nieuws

VLAM is olympisch kampioen in binnenhalen EU-subsidies

nieuws

Voor het eerst sinds het ontstaan van het Vlaams Centrum Agro- en Visserijmarketing (VLAM) dragen de verschillende land- en tuinbouwsectoren in 2020 minder dan de helft bij van de totale werkingskosten. Dat is vooral te danken aan de sterke stijging van de Europese middelen waar VLAM kan op rekenen. “Wij zijn in Europa olympisch kampioen in het binnenhalen van promotiesubsidies”, zegt algemeen directeur Filip Fontaine. “Van elke euro die we zelf investeren, maken wij vijf euro.” In totaal beschikt VLAM in 2020 over net geen 28 miljoen euro werkingsmiddelen.

16 DECEMBER 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:50

Lees meer over:
marketing
landbouw algemeen



Voor het eerst sinds het ontstaan van het Vlaams Centrum Agro- en Visserijmarketing (VLAM) dragen de verschillende land- en tuinbouwsectoren in 2020 minder dan de helft bij van de totale werkingskosten. Dat is vooral te danken aan de sterke stijging van de Europese middelen waar VLAM kan op rekenen. “Wij zijn in Europa olympisch kampioen in het binnenhalen van promotiesubsidies”, zegt algemeen directeur Filip Fontaine. “Van elke euro die we zelf investeren, maken wij vijf euro.” In totaal beschikt VLAM in 2020 over net geen 28 miljoen euro werkingsmiddelen.

Twee speerpunten schuift VLAM voor komend jaar naar voor. Op de binnenlandse markt zal vooral ingezet worden op duurzaamheid en gezondheid. “We hebben nogal eens de neiging om duurzaamheid te verbinden aan allerlei alternatieve vormen van voeding, terwijl duurzaamheid hand in hand gaat met lokaal en seizoensgebonden eten. Iets wat voor velen overeenstemt met gewoon gedrag”, verduidelijkt Fontaine. Het platform ‘Lekker van bij ons’ wordt daarbij gebruikt om mensen inspiratie aan te bieden over lekker eten met producten van bij ons.

In de buitenlandwerking mikt VLAM op een verdere professionalisering. “In overleg met onze sectoren en bedrijfsleiders bepalen we samen de landen en de doelen. Marktdiversificatie is daarbij het sleutelwoord, we gaan niet al onze eieren in dezelfde mand leggen”, klinkt het. Voor heel wat van die buitenlandactiviteiten kan VLAM genieten van de hefbomen die Europa biedt. “VLAM is een uniek kruispunt tussen overheid, bedrijfsleven en consument. Dat is iets waar we te weinig bij stilstaan. Door die verbindende rol, gecombineerd met de professionele kennis die we hebben opgebouwd, slagen we er vlot in om Europese cofinanciering binnen te halen voor onze promotieacties”, benadrukt Fontaine.

Van het totaalbudget van 27,9 miljoen euro, een stijging van 6 procent in vergelijking met 2019, komt nog steeds het grootste deel van het bedrijfsleven. Zo’n 47 procent of 13,2 miljoen euro om precies te zijn. Daarmee duikt de bijdrage van de sectoren voor het eerst onder de helft van de totale middelen. In 2019 was dit nog 51 procent. “In absolute waarde blijft het aandeel van het

bedrijfsleven gelijk, maar door de groei aan Europese middelen daalt het aandeel in relatieve waarde", zegt de VLAM-directeur. Op vier jaar tijd is de Europese bijdrage in de VLAM-werking gestegen van 17 naar 23 procent. In absolute waarde gaat het om bijna 6,6 miljoen euro.
Daar tegenover staat dat de verlaagde bijdrage van de Vlaamse overheid het model van inkomsten van VLAM nog meer wijzigt. Sinds 2016 zijn de subsidies gedaald van 21 naar 17 procent of 4,8 miljoen euro. In 2020 krijgt VLAM 6 procent minder toelage dan het jaar voordien. Volgens Filip Fontaine, die sinds juni dit jaar Frans De Wachter verving aan het hoofd van VLAM, zal de komende jaren ongeveer drie procent bezuinigd worden op personeel, de andere helft wordt bijgedragen door de sectoren.
Ter aanvulling kan de organisatie ook rekenen op 2,6 miljoen andere inkomsten en zo'n 680.000 euro sectorreserves. Van het bedrag van net geen 28 miljoen euro gaat 81 procent naar de promotie. De rest dient om de werking van VLAM te financieren. "De werkingskosten kunnen voor 75 procent rechtstreeks toegewezen worden aan de sectoren of aan het ondersteunen van de promotie door bijvoorbeeld marktonderzoek en het bouwen en ondersteunen van websites zoals lekkervanbijons.be", luidt het. De subsidie van de Vlaamse overheid dient vooral voor de horizontale werking van VLAM. Daarbij gaat het om administratie, boekhouding, eigen IT en HRM.

Van het eigenlijke promotiebudget, hoofdzakelijk gefinancierd door het bedrijfsleven en vanuit Europese middelen, wordt 52 procent besteed aan promotie op de binnenlandse markt. Voor exportpromotie op de Europese markt wordt 18 procent gereserveerd en 25 procent gaat naar landen buiten de EU. "Het zijn de sectoren zelf die beslissen hoe het budget toegewezen wordt. Al speelt het al dan niet beschikbaar zijn van Europese middelen hierbij wel een belangrijke rol", meent VLAM.
Nu er een nieuw Gemeenschappelijk Landbouwbeleid na 2020 aankomt, is het maar de vraag of VLAM in dezelfde mate zal kunnen blijven rekenen op die Europese middelen. "Er is inderdaad kans dat het budget dat in het Meerjarig Financieel Kader (MFK) aan landbouw zal toegewezen worden, kleiner wordt", weet VLAM-voorzitter Guy Vandepoel. "Maar we zijn ervan overtuigd dat Europa flink zal blijven inzetten op promotie. Het is immers gemakkelijker te verantwoorden dat er budget gaat naar de verkoop van producten, dan dat geld in te zetten om de productie te stimuleren."

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