



De mooiste boodschap is bio

Promotiecampagne om de vraag naar bio bij consumenten te stimuleren



Campagne gefinancierd met steun van de Europese Unie





- **Over de campagne** p3
 - 'De mooiste boodschap is bio' is... p4
- **Campagneopzet** p5
 - Campagneflow p5
 - Communicatiemix p6
- **Campagnepieken – resultaten** p7
 - Campagnejaar 1 p8
 - Campagnejaar 2 p13

Dit document is een overzicht van de resultaten van de campagne 'De mooiste boodschap is bio'. Hoe de campagne wordt aangepakt en hoeveel mensen er worden bereikt kan hier worden geraadpleegd.



Publiekscampagne

Op 23 september (EU Organic Day) trapt BioForum de publiekscampagne 'De mooiste boodschap is bio' af. De campagne bestaat uit 2 delen: een **promotiecampagne** en een **nudgingcampagne**.

Met de promotiecampagne willen we het **bewustzijn vergroten** over de voordelen van biologisch voedsel en **het vertrouwen van consumenten in het Europese biolabel verbeteren**. Daarnaast organiseren we nudgingacties in supermarkten om te zien met welke ingrepen in de winkel we de klanten kunnen **overtuigen om bioproducten 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 landbouwooppervlak biologisch bewerkt wordt. BioForum benadrukt het belang van evenwichtige groei van zowel vraag- als aanbodzijde.

De driejarige campagne, die gefinancierd wordt door de Europese commissie, wordt in vier landen tegelijkertijd uitgerold: Zweden, Finland, Nederland en Vlaanderen. BioForum, de ketenorganisatie voor biologische landbouw en voeding, is initiatiefnemer van de campagne in Vlaanderen.

De voornaamste focus van deze campagne is het aanmoedigen van het aankoopgedrag van biologische producten, met als **doel om de kloof tussen intentie en actief koopgedrag te overbruggen**.

Het doel is om consumenten te motiveren en te inspireren om bewust te kiezen voor biologische producten tijdens het winkelen.

'De mooiste boodschap is bio' is...

1) Een promotiecampagne

Doel?

Bij consumenten het bewustzijn vergroten over de voordelen van biologisch voedsel en het vertrouwen in het Europese biolabel verbeteren.

Hoe?

Op onze websites biomijnatuur.be en demooisteboodschapisbio.be leggen we op een duidelijke en begrijpelijke manier uit waarom bio de mooiste boodschap is voor de planeet en de toekomst. Daarnaast zijn we actief op sociale media als Instagram en Facebook, voeren we advertentiecampagnes op sociale media, sturen we persberichten uit en mailings naar consumenten. Zo geven we de biosector de weerklink die ze verdient.

Wist je dat...

deze campagne onder dezelfde slogan ook in Nederland wordt uitgerold? Dit zorgt voor extra veel aandacht en draagvlak!

2) Een nudging campagne

Doel?

Onderzoeken hoe je consumenten kan verleiden om meer bioproducten te kopen op de winkelvloer en zo het aankoopgedrag van biologische producten stimuleren.

Hoe?

Met kleine ingrepen in de winkel kan je ervoor zorgen dat bepaalde producten meer gekocht worden. Die technieken noemen ze 'nudging' en wij proberen ze uit voor bioproducten in supermarkten. Een paar keer per jaar zetten we een bepaalde productgroep in de kijker, die we dan ook laten proeven in de deelnemende winkels. Op datzelfde moment voeren we ook een zeer aanwezige promotiecampagne met o.a. een advertentiecampagne op sociale media, advertenties in printmedia en affiches op in het straatbeeld.



Vaste campagneflow

De voornaamste focus van deze campagne is het aanmoedigen van het aankoopgedrag van biologische producten, **met als doel om de kloof tussen intentie en actief koopgedrag te overbruggen**. Om dat te bereiken, worden meerdere kanalen volgens een vaste campagneflow tactisch ingezet.

