

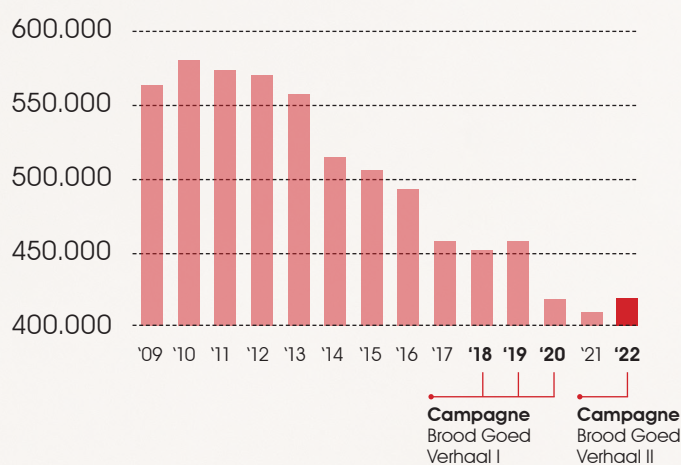
Impact Report 2022



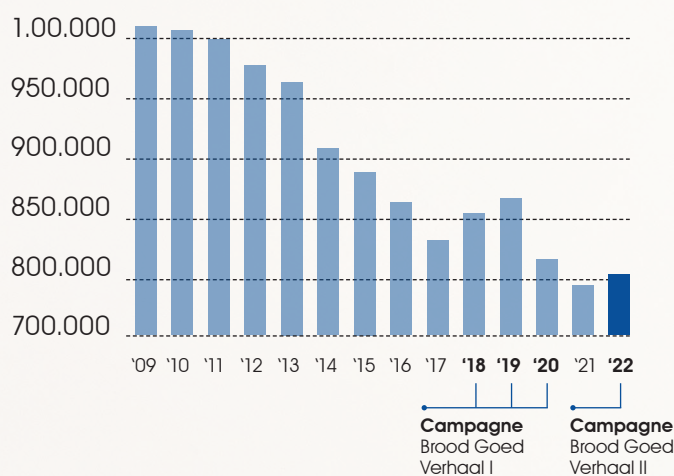
Brood, goed verhaal. MET GRAAN UIT EUROPA



BROODVOLUME BELGIË (x 1000 KG)



BROODVOLUME NL (x 1000 KG)





Het broodvolume (in-home + out-of-home) zit in de lift na twee Corona jaren. Toch groeit het volume minder hard dan beoogd mede door de huidige economische situatie.


Volkoren aandeel

voor campagne

na eerste jaar campagne

Nederland **52%**  **57%**

Wallonië **31%**  **31%**

Vlaanderen **31%**  **31%**

51% van de Nederlanders

58% van de Vlamingen

67% van de Walen

heeft nieuwe informatie over brood verkregen.

Dat wist ik nog niet

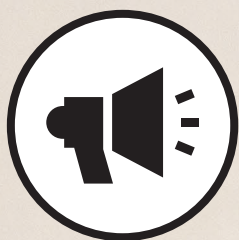


Kennis van consumenten vergroot voor:

- Brood bevat eiwit
53%  / **55%**  / **52%** 
- Volkorenbrood is gemaakt van de hele graankorrel
29%  / **35%**  / **26%** 
- Volkorenbrood bevat veel voedingsstoffen
35%  / **38%**  / **35%** 
- Het is niet waar dat brood ongezond is
27%  / **27%**  / **23%** 

Impact Report 2022

De tweejarige campagne Brood goed verhaal is gestart in 2022 met de Week van het Brood en was in de tweede helft 2022 volop te zien via televisie, social media, online video en print. De campagne sluit aan op de behoefte van mensen naar informatie over voeding en gezondheid. Brood heeft niet altijd het imago van een gezond en duurzaam product. Aan de hand van verschillende broodverhalen vertelt de campagne dat brood een onderdeel is van een gezonde en bewuste leefwijze, met volkoren als lichtend voorbeeld van al het goede van brood. De campagne wordt aangevuld met pr, communicatie voor voeding professionals en evenementen als 'Blik op'-kennissessies en de Week van het Brood.



>4.5 MILJOEN
mensen bereikt met
persberichten en artikelen



33.7 MILJOEN impressies
op social media en **22.4 MILJOEN**
impressies van online video's.



3 FOCUSGROEPEN

georganiseerd met thema's
de toekomst en volkoren

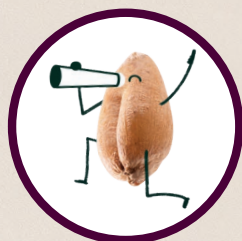


De boekenplank gevuld met
9 VERHALEN over brood.
>600.000 bereikt met
broodverhalen via de website

105.000
professionals bereikt
met wetenschappelijke
advertorials en nieuwsbrieven



Blik op Volkoren
7 KANSEN
voor volkoren



460.000
kinderen bereikt via de
schoolprogramma's

Week van het Brood 2022

5123 promopakketten met o.a. poster
en vloersticker verstuurd naar bakkerijen
(1323 NL + 3800 BE)

438.500 consumenten win-actie flyers
verstuurd aan bakkerijen

Consumenten bereik:
625.000 in winkel
80.273 via social media
642.248 via Google



broodgoedverhaal.nl • broodgroedverhaal.be • lepainunebellehistoire.be • Voor meer informatie: NBC

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

