schriftelijke vraag

nr. 51

van **stefaan sintobin**

datum: 27 oktober 2023

aan **jo brouns**

vlaams minister van economie, innovatie, werk, sociale economie en landbouw

Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) - Verplichte bijdrage aan promotiefondsen

Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing vzw is een extern verzelfstandigd agentschap (EVA) van het beleidsdomein Landbouw en Visserij van de Vlaamse overheid. VLAM voert promotie voor de producten en diensten van de sectoren landbouw, tuinbouw, visserij en agrovoeding. VLAM ontvangt zijn inkomsten van de Vlaamse overheid, maar ook van agrarische producenten en marktdeelnemers.

Zo zijn er elf sectorgroepen met vertegenwoordigers uit de verschillende sectorgeledingen, die ‘zorgen voor een vlotte samenwerking met de diverse landbouwsectoren’. Die sectorgroepen beslissen over de bijdragesystemen en bepalen in overleg met VLAM de strategie en doelstellingen, die dan uitmonden in concrete promotieactiviteiten. Overkoepelend is er het Bestuursorgaan waarin, naast de afgevaardigden van de sectorgroepen, de vertegenwoordigers van de representatieve beroepsorganisaties uit de land- en tuinbouw, handel en distributie zetelen.

De sectorgroepen hebben bevoegdheid over alle promotie-aangelegenheden die betrekking hebben op hun sector. Zij kunnen onder meer voorstellen een verplichte bijdrage in te voeren per product of per groep van producten en bepalen hoe het promotiebudget ingezet wordt. Zo moeten bijvoorbeeld alle personen die een frituur hebben en die in Vlaanderen gevestigd zijn een jaarlijkse verplichte bijdrage betalen van 68 euro per vestiging aan het promotiefonds ‘friet’. Voor de referentieperiode 2023 werd dat na indexatie al opgetrokken tot 76 euro.

In het verleden kwamen over die verplichte bijdragen al meermaals klachten. Zo staat ook in het jaarverslag van de Vlaamse Ombudsdienst het voorbeeld van een kleinschalig werkende tuinaannemer die aangaf dat ze op zichzelf al goed genoeg haar doelgroep bereikte, en de algemene promotie van VLAM via het promotiefonds ‘niet-eetbare tuinbouwproducten’ voor haar helemaal geen meerwaarde had.

1. Hoe staat de minister tegenover de verplichte bijdragen van onze landbouwers, tuinbouwers, vissers en andere ondernemers aan VLAM? Vindt de minister het niet cynisch dat die hardwerkende Vlamingen verplicht moeten betalen voor reclame die ze zelf niet eens op die manier willen en/of nodig hebben? Acht de minister het niet opportuun om onze ondernemers zelf vrijheid te geven om al dan niet een bijdrage te leveren aan bepaalde promotiefondsen, en hen met de Vlaamse diensten dus te steunen in plaats van extra te belasten? Zo ja, welke maatregelen/initiatieven zal de minister daartoe nemen?
2. Welke bedragen zijn sinds 2019 jaarlijks al verworven door VLAM via het innen van verplichte bijdragen aan de promotiefondsen? Graag een overzicht van het totale bedrag per jaar, alsook een indeling per promotiefonds. Welke reclames werden per sectorgroep exact met die bijdragen betaald? Hoe verhouden die cijfers zich tegenover de jaarlijkse werkingsmiddelen die VLAM van de Vlaamse Regering ontvangt? Hoe evalueert de minister die cijfers?