nieuws

200 miljoen euro voor promotie maar hoe besteden?

nieuws

De Europese Commissie is erg ambitieus als het op de promotie van landbouwproducten aankomt. Tussen de landbouwministers van de lidstaten is daar toch een hartig woordje over gewisseld tijdens de jongste bijeenkomst van de Landbouwraad in Brussel. Gebruik de Europese centen alleen voor promotie in het buitenland, suggereerden enkele lidstaten die een verstoring van de interne markt vrezen.

18 FEBRUARI 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:24

Lees meer over:
europa
marketing

De Europese Commissie is erg ambitieus als het op de promotie van landbouwproducten aankomt. Tussen de landbouwministers van de lidstaten is daar toch een hartig woordje over gewisseld tijdens de jongste bijeenkomst van de Landbouwraad in Brussel. Gebruik de Europese centen - 200 miljoen euro in 2020 - alleen voor promotie in het buitenland, suggereerden enkele lidstaten die een verstoring van de interne markt vrezen.

De Europese landbouwexport heeft een waarde van meer dan 110 miljard euro. Dat is 18 procent van de wereldwijde export van landbouwproducten maar kan nog beter, vindt EU-commissaris Dacian Ciolos. Hij wil de agrovoedingssector een aardig zetje geven door het budget voor de promotie van landbouwproducten gradueel maar significant op te trekken naar 200 miljoen euro in 2020. Vorig jaar bedroeg het budget 61,5 miljoen euro.

Tijdens de jongste Landbouwraad werd duidelijk dat de lidstaten nog niet op één lijn zitten wanneer het over de besteding van die middelen gaat. Sommige lidstaten vinden dat door de EU ondersteunde promotieacties zowel op de Europese markt als in het

buitenland kunnen. Andere lidstaten vinden dat de focus op promotie in derde landen moet liggen.
Een meerderheid van de lidstaten betreurt dat het voorstel van de Commissie geen cofinanciering door de lidstaten voorziet. Zij twijfelen aan de financiële mogelijkheden van bijvoorbeeld producentenorganisaties om zonder extra steun van een lidstaat een promotiecampagne in het getouw te zetten. In het selectieproces van campagnes die in aanmerking komen voor Europese steun willen de lidstaten meer te zeggen hebben.
Met de Europese centen moet de kwaliteit van alle Europese landbouwproducten in de verf worden gezet. Daarom komen er strikte regels voor vermeldingen van het land van herkomst op de verpakking, of van een merknaam. In zijn voorstel belooft de Commissie technische ondersteuning voor de indieners van promotiecampagnes, administratieve vereenvoudiging en meer eenvoud bij het opzetten van promotiecampagnes die een gezamenlijk initiatief van meerdere lidstaten zijn.

Beeld: VLAM

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |