

EU-budget voor cofinanciering promotiecampagnes stijgt

nieuws

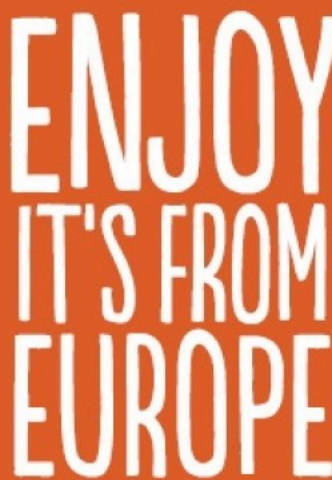
Geen 111 miljoen euro zoals in 2016 maar 133 miljoen euro, zo groot is het totale budget dat de Europese Commissie volgend jaar uittrekt voor de promotie van landbouwproducten in binnen- en buitenland. Daarmee wordt kracht bijgezet aan het eerder dit jaar door EU-commissaris Phil Hogan ingezette diplomatiek offensief om nieuwe markten aan te boren. De promotieprogramma's die dit jaar ingediend werden vanuit de lidstaten mikken reeds buiten de grenzen van Europa, bijvoorbeeld op China, het Midden-Oosten, Noord-Amerika, Zuidoost-Azië en Japan.

🕒 14 NOVEMBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:37

Lees meer over:

europa

marketing

The logo consists of the words 'ENJOY IT'S FROM EUROPE' stacked vertically in a bold, white, sans-serif font. The text is centered on a solid orange background.

Geen 111 miljoen euro zoals in 2016 maar 133 miljoen euro, zo groot is het totale budget dat de Europese Commissie volgend jaar uittrekt voor de promotie van landbouwproducten in binnen- en buitenland. Daarmee wordt kracht bijgezet aan het eerder dit jaar door EU-commissaris Phil Hogan ingezette diplomatiek offensief om nieuwe markten aan te boren. De promotieprogramma's die dit jaar ingediend werden vanuit de lidstaten mikken reeds buiten de grenzen van Europa, bijvoorbeeld op China, het Midden-Oosten, Noord-Amerika, Zuidoost-Azië en Japan.

Europees landbouwcommissaris Phil Hogan is net terug van een handelsmissie naar Vietnam en Indonesië. Hij was daar om de export van onze landbouw- en voedingsproducten te stimuleren. De afzet van een aantal landbouwproducten loopt al een tijdje moeilijk, onder meer door de Russische handelsboycot, zodat Hogan ingenomen is met de promotieprogramma's die ingediend worden vanuit de lidstaten.

Daarvoor is in 2017 een bedrag van 133 miljoen euro beschikbaar, 22 miljoen meer dan dit jaar. "De uitbreiding van de promotie volgend jaar is van bijzonder belang omdat ze de groei en werkgelegenheid in de agrovoedingssector helpt stimuleren. Op het niveau van de EU zien we dat een toename van de export met 1 miljard euro goed is voor ongeveer 14.000 banen", aldus Hogan. Organisaties kunnen voor hun campagnes 70 tot 85 procent cofinanciering van Europa bekomen. Nieuw in 2017 is onder meer het aparte budget (15 miljoen euro) voor campagnes die het bewustzijn vergroten inzake duurzame landbouw, en de extra aandacht (4,5 miljoen euro) in de promotie voor sectoren die met een onverwachte crisis worden geconfronteerd.

De dit jaar geselecteerde promotiecampagnes bestrijken samen 32 niet-EU landen, tegenover 23 vorig jaar. In de twee belangrijkste daarvan – de Verenigde Staten en China – wordt lang niet meer alleen gemikt op New York en Peking. De campagnes beogen vooral promotie te maken voor groenten en fruit (30% van de programma's), gevolgd door vlees (17%) en zuivelproducten (15%).

Daaruit blijkt volgens Hogan het belang dat in het afzetbevorderingsbeleid wordt gehecht aan de ondersteuning van sectoren die met marktproblemen kampen, zoals de zuivel- en de varkensvleessector.

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](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra