nieuws

27 miljoen euro meer EU-cofinanciering voor promotie

nieuws

De Europese Commissie trekt 169 miljoen euro uit om de afzet van landbouwproducten te bevorderen. Er zit 27 miljoen euro meer in de geldpot dan in 2017, maar vorig jaar waren er bijna tien keer zo veel aanvragen voor promotiecampagnes als Europa budget beschikbaar had. Twee derde van de centen wordt gereserveerd voor exportpromotie in derde landen “met een groot potentieel”. Landbouwcommissaris Phil Hogan denkt daarbij aan Canada, Japan, China, Mexico en Colombia. Voor campagnes binnen de EU moet de nadruk liggen op het informeren van consumenten over de verschillende kwaliteitslabels van de EU, zoals geografische aanduidingen of biologische producten.

16 JANUARI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:43

Lees meer over:
marketing



De Europese Commissie trekt 169 miljoen euro uit om de afzet van landbouwproducten te bevorderen. Er zit 27 miljoen euro meer in de geldpot dan in 2017, maar vorig jaar waren er bijna tien keer zo veel aanvragen voor promotiecampagnes als Europa budget beschikbaar had. Twee derde van de centen wordt gereserveerd voor exportpromotie in derde landen “met een groot potentieel”. Landbouwcommissaris Phil Hogan denkt daarbij aan Canada, Japan, China, Mexico en Colombia. Voor campagnes binnen de EU moet de nadruk liggen op het informeren van consumenten over de verschillende kwaliteitslabels van de EU, zoals geografische aanduidingen of biologische producten.

Promotieorganen zoals VLAM (Vlaanderen) en APAQ-W (Wallonië) in eigen land worden dit jaar opnieuw uitgedaagd om met sterke reclamecampagnes voor land- en tuinbouwproducten voor de dag te komen. In 2018 trekt de Europese Commissie 169 miljoen euro uit voor de cofinanciering van promotie, tegenover 142 miljoen euro in 2017. Twee derde van het budget gaat naar exportpromotie. Promotiecampagnes gericht op de interne markt maken meer kans als ze informeren over Europese kwaliteitslabels, of gezonde voeding promoten.

“De EU is 's werelds grootste handelsmogendheid op het vlak van agrovoedingsmiddelen en het beste adres ter wereld voor kwaliteitsvoedsel”, zegt landbouwcommissaris Phil Hogan fier. “Tijdens mijn vele buitenlandse handelsmissies was ik een bevoorrecht getuige van de wereldwijde belangstelling voor producten uit de EU.” Hij rekent onder meer op de promotieorganen uit de lidstaten om opnieuw met campagnes te komen die de zichtbaarheid van agrovoedingsproducten over heel de wereld vergroten.

Promotieorganen, vakverenigingen en producentenorganisaties moeten er snel bij zijn want vorig jaar waren er door het gelimiteerde budget bijna tien keer zoveel aanvragen als campagnes die effectief cofinanciering ontvingen. Van de 12 dossiers die

VLAM toen indiende, werden er negen – bovengemiddeld veel dus – goedgekeurd zodat de promotie van Vlaamse land- en tuinbouwproducten met 5,5 miljoen euro Europese cofinanciering versterkt kon worden.

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 |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada