



Bread from Europe - A Great Story

Jaarplanning 2020

Campagne 'Brood - Goed verhaal' geeft consumenten hun liefde voor brood terug.

Wageningen, 23 maart 2020 - Al eeuwenlang heeft brood een prominente plek in onze eetcultuur. Toch verschenen er de afgelopen jaren veel negatieve en tegenstellende verhalen over brood. Mede hierdoor is er bij een deel van de consument een verkeerd beeld ontstaan. Vandaar dat de bakkerijbranche in 2018, in samenwerking met de Europese Unie, de campagne 'Brood. Goed verhaal.' is gestart. Eind van dit jaar loopt de campagne af, maar succes is al behaald: brood zit namelijk in de lift! In 2019 is, voor het eerst sinds 10 jaar, een groei van het broodvolume van 1,5% gemeten – een mooie waardering voor de campagne!

Ode aan brood

Ook in het laatste jaar van de campagne brengen we tal van odes aan brood. De TV en radiocommercials zetten we opnieuw in, en (nieuwe) odes en kookvideo's worden online verspreid. Daarnaast vinden er door heel Nederland 'tastings' plaats waar consumenten de smaak en het verhaal van brood kunnen beleven en delen we handige rozijnenbolletjes uit op treinstations en bij grote landelijke evenementen als de Nijmeegse Vierdaagse (sampling). Ook in het laatste jaar van de campagne vertellen we het goede verhaal van brood dus groots!

De activiteitenplanning van 2020

1. **Televisie en radio commercial:** in 2020 is de TV commercial 180 keer te zien op de NPO. De TV-spotlengte is 30 seconden en de spots zijn gedurende week 13 en week 35 te zien tussen 18:00 en 24:00 uur. In de drie aansluitende weken volgt de radio commercial van 20 seconden. De radio commercial is 642 keer te horen tussen 06:00 en 14:00 uur. De commercials en het uitzendschema zijn te zien op de speciale downloadpagina (www.brood.net/EUdownloads) Gedurende de 4 weken dat de commercial op TV en radio te horen zijn, wordt deze ook online uitgezonden op RTL XL, NPO (uitzending gemist) en YouTube.
2. **Online:** de campagneboodschap wordt uitgedragen via de campagnewebsite www.broodgoedverhaal.nl. Daarnaast zal de website www.brood.net, welke informatie en recepten over brood bevat, ook worden ingezet.
3. **Social Media:** de online kanalen Facebook, Instagram en Pinterest verspreiden het hele jaar door de campagne boodschap. Diverse soorten 'posts', artikelen en ook de online video's (punt 4) zijn op deze kanalen te zien.

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige verantwoordelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) aanvaarden geen aansprakelijkheid voor het gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie die het campagnemateriaal bevat.



4. **Online video's:** in totaal zijn er 13 online video's te zien in Nederland, zowel odes aan volkoren, de wereld, poep en het ontbijt als kookvideo's waarin inspirerende recepten worden getoond. Via grote social campagnes weten we doelgericht enorm veel mensen te bereiken. De online video's zijn te zien op de speciale downloadpagina.
5. **Tastings:** in het voorjaar en najaar van 2020 vinden er 632 'tastings' plaats in supermarkten, waar een broodspies en informatieve boekjes worden uitgedeeld. De materialen die worden gebruikt tijdens de 'tastings' als posters (A1/A3) en de boekjes voor kinderen en volwassenen (A5) zijn te vinden op de speciale downloadpagina.
6. **Samplings:** in het begin van de zomer delen we handige rozijnenbolletjes uit op diverse grote treinstations en tijdens de Nijmeegse Vierdaagse (week 30). Later in het jaar (week 45) vindt er een speciale broodactie plaats tijdens het Nationaal Schoolontbijt. De flyers die tijdens het 'samplen' worden uitgedeeld zijn te vinden op de speciale downloadpagina.
7. **Foodprofessionals:** gedurende het jaar organiseren we 4 focusgroepen waar zowel Nederlandse als Belgische experts op het gebied van voeding (zoals bakkers, wetenschappers en diëtisten) aanschuiven om te praten over verschillende brood gerelateerde thema's. Inspirerende en informatieve artikelen zullen hierover worden gepubliceerd in onder andere Voeding Nu.
8. **PR activatie:** we houden zowel de landelijke pers als de vakpers op verschillende momenten in het jaar op de hoogte worden van alle activiteiten die worden verricht.
9. **E-book:** na de zomer publiceren we een e-book voor kinderen, welke ouders kunnen downloaden via de websites en social media kanalen. Het e-book – bestaande uit leuke recepten en weetjes – leert kinderen spelenderwijs hoe lekker en gezond brood is wat je er allemaal mee kan doen.