Er wordt gewerkt met krachtige campagnepieken waarin telkens de hele communicatiemix ingezet wordt, met per piek een focus op een andere productgroep. Het stramien van elke campagnepiek blijft (bijna) identiek, waarbij specifieke keuzes afhangen van de productgroep en de bijbehorende mogelijkheden.

Er wordt ingezet op volgende fronten:

Aandacht op sociale media:

- Relevante content op de sociale media kanalen
- Online advertentiecampagne (via banners en gesponsorde berichten op sociale media) om zo de boodschap bij het grote publiek te brengen.
- Samenwerkingen met influencers, die de promotiecampagne versterken door het bewustzijn te vergroten bij hun volgers.

Aanwezigheid in de supermarkt:

- Kleine ingrepen (nudging) op de (online) winkelvloer om de consument te verleiden

meer bioproducten te kopen. Er wordt specifiek ingezet op de productgroep en geëxperimenteerd met verschillende nudgingtechnieken.

- Proeverijen met bioproducten

Aanwezigheid 'outdoor':

- Outdoor advertising waarbij de boodschap zichtbaar is op billboards en affiches.
- Print advertenties: extra zichtbaarheid in relevante (retail) magazines.

Betrokken sector

We voorzien een pakket vol kant-en-klaar campagne-materiaal dat gebruikt kan worden door alle bioondernemers. Daarnaast ontvangen al onze leden biowinkels(+/- 250) campagne-materiaal om de campagne extra zichtbaarheid te geven. Het gaat om flyers en affiches die betrekking hebben op de productgroep van de campagnepiek.

Daarnaast voorzien we relevante content in kader van de productgroep op onze campagnewebsite, zorgen we voorbijkomende aandacht via persberichten, mailings en andere activiteiten.

Communicatiemix



Campagnejaar 1

februari 2022 - januari 2023



* Dit is een overzicht van campagnejaar 1: het totaal van de campagnepieken en andere activiteiten gedurende het hele jaar.



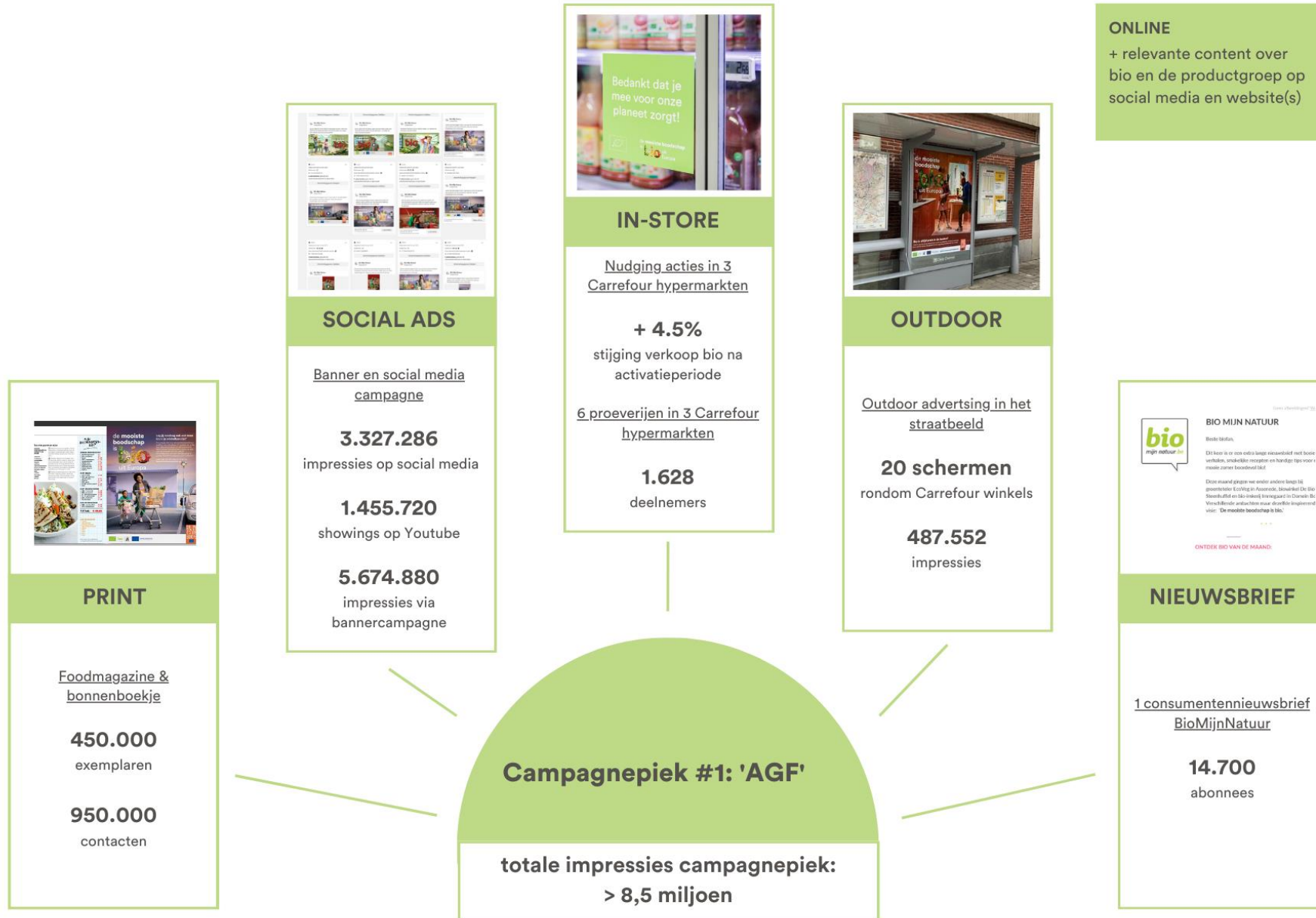
Campagnepiek #1: AGF

Van 17 oktober tot 13 november 2022 vond de allereerste campagnepiek plaats. De productgroep 'Aardappelen, groenten en fruit' werd hierbij in de schijnwerpers gezet.

Voor deze campagnepiek was er een samenwerking met Carrefour. Gedurende 3 weken werden verschillende nudging-acties opgezet in 3 Carrefour Hypermarkten. Naast de instore interventies werd extra bewustzijn en zichtbaarheid gecreëerd via:

- **Outdoor advertising:** 20 schermen met onze boodschap in de buurt van de 3 deelnemende supermarkten (2 weken)
- **Printadvertenties:** 2 advertenties in het Carrefour Food Magazine & Carrefour bonnenboekje.
- **Online advertentiecampagne:** banners en sociale media (4 weken)
- **Proeverijen:** 6 proeverijen in de deelnemende supermarkten met bioappels van BelOrta
- **Content sociale media & website(s):** inhoudelijke content over bio en de productgroep op eigen website en sociale media
- **Nieuwsbrief:** consumentennieuwsbrief verstuurd tijdens de campagne met inhoudelijke content

Meer informatie over resultaten en bereik zijn te vinden op volgende pagina.



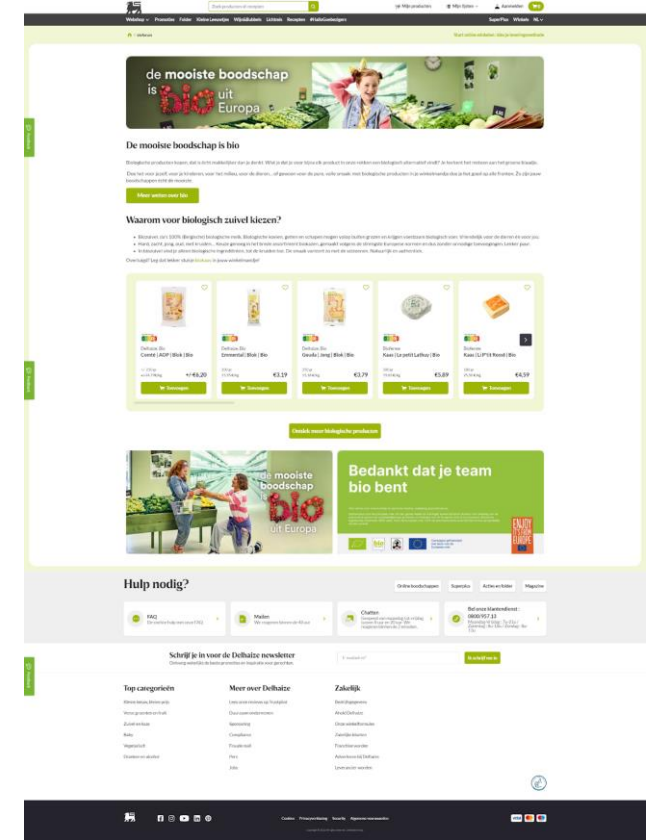
Campagnepiek #2: Zuivel

Van 16 januari tot 2 februari 2022 vond een tweede campagnepiek plaats. Ditmaal werd er gefocust op de productgroep 'Zuivel'.

Tijdens deze campagnepiek werden volgende kanalen gebruikt:

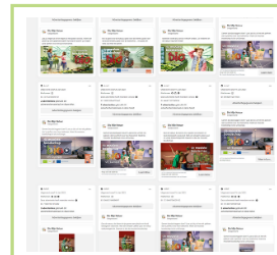
- **Instore materiaal:** in 92 Delhaize supermarkten was er een videoadvertentie te zien aan de inkom (2 weken)
- **Online store:** online nudges op delhaize.be in de vorm van banners op de homepage en een landingspagina met extra info over biozuivel
- **Online advertentiecampagne:** banners en sociale media (2,5 weken)
- **Proeverijen:** 5 proeverijen in 5 Delhaize supermarkten met biokaas van Biomilk
- **Content sociale media & website(s):** inhoudelijke content over bio en de productgroep op eigen website en sociale media
- **Nieuwsbrief:** consumentennieuwsbrief verstuurd tijdens de campagne met inhoudelijke content

Meer informatie over resultaten en bereik zijn te vinden op volgende pagina.



Gratis levering





SOCIAL ADS

banner en social media campagne

7.133.988
impressies op social media

828.931
showings op Youtube

3.492.199
impressies via
bannercampagne



IN-STORE

video op scherm in 92 delhaize winkels

556.818
impressies

5 proeverijen in 5 delhaizes

1.211
deelnemers



ONLINE STORE

Banner homepage + webshop

1.864.939
views

landingspagina

285
bezoekers

ONLINE

+ relevante content over bio en de productgroep op social media en website(s)



NIEUWSBRIEF

1 consumentennieuwsbrief BioMijnNatuur

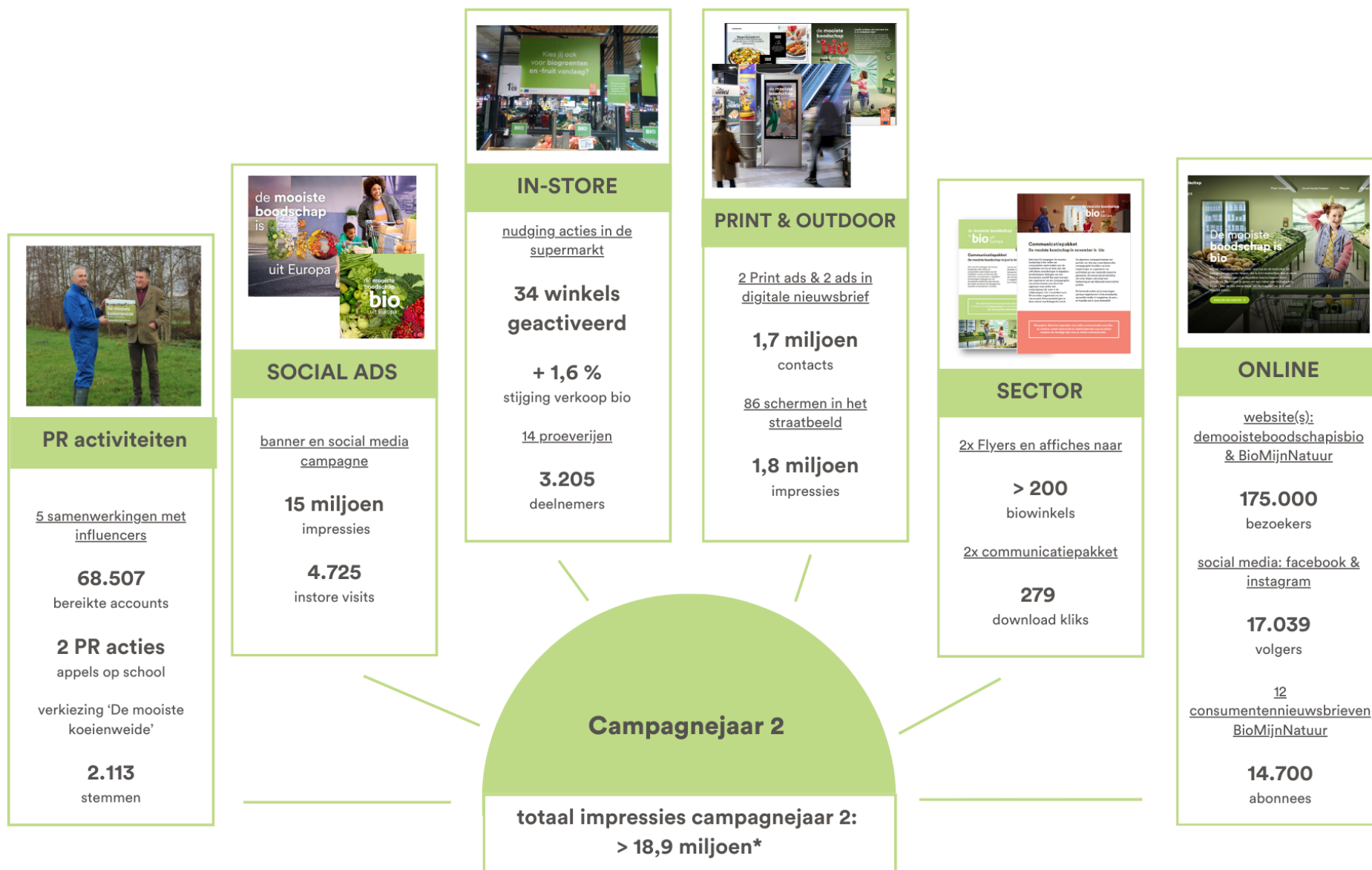
14.600
abonnees

Campagnepiek #2: Zuivel

**totaal impressies campagnepiek:
> 13,8 miljoen**

Campagnejaar 2

februari 2023 - januari 2024



* Dit is een overzicht van campagnejaar 2: het totaal van de campagnepieken en andere activiteiten gedurende het hele jaar.



Campagnepiek #3: AGF


Van 29 mei tot en met 24 juni 2023 vond de derde campagnepiek plaats en werd er terug heel wat aandacht besteed aan biologische groenten en fruit.

