

Nieuwe initiatieven voor het salon



Christian Geuens (links) en Mario Hassler

Het Caravan en Motorhome Salon dat eind oktober plaats vindt in de Brusselse Heizelpaleizen, belooft dit jaar bijzonder boeiend te worden. Voorzitter Mario Hassler en Secretaris-generaal Christian Geuens lichten een tipje van de sluier.

Kampeerwereld: Ondanks het feit dat het salon niet verder kan groeien, zijn jullie er toch in geslaagd om een aantal nieuwe initiatieven te ontwikkelen?

Christian Geuens: Het plaatstekort blijft ons inderdaad parten spelen. Samen met het Caravan en Motorhome salon vindt immers ook het internationale meubelsalon plaats dat een groot deel van de hallen opeist. Om aan de vraag van de nieuwe en bestaande exposanten, die meer standruimte wensen, te kunnen voldoen, zouden we gerust een hal extra kunnen gebruiken. Er is behoefte aan een bijkomende 2000 vierkante meter. We hebben dit jaar wat geschipperd met de ruimte en meer kleinere standhouders in de doorgang tussen de paleizen geplaatst. Nieuw voor editie 2006 is de "Campingparade" bij de ingang van paleis 11 waar op zo'n 250 m² een 60 tal campings zijn verzameld die zich kunnen voorstellen aan het grote publiek. Dit is een gezamenlijk initiatief van de campingfederaties Walcamp, CKVB en Unicamp. Het concept is gespiegeld aan 'le village parasol' van het salon van Le Bourget in Parijs. Dit is een stap in de goede richting naar een nationale samenwerking van de campingfederaties waar wij voor pleiten. Ook voor de bezoeker geeft dit een meerwaarde aangezien die altijd op zoek is naar nieuwe bestemmingen om met hun vrijetijdsvoertuig heen te trekken.

Kampeerwereld: Hoewel Brussel door de fabrikanten sterk wordt

gewaardeerd, is er in vergelijking met andere internationale beurzen weinig animo?

Christian Geuens: Op beurzen zoals Düsseldorf en Le Bourget stellen de fabrikant nagenoeg hun hele gamma tentoon, terwijl ze zich in Brussel, door het plaatsgebrek, moeten beperken tot het essentiële. Vaak heeft een fabrikant daar een halve hal ter beschikking. Brussel is dan ook eerder een rationele dan een emotionele beurs.

Mario Hassler: We zoeken wel steeds om de beurs aantrekkelijker te maken, maar je moet iets vinden dat bezoekers en standhouders niet stoort. Een aantal jaren geleden hebben we een wandelend orkest gehad maar dat werd zowel door de standhouders als de bezoekers niet goed onthaald.

Kampeerwereld: De BCCMA richt al zijn pijlen op de promotie van het salon. In de ons omringende landen als Denemarken wordt ook in de loop van het jaar nog promotie voor het kamperen gevoerd. Zijn er plannen in die richting?

Christian Geuens: Het is vooral een kwestie van investering. Momenteel wordt er bestudeerd hoe we een promotiecampagne zouden kunnen ontwikkelen bij de aanvang van de lente. We denken hierbij aan een extra bijlage bij een weekblad of publiekreportages. Het is ons objectief om daadwerkelijk iets te doen maar we moeten zien met welke middelen dit valt te realiseren. We kunnen hiervoor