

# Europa keurt 41 nieuwe promotieprogramma's goed

nieuws

De Europese Commissie heeft haar fiat gegeven voor 41 nieuwe promotieprogramma's voor landbouwproducten, goed voor een bedrag van 130 miljoen euro gespreid over drie jaar. Er wordt voorzien in Europese cofinanciering voor een bedrag van 65 miljoen euro, waaronder 30 miljoen euro extra dat de Commissie ter beschikking had gesteld na de Russische importban.

“Europese agrovoedingsproducten promoten op de wereldmarkt is een sterk en proactief antwoord op deze importban. Met deze toegenomen steun voor promotie willen we bijdragen aan het succesverhaal van de export van Europese agrovoedingsproducten”, zegt landbouwcommissaris Phil Hogan.

© 22 APRIL 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:30

Lees meer over:

europa

wereld

marketing



De Europese Commissie heeft haar fiat gegeven voor 41 nieuwe promotieprogramma's voor landbouwproducten, goed voor een bedrag van 130 miljoen euro gespreid over drie jaar. Er wordt voorzien in Europese cofinanciering voor een bedrag van 65 miljoen euro, waaronder 30 miljoen euro extra dat de Commissie ter beschikking had gesteld na de Russische importban. “Europese agrovoedingsproducten promoten op de wereldmarkt is een sterk en proactief antwoord op deze importban. Met deze toegenomen steun voor promotie willen we bijdragen aan het succesverhaal van de export van Europese agrovoedingsproducten”, zegt landbouwcommissaris Phil Hogan.

De geselecteerde programma's, ingediend door 18 verschillende lidstaten, focussen op diverse productcategorieën zoals verse groenten en fruit, zuivelproducten, bioproducten, olijfolie, vlees, enz. Een aantal van deze programma's richten zich op de interne markt, andere mikken dan weer op landen buiten de Europese Unie. Doellanden buiten de EU zijn onder meer het Midden-Oosten, Noord-Amerika, Zuidoost-Azië, China, Japan, Zuid-Korea, Afrika, Rusland, Wit-Rusland, Kazachstan, Australië en Noorwegen.

“De focus op landen buiten de EU is een significant verschil met vorige programmagolven waar zowat twee derde van de goedgekeurde programma's zich richtte op de EU”, klinkt het. Volgens de Commissie is dit een gevolg van het feit dat er na de Russische importban een extra 30 miljoen euro steun werd aangekondigd als maatregel om de export naar alternatieve markten te stimuleren. Ondanks het Russische

invoerverbod voor agrovoedingsproducten, kende de totale uitvoer van die producten naar derde landen een stijging van twee procent in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder.

Ons land slaagde er ook in Europese steun te krijgen voor een aantal promotiedossiers. Zo diende VLAM samen met de Nederlandse collega's een dossier in voor de promotie van verse groenten en fruit in Duitsland, Finland en Zweden. Daarnaast wil VLAM extra promotieaandacht genereren voor onze zuivelproducten in China en Zuidoost-Azië. Een campagne voor Vlaams vlees, onder meer rund, kalf en varken, wordt uitgerold in Australië, China, Zuid-Korea, Japan en Zuidoost-Azië.

**Beeld:** VLAM

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact

M • [info@vilt.be](mailto: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](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