

Commissie ambitieuzer inzake promotie landbouwproducten

nieuws

De Europese Commissie wil meer investeren in de promotie van landbouwproducten. De komende zeven jaren zou het beschikbare budget moeten stijgen van 61 naar 200 miljoen euro, zo blijkt uit plannen van eurocommissaris voor Landbouw Dacian Ciolos. Europa is goed voor 18 procent van de wereldexport en met een doortastend promotiebeleid kan dat aandeel volgens hem nog opgeschroefd worden.

🕒 22 NOVEMBER 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:23

Lees meer over:

handel

De Europese Commissie wil meer investeren in de promotie van landbouwproducten. De komende zeven jaren zou het beschikbare budget moeten stijgen van 61 naar 200 miljoen euro, zo blijkt uit plannen van eurocommissaris voor Landbouw Dacian Ciolos. Europa is goed voor 18 procent van de wereldexport en met een doortastend promotiebeleid kan dat aandeel volgens hem nog opgeschroefd worden.

"De Europese landbouw- en agrovoedingssector staat bekend om de kwaliteit van zijn producten en om de naleving van normen die strenger zijn dan waar ook", stelde EU-commissaris Ciolos. Door meer geld in de promotie van Europese landbouwproducten te steken, wil hij net zoals de VS en andere belangrijke spelers sterk investeren in afzetbevordering. De landbouwexport is nu al goed voor meer dan 110 miljard euro, becijferde Ciolos, en is dus een belangrijke troef om de groei en de werkgelegenheid binnen de EU te stimuleren.

Onder het motto "Enjoy, it's from Europe" zullen degenen die beroepsmatig in de sector actief zijn aan de hand van een echte Europese strategie worden geholpen om de stap te zetten naar het internationale niveau en zal de consument beter worden ingelicht over de inspanningen die worden geleverd om kwaliteitsvolle producten af te leveren.

Naast het optrekken van het budget van 61 miljoen euro in 2013 tot 200 miljoen euro in 2020 bepleit Ciolos ook een meer Europese strategie, met meer programma's die zich focussen op exportmarkten

en meer programma's die door organisaties uit verschillende EU-lidstaten samen worden gedragen. Voor deze twee types van promotie zou de Europese cofinanciering stijgen van 50 tot 60 procent.

Daarnaast wil de Commissie dat ook producentenorganisaties voortaan aanspraak kunnen maken op Europees geld voor promotieprogramma's. Zij wenst ook het gamma aan producten uit te breiden en de administratieve procedures te vereenvoudigen, met een selectie die voortaan in één fase door de Europese Commissie zou worden verricht. Promotiecampagnes die verschillende lidstaten gezamenlijk opzetten, zullen makkelijker beheerd kunnen worden via één loket bij de Commissie. Het voorstel moet nog goedgekeurd worden door het Europees Parlement en de lidstaten. De Europese landbouwoepel Copa-Cogeca reageert alvast enthousiast. "Het voorstel beantwoordt aan verschillende van onze wensen, in het bijzonder de nood aan administratieve vereenvoudiging." De focus op zowel binnen- als buitenlandse markten valt ook in goede aarde. "Met de onderhandelingen over bilaterale handelsakkoorden die aan de gang zijn, bijvoorbeeld tussen de EU en de VS, is het erg belangrijk om de promotie op die andere markten op te voeren zodat Amerikaanse en andere consumenten zich bewust worden van de diversiteit en kwaliteit van Europese voedingswaren."

Bron: Belga / eigen verslaggeving

Beeld: Copa-Cogeca

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)