

# de mooiste boodschap is **bio** uit Europa

Antwerpen, 12 mei 2022

## Nieuwe campagne stimuleert om vaker biologisch te kopen: 'De mooiste boodschap is bio'

**Vanaf 23 september (EU Organic Day) trapt Bioforum een gloednieuwe promotiecampagne af. De campagne zal grotendeels doorgaan op de winkelvloer en via webshops, waar we consumenten via subtiele aanpassingen stimuleren om vaker biologisch te kopen.**

De Europese commissie heeft de ambitie van een biologisch areaal van 25% in 2030. Een enorme uitdaging in Vlaanderen, waar slechts 1,4% van het landbouwoppervlak biologisch bewerkt wordt. BioForum benadrukt het belang van evenwichtige groei van zowel vraag- als aanbodzijde. De campagne is daarom gericht op het stimuleren van de vraagzijde, zodat biologische boeren zekerder zijn van afzet in Vlaanderen.

De driejarige campagne, die gefinancierd wordt door de Europese commissie, wordt in vier landen tegelijkertijd uitgerold: Zweden, Finland, België en Nederland. Ze heeft als doel groei van het biologische marktaandeel en daardoor onrechtstreeks van het biologisch landbouwareaal. BioForum, de ketenorganisatie voor biologische landbouw en voeding, is initiatiefnemer van de campagne in Vlaanderen.

Veel burgers hebben wel de intentie om vaker biologisch te kopen, maar in de winkel letten ze toch vooral op de prijs. Supermarkten zijn van groot belang voor de verkoop van biologische producten. Het afgelopen jaar waren de supermarkten in België goed voor 59% van de totale biologische omzet (GfK Belgium).

### **De mooiste boodschap is bio**

De winkelacties worden versterkt door een bewustwordingscampagne. De campagne kreeg de passende slogan 'De mooiste boodschap is bio. Hoe dichterbij de winkelvloer komen, hoe sterker de associatie met 'boodschappen doen'. Hoe verder weg, hoe meer we de nadruk leggen op de maatschappelijke boodschap. Door bio te kopen lever je daadwerkelijk een bijdrage aan een meer duurzame wereld.

Rondom het aankoopmoment tonen we dat het niet 100% bio (of niet) hoeft te zijn, maar dat ook kleine stapjes het verschil maken. De ene keer kies je voor een biologische in plaats van een gewone courgette, de andere keer kies je ervoor om al je zuivel bio te kopen. Hoe verder van het aankoopmoment, hoe meer informatie we over bio geven.



#### **Cofinanciering gezocht**

De Europese commissie draagt 936.000 euro bij voor deze promotiecampagne in Vlaanderen (voor 3 jaar), de sector moet 20 % van de kosten zelf financieren. BioForum draagt daarvan de helft bij uit de eigen middelen, maar voor ongeveer 30.000 euro per jaar zoeken we nog sponsors.

We mikken jaarlijks op één à twee categoriegerichte nudges in supermarkten voor producten waarvan weten dat het aanbod vooral lokaal is: groenten, pitfruit, aardappelen, zuivel en eieren. Daar kan op termijn eventueel nog een categorie 'plant based' met 'vegetarische bioproducten' bijkomen. Er lopen diverse gesprekken met retailers en producenten over deze categoriegerichte nudges, maar we hopen met nog meer partijen in gesprek te komen!

Het project is een mooie aanvulling op de nieuwe VLAM promotiecampagne 'Bio, dat is sowieso goed gekozen', die volledig zal verlopen via online kanalen, doordat de klemtoon ligt op nudging actie in de winkels. Deze campagne is mogelijk dankzij Europese cofinanciering.

Je vindt meer over deze campagne op [www.bioforum.be/nudging-organic](http://www.bioforum.be/nudging-organic)