliteit, en dat willen we tonen aan een brede doelgroep van sporadische biokopers.

STREEKPRODUCTEN

Streekproduct.be


Echte Vlaamse traditionele streekproducten beantwoorden aan de 5 criteria en dragen het label streekproduct.be.

KORTE KETEN

 **Recht van bij de boer**

Recht van bij de boer staat voor de rechtstreekse band tussen producent en consument: van hoefwinkel tot groenteabonnement. En voor veldverse producten natuurlijk!

VISSERIJ


 **Vis van de maand**

Er is meer dan zalm en kabeljauw. VLAM wil het visconsumptiepatroon van de consument diversifiëren door elke maand een duurzame seizoensvis van bij ons in de kijker te zetten.

ZUIVEL

 **Melk, een kracht van de natuur**

Melk past goed in een gevarieerd en evenwichtig voedingspatroon en een gezonde levensstijl, dankzij de unieke krachtige mix van essentiële voedingsstoffen. Onze melkriders gingen in 7 landen op pad!

 **Kazen van bij ons, dan weet je dat het goed is**

Met kazen van bij ons maak je de juiste keuze. Van een rolletje kaas in een kinderhand tot een gezellige kaasschotel onder vrienden, bij elk sfeervol moment past een kaas van bij ons.

 **Melk4kids**

Met de educatieve projecten van Melk4kids laten we kinderen op een speelse manier kennismaken met het verhaal van de koe en de melk. Want jong geleerd...

SIERTEELT

 **Plant nu de lente**

Plant bomen en struiken in het najaar en geef je tuin een voorsprong. In 2013 stonden bomen voor kleine tuinen in de kijker.


 **Woonplant van de maand | Kerstboom eruit, kamerplant erin**

VLAM zet elke maand een woonplant in de kijker, in samenwerking met Libelle.

 **Floor**

Floor is lifestyle rond bloemen en groen, op maat van een jonge doelgroep. Want groen van bij ons is nostalgie, fantasie, interieur, exterieur, budgettip en retrohip. Van Tomorrowland tot Facebook!

BAKKERIJ

 **Vers van de bakker**

Voor echt vers en lekker brood en banket is er maar 1 adres: de artisanale bakker!

PLUIMVEE, EIEREN EN KONIJN

 **Er zit zoveel in een ei**

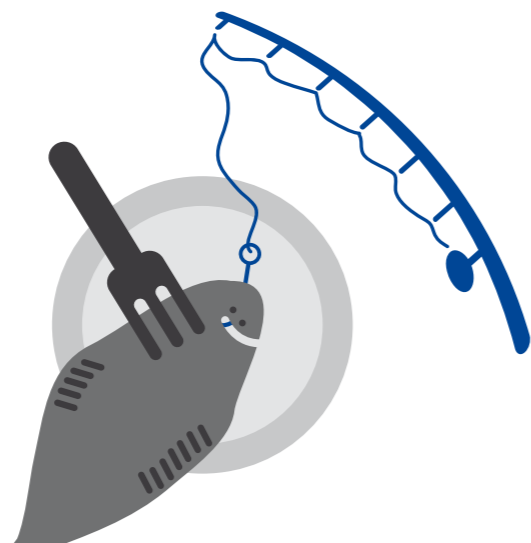
Een ei is veelzijdig, bevat veel essentiële voedingsstoffen en is goedkoop.

 **Kip**

Kip is lekker, gezond en veelzijdig.

 **Konijn**

Konijn is veelzijdig, licht en gezond, en dat het hele jaar door, zowel in de zomer als in de winter.



KALENDER 2013

- TV
- RADIO
- SOCIALE MEDIA
- PROMOMATERIAAL
- PRINTMEDIA
- EVENEMENTEN / SPONSORING



LEKKER VAN BIJ ONS
www.lekkervanbijons.be

- TV
- RADIO
- SOCIALE MEDIA
- PROMOMATERIAAL
- PRINTMEDIA
- EVENEMENTEN / SPONSORING

Partner	Partner		Publireportage
---------	---------	--	----------------



WEEK VAN DE FRIET
www.weekvandefriet.be

BOEM PATAT
www.aardappel.be

THE COOKING CHALLENGE
www.makkelijkegroenten.be

Advertentie				Advertentie
Advertentie				Advertentie
			Publireportage	



VERS VAN DE BAKKER
www.versvandebakker.be

- TV
- RADIO
- SOCIALE MEDIA
- PROMOMATERIAAL
- PRINTMEDIA
- EVENEMENTEN / SPONSORING

Advertentie	Advertentie		Publireportage	
-------------	-------------	--	----------------	--



BLOEMEN EN GROEN, ONGELOOFLIJK WAT ZE MET JE DOEN
www.groenvanbijons.be

FLOOR
www.facebook.com/floorbloemenengroen

Partner	Advertentie		Publireportage	
	Advertentie			

KALENDER 2013



VIS



VIS VAN DE MAAND
www.vis.be

Partner	Partner	Publireportage		
---------	---------	----------------	--	--

ZUIVEL



MELK. EEN KRACHT VAN DE NATUUR
www.melkeenkrachtvandenatuur.be

KAZEN VAN BIJ ONS
www.kazenvanbijons.be

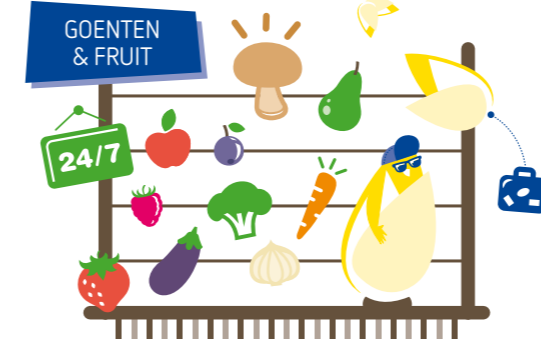
Partner Advertentie		Advertentie		
Advertentie		Advertentie		

STREEKPRODUCT



STREEKPRODUCT
www.streekproduct.be

		Publireportage		
--	--	----------------	--	--



ALL DAY LONG. GROENTEN EN FRUIT, DA'S DE KLOK ROND GENIETEN
www.weekvandefriet.be

WE HEBBEN ALLEMAAL IETS MET FLANDRIA
www.mijnflandria.be

CONFERENCE, ALTIJD EEN GOED IDEE
www.conference-peer.be

WITLOOF GAAT VREEMD
www.witloofgaatvreemd.be

FRUIT VAN BIJ ONS, DA'S GEEN SPROOKJE
www.fruitvanbijons.be

CHAMPIGNON
www.champignonidee.be



Partner	Advertentie		Advertentie Publireportage	
Partner Advertentie				
	Advertentie			
			Publireportage	