Een overzicht van de activiteiten tijdens deze campagnepiek:

- **Instore:** er werden nudgingactiviteiten opgezet in 20 Carrefourwinkels (4 weken)
- **Proeverijen:** 10 proeverijen in 10 Carrefourwinkels
- **2 Printadvertenties:** in de magazines van Carrefour
- **Online advertentiecampagne:** via banners en sociale media (4 weken)
- **Samenwerking met influencers:** communicatie over bio en ontwikkeling van recepten met bioproducten
- **Communicatiepakket voor de sector:** extra communicatiemateriaal (flyers en affiches) om uit te delen in de leden biowinkels en tips en tricks hoe te communiceren over bio
- **Content sociale media & website(s):** inhoudelijke content over bio en de productgroep op eigen website en sociale media
- **Nieuwsbrief:** consumentennieuwsbrief verstuurd tijdens de campagne met inhoudelijke content

Extra details over de resultaten en het bereik zijn beschikbaar op de volgende pagina.

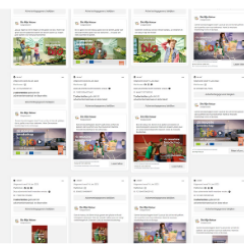
Campagnepiek #3



PR activiteiten

2 samenwerkingen met influencers

33.923
Bereikte accounts



SOCIAL ADS

Banner en social media campagne

3.860.915
impressies op social media

7.332.565
impressies via banner campagne



IN-STORE

Nudging acties in 20 Carrefour supermarkten

+ 1.6%*
stijging verkoop bio tijdens activatieperiode

10 proeverijen in 10 Carrefour hypermarkten

2.035
deelnemers



PRINT

Foodmagazine & bonnenboekje

450.000
exemplaren Food magazine

750.000
verzendingen bonusbokje

800.000
lezers retailmagazine



SECTOR

Flyers en affiches naar

> 200
biowinkels

Communicatiepakket

147
download kliks

ONLINE
+ relevante content over bio en de productgroep op social media en website(s)



NIEUWSBRIEF

1 consumentennieuwsbrief BioMijnNatuur

14.352
abonnees

Campagnepiek #3: 'AGF'

totale impressies campagnepiek:
> 12 miljoen



Campagnepiek: Kids en bio

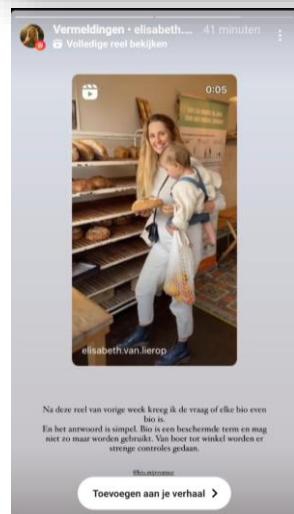
Van 14 september tot en met 30 september 2023 vond de derde campagnepiek plaats en werd er terug heel wat aandacht besteed aan biologische groenten en fruit.

Een overzicht van de activiteiten tijdens deze campagnepiek:

- **2 Advertenties:** in de digitale nieuwsbrief van de Gezinsbond
- **Online advertentiecampagne:** geadverteerde artikels op sociale media (2 weken)
- **Samenwerking met influencers:** communicatie over bio en ontwikkeling van recepten met bioproducten
- **Content sociale media & website(s):** inhoudelijke content over bio en de productgroep op eigen website en sociale media



Zie extra details op de volgende pagina.



Nieuws

Lees hier de laatste nieuwtjes in verband met bio, bioproducten en kleine veranderingen in je dagelijkse boodschappen die wonderen kunnen doen.



dinsdag 19 september 2023

Lotte winkelt biologisch voor het hele gezin!

In een druk gezinsleven is er niets belangrijker dan voedzaam eten boordevol...



woensdag 06 september 2023

Voor crèche De Biotoop is bio de mooiste boodschap!

Het is belangrijk goede ondersteuning te geven aan een kind in de...



maandag 28 augustus 2023

'Bio is een marketingtruc.' Vier fabeltjes over biologisch eten ontkracht!

Sommige mensen hebben wel eens twijfels over de troeven van biologische voeding....

