nieuws

Ciolos wil Europese landbouwproducten anders promoten

nieuws

Eurocommissaris voor Landbouw Dacian Ciolos wil Europese landbouwproducten op een andere manier gaan promoten. Hij wil vooral de hoge kwaliteit van Europese producten benadrukken, zowel in als buiten Europa. “De Europese Unie kan ook een belangrijke rol spelen bij het herstellen van het consumentenvertrouwen na een crisis”, aldus Ciolos.

15 JULI 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:15

Lees meer over:
europa
consument
marketing

Eurocommissaris voor Landbouw Dacian Ciolos wil Europese landbouwproducten op een andere manier gaan promoten. Hij wil vooral de hoge kwaliteit van Europese producten benadrukken, zowel in als buiten Europa. “De Europese Unie kan ook een belangrijke rol spelen bij het herstellen van het consumentenvertrouwen na een crisis”, lichtte Ciolos zijn motivatie voor een nieuwe afzetstrategie toe.
Ciolos is van mening dat de regels die Europa zijn producenten oplegt, strenger zijn in vergelijking met de rest van de wereld. “Om de gezondheid van de consument in Europa te beschermen, hebben Europese boeren en tuinders te maken met zeer strenge regels op het gebied van voedselveiligheid, milieu en dierenwelzijn”, klinkt het. “Die hoge kwaliteit van Europese producten moet meer in de verf worden gezet.” Daarom is er volgens hem nood aan een ambitieuze en effectieve promotiestrategie waarin de meerwaarde van de Europese land- en tuinbouw wordt benadrukt. “Deze nieuwe afzetstrategie is ook van belang voor de werkgelegenheid en groei van de landbouw- en voedingssector zodat die haar positie kan verbeteren op zowel bestaande als nieuwe markten”, aldus nog de eurocommissaris. Bovendien kan deze nieuwe aanpak ook een belangrijke rol spelen bij het herstellen van het

consumentenvertrouwen na een crisis.

Ciolos vindt dat de promotie van Europese producten op de wereldmarkt vooral een taak is van exporteurs en lidstaten. “De Europese Unie speelt hierbij wel een faciliterende en ondersteunende rol. Dat kan door promotie beter op elkaar af te stemmen en door het openen van nieuwe afzetmarkten.” Om producten via management beter in de markt te zetten, denkt Ciolos aan projecten als schoolfruit en schoolmelk.
De eurocommissaris wil met consumenten, producenten en andere belanghebbenden in gesprek gaan over zijn voorstel, om uiteindelijk tot een nieuwe promotiecampagne te komen voor Europese producten. Voor die promotie is tot en met 2013 jaarlijks 55 miljoen euro beschikbaar. De Europese steun staat los van eventuele nationale promotiecampagnes.

Bron: |

In samenwerking met: agd.media

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 |