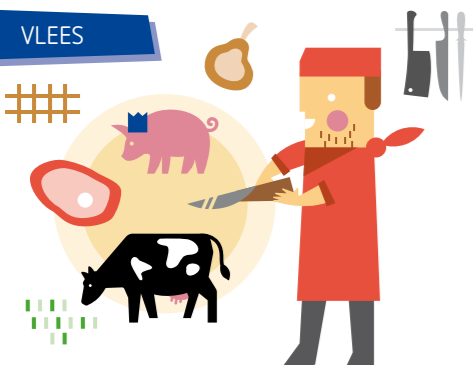


BIO, DE RENAISSANCE VAN DE ECHTE SMAAK. ONTDEK ALLE PURE SMAAKEN VAN BIO
www.biosmaakt.be

Advertentie				
-------------	--	--	--	--

KALENDER 2013

VLEES



VLEES VAN HIER, MET PLEZIER!

www.vlees.be

RUNDVLEES VAN BIJ ONS

www.vlees.be

VARKENSKROONTJE

www.varkenskroontje.be

KWALITEITSVLEES

www.kwaliteitsvlees.be

KORTE KETEN



RECHT VAN BIJ DE BOER

www.rechtvanbijdeboer.be

PLUIMVEE, EIEREN & KLEINVEE



KONIJN

www.konijn.be

ER ZIT ZOVEEL IN EEN EI

www.ei.be

KIP

www.kip.be



Partner Advertentie	Advertentie	Advertentie	Advertentie Publireportage
Partner			Publireportage
Advertentie		Advertentie	Advertentie
Partner Advertentie		Advertentie	Advertentie Publireportage

--	--	--	--	--

			Publireportage
Advertentie			
			Publireportage

EVENEMENTENKALENDER B2C 2013

Woonplant Vis Groente

JANUARI

- Areca
- Steenbolk
- Spruitjes



FEBRUARI

- Dracaena
- Rode poot
- Selder



14/02 Siersteelt Valentijn



MAART

- Campanula
- Sint-jakobsschelp
- Prei



01-04/03 Siersteelt Tuinexpo Kortrijk
08-11/03 Siersteelt Tuinbeurs Hasselt
23/03 Verwerkte groenten Cooking Challenge
22-23/03 Siersteelt Lenteweekend

APRIL

- Codiaeum
- Zeeduivel
- Sla



18/04 Siersteelt Secretaressedag



MEI

- Miltonia
- Zeebaarbeel
- Asperge

06/05 Groenten en fruit Week van groenten & fruit



JUNI

- Succulent
- Langoustine
- Bloemkool/broccoli

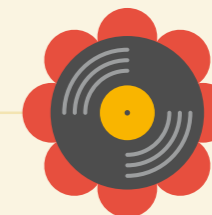
01-09/06 Bio Bioweek
12/06 Vis Bekendmaking Vis van het jaar
20/06 Siersteelt Dag van het poetspersoneel
Eind juni Siersteelt Einde schooljaar



JULI

- Gerbera
- Zeetong
- Komkommer

26-28/07 Siersteelt Floor-actie op Tomorrowland



AUGUSTUS

- Saintpaulia
- Tongschar
- Vruchtgroenten (aubergine, paprika, courgette)

Augustus Groenten en fruit Sponsoring Q-Beach House
15/08 Siersteelt Moederdag Antwerpen



SEPTEMBER

- Schefflera
- Pladijs
- Tomaat

02/09 Vis Dag van de Pladijs
Half sept. Groenten en fruit Fêtes de Wallonie: All day long
Eind sept. Siersteelt Start academiejaar + Floor
21-22/09 Siersteelt Plantjesweekend + Gentse azalea



OKTOBER

- Polyscias
- Hondshaai
- Champignons

31/10 Siersteelt Countryside met Gentse azalea



NOVEMBER

- Bromelia
- Griet
- Kolen

11-12/11 Korte keten Lancering: www.rechtvanbijdeboer.be
14-24/11 Groenten en fruit Week van de smaak
18/11 Groenten en fruit Bekendmaking winnaar All Day Long-award
25/11-01/12 Akkerbouw Week van de Friet



DECEMBER

- Amaryllis
- Rog
- Witloof

05/12 Akkerbouw BoemPatat-kras in Gent
17-24/12 Bakkerij De Warmste Week (Music4Life) sponsoring ontbijten
Eindejaar Siersteelt



5 FOCUS OP EXPORT

VLAM legt steeds meer de focus op de ondersteuning van de export van agrovoedingsproducten.

Overleg

In 2013 startte VLAM met **extra structureel exportoverleg** binnen de sectoren. In de exportwerkgroepen wordt samen met de exporteurs de strategie vastgelegd. VLAM werkt dankzij een strikte werkverdeling ook efficiënt samen met **Flanders Investment and Trade (FIT)** en het **Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV)**.

Exportinformatiecentrum

Het **exportinformatiecentrum** van VLAM doet desk research, en staat in voor de website www.freshfrombelgium.com, die gericht is naar buitenlandse potentiële klanten. Hierop is informatie te vinden over de verschillende Vlaamse landbouwsectoren, naast sectorgerelateerde nieuwsberichten, een agenda-overzicht en een **databank van exportbedrijven**. De databank vormt het centrale gedeelte van de site. Doelstelling? Buitenlandse contacten vlot naar Vlaamse exporteurs loodsen. Via deze freshfrombelgium-website kunnen bovendien meer specifieke minisites worden gebouwd rond activiteiten zoals beurzen. Een tweede website – export.vlam.be – die in 2013 gelanceerd werd, is enkel toegankelijk voor exporteurs met marktinformatie en nieuwsberichten. De informatie over markten wordt door de exportcel verzameld, geselecteerd en toegankelijk weergegeven. Bovendien geeft de agenda een overzicht weer van de geplande beursdeelnames en andere acties, en kunnen de bedrijven zich er meteen ook online inschrijven.

Exportinformatiecentrum

Het exportinformatiecentrum bereidt ook **prospecties** voor. In 2013 vonden prospecties plaats in Zweden, Azerbeidzjan, het VK en Dubai. In Zuid-Rusland (sierteelt), Kroatië en Oekraïne (vlees) en Moskou (vis) organiseerde VLAM contactdagen. Ook vakbeurzen zijn een ideale gelegenheid om contacten te leggen en te onderhouden. In 2013 stonden deelnames aan 20 vakbeurzen op het programma.

Communicatie op maat

VLAM verstuurt daarnaast heel wat **B2B-mailings** (Belgian Meat News, Flandria-nieuwsbrief, The art of, Potato News) om de producten van bij ons in de kijker te zetten bij de buitenlandse handel.

Vakbladen

Tot slot zijn ook **buitenlandse vakbladen** een goed kanaal om onze doelgroep te bereiken. Naast heel wat artikels op maat werden in 2013 71 persberichten verstuurd (waarvan 36 DUI/25 FR/10 andere taal). Samen leverde dit 359 artikels in de vakpers op. VLAM organiseerde eind augustus 2013 bovendien een **persreis voor sierteelt**. Vakjournalisten uit Polen, Oekraïne, Duitsland, Frankrijk en Zweden brachten een bezoek aan topbedrijven uit de Vlaamse sierteeltsector. Ook Belgian Meat Office – het exportbureau voor vlees – ontvangt eind augustus traditiegetrouw de buitenlandse vakpers voor de **Round Table**.



