



Bread from Europe - A Great Story

Persbericht

Aftrap omvangrijke campagne 'Brood. Goed verhaal.'

Ode aan brood laat consument brood weer beleven

Wageningen, 26 maart 2018 - Al eeuwenlang heeft brood een prominente plek in onze Westerse eetcultuur. In ons land wordt er jaarlijks een flinke hoeveelheid brood geconsumeerd. 'Brood. Goed verhaal.' is een meerjarenprogramma, dat brood tot de verbeelding laat spreken. Bovendien vertelt de campagne het eerlijke verhaal over brood aan consumenten.

David de Bruijn, communicatiemanager bij het Nederlands Bakkerij Centrum: "*De bakkerijbranche lanceert daarom op 26 maart de landelijke campagne 'Brood. Goed verhaal.'* De campagne zal drie jaar duren. Het is een ode aan brood, een ode die vertelt over de rijkdom van brood. Niet gek als je de broodconsumptie in ons land bekijkt. Dagelijks eten we gemiddeld vier boterhammen per persoon. Brood verdient die extra aandacht!"

Ode aan brood

De campagne wordt afgetrapt met een televisiecommercial die een ode brengt aan brood. Ook heeft een aantal bekende Nederlanders een eigen ode geschreven. In een serie online video's geven Nico Dijkshoorn, Sef, Bart Chabot en Jack Poels op eigen wijze een lofdicht aan ons dagelijks brood. Op 300 plekken in Nederland worden tastings georganiseerd waar consumenten de smaak en het verhaal van brood kunnen beleven. De odes en de locaties van de tastings zijn te vinden op www.broodgoedverhaal.nl.

4 sneetjes brood

Op dit moment eten we in Nederland zo'n 4 sneetjes per dag. Dit omvat al het brood dat zowel thuis als buitenshuis gegeten wordt. De volkorenboterham is met 38% de meest gegeten broodsoort. Een interessante kentering, want twee jaar geleden was de gewone bruine boterham nog het populairst. Dat bruinbrood nu ingehaald is door volkoren heeft vooral te maken met het sterkere gezondheidsbewustzijn in Nederland.

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige aansprakelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) zijn niet aansprakelijk voor het eventuele gebruik van de vermelde informatie."



Lekker, veelzijdig, makkelijk en voedzaam

Dat brood al zo lang onderdeel uitmaakt van onze eetcultuur komt mede omdat Nederlanders verzot zijn op de geur en smaak van brood. Tegelijk is brood ook een veelzijdig en makkelijk product vanwege de vele soorten en momenten waarop het gegeten kan worden. Daarbij bevat brood belangrijke voedingsstoffen en bouwstoffen die we in het dagelijkse leven nodig hebben.

Brood uit Europa

Geen continent biedt zo'n grote keur aan broodsoorten als in Europa. Vele Europese broodsoorten zoals croissants, baguettes en kaiserbrötchen zijn stevig geïntegreerd in onze eetcultuur. Toch verschenen er de afgelopen jaren nogal eens negatieve en tegenstrijdige verhalen over dit mooie product. De campagne, mede gefinancierd met steun van de Europese Unie, vertelt een eerlijk verhaal over brood via een mix aan media-inspanningen en activiteiten in het land.

Betrouwbare informatie

Alle informatie over brood en gezondheid binnen de campagne is afkomstig uit wetenschappelijke bronnen en voldoet aan de richtlijnen van de Gezondheidsraad en het Voedingscentrum. Op deze manier voldoet de bakkerijsector aan de groeiende vraag van de consument naar betrouwbare informatie rondom voeding en gezondheid.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

De campagne is een initiatief van de Nederlandse en Belgische bakkerijsector. Namens Nederland participeren hierin de volgende partijen: de Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij (NVB), de Nederlandse Brood- en banketbakkers Ondernemersvereniging (NBOV) en de Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Bakkerijgrondstoffen (NEBAFA). Namens België participeren de Federatie voor grote bakkerijbedrijven (FBGG), de vereniging van Belgische fabrikanten en importeurs van grondstoffen voor bakkerij, patisserie, chocolatiers en ijsbereiders (UNIFA), de Koninklijke Vereniging der Belgische Maalders (KVBM), Instituut Brood & Gezondheid VZW en Bakkers Vlaanderen. Het Nederlands Bakkerij Centrum en Instituut Brood & Gezondheid (IB&G) hebben namens deze partijen het campagneplan ingediend bij de Europese Unie. Beide partijen zullen de komende drie jaar het project begeleiden.

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u terecht bij David de Bruijn, communicatiemanager bij NBC via 0317 47 12 12 of via d.de.bruijn@nbc.nl.

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige aansprakelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) zijn niet aansprakelijk voor het eventuele gebruik van de vermelde informatie."