nieuws

VLAM-handelsmissie brengt Belgisch vlees naar Zuid-Italië

nieuws

Maken de Italianen straks hun bolognaisesaus met Belgisch vlees? Als het van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) afhangt, wel. De organisatie stuurde via Belgian Meat Office (BMO) een handelsdelegatie naar Italië. België exporteert nu al varkens- en rundvlees naar 'dolce Italia', maar vooral in het zuiden van het land liggen er nog kansen.

7 OKTOBER 2026

Ruben De Keyzer

Lees meer over:
handel
varken
vlees
VLAM



Men zou het niet verwachten, maar Italië is een grote vleesimporteur binnen Europa. Producten met een geografische aanduiding zoals Parmaham worden uitsluitend met lokale ingrediënten gemaakt. Maar dat geldt niet noodzakelijk voor de vele mortadella's, salami, gedroogde hespen en andere vleeswaren die Italië produceert. De vraag naar Italiaanse charcuterie is groot, en om die te produceren importeert Italië vlees en grondstoffen uit derde landen. België is één van die leveranciers.
Italië importeert meer dan één miljoen ton varkensvlees en zo'n 400.000 ton rundvlees per jaar, goed voor een invoerwaarde van bijna 5,9 miljard euro in 2025. België leverde daarvan ongeveer 43.000 ton varkensvlees en ruim 10.000 ton rundvlees. Een relatief klein deel van de pizza dus, maar daar moeten de handelstoenaderingen verandering in brengen.



BMO organiseerde naast twee bedrijfsbezoeken 105 B2B-meetings met Italiaanse vleesbedrijven en contacten met Italiaanse sectorfederaties. Foto: BMO

Kansen in zuid-Italië

Joris Coenen van Belgian Meat Office (BMO) blikt tevreden terug op de handelsmissie. “Vlaamse bedrijven hebben in Italië al een sterke reputatie opgebouwd. In Noord-Italië zijn we vandaag al structureel aanwezig. Dat is ook de regio waar het grootste deel van de Italiaanse voedselnijverheid zich bevindt. De streken rond Parma, Bologna, Milaan, enzovoort.”

Met deze handelsmissie wilde BMO daarop voortbouwen en bijkomende contacten leggen in Zuid-Italië, waar nog minder verkende kansen liggen voor zowel varkens- als rundvlees. “De sterke betrokkenheid van de Italiaanse gesprekspartners was alvast veelbelovend. De contacten zijn gelegd; de verdere commerciële opvolging moet nu uitwijzen tot welke concrete samenwerkingen ze leiden”, zegt Coenen.

Zeven Belgische bedrijven namen deel aan een intensief programma in Bari en Rome. Daarmee was het brede aanbod van Belgisch rund- en varkensvlees vertegenwoordigd. “De gesprekken met importeurs zijn bijzonder goed gelukt”, zegt Coenen. “Aanvankelijk hadden we het moeilijk om de juiste bedrijven te vinden en te mobiliseren. Maar uiteindelijk zijn er heel wat nieuwe contacten gelegd.”

BMO organiseerde naast twee bedrijfsbezoeken 105 B2B-meetings (business to business, red.) met Italiaanse vleesbedrijven en contacten met Italiaanse sectorfederaties. “In Italië heb je veel familiebedrijven, ook in de charcuteriewereld, die toch een zekere schaal kennen”, aldus Coenen. “We wilden de band met deze bedrijven versterken door naast onze gewone advertentiecampagnes hen effectief te ontmoeten via deze handelsmissie. Zo willen we structurele partnerschappen nastreven die verdergaan dan een eenmalige levering.”

Spaanse concurrentie versus Belgisch vakmanschap

Het meeste handelspotentieel bevindt zich binnen het varkensvlees. “De vraag is groot, maar uiteindelijk zijn wij met circa vijf procent van de Italiaanse importmarkt hier niet de grootste spelers. Daar willen we verandering in brengen.”

Toch zijn er uitdagingen op de markt. “Qua prijszetting is het in België altijd moeilijk om competitief te zijn”, zegt Coenen. Er is tegenwoordig ook grote druk van Spaans varkensvlees: zij kunnen sinds de AVP-uitbraak hun vlees niet meer naar alle landen exporteren, en dus richten ze zich extra op de Europese en Italiaanse markt.”

Waarmee België wel het verschil kan maken, aldus Coenen, is met onze kwaliteit en flexibiliteit. “De Italiaanse vleesverwerkende industrie heeft behoefte aan specifieke deelstukken en kwaliteiten”, zegt hij. “Mijn boodschap is ook dat nieuwe of bijkomende exportkansen niet alleen op verre bestemmingen liggen.” Daarmee verwijst Coenen onder meer naar Azië, waarnaar België deelstukken exporteert die bij ons minder gegeerd zijn: oren, poten, neuzen en andere ‘restdelen’ die behoren tot het vijfde kwartier. “Onze nabije Europese markten zijn essentieel voor de Vlaamse vleesketen, en Italië toont dat er nog mogelijkheden liggen”, zegt Coenen. “De rijke Italiaanse traditie van “salumi” — van ham en salami tot bresaola — begint bij de keuze van de juiste grondstof. Met ons Vlaams varkens- en rundvlees, onze expertise in versnijding en onze klantgerichte aanpak sluiten we daar bijzonder goed op aan.”

“De Italiaanse klanten vragen geen eenheidsworst”, vertelt Coenen nog. “Wij leveren niet zomaar een artikel uit een catalogus. Men mag ons heel specifiek vertellen wat men nodig heeft, waarvoor het moet dienen, hoe het vlees precies moet worden versneden en hoe we het moeten verpakken: we regelen het. En ik denk dat zulke zaken belangrijker zijn dan het prijsverschil.”



Uitgelicht

Italianen Daniele en Dario kweken Chianinarund, de witte reus uit de heuvels

Reportage

De Italianen houden van het goede leven, en daar hoort een mals stukje vlees zeker bij. Daniele Mecarelli en zijn broer Dario beheren samen het ‘Agricola Collivecchi’, een gem...

31 OKTOBER 2024

Lees meer

Bron: Eigen berichtgeving

Beeld: BMO

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