EXPORT

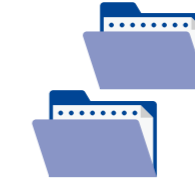
COMMUNICATIE OP MAAT



1. **Exportnieuwsbrieven** met marktinfo op maat (per sector)



2. **Exportwebsite** www.freshfrombelgium.com



3. **Exporteursdatabank** fiche voor elk exporterend bedrijf

4. **Persberichten**
Uitgestuurd: 71
36 DUI
25 FR
10 andere taal



Knipsels: 359

5. **Persreizen**

Sierteelt 19-20 augustus 2013: journalisten van Polen, Oekraïne, Duitsland, Frankrijk en Zweden brengen bezoek aan topbedrijven uit Vlaamse sierteeltsector



6. B-to-B mailings

SECTOR	MAILING	OPLAGE	TALEN
Vlees	Belgian Meat News	46.000 (2 x per jaar)	FR · DUI · EN · PO · IT
Groenten en fruit	Flandria-nieuwsbrief	7.900 (2 x per jaar)	FR · DUI
Sierteelt	The art of	29.000 (2 x per jaar)	FR · DUI · EN · NL
Akkerbouw	Potato News	1.585 (2 x per jaar)	DUI · EN · FR · NL



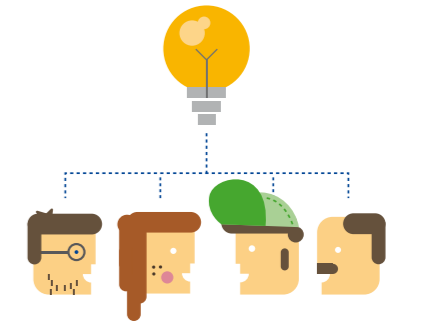
OVERLEG



Samenwerking met Flanders Investment and Trade (FIT)



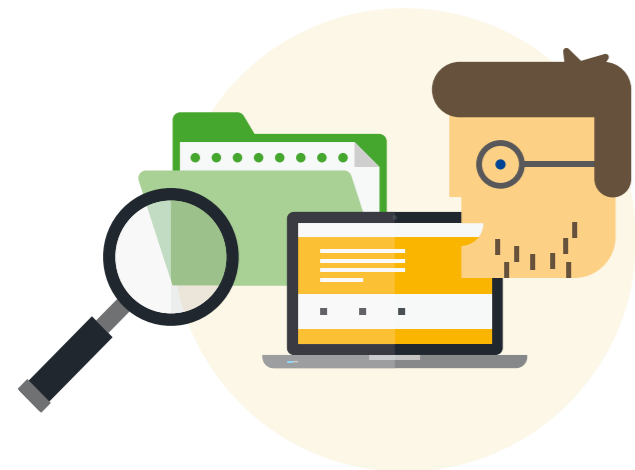
Samenwerking met Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV)



Exportwerkgroepen overleg tussen exporteurs en exportgerelateerde sectoren

EXPORT

DESK RESEARCH



VAKBEURZEN & CONTACTDAGEN



BUITENLANDSE KANTOREN

Waarom een kantoor in Parijs en Keulen? Frankrijk en Duitsland zijn de kernmarkten.



AANDEEL BINNEN DE BELGISCHE EXPORT (IN % VAN HET EXPORTVOLUME)

	FRANKRIJK		DUITSLAND	
	Binnen wereld	Binnen EU	Binnen wereld	Binnen EU
Schaal- en weekdieren	34,2%	35,2%	11,4%	11,7%
Vis	27,3%	28,5%	9,7%	10,2%
Vers rund- en kalfsvlees	29,8%	31,2%	16,7%	17,5%
Vers kippenvlees	31,2%	39,3%	8,3%	10,5%
Vers varkensvlees	3,0%	3,3%	39,4%	42,9%
Eieren	19,2%	30,1%	8,9%	14,0%
Zuivelproducten	22,2%	24,6%	19,5%	21,6%
Consumptie-aardappelen	21,5%	21,9%	3,5%	3,5%
Vers fruit*	16,7%	18,2%	27,4%	30,0%
Verse groenten	38,5%	41,8%	18,2%	19,8%
Siereteelt	17,4%	20,7%	4,1%	4,9%

*Exclusief citrus-, zaadvruchten, perziken
Bron: Eurostat + bewerkingen VLAM

PROSPECTIE



SECTOR	BEURZEN	CONTACTDAGEN
SIERTEELT 🌸	IPM, Essen Salon du Végétal, Angers Elmia Garden, Jönköping	Zuid-Rusland
VLEES 🍖	SIRHA, Lyon Prodexpo, Moskou Food & Hotel, Ho Chi Minh City World Food, Baku IFE, Guangzhou Anuga, Keulen	Kroatië & Oekraïne
GROENTEN & FRUIT 🍏	CPMA, Toronto World Food, Baku Fruit logistica, Berlijn Fruit Logistica, Hong Kong World Food, Moskou PMA, New Orleans Fruit Attraction, Madrid International Perishables Expo (WOP), Dubai	Dubai en Canada
AARDAPPELEN 🥔	Fruit logistica, Berlijn Potato Europe, Emmeloord	
ZUIVEL 🥛	SIAL, Shanghai PLMA, Amsterdam Vakbeurs Foodspecialiteiten, Houten (kaas) Anuga, Keulen	
PLUIMVEE 🐔	Anuga, Keulen	
VISSERIJ 🐟	European Seafood Exposition, Brussel	Moskou



Welke services biedt VLAM aan de producent en speciaalzaken?


Informatie op maat


Vakbladen als Passie (bakkers), Visaktua (vis) of Belgische Beenhouwerij (vlees) zijn voor VLAM belangrijke partners om info over de campagnes en marktinfo te verspreiden. Daarnaast werkt VLAM ook samen met algemene landbouwwakbladen als Boer&Tuinder, Drietandmagazine en VAC-Flash. Hierin vindt de bijdragebetaler een **maandelijkse kalender** met VLAM-activiteiten, maar ook uitgebreide reportages over de aanpak van onze campagnes.

VLAM bezorgt de bijdragebetalers heel wat info op maat via (online of gedrukte) direct mailings. Melkveehouders krijgen één keer per jaar de **Zuivel & zo** in de bus, met uitgebreide info over de campagnes, marktinfo en beursdeelnames. Visspecialzaken mogen dan weer maandelijks rekenen op een nieuwsbrief met de aankondiging van de **vis van de maand**. **Belgian Meat Office** (het exportbureau voor vlees binnen VLAM) bezorgt exporteurs van vlees regelmatig een nieuwsbrief met actuele nieuwsberichten. Nieuwsbrieven zijn ook een vaak ingezet communicatiemiddel bij sierteelt, bakkerij, akkerbouw, groenten en fruit en streekproducten.

Lokale Marketing

Bakker zijn, dat betekent keuzes maken, over het aanbod, acties en nog veel meer. Het project Lokale Marketing biedt een uitgebreid dienstenpakket aan, dat bakkers helpt om klantgericht te ondernemen. Via diverse publicaties – artikels in vakbladen, het maandelijkse e-zine KRwassANT, www.bakkersinfo.be en nieuwsbrieven – houdt het Bakkersinfo-team de bakker bovendien op de hoogte van de laatste trends en ontwikkelingen op gebied van marketing en communicatie.

