

AV 2020: Ambitieuw programma 2020-2021: certificering en bekendheid BAPP versterken

De BAPP zal starten met op opstellen van een certificering van de leden. Dat is, zo zei BAPP-bestuurslid Jean Renaux, een werk van een paar jaar. Maar het moet gebeuren om de sector verder te kunnen professionaliseren. Met die certificering kunnen de leden-distributeurs hun expertise bewijzen naar de eindklant.

Verder zal de BAPP de bekendheid van de vereniging en van de leden versterken bij de Kamers van Koophandel, business clubs en professionele verenigingen. Ook bereidt de vereniging een e-mailcampagne voor in samenwerking met Het Portaal (uitgever PromZ-be).

Daarnaast wordt er in het kader van het herstelplan van de sector (die immers hard getroffen is door het Covid-19-virus) ingezet op meer erkenning van de BAPP bij de autoriteiten. "We zullen de lobby en de druk op de regionale en nationale voorzetten. Dat is niet eenvoudig, er is immers een wir-war van instellingen. Bij Minister De Croo hebben we al zwaar gelobbyd over aftrekbaarheid van BTW van business gifts. We blijven daar op hameren."

De contacten met de leden moeten meer aangehaald worden. Eén van de ambities is het bezoeken van de leden-distributeurs. "Dat is te weinig gebeurd. We hebben te weinig oor gehad voor de leden," aldus Jean Renaux. "We zullen daarnaast de prospectie uitbreiden. We denken in dat verband aan drukkers, borduurateliers en - waarom niet - communicatiebureaus die een afdeling product media hebben. Het doel is dat de BAPP de motor van onze sector moet worden. Een belangrijk punt is dat we met de leveranciers ook die distributeurs aantrekken die nog geen lid zijn." Bij die contacten behoren ook die met de leveranciers en eveneens die met andere spelers en organisaties in de sector. "We zouden graag meer synergiën ontwikkelen met de sectorvereniging PPP in Nederland en we willen de banden versterken met het Duitse GWW en het Franse 2FPCO."

Ten slotte is er de opleiding over product media. De BAPP werkt verder aan een training product media voor hoge scholen. Jean Renaux: "Maar we willen niet alleen naar de scholen gaan, maar ook andere mogelijkheden bekijken, zoals het opzetten van opleidingen voor leden-distributeurs en het organiseren van conferenties over product media in een zakelijke omgeving."