

Vraag nr. 180
van 29 mei 1998
van mevrouw VEERLE HEEREN

VLAM – Promotie geïntegreerde teelten

Geïntegreerde en biologische teelt in de land- en tuinbouw is bij de consument nog zeer onbekend. Promotie van deze teelten zou een aanzet kunnen zijn naar duurzame en milieuvriendelijke landbouw. Niettegenstaande een aantal winkelketens deze producten reeds in hun bezit hebben, is de consument niet op de hoogte van de oorsprong van deze producten.

De VLAM, Vlaams Promotiecentrum voor Agro- en Visserijmarketing, voert een promotiebeleid van Vlaamse producten in binnen- en buitenland en int hiervoor promotiebijdragen voor de financiering van deze promoactiviteiten.

1. Welke projecten stelt de VLAM voor om de geïntegreerde fruitteelt kenbaar te maken bij de consument ?
2. Op welke wijze wordt hiervoor campagne gevoerd ?
3. Hoeveel middelen worden hier jaarlijks voor vrijgemaakt ?

Antwoord

In tegenstelling tot de groentensector (Flandria) is men in de fruitsector nog niet gekomen tot een eenduidige en voor de consument herkenbare benadering van geïntegreerd en biologische geteeld fruit.

Tot op heden werden deze producten door VLAM dan ook niet op een systematische wijze gepromoot. Wel werden er een aantal informatieve acties ondernomen, onder meer :

- een bijdrage over geïntegreerd geteeld fruit in de reeks over land- en tuinbouw in het zondagmiddagprogramma "Zondag, Jozdag" op VTM (budget : 115.000 frank) ;
- bijdragen over zowel geïntegreerd als biologisch geteeld fruit in de informatieve brochures over fruit en groenten die naar alle opinieliders en opiniemakers in Vlaanderen werden verstuurd ;
- geregeld wordt aandacht besteed aan de geïntegreerde fruitproductie in Vlaanderen in de "Flandern-Reporten" in de Duitse vakpers ;

- voor de promotie van groenten en fruit naar de jeugd toe werd er een mobiele tentoonstelling over fruit en groenten aangemaakt die vooral in scholen zal worden gebruikt – ook in deze didactische tentoonstelling komen geïntegreerd en biologisch geteelde producten aan bod.

Momenteel is er een informatieve brochure over biologische groenten en fruit in voorbereiding (budget : 250.000 frank).

Verder bieden enkele veilingen het via hen gecommmercialiseerde geïntegreerd geteeld fruit onder het Flandria-label aan. Dit fruit profiteert dan ook mee van de promotiecampagnes rond dit label.

In het kader van de Gemeenschappelijke Marktorienting worden vanuit de Europese Unie middelen ter beschikking gesteld onder meer voor de verdere ontwikkeling en promotie van de geïntegreerde en biologische teelt van groenten en fruit. Acties hieromtrent zijn op te nemen in de operationele programma's voor de periode 1999-2003.

In de schoot van de Vlaamse telersverenigingen wordt eveneens werk gemaakt van een gemeenschappelijk label voor het geïntegreerd geteeld fruit. Zodra de producten onder dit label op de markt komen, wordt een meer systematische promotionele aanpak vanuit VLAM mogelijk.