 Gewapend met een objectieve kijk en een karrenvracht aan expertise helpt de **winkelcoach** de bakker om nieuwe kansen en mogelijkheden voor zijn winkel te zien. In 2013 legde de winkelcoach 59 winkelbezoeken af.

 Een op maat gemaakt **klanttevredenheidsonderzoek** geeft de bakker inzicht in wat zijn klanten belangrijk vinden.

 Bakkers kunnen ook beroep doen op een **mysteryshopper** die anoniem hun zaak bezoekt en evalueert. Interessant zijn vooral de bijhorende tips die men direct in de praktijk kan toepassen. 25 bakkers maakten in 2013 van deze dienst gebruik.

Het Lokale Marketing-plan binnen bakkerij is een succesverhaal. Daarom staat voor 2014 de uitrol naar de **visspecialzaken** op het programma.

Recht van bij de boer

In 2013 werd de werking van Hoeveproducten verbreed naar Korte Keten. Het resultaat was (onder meer) de website www.rechtvanbijdeboer.be. Ondertussen staan al meer dan 1000 verkooppunten geregistreerd op de website, die de referentiesite moet worden voor de consument die op zoek is naar producten uit de korte keten. Elke producent kan zich gratis registreren op de website. Met (betalende) licentie krijgt hij een uitgebreide fiche met openingsuren, foto's, geschiedenis van het bedrijf...

Steunpunt Streekproducten

Het Steunpunt ondersteunt streekproducenten in hun erkenning naar het label **Streekproduct.be** en begeleidt hen indien mogelijk naar een Europese BOB (Beschermd Oorsprongsbenaming), BGA (Beschermd Geografische Aanduiding) of GTS (Gegarandeerde Traditionele Specialiteit), rekening houdend met de criteria voor een Vlaams traditioneel streekproduct. In 2013 verwerkte het Steunpunt 17 aanvragen voor het label Streekproduct.be en ondersteunde het 7 dossiers voor een Europese erkenning.

Kwaliteit

Onder de vleugels van VLAM zijn de kwaliteitsvzw's **Belplume, IKM-Vlaanderen, Belbeef** en **Belpork** opgericht. Deze organisaties zijn autonoom verantwoordelijk voor het beheer van respectievelijk de Belplume-, IKM-, Meritus-, Certus- en Meesterlyck-lastenboeken. Iedere kwaliteitsvzw stippelt zijn eigen koers uit, telkens op maat gemaakt voor de betrokken sector. Zo werkte IKM in 2013 rond de **duurzaamheidsmonitor**, die op 1 januari 2014 in werking trad. IKM wil die melkveehouders in de schijnwerpers zetten die nu al stappen hebben gezet en waar duurzaam ondernemen op het bedrijf een werkwoord is. Het blijft een vrijwillig initiatief waar elk bedrijf zelf de keuze bepaalt in functie van zijn bedrijfsspecifieke mogelijkheden. De vzw Belpork zette dan weer in op een **monitoringprogramma rond antibioticegebruik**, en het Meritus-label werd vervangen door een **generiek lastenboek voor runderen**.

Meer weten? De kwaliteitsvzw's publiceren een eigen jaarverslag.

www.ikm.be | www.belplume.be | www.certus-info.be | www.belbeef.be

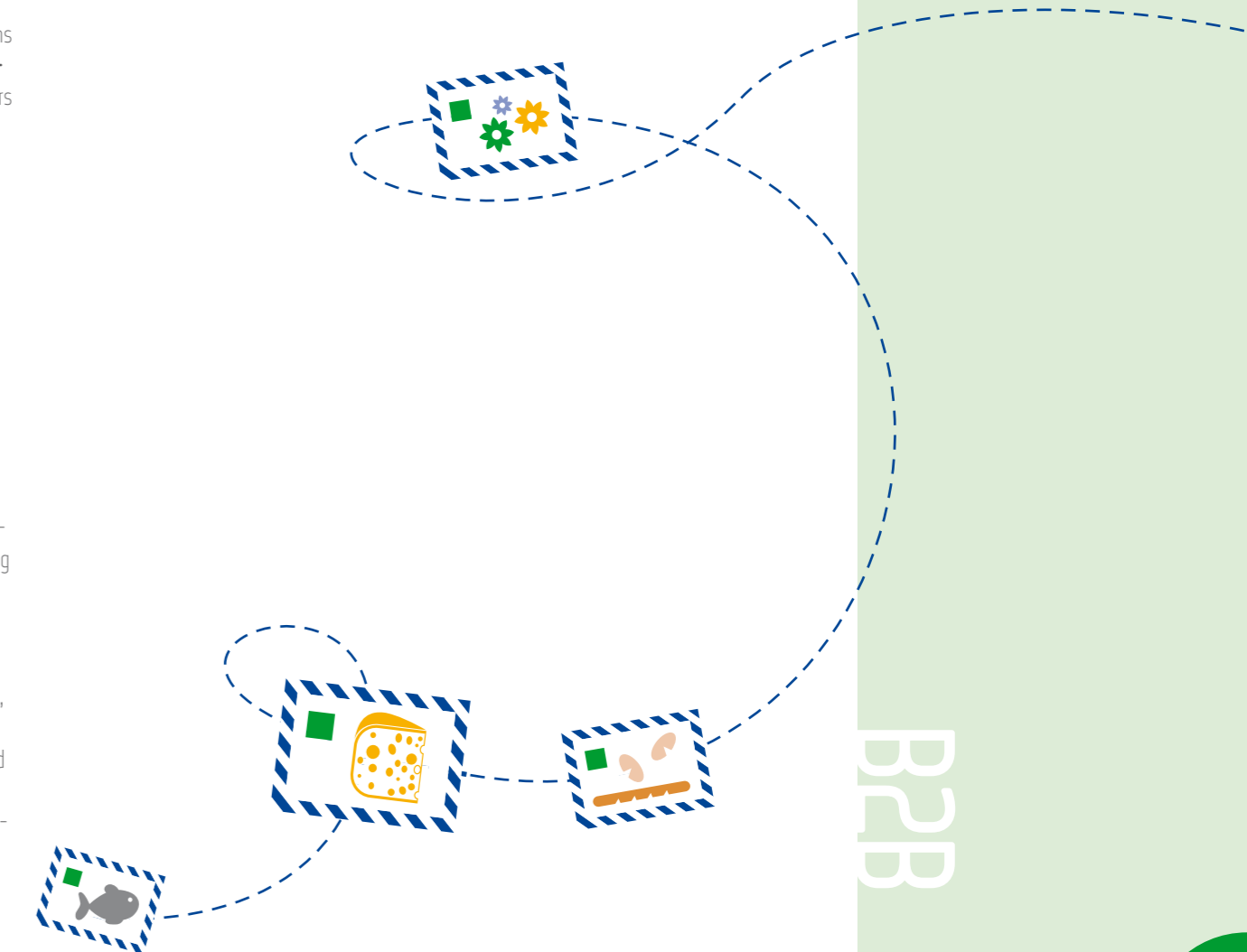
Studiedagen, vormingen en workshops

Heel wat sectoren organiseren studiedagen voor producenten of speciaalzaken. Zo vonden voor de bakkers enkele workshops plaats rond etalages, winkelcommunicatie en verpakkingstechnieken, en organiseerde de sierteeltsector een studiedag rond 'Beter Buurtgroen', op maat van de groenambtenaren.

