nieuws

VLAM volgt impact Russische boycot aandachtig op

nieuws

Het importverbod dat Vladimir Poetin op 7 augustus voor een jaar oplegde voor landbouwproducten uit de EU treft zeer veel subsectoren uit de Vlaamse landbouw. VLAM, het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing, verzorgt de promotie van Vlaamse agrovoedingsproducten in binnen- en buitenland en volgt deze crisis daarom heel nauwgezet op. De organisatie staat voor een dubbele uitdaging: enerzijds de Belgische consument aansporen om meer producten van eigen bodem te consumeren en anderzijds de sectoren ondersteunen in hun zoektocht naar alternatieve afzetmarkten.

8 AUGUSTUS 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:27

Lees meer over:
handel
marketing



Het importverbod dat Vladimir Poetin op 7 augustus voor een jaar oplegde voor landbouwproducten uit de EU treft zeer veel subsectoren uit de Vlaamse landbouw. VLAM, het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing, verzorgt de promotie van Vlaamse agrovoedingsproducten in binnen- en buitenland en volgt deze crisis daarom heel nauwgezet op. De organisatie staat voor een dubbele uitdaging: enerzijds de Belgische consument aansporen om meer producten van eigen bodem te consumeren en anderzijds de sectoren ondersteunen in hun zoektocht naar alternatieve afzetmarkten.

De concrete initiatieven van VLAM zijn altijd het resultaat van overleg met de sector zelf. Elke sector binnen de landbouwkorf brengt zijn eigen budget samen en stelt een eigen sector- en marketingstrategie op waarop concrete acties worden geënt. Elke sector kan dus zelf zijn doelgroep(en) bepalen, de verdeling tussen eigen markt en exportpromotie bepalen en specifieke accenten leggen.

Wat de binnenlandse markt betreft, heeft VLAM een concrete actiekalender klaar voor het najaar. Zo zijn er onder andere campagnes gepland voor varkensvlees en rundvlees, conference-peren, jonagold-appels, aardbeien, witloof, aardappelen, eieren, melk, kazen, kip en konijn. VLAM zal in zijn communicatie extra nadruk leggen op het aspect ‘van bij ons’ en de consument op een zachte en positieve manier aansporen om volop te genieten van de kwaliteitsproducten van eigen bodem. Een eerste zichtbare actie was de twitteractie #toffepeer en #SHAREaPEAR, die onmiddellijk werd opgepikt, ook door de media. Het is uiteraard de bedoeling van VLAM om de sympathie voor alle Vlaamse voedingsproducten op te vijzelen.

Wat het buitenland betreft, heeft VLAM de laatste drie jaren fors geïnvesteerd in de uitbouw van een exportcel. Het promotiebureau beschikt over zeer gedetailleerde info over tal van exportmarkten, die het ter beschikking stelt aan de Vlaamse

bedrijven. VLAM voert ook met grote regelmaat prospectie uit naar nieuwe markten. Dit heeft geleid tot een heel uitgebreid programma van buitenlandse beurzen en contactdagen voor de verschillende landbouwsectoren.
De komende dagen en weken zal VLAM overleg voeren met de sectorgeledingen en partnerorganisaties om te kijken welke extra inspanningen mogelijk en wenselijk zijn.

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

Crafted by Brigada