



# Brood, goed verhaal.

Met graan uit Europa.

## Imagocampagne toont de gezonde waarde van brood

*Vervolg "Brood, goed verhaal" ontkracht mythes en deelt inhoudelijke broodverhalen*

### **PERSBERICHT – juni 2022.**

Het imago van brood is onvoldoende meegegaan met zijn tijd, terwijl het juist heel goed past in een moderne, gezonde levensstijl. Vanaf september is daarom de nieuwe imagocampagne "*Brood, goed verhaal, met graan uit Europa*" overal te zien. De campagne wordt in Nederland en België uitgerold en wordt in beide landen ondersteund vanuit de gehele bakkerijsector. Het is een vervolgcampagne met enkele andere accenten, waaronder de promotie van volkoren. Door op een attractieve verhalende manier te vertellen over de voedzame elementen van brood, sluiten de broodverhalen direct aan op de behoefte aan informatie over voeding en gezondheid. Na de zomer is deze campagne volop te zien: via televisie, social media, online video en print.



*Beeld: De broodplank, waarop de verhalen uit de campagne gestoeld zijn.*

### **Brood krijgt de aandacht die het verdient**

Brood heeft anno 2022 niet altijd het imago van een gezond en duurzaam product en sluit nog niet genoeg aan op een lifestyle trend. Nog steeds denken veel mensen ten onrechte bijvoorbeeld dat koolhydraten (uit brood) slecht zijn of dat brood een dikmaker is. En dit terwijl brood heel voedzaam is, barst van de eiwitten, plantaardig is, dichtbij geproduceerd en past bij ieder eetmoment. Velen weten vandaag de dag heel wat over voeding en waar het vandaan komt en zijn

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige verantwoordelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Europees Uitvoerend Agentschap onderzoek (REA) aanvaarden geen aansprakelijkheid voor het gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie die het campagnemateriaal bevat.



bewust bezig met gezondheid. De campagne speelt daarop in door te vertellen over de goede eigenschappen van brood als gezond, vers en veelzijdig product en te laten zien dat brood uitermate goed past in een gezonde levensstijl.

### **Van onzinverhaal tot sterk verhaal**

Aan de hand van verschillende broodverhalen enthousiasmeert de campagne mensen over brood als onderdeel van een gezonde en bewuste leefwijze. Volkoren is de "hero" van de campagne, als lichtend voorbeeld van al het goede van brood. De campagne wordt aangevuld met PR, communicatie voor voedingsprofessionals en evenementen. Zo vinden er panelgesprekken plaats, alsook een 'Week van het Brood' resp. later dit jaar en in 2023.

Kathou Wagemans, projectcoördinator vanuit het Instituut Brood & Gezondheid vzw: *"De inhoudelijke en toch luchtige broodverhalen die we vertellen in de campagne passen heel goed bij waar mensen behoefte aan hebben. Zo verduidelijkt het 'Onzinverhaal' bijvoorbeeld aan broodtwijfelaars de feiten op het gebied van voedingswaarde en het 'Sterke verhaal' hoe brood met onder meer zijn eiwitten eveneens past in een sportieve leefstijl, of je nu bodybuilder bent of een uurtje jogt."*



De campagne komt tot stand door de samenwerking van de sectorfederaties uit Nederland en België, namelijk NVB, SAB, NEBAFA, FGBB, KVBM-ARMB, UNIFA, Bakkers Vlaanderen, FFrBoulPat en Instituut Brood & Gezondheid vzw. Het Nederlandse NBC coördineert de gehele campagne.

Bekijk de eerste broodverhalen op [www.broodgoedverhaal.be](http://www.broodgoedverhaal.be)

---

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u terecht bij

Voor Nederland: Jenneke van Elderen [j.van.elderen@nbc.nl](mailto:j.van.elderen@nbc.nl) / +31 6 20 498 180.

Voor België: Kathou Wagemans [kw@fevia.be](mailto:kw@fevia.be) / +32 475 26 86 87