Evenementen

VLAM organiseert ook heel wat B2B-evenementen. De Groentevakman bijvoorbeeld, is een wedstrijd i.s.m. Flandria, die vakmanschap in de groentespecialzaak in de kijker zet, en indirect ook groenten en fruit van bij ons. In de sierteeltsector werd de Vlaamse Tuinaannemer verkozen, en de Beter Buurtgroen-Award uitgereikt. Ook de Dag van de Pladijs is een B2B-evenement dat zijn weerslag vindt in de consumentenmedia. De vleessector organiseerde dan weer de Week van het Varken, en richt zich daarmee op leerlingen van hotelscholen. (De toekomstige chefs!)

Andere sectoren ondersteunen de deelname aan vakbeurzen, zoals floristenvakbeurzen, of European Seafood. Tot slot zette Belgian Meat Office traditiegetrouw een pr-evenement op poten voor de Belgische vleesexporteurs.



B2B: SERVICE VOOR PRODUCENTEN EN SPECIAALZAKEN

LOKALE MARKETING

BAKKERIJ



59

Bakkerijen bezocht door winkelcoach



25

Mystery shopper



10

Kant-en-klare tevredenheids-onderzoeken



294

Facebookfans (Bakkersinfo)



298

Aanvragen promotiemateriaal door bakkers via www.bakkersinfo.be

COMMUNICATIE OP MAAT

DIRECT MAILINGS

Sector	Titel	Gedrukt/digitaal	Bereik	Frequentie
Zuivel	Zuivel&zo	Gedrukt	5260	1/jaar
Sierteelt	Nieuwsbrief	Digitaal	1696	2/jaar
	Tuinaannemer	Digitaal	2057	2/jaar
Vis	Vis van de maand	Gedrukt	711	12/jaar
Bakkerij	Kruimels	Gedrukt	2672	2/jaar
	Krassant	Digitaal	1560	12/jaar
Akkerbouw	Patat&co	Gedrukt	5772	1/jaar
Streekproducten	Nieuwsbrief	Gedrukt	150	1/jaar
Groenten en fruit	VivaFruit	Gedrukt	1000	1/jaar



Persberichten en knipsels

	Verstuurd persberichten	Knipsels
Achterbanvakpers	99	397
Distributievakpers	35	83
Horecavakpers	24	33
Totaal	158	513

STEUNPUNT STREEKPRODUCTEN



7

Negatief



10

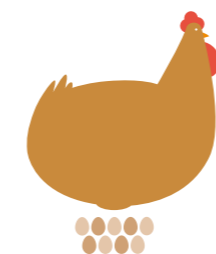
Positief



Europa: ondersteuning in 7 dossiers

Verwerkte 17 aanvragen voor label streekproduct.be

KWALITEIT



Belplume integrale kwaliteitsbeheersing pluimvee



IKM integrale kwaliteitszorg melk



Belpork kwaliteitslabel voor varkensvlees (Certus en Meesterlyck)

EVENEMENTENKALENDER B2B 2013

FEBRUARI

03-05/02 Sierteelt
DECOoh!, Floristenvakbeurs

18-22/02 Vlees
Week van het Varken

Februari Sierteelt
Gemeentelijke infotour VVOG voor Beterbuurtgroen.be

MAART

05-06/03 Sierteelt
Florall Gent, Gentse Azalea

18-23/03 VIC
Week van de Diëtist (folder NICE)

APRIL

April Bakkerij
Workshop voor bakkers: succesvolle winkelcommunicatie en verpakkingstechnieken

23-25/04 Vis
Deelname European Seafood Expo

MEI

06 & 17/05 VIS
Workshops gezonde voeding en beweging Vlaamse overheid (NICE)

JUNI

10-12/05 Sierteelt
Tuindagen Beervelde

04/06 VIC
Symposium 'Milk nutritious by nature'

18/06 Vlees
PR-evenement Belgian Meat Office

21/06 Groenten en fruit
Bekendmaking Groentevakman 2013

AUGUSTUS

23/08 Sierteelt
Huldiging de Vlaamse tuinaannemer

28-29/08 Vlees
Round Table Belgian Meat Office

SEPTEMBER

02/09 Vis
Dag van de Pladijs

17 & 30/09 Bakkerij
Workshops etalage bakkers

26/09 Sierteelt
Studiedag 'Beter Buurtgroen'

NOVEMBER

06/11 Bakkerij
Studiedag 'Winkelcommunicatie'

18/11 Groenten en fruit
Bekendmaking winnaars All Day Long

22-23/11 VIC/Verwerkte groenten
Voedings- en Gezondheidscongres

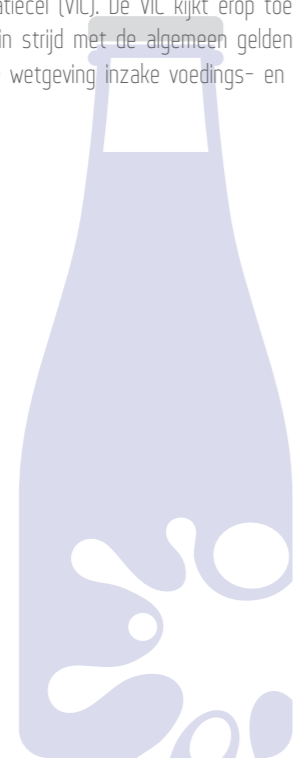
DECEMBER

12/12 Sierteelt
Uitreiking Beter Buurtgroen-award



Consumenten vangen in de media heel wat op over voeding en gezondheid. Stellingen van allerlei gezondheidsgoeroes, extreme voedingshypes of sensationele berichten over opmerkelijke onderzoeksresultaten krijgen echter vaak (te) veel aandacht. In 2013 ging het over **brood en gezondheid, al dan niet vlees eten**, of de **voor- en nadelen van melk**. Dat kan de consument ertoe aanzetten om de producten van bij ons van het menu te schrappen. Graanproducten zoals brood, aardappelen, groenten, fruit, melk en zuivelproducten, vlees, vis of een eitje vormen echter de **basisproducten van een gevarieerde en evenwichtige voeding**.

De oplossing? Voedingsinformatie op basis van relevante, duidelijke, genuanceerde en vooral wetenschappelijk onderbouwde argumenten aanbieden. Alle sectoren binnen VLAM kunnen hiervoor beroep doen op de expertise van het team van de voedingsinformatiecel (VIC). De VIC kijkt erop toe dat de verspreide informatie correct is en niet in strijd met de algemeen geldende voedingsaanbevelingen, en conform is met de wetgeving inzake voedings- en gezondheidsclaims.



