**Zes EU-dossiers goedgekeurd van VLAM**

*Zes nieuwe VLAM-projecten kunnen vanaf 2019 op forse Europese cofinanciering rekenen. VLAM krijgt in totaal 7,859.060 miljoen euro en zal daarmee extra impulsen kunnen geven aan de export van kalfsvlees, fruit en varkensvlees en aan de promotie van zuivel en groenten in België. Het dossier van streekproducten werd goedgekeurd maar staat nog op de reservelijst.*

In totaal werden er 182 projecten ingediend bij Europa, voor een totaal bedrag van 325,6 miljoen euro. Europa had een budget voorzien van 169,1 miljoen Euro.

VLAM zette in het voorjaar zwaar in op de voorbereiding van de dossiers. Met resultaat: zes van de tien ingediende VLAM-projecten werden goedgekeurd en kunnen rekenen op een Europese cofinanciering van maar liefst 80%. De resterende 20% draagt VLAM bij vanuit de promotiefondsen, wat dus een vervijfvoudiging van het beschikbare budget betekent. Alle projecten hebben een looptijd van drie jaar.

Europa maakt een onderscheid tussen voorstellen die door verschillende lidstaten samen worden ingediend en voorstellen die door één enkele lidstaat worden voorgesteld.

Voor die eerste groep stelde Europa 74.100.000 EUR ter beschikking. VLAM kreeg drie keer witte rook, goed voor 3.257.873 EUR.

Voor de mono-projecten was een budget van 95.000.000 EUR apart gelegd. Drie projecten werden goedgekeurd, maar voor streekproducten is het nog te vroeg om victorie te kraaien. Het project haalde weliswaar een goede score maar staat nog op de reservelijst. Enkel wanneer hoger gerangschikte projecten niet uitgevoerd worden, zal dit project kunnen van start gaan. De mono-projecten van VLAM behelzen samen 4.601.187 EUR aan EU-steun.

Bijgevoegd een korte toelichting bij elk project:

**Groenten Duitsland/België**

Een informatie- en promotieprogramma met als doel de consumptie van verse groenten in België en Duitsland te verhogen bij 20-30-jarigen in het kader van een evenwichtig en gezond voedingspatroon. De campagne zal volledig digitaal gebeuren en heeft als slogan ‘Vegetables are the new sneakers – powered by Europe’.

Budget: 807.623 EUR inclusief bijdrage EU

**Zuivel (5 landen- European Milk Forum)**

Een campagne die het dalend gebruik van melk wil omkeren en het imago van melk wil herstellen door consumenten opnieuw te verbinden met melk en met schepbare melkproducten. Ze heeft als doelgroep families met jonge kinderen en millennials zonder kinderen. De campagne zal inzetten op PR en e-PR (bloggers, influencers, social media, …).

Budget: 998.250 EUR inclusief bijdrage EU

**Kalfsvlees**

Gemeenschappelijk project van de 4 belangrijkste kalfsvlees producerende landen (België, Frankrijk, Italië en Nederland).

De campagne heeft als focus het mager, mals en smaakvol kalfsvlees te promoten door enerzijds prominenter aanwezig te zijn in het verkooppunt en anderzijds de aandacht te vestigen op het verhaal achter kalfsvlees.

Budget: 1.452.000 EUR inclusief bijdrage EU

**Taste of Europe**

Een informatiecampagne die professionals wil overtuigen van de uitstekende kwaliteit, duurzame productiemethode en traceerbaarheid van groenten en fruit uit Europa. De campagne focust op Canada, de V.S, Mexico en Colombia.

Budget: 847.918 EUR inclusief bijdrage EU

**Varkensvlees**

Het programma heeft als doel om de export naar de doelmarkten China, Japan, Zuid-Korea, Vietnam en de Filippijnen, te verhogen. Om dit te bereiken willen we het Europees varkensvlees een goed imago bezorgen en het bewustzijn verhogen door te focussen op de kwaliteit van het vlees. Beurzen en contactdagen brengen Vlaamse exporteurs in contact met potentiële nieuwe klanten en een communicatiecampagne (advertenties, direct mails, website, brochures,…) zal deze activiteiten ondersteunen in de verschillende doelmarkten.

De gevolgen van de vaststelling van Afrikaanse varkenspest bij enkele wilde everzwijnen in België doorkruist de uitvoering van dit programma. VLAM bekijkt samen met het departement Landbouw en Visserij en EU-medewerkers op welke manier het programma kan worden uitgevoerd.

Budget: 2.933.298 EUR inclusief bijdrage EU

**Streekproducten**

Met een consumentencampagne zullen de 17 Europese gelabelde streekproducten onder de aandacht worden gebracht. Een online videocampagne vertelt de consument het verhaal achter de producten en de labels. Het gaat om BOB – Beschermde oorsprongsbenaming, BGA – Beschermde geografische aanduiding en GTS – Gegarandeerde traditionele specialiteit. Ook België heeft enkele streekproducten met een Europees label. VLAM wil dit project samen uitvoeren met APQ-W.

Budget: 819.971 EUR inclusief bijdrage EU