

Instituut Brood & Gezondheid VZW

Institut Pain & Santé ASBL

Plan ter bevordering van een objectieve kennis over brood en relatie met gezondheid



AGENDA

- Spelers
- Aanleiding van het project
- De aanpak
- Wat doen we?



SPELERS

Instituut Brood & Gezondheid VZW

Oprichters: KVBM, FGGB, UNIFA, Prof. Jan Delcour

Algemene Vergadering

Uitbreiding door stakeholder: gesprekken

Raad van Bestuur

Prof Jan Delcour : voorzitter

Prof Yvan Larondelle

Julie Van der Hooft

Technische Comités

→Technische experts en academici

-Nutrition (technisch)

-Juridisch (claims, wetgeving,...)

-Communicatie

-Marketing

Ondersteuning

Secretariaat (Kathou Wagemans)

NBC – Nederlands Brood Centrum

Karrott



De aanpak

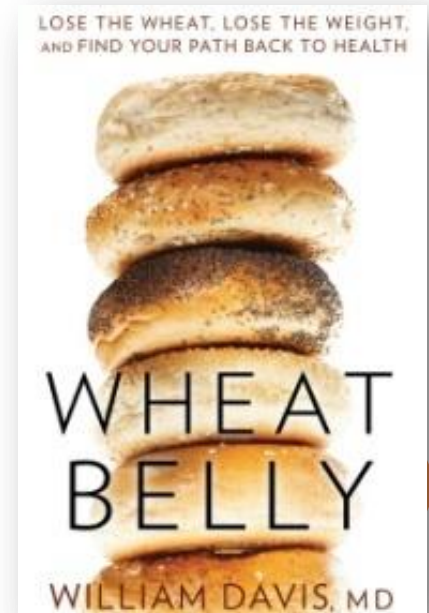


WAAROM DE VZW?

Situation du pain en Belgique

- De consument :
 - Kritisch
 - Let op zijn dieet
 - Kent de voordelen van brood niet
- De Media :
 - Negatieve signalen
- Produkten :
 - Er is meer keuze

De consument is verloren...



ONZE MISSIE

“Het versterken van het imago van brood door brood te positioneren als lekker, veelzijdig en onderdeel van een gezond en gebalanceerd voedingspatroon.”



DOELGROEP?

1. Consumenten

2. Professionals

- Artsen, diëtisten, specialisten, gezondheidscoaches
- Food bloggers, food journalisten, sportcoaches,



HOE PAKKEN WE DAT AAN?

Door nog beter te luisteren naar de consument en in te spelen op hun (kennis) behoefte. (vb. is Spelt beter dan Tarwe?, ...)



Door vooral anderen te laten vertellen hoe lekker, veelzijdig en **gezond brood kan zijn**.



Wetenschappelijke studies

Academisch onderzoek

Hoge gezondheidsraad

Overheid (gezondheidsdriehoek,..)



Ook negatieve zaken vertellen (gluten,..)

Door inzet van nieuwe media.



HET PLAN

‘Bread’ Ambassadorship

*Het laden van het ‘merk’ brood met
**OBJECTIEVE, WETENSCHAPPELIJK
GEVALIDEERDE** informatie via eigen, maar
juist ook via externe kanalen.*



Wat doen we?



1. ONDERZOEKSRESULTATEN (CONSUMENTEN)

Speerpunten uit de eerste focusgroepen (consumenten)

- Brood minder geassocieerd met genot en verwennerij
Het gevaar is dat brood als 'saai en gewoon' gezien gaat worden
- Brood heeft beleg 'NODIG' – kan brood ongezond doen lijken
“Brood is alleen maar een onderlegger” – het beleg wordt belangrijker
Beleg is vaak ook ongezond (dikmakers, veel suiker en zout, etc)
- Brood wordt nog als gezond gezien, maar **men twijfelt**
Veel waardevolle voedingsstoffen, maar er wordt steeds meer getwijfeld
De kennis bij de consument ontbreekt
Ook kennis over processen, de herkomst van ingrediënten en additieven



1. ONDERZOEKSRÉSULTATEN (CONSUMENTEN)

Verwachting consumenten

- Algemene website over brood wordt aangemoedigd door consumenten
- Geen commerciële inslag, geen marketing
- Duidelijke & objectieve informatie over gezondheidsaspecten
- Maar ook plaats voor aantrekkelijke beelden, recepten



2. EEN ONAFHANKELIJK AFZENDER

Vertrouwen wekken

- VZW
- Open en eerlijk
- Geen marketing website

Communiceren uit 1 naam:

broodengezondheid.be / painetsante.be



3. WEBSITE

Hét communicatieplatform over brood van België

- Zowel voor consumenten als voor professionals
- Inhoudelijk belangrijkste website over brood in België
- Informeren over de relatie tussen brood en gezondheid
- Informeren over smaak en veelzijdigheid van brood



4. STAKEHOLDERS NETWERK

Wie?

Dokters, wetenschappers, wetenschapsinstellingen, overheid, diëtisten, food professionals, sportcoaches, journalisten, food bloggers, etc.

Wat willen we bereiken?

- Uniforme, correcte en objectieve boodschap over brood
- Geïnformeerde stakeholders kunnen communiceren via eigen middelen



5. HOUDINGSGERICHTE EVENEMENTEN/CAMPAGNES

Studiedagen

Aantrekkelijker sprekers uit wetenschap, consumentenorganisaties, overheid, organisaties,...

Deelname aan Gezondheidsbeurzen

Vb Voedings & Gezondheid Congres voor professionals

- Kan zowel voor consumenten als professionals



Vragen?