Nutrition Information Center

De VIC staat ook in voor de realisatie van de publicaties en de acties onder het NICE-logo (**Nutrition Information Center**). Deze richten zich in hoofdzaak tot **voedingsvoorlichters** zoals artsen, diëtisten en andere gezondheidswerkers, docenten voeding, socio-culturele organisaties en de pers. Zij zijn immers een belangrijk aanspreekpunt voor consumenten inzake voeding en gezondheid. Voor de realisatie van deze publicaties en acties wordt nauw samengewerkt met de wetenschappelijke adviesraad van NICE, die borg staat voor het objectieve en wetenschappelijke karakter ervan. De informatie die NICE verspreidt, sluit aan bij de algemene voedingsaanbevelingen van de Hoge Gezondheidsraad en het Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie en Ziektepreventie (VIGeZ).

NICE-informatiekanalen

De NICE-to-know-folders zijn praktische folders boordevol toegankelijke voedingsinformatie, op maat van de consument. Ze worden verspreid via de voedingsvoorlichters. In 2013 vlogen 152 845 folders de deur uit. NICE publiceerde in 2013 4 nieuwe NICE-to-know folders.

- * Gezonder eten stap voor stap - Tips en tricks om vol te houden,
- * Gezond kiezen - Tips en tricks voor in de winkel,
- * Gezond koken - Tips en tricks voor in de keuken en
- * Gezond eten hoeft niet duur te zijn - Budgetvriendelijke tips en tricks.

In 2013 realiseerde NICE 4 nummers van het magazine NutrineWS en 1 NutrineWS Extra, rond melk en melkproducten.

NICE coördineert een netwerk van voedingsdeskundigen die voordrachten geven rond voedingsthema's. In 2013 werden 38 voordrachten gegeven. De meest gevraagde voordracht was 'Wat eten we vandaag' i.s.m. CM.

Producten van bij ons maken deel uit van een evenwichtige voeding.

De voedingsinformatiecel (VIC) geeft voedingsinformatie op basis van relevante en wetenschappelijk onderbouwde argumenten conform de actieve voedingsdriehoek (VIGeZ)



4 HOT TOPICS IN 2013

1 **BROOD & GEZONDHEID**
Fabels versus feiten

2 **PRODUCTINFORMATIE IN DE KIJKER**
Rund- en kalfsvlees, verwerkte groenten, hardfruit en gevogelte

3 **NUTRINEWS**
Extra Melk & melkproducten

4 **IJZER**
Essentieel voor een goede gezondheid



RAAD VAN BESTUUR

Voorzitter

Peter Broeckx

Boerenbond

Ondervoorzitter

Romain Cools

sg* Akkerbouw

Hendrik Vandamme

ABS

Raadsleden

Philippe Appeltans

sg Groenten & fruit

Bert Bohnen

sg Varkens

Claire Bosch

FEVIA-Vlaanderen

Renaat Debergh

sg Zuivel

Guy Depraetere

sg Runderen

Chantal Gheysen

sg Streekproducten

Bruno Kuylen

sg Bakkerij

Eddy Landuyt

sg Visserij

Koen Tierens

sg Sierteelt

Ann Truyen

sg PEK

Georges Van Keerberghen

Boerenbond

Jules Van Liefveringe

beleidsdomein LV

Dirk Van Steerteghem

FIT

Luc Vogels

UNIZO

Vertegenwoordigers aangewezen door de minister

Frans Coussement

kabinet LV

Joris Relaes

kabinet LV

Bedrijfsrevisor

Callens, Pirenne & Co



LEDENLIJST

Algemeen Boerensyndikaat vzw (ABS)

Algemeen Verbond van Belgische Siertelers (AVBS)

Bakkers Vlaanderen vzw

Belgisch Verbond van de kaashandel vzw (BEVEKA)

Belgische Aardappelhandel & verwerkende industrie e.b. (BELGAPOM)

Belgische Beroepsvereniging van kwekers, instandhouders en mandatarissen van cultivars en handelaar-bereiders in zaai-zaden vzw (Semzabel)

Belgische Confederatie van de Zuivelindustrie vzw (BCZ)

Belgische federatie van de distributie vzw (Comeos)

Belgische Federatie voor Groenvoorzieners vzw (BFG)

Belgische Fruittelers Organisatie vzw (BFO)

Belgische Groepering van de Visindustrie

Belgische Tuincentra Vereniging vzw (BTV)

Beroepsvereniging van de Mengvoederfabrikanten vzw (BEMEFA)

BioForum Vlaanderen vzw

Boerenbond (BB)

Buurtsuper.be

Federatie van de Belgische Vleeswarenindustrie vzw (Fenavian)

Federatie van het Belgisch Vlees vzw (FEBEV)

FEVIA Vlaanderen vzw

Fresh Trade Belgium e.b.

Koninklijke Unie van de Floristen van België e.b. (KUFB)

Koninklijke Vereniging der Belgische Maalders e.b. (KVBM)

Landsbond der Beenhouwers, Spekslagers en Traiteurs van België e.b.

Nationaal Interprofessioneel Verbond tot Bevordering van het gebruik van Konijnenvlees vzw (LBK)

Nationaal Verbond van Belgische Frituristen vzw (NAVEFRI)

Nationaal Verbond van Eierhandelaars vzw (NVE)

Nationaal Verbond van Pluimveeslachthuizen vzw (NVP)

Nationaal Verbond van Visventers vzw

Nationale beroepsfederatie van viskleinhandelaars e.b.

Nationale Beroepsvereniging van Fokkers en Broeiers vzw (NBFB)

Nationale Vereniging van exporteurs en handelaars in sierteelproducten vzw (NAVEX)

Overkoepelende Producentenvereniging vzw (HOP)

Promotie Belgisch Kalfsvlees vzw (PBK)

Rederscentrale c.v.

Unie der Belgische Eiproductieindustrie (UBP)

Unie van Zelfstandige Ondernemers vzw (UNIZO)

Verbond van Belgische Tuinbouwcoöperaties vzw (VBT)

Verbond van Groenteverwerkende Bedrijven en Industriegroenten-Groothandelaars en Exporteurs (VEGEBE)

Verenigde Vlaamse Visvellingen, in de persoon van Eddy Landuyt

Vereniging der Fabrikanten en Invoerders van grondstoffen voor Bakkers, Pasteibakkers, Ijsbereiders en Aanverwante Bedrijven vzw (UNIFA)

Vereniging van Industriële Pluimveeslachthuizen van België vzw (VIP)

Viaams Varkensstamboek vzw (VVS)

Viaams Verbond van Pootgoedtelers e.b. (VVP)

Viaamse Bedrijfspluimvee- en Konijnenhouders vzw

Viaamse Confederatie van het Paard vzw (VCP)

Viaamse Rundveeteelt Vereniging vzw (VRV)

Vlaamse Schapenhouderij vzw

Vlaamse Streekproducten vzw

Vlaamse Veehandelaars & Vleesproducenten e.b. (VVV)

Vlaamse Visserij Vereniging cvba

SECTORGROEPEN

Akkerbouw



Voorzitter

Romain Cools Belgische Aardappelhandel en verwerkende industrie e.b. (BELGAPOM)

