

Zeven kansen om Belgen vaker voor volkoren te laten kiezen



Brood, goed verhaal.

MET GRAAN UIT EUROPA

Volkoren is de held van het brood-schap maar wordt in België nog te weinig gegeten. En dat terwijl volkoren als sterk product het potentieel heeft om zowel de verkoop van brood te stimuleren als de gezondheid van de Belgen een boost te geven.

1. Meer volkoren aanbod

Het aanbod volkoren in het schap is te beperkt. Wil een consument volkoren dan moet hij of zij echt zoeken. Vaak is het al uitverkocht. Verhoog daarom het aandeel volkoren producten in het schap. Met meer volkoren broden wordt het makkelijker om daarvoor te kiezen. Dit vereist echter wel extra inzet en innovatie vanuit de sector om de smaakbeleving van deze soorten brood (groot en klein brood) op peil te houden.

2. Volkoren prominenter zichtbaar

Vergroot de zichtbaarheid van volkoren op het schap of de verpakking. Momenteel is het voor consumenten niet duidelijk of ze wel degelijk een volkorenbrood kopen. Het is een mogelijkheid om een eenduidig en opvallend volkoren logo te ontwikkelen dat op het schap of verpakking kan worden aangebracht. Eventueel ook een ouwel.

3. Kennis over volkoren vergroten

Verder bouwen aan de eigenheid van volkoren door het kennisniveau te vergroten. De consument is algemeen positief over brood, maar is niet genoeg bekend met de voordelen van volkoren. De gezondheidsrichtlijnen over de consumptie van volkoren worden verreweg niet gehaald. Consumenten én bakkers weten te weinig over volkoren. Het kennisniveau over volkoren is te beperkt en kennis is juist belangrijk.

4. Eén volkoren verhaal

Maak alle volkorenbroden 100% volkoren, zoals de wet het voorschrijft. Laten we de twijfel hierover wegnemen door consequent te zijn. Een eenduidige aanpak en één collectief verhaal over volkoren brood is van belang, om de consument duidelijkheid en zekerheid te geven. En het moet duidelijk zijn dat volkoren de gezondste keuze in het brood-schap is.

5. Nudging, aanbod en prijs

Om de keuze voor volkoren meer intuïtief te maken is onderzoek nodig naar de toepassing van nudgingtechnieken en daarmee de optimalisatie van het brood-schap. Denk aan product 'placing', schapaandeel, schapkaarten en aanbiedingen die van volkoren brood dé evidente keuze maken.

6. Meer volkoren in de receptuur

Door een klein percentage volkorenmeel toe te voegen aan producten waar het nu nog niet in zit, zoals wit brood, wennen consumenten langzaam aan de smaak. Door als sector hier richtlijnen voor af te spreken, blijft het speelveld gelijk voor alle bakkers.

7. Concreet handelingsperspectief

Voor volwassenen geldt het advies om minimaal 125 gram volkorenproducten per dag te eten. Het is onvoldoende bekend noch eenvoudig genoeg om die hoeveelheid naar het bord te vertalen en er een goede eetgewoonte van te maken. Een heldere, haalbare norm of richtlijn is wenselijk. Om deze vervolgens consequent te communiceren.



Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs de ideeën of meningen van de Europese Unie of het Europees Uitvoerend Agentschap onderzoek (REA) weer. Noch de Europese Unie, noch de steunverlenende autoriteit kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.



MEDEGEFINANCIERD
DOOR DE EUROPESE UNIE

DE EUROPESE UNIE STEUNT CAMPAGNES
VOOR DE PROMOTIE VAN
HOOGWAARDIGE LANDBOUWPRODUCTEN

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

