nieuws

VLAM tekent nieuw marketingjaar 2026 uit met meer focus op binnenlandse markt

nieuws

Met het nieuwe jaar in zicht biedt het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) een kijkje achter de schermen en deelt het al enkele nieuwe acties die de sectoren in petto hebben. Opvallend is dat de nadruk daarbij steeds duidelijker verschuift naar de binnenlandse markt. Zo zal in 2026 66 procent van het promotiebudget naar campagnes gaan in eigen land en 34 procent naar exportacties.

2 JANUARI 2026

Jozefien Verstraete

Lees meer over:
VLAM
marketing

Met de start van 2026 trapt ook VLAM een nieuw marketingjaar af, vol nieuwe promotiecampagnes. Het marketingbureau werkt in opdracht van zowel de Vlaamse overheid als het bedrijfsleven om Vlaams producten te promoten in binnen- en buitenland. Een balans die opmerkelijk steeds meer opschuift richting de binnenlandse markt. Dit jaar gaat 66 procent van het promotiebudget naar acties in eigen land, tegenover 34 procent voor exportacties. In 2023 lag dat evenwicht nog anders, met 58 procent voor binnenlandse promotie en 42 procent voor buitenlandse campagnes.

Daling in Vlaamse subsidies

Om alle campagnes te financieren beschikt VLAM dit jaar over een werkingsbudget van bijna 28 miljoen euro. Dat is twee miljoen euro minder dan in 2025. De subsidies van de Vlaamse overheid nemen daarbij af, maar het relatieve aandeel in het totale budget blijft stabiel op 20,5 procent. “Door de besparingen bij de overheid zijn onze werkingssubsidies verlaagd”, duidt CEO Filip Fontaine. “Tegelijk kregen we tijdens de budgetbesprekingen duidelijke waardering en positieve feedback te horen vanuit de politieke hoek. Die erkenning nemen we zeker mee naar 2026.”

De subsidies van de Vlaamse overheid financieren voor twee derde de algemene werking van VLAM. Daarin zitten niet alleen personeelskosten, maar ook onder meer de uitgaven voor de vele data die het marketingbureau aankoopt. “De subsidies volstaan echter niet om onze werking op een hoog niveau te houden, ondanks de intensieve besparingen die we de laatste jaren doorvoerden”, klinkt het. “Daarom investeren de sectoren al enkele jaren mee in de overkoepelende diensten van VLAM. Deze

sectorbijdragen worden bepaald op basis van de service die VLAM aan elke sector levert. In ruil wordt een ruim pakket aan services geboden dat beschikbaar is voor elke sector."

nieuws

VLAM sleept vijf nieuwe Europese promotiedossiers in de wacht

6 NOVEMBER 2025

Ondanks de besparingen binnen de Vlaamse overheid, kan VLAM het totale budget wel stabiel houden. "Dit is grotendeels te danken aan de nieuwe EU-dossiers die goedgekeurd werden waardoor we opnieuw extra middelen wisten binnen te halen. Vijf van onze zes programmavoorstellen zijn goedgekeurd", vertelt Fontaine trots. "De slaagkans voor Europese middelen is nochtans maar 1 op 5. Tegenover andere Europese landen haalt VLAM dus veel Europese middelen binnen." De Europese middelen worden daarbij niet aangewend om Vlaamse producten in het buitenland te promoten. "Alle nieuwe EU-programma's richten zich op Vlaanderen", klinkt het. Europese middelen nemen 14 procent van het VLAM-budget voor hun rekening.

Het allergrootste deel van de inkomsten komt evenwel uit de sectoren zelf, die in 2026 samen 61 procent van het totale jaarbudget bijdragen. Dit budget omvat zowel de verplichte als de vrijwillige sectorbijdragen.

Stijging biobudget

In 2026 beschikken de varkens-, sierteelt- en zuivelsector opnieuw over de grootste promotiebudgetten. Opvallend is de stevige sprong van de biosector. Die verhoogt het budget van 640.000 euro vorig jaar naar 1,09 miljoen euro dit jaar. De akkerbouwsector zal het daarentegen met minder middelen stellen. Het budget daalt van 2.439.000 euro vorig jaar naar 1.631.000 euro dit jaar.

De verschillen tussen de promotiebudgetten heeft VLAM zelf niet in de hand. "Het zijn de 13 sectorgroepen die de budgetten bepalen", legt VLAM-voorzitter Guy Vandepoel uit. "VLAM werkt per sector samen met de sectorvertegenwoordigers uiteindelijk een sectorstrategie uit, die dan wordt vertaald in concrete jaarprogramma's."

nieuws

Meerderheid consumenten wil in de toekomst vaker of even vaak bio kopen

28 JANUARI 2025

Nieuwe acties dit jaar

Naast veel hernieuwde campagnes maken de jaarprogramma's van de sectoren dit jaar ook ruimte voor nieuwe initiatieven. "Nadat de campagnestrategie voor verse aardappelen vorig jaar onder de loep genomen werd, is in overleg met de sector gekozen voor een nieuwe aanpak in 2026", licht VLAM een nieuwe aardappelcampagne toe. "De doelgroep wordt verruimd naar Vlamingen tussen 25 en 44 jaar. Waar de focus eerder op een jonger publiek lag, willen we nu ook jonge gezinnen bereiken." De communicatie zal toespitsen op de alledaagse keuken, met snelle bereidingen en eenvoudige gerechten waarin aardappelen met een kleine twist een plek krijgen.

De promotie van groenten focust dan wel weer bijkomend op jongeren. "Uit marktonderzoek blijkt dat vooral jongeren te weinig groenten eten. We zien ook dat er vooral groenten gegeten worden tijdens de hoofdmaaltijd. Daarom willen we met een nieuwe campagne jongeren inspireren om ook aan de slag te gaan met groenten tijdens de lunch of als tussendoortje."

Ook de biosector zal een nieuwe promotiecampagne uitrollen in 2026. "De campagne heeft als doel de consumptie van bioproducten in België te verhogen bij jonge gezinnen en actieve consumenten. Het wordt gefinancierd door Europese middelen en zal emotionele storytelling combineren met feitelijke argumentatie over dierenwelzijn, milieu-impact en prijsbewustzijn", geeft VLAM mee.

Zowel de nieuwe als de terugkerende campagnes delen één duidelijke rode draad: aandacht voor het vakmanschap van producenten en verwerkers. "We willen ons publiek informeren en de fierheid over Vlaamse producten versterken, zodat consumenten bewust kiezen voor producten van bij ons", besluit VLAM. "Dat is en blijft de missie van het volledige VLAM-team, ook in 2026."

Uitgelicht

België telt ruim 300 kazen, maar consument kiest er zelden voor: "Vlamingen mogen chauvinistischer worden in hun kaaskeuze"

nieuws

Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) lanceert onder de noemer 'Supporters van goeie smaak' deze week een campagne om Belgische kazen te promoten. Want hoe...

13 OKTOBER 2025

Lees meer

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