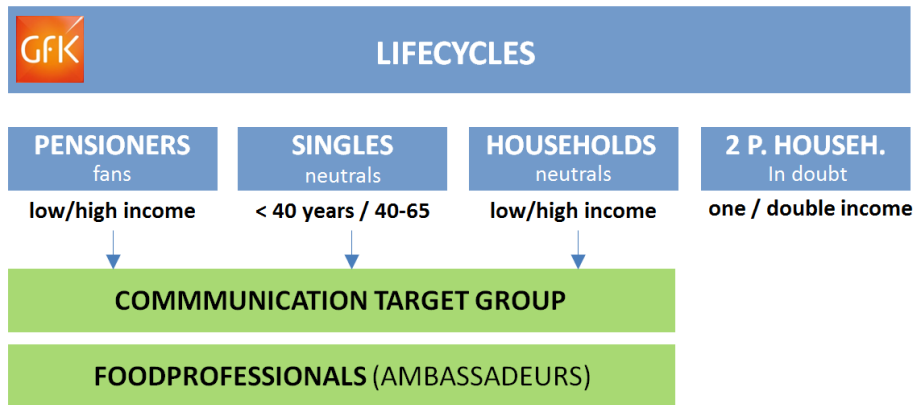
Brood uit Europa – een goed verhaal

De campagne gaat uit van de kracht van brood, benadrukt de rijke Europese broodcultuur en is erop gericht de consument te verleiden tot het eten van (meer) brood. Dit gebeurt door de nadruk te leggen op vijf belangrijke waarden:

1. Brood is smaakvol en lekker
2. Brood is voedzaam
3. Brood is veelzijdig
4. Brood is makkelijk en kan je de hele dag eten
5. Brood is onderdeel van onze Europese cultuur

Om de campagneboodschap 'Brood – Goed Verhaal' bij een zo groot mogelijke groep consumenten onder de aandacht te brengen is gekozen voor een brede communicatie doelgroep gebaseerd op de GfK Lifecycles. De focus van de campagne ligt vooral bij singels en huishoudens met kinderen (de 'neutrals'), omdat in deze groep de meeste winst te behalen is. Uiteraard krijgen ook de 'fans' en 'in doubt' de campagneboodschap mee via alle de off- en online activiteiten. Daarnaast richt de campagne zich ook op foodprofessionals, welke een belangrijke rol spelen in het juist overbrengen van het goede verhaal van brood.

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige verantwoordelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) aanvaarden geen aansprakelijkheid voor het gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie die het campagnemateriaal bevat.



De campagne loopt gelijktijdig ook in België. Alle materialen (met uitzondering van de televisiecommercial) zijn ook beschikbaar in het Vlaams en in het Waals. Deze zijn te downloaden op de websites www.broodengezondheid.be/eudownloads en www.painetsainte.be/eudownloads.

Media en activiteiten

De campagne heeft een brede basis van off- en online media aangevuld met diverse activiteiten in het land. Deze media en activiteiten worden ingezet op basis van een mediastrategie waarbij de nadruk in de loop van de campagne verschuift van bewustwording naar activatie.

Gebruik materialen campagne

De materialen die tijdens de campagne worden gebruikt en als zodanig zijn aangegeven bij de onderbouwing van de media/activiteiten zijn gratis te downloaden vanaf de speciale downloadpagina op www.brood.net/EUdownloads. Aan het gebruik van de materialen zitten echter wel enkele restricties.

- Alleen materialen die staan weergegeven op de speciale downloadpagina mogen worden gebruikt of ingezet, mits volledig overgenomen. De materialen mogen niet worden aangepast en er mogen bij gebruik geen delen worden weggelaten.
- De EU signing is onlosmakelijk onderdeel van de materialen en mag niet worden verwijderd en/of aangepast.
- kosten voor de inzet van de materialen zijn niet te verhalen op het Nederlands Bakkerij centrum of op de Europese Commissie.
- de materialen mogen uitsluitend worden gebruikt voor de promotie van brood en mogen geen directe link hebben met merkproducten.
- indien mogelijk ontvangt het Nederlands Bakkerij Centrum na plaatsing van het materiaal het aantal personen wat de betreffende uiting heeft gezien of gehoord.
- bij twijfel van de inzet van de materialen dient altijd voorafgaand contact opgenomen te worden met het Nederlands Bakkerij Centrum, Jenneke van Elderen (j.van.elderen@nbc.nl). Het Nederlands Bakkerij Centrum behoudt het recht om de inzet van de materialen per direct te stoppen

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige verantwoordelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) aanvaarden geen aansprakelijkheid voor het gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie die het campagnemateriaal bevat.



CAMPAGNE GEFINANCIERD
MET STEUN VAN
DE EUROPESE UNIE

DE EUROPESE UNIE STEUNT CAMPAGNES
VOOR DE PROMOTIE VAN
HOOGWAARDIGE LANDBOUWPRODUCTEN.



Mocht u naar aanleiding van deze jaarplanning vragen en/of opmerkingen hebben, dan kunt u contact opnemen met de projectcoördinator van het Nederlands Bakkerij Centrum, Frank Janssen (f.janssen@nbc.nl).

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige verantwoordelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) aanvaarden geen aansprakelijkheid voor het gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie die het campagnemateriaal bevat.