Ondervoorzitter

Patrick Meulemeester Boerenbond

Leden

Geert Claerbout Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
 Guy Depraetere Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
 Bart Muyshondt Belgische Aardappelhandel en verwerkende industrie e.b. (BELGAPOM)
 Yvo Deputter Belgische Aardappelhandel en verwerkende industrie e.b. (BELGAPOM)
 Eric Avermaete Boerenbond
 Philippe Martin Boerenbond
 Toon De Keukelaere Boerenbond
 Geert De Bisschop Navefri
 Hans De Meyer Navefri
 Pol Vanden Bussche Navefri
 Joris Vanmeirhaeghe SEMZABLE vzw
 Hannelore Dejonghe VEGERBE
 Heidi Goovaerts VEGERBE
 Patrick Huys Vlaams Verbond van Pootgoedtelers (VVP)

Waarnemer

Gabriel Ysebaert DLV

Groenten en fruit



Voorzitter

Rita Demaré Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)

Ondervoorzitter

Peter Bartels Boerenbond

Leden

Tony De Bock Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEDS)
 Filip Debersaques Belgische Fruittelers Organisatie vzw (BFO)
 Geert Dejonckheere Boerenbond
 Luc Vanoirbeek Boerenbond
 Luc Bels Boerenbond
 Annick Boussier Fresh Trade Belgium
 Guy De Meyer Fresh Trade Belgium
 Jos Craemers Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)
 Phillippe Appeltans Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)
 Jan Engelen Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)
 Chris De Pooter Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)
 Filip Lowette Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)
 Filip Fontaine Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)
 Dominiek Keersebilck Verbond van Belgische Tuinbouwweilingen vzw (VBT)

Waarnemers

Luc Vogels Buurtsuper.be
 Aranka Delombaerde DLV
 Marleen Mertens DLV
 Jeroen Buyck Fresh Trade Belgium
 Veerle Van der Sypt Fresh Trade Belgium
 Maarten De Moor LAVA
 Jos Van Dessel VBT

Slerteelt



Voorzitter

Rudi De Kerpel BTV

Ondervoorzitter

Wilfried van Looy Belgische Federatie Groenvoorziening (BFG)
Koen Tierens Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)

Leden

Guy Van Rysseghem Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
Caroline De Meyers Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)
Koen De Martelaer Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)
Luc Hoornaert Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)
Rik Dhaese Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)
Pierre Demesmaeker Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)
Jan Vancayzeele Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)
Stefan Hanssens Belgische Federatie Groenvoorziening (BFG)
André Goemaere Belgische Federatie Groenvoorziening (BFG)
Yves Heirman Belgische Federatie Groenvoorziening (BFG)
Bert Watteyne Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)
Marijke Walbers Koninklijke Unie van Floristen van België e.b. (KUFB) – Euroveiling
Luc Puimège NAVEX vzw

Waarnemers

Eddy Jennes Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers (AVBS)
Marie Mertens Belgische Federatie Groenvoorziening (BFG)
Sasja Debruyne DLV
Elie Elsocht Koninklijke Unie van Floristen van België e.b. (KUFB) – Euroveiling

Runderen, kalveren, schapen, gelten en paarden



Voorzitter

Guy Vandepoel Boerenbond

Leden

Guy Depraetere Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
Luc Hoeckman Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
Jean van de Put Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)
Dries Timmermans Boerenbond
Lydie Saelens-Wuyts Boerenbond
Luc Vogels Buurtsuper.be
Thierry Smagghe Federatie van de Belgische Vleessector (FEBEV)
Chris Rogiers Federatie van de Belgische Vleessector (FEBEV)
Jozef Otten Landsbond der Beenhouwers, Spekslagers en Traiteurs van België e.b.
John Brosens Promotie Belgisch Kalfsvlees vzw (PBK)
Jan Deboitselier VFBT
Ignace Moyaert Coöperatieve Rundveeteelt Vereniging vzw (CRV)
Greta Buys Vlaamse Veehandelaars en Veeproducenten (VWV)
Nicole Goethals vzw Vlaamse Schapenhouderij

Waarnemers

Dirk Cornelis Fenavian
Pieter Van Ommeslaeghe Departement Landbouw en Visserij
Carine Vos Landsbond der Beenhouwers, Spekslagers en Traiteurs van België e.b.
Ann Truyen PBK

Werkgroep kalfsvlees

Ann Truyen BVK
John Brosen BVK
Jaap Van Ginkel VanDrie België
Johan Heylen VanLommel

Varkens



Voorzitter

Bert Bohnen Boerenbond

Ondervoorzitter

Luc Verspreet Federatie van het Belgisch vlees vzw (FEBEV)

Leden

Steven Lafaut Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
Paul Cerpentier Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
Stefan Goethaert Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)
Erik Hoeven Beroepsvereniging van de Mengvoederfabrikanten vzw (BEMEFA)
Koen Nackaerts Beroepsvereniging van de Mengvoederfabrikanten vzw (BEMEFA)
Alfons Langens Boerenbond
Neel Gorssen Boerenbond
Luc Vogels Buurtsuper.be
Sofie Goossens Federatie van het Belgisch vlees vzw (FEBEV)
Carine Vos Landsbond der Beenhouwers, Spekslagers en Traiteurs van België e.b.
Herman Vets Vlaams Varkensstamboek (VVS vzw)

Waarnemers

Lieve De Smit Departement Landbouw en Visserij
Marc Heymans Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)
Thierry Smagghe Federatie van het Belgisch vlees vzw (FEBEV)

Pluimvee, eieren en kleinvee



Voorzitter

Ann Truyen VIP

Ondervoorzitter

Wouter Wytyncx Boerenbond

Leden

Geert Van Parijs Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)
Stefan Goethaert Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)
Erik Hoeven Beroepsvereniging van de Mengvoederfabrikanten vzw (BEMEFA)
Ivan Claeys Landsbond der Beenhouwers, Spekslagers en Traiteurs van België e.b.
Johan Van Bosch Nationaal Verbond van Eierhandelaars vzw (NVE)
Johan Lammens Nationaal Verbond van Pluimveeslachthuizen vzw (NVP)
Filip Ghekiere Nationale Beroepsvereniging van Fokkers en Broeiers vzw (NBFB)
Nicolas Duyck Nationaal Verbond van Eierhandelaars vzw (NVE)
Jean-Marie Lecoque Unie der Belgische Eiproducentenindustrie
Steven Jaspers Vereniging van Industriële Pluimveeslachthuizen van België vzw (VIP)
Johan Venken Vlaamse Bedrijfspluimvee- en Konijnhouders vzw
Marjan De Boeck vzw LBK
Herman Vets vzw LBK

Waarnemer

Lieve De Smit Departement Landbouw en Visserij

Zuivel



Voorzitter

Renaat Debergh

Belgische Confederatie van de Zuivelindustrie vzw (BCZ)

Leden

Kris Van Steenkiste

Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)

Peter Van de Vel

Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)

Catherine Gilain

Belgische Confederatie van de Zuivelindustrie vzw (BCZ)

Patrick Huyskens

Belgische Confederatie van de Zuivelindustrie vzw (BCZ)

Jan Stockman

Belgische Confederatie van de Zuivelindustrie vzw (BCZ)

Dieter Struye

Belgische Confederatie van de Zuivelindustrie vzw (BCZ)

Carine Vaeremans

Belgische Confederatie van de Zuivelindustrie vzw (BCZ)

Serge Arnaert

Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)

Ronny Heremans

Belgisch Verbond van de Kaashandel vzw (BEVEKA)

Guy Vandepoel

Boerenbond

Luc Reynders

Boerenbond

Lieven Ryckewaert

Boerenbond

Katrien Vandermeulen

Boerenbond

Waarnemer

Isabelle Magnus

Departement Landbouw en Visserij

Visserij en aquacultuur



Voorzitter

Siska Bourgeois

Belgische Groepering van de Visindustrie

Ondervoorzitters

Willy De Jaegher

Nationale Federatie der Viskleinhandelaars

Eddy Landuyt

Verenigde Vlaamse Visveilingen

Leden

Jean-Charles Verhaeghe

Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)

Joël Vandenbroucke

Belgische Groepering van de Visindustrie

Donaat De Vos

Belgische Groepering van de Visindustrie

Francis Pijl

Belgische Groepering van de Visindustrie

Frederik Serruys

Nationaal Verbond van Visventers vzw

Charles Devinck

Nationaal Verbond van Visventers vzw

Martine Bulté

Nationale Federatie der Viskleinhandelaars

Sander Meyns

Rederscentrale

Emiel Utterwulghé

Rederscentrale

Kris Vandecasteele

Verenigde Vlaamse Visveilingen

Luk Bogaert

Vlaamse Visserij Vereniging

Waarnemer

Sasja De Bruyne

Departement Landbouw en Visserij

Brood



Voorzitter

Bruno Kuylen

Bakkers Vlaanderen

Ondervoorzitters

Linda Vrancaert

Bakkers Vlaanderen

Agnes Buys

Bakkers Vlaanderen

Leden

Christiane Ceulenaere

Bakkers Vlaanderen

Chris Sluyts

Bakkers Vlaanderen

Jack Knapen

Bakkers Vlaanderen

Ingrid De Schepper

Bakkers Vlaanderen

Peter Nulens

Bakkers Vlaanderen

Luc De Boey

Bakkers Vlaanderen

Wim Heremans

Bakkers Vlaanderen

Hendrik Rommelaere

Bakkers Vlaanderen

Linda Schippers

Bakkers Vlaanderen

Jan Kerkhofs

Bakkers Vlaanderen

Eddy Van Damme

Bakkers Vlaanderen

Bloproducten



Ondervoorzitter

Filip Fraeye

Bioforum

Leden

Didier Clarisse

Bioforum

Petra Tas

Bioforum

Marijke Van Ranst

Bioforum

Hendrik Durnez

Bioforum

Chris Vanderstraeten

Bioforum

Hugo Bernar

Bioforum

Damien De Breuck

Bioforum

Ignace Deroo

Boerenbond

Tim Lammens

Belgische Federatie van de Distributieondernemingen vzw (COMEOS)

Jo Lambrecht

VBT

Waarnemers

Marie Verhassel

Departement Landbouw en Visserij

Malgorzata Szulc

Departement Landbouw en Visserij

Streekproducten



Voorzitter

Chantal Gheysen

Provincie Oost-Vlaanderen

Ondervoorzitter

Peter Nulens

Vlaamse Streekproducten

Leden

Luc De Boey

Bakkers Vlaanderen

Luc Vogels

Buurtsuper.be

Carine Vos

Landbond der Beenhouwers, Spekslagers en Traiteurs van België e.b.

Ruben Boonen

Provincie Antwerpen

Stephanie Van Lancker

Provincie West-Vlaanderen

Joris Missiaen

Vlaamse Streekproducten

Louis-Philippe Michielssen

Vlaamse Streekproducten

Lydie Hulpiau

Vlaamse Streekproducten

Dirk Cornelis

Vlaamse Streekproducten

Luk Bogaert

Vlaamse Visserij Vereniging

Waarnemers

Lieve De Smit

Departement Landbouw en Visserij

Eric Van Schoonenberghe

Voorzitter Beoordelingscommissie

Stuurgroep Korte Keten



Voorzitter

Ann Detelder

Steunpunt hoeveproducten - Ons

Leden

Anneleen Dedejne

West-Vlaamse Hoeveproducten vzw

Katleen Van Essche

LNE

Marijke Van Ranst

Bioforum

Greet Aernouts

Rurant

Patrick Pasgang

Innovatiesteunpunt

François Huyghe

Boerenbond

Tom Troonbeeckx

CSA Netwerk

Hilde Delbecque

Voedselteams vzw

Yvan Ryckaert

DLV

Maayke Keymeulen

DLV

Stefan Buydens

Algemeen Boerensyndicaat vzw (ABS)

CONTACT

Frans De Wachter (algemeen directeur)

02 552 80 48

Promotie

Ludo Willems (directeur promotie)

02 552 80 00

Katrien De Nul (productmanager akkerbouw)

02 552 80 71

Sofie Lambrecht (productmanager groenten en fruit)

02 552 80 39

Eric De Vos (productmanager sierteelt)

02 552 80 29

Sofie Bombeeck (productmanager vlees, pluimvee, eieren en kleinvee)

02 552 80 25

Luk Huysmans (productmanager visserij)

02 552 80 19

Frederik Vanderersch (productmanager zuivel)

02 552 80 03

Marina Sablon (productmanager bakkerij)

02 552 80 26

Kristien Soete (productmanager bio-, streekproducten en korte keten)

02 552 80 27

René Maillard (manager Belgian Meat Office)

02 552 81 22

Marketing

Luc Van Bellegem (sr. marketingadviseur)

02 552 80 52

Kwaliteit

Ann Steenhuyse (IKM)

02 552 81 15

Sharon Lagast (Belpork – coördinator)

02 552 80 47

Stephaan De Bie (Belpork – kwaliteitsverantwoordelijke)

02 552 80 17

Fien Wijndaele (Belplume)

02 552 80 54

Persrelaties

Liliane Driesen (woordvoerder en persrelaties B2C)

02 552 80 32

Leen Guffens (persrelaties B2B)

02 552 80 75

Voedingsinformatie

Hilde De Geeter

02 552 81 67

Financiën

Jean De Lescluze

02 552 80 55

Buitenland

Freddy Dutoit (directeur kantoor Parijs)

+33 156 891 486

Kristophe Thijs (directeur kantoor Keulen)

+49 221 254 857

Gert Van Causenbroeck (exportadviseur)

02 552 81 98

VLAM – Brussel

Koning Albert II-laan 35 bus 50
 B-1030 Brussel
 T +32 2 552 80 11
 F +32 2 552 80 01
 vlam.vlam.be

VLAM – Duitsland

Cäcilienstrasse 46
 D-50667 Köln
 T +49 221 25 48 57
 F +49 221 25 36 01
 vlam.bel.agrarret-online.de

VLAM – Frankrijk

6, rue Euler
 F-75008 Paris
 T +33 1 56 89 14 68
 F +33 1 56 89 14 69
 vlam.parisewanadoo.fr



Colofon

infographics: www.canada-gent.be | redactie: Annelies Vermandel | vormgeving: Ilse Rijckmans



Volg ons op



@VLAM_be | @lekkervanbijons



lekkervanbijons.be | groenvanbijons.be



lekkervanbijons



VLAM



VLAM0001