ONLINE
+ relevante content over bio en de productgroep op social media en website(s)



PR activiteiten

- 1 samenwerking met influencers
- 1 PR actie: bioappels op school



SOCIAL ADS

Geadverteerde artikelen op social media
40.200
impressies



OUTDOOR

Ads in de nieuwsbrief van de Gezinsbond
120.000
lezers



NIEUWSBRIEF

1 consumentennieuwsbrief BioMijnNatuur
14.700
abonnees

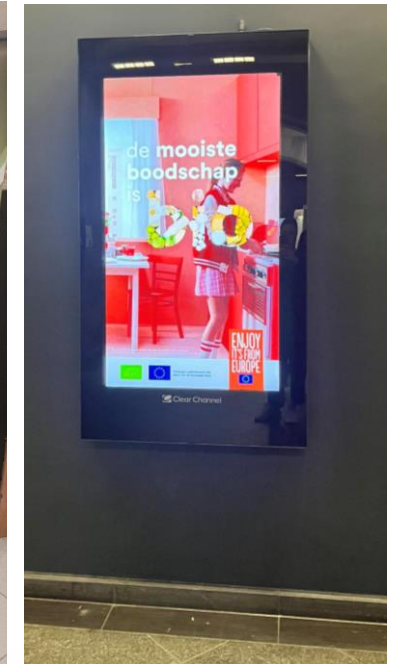


Campagnepiek #4: Zuivel

Van **1 november t.e.m. 30 november 2023** vond er een vierde campagnepiek plaats. Er werd ook ditmaal gefocust op de productgroep 'zuivel'. Tijdens deze campagnepiek werden volgende kanalen gebruikt:

- **Instore:** in 14 supermarkten (Delhaize en AH) was een video advertentie te zien aan de inkom (1 week)
- **Digitale advertentiecampagne:** (video)advertenties op online tv, branding display, online video, traffic display en nieuw sites (4 weken)
- **Online advertentiecampagne:** geadverteerde artikels op sociale media (4 weken)
- **Outdoor advertising:** 86 schermen met onze boodschap in de buurt van supermarkten en in stations (1 week)
- **Samenwerking met influencers:** communicatie over bio en ontwikkeling van recepten met bioproducten
- **PR activiteit:** verkiezing 'de mooiste koeienweide 2023' zorgde voor heel wat aandacht in de pers en bij de consument
- **Proeverijen:** 4 proeverijen in 2 Delhaize supermarkten met biokaas van Biomilk
- **Communicatiepakket voor de sector:** extra communicatiemateriaal (flyers en affiches) om uit te delen in de leden biowinkels en tips en tricks hoe te communiceren over bio
- **Content sociale media & website(s):** inhoudelijke content over bio en de productgroep op eigen website en sociale media
- **Nieuwsbrief:** consumentennieuwsbrief verstuurd tijdens de campagne met inhoudelijke content

Meer informatie over resultaten en bereik zijn te vinden op volgende pagina.



Campagnepiek #4



PR activiteiten

verkiezing 'De mooiste koeienweide'

2.113
stemmen

2 samenwerkingen met influencers

34.584
bereikte accounts



ONLINE ADS

Geadverteerde artikels op social media

184.000
impressies

Digitale campagne (banners, native ads, online tv ads, branding video,...)

3.856.942
impressies

389.676
completed views

4.725
instore visits



IN-STORE

aanwezigheid op 33 schermen aan de inkom van 14 Delhaize- & AH-winkels

4 proeverijen in 2 Delhaize supermarkten

1.170
deelnemers



OUTDOOR

Outdoor advertsing in stations

86 schermen

1,8 miljoen
impressies



SECTOR

Communicatiemateriaal naar

> 200
biowinkels

Communicatiepakket biowinkels

132
download kliks

ONLINE

+ relevante content over bio en de productgroep op social media en website(s)



NIEUWSBRIEF

1 consumentennieuwsbrief BioMijnNatuur

14.700
abonnees

Campagnepiek #4: 'Zuivel'

**totale impressies campagnepiek:
> 5,9 miljoen**



Vragen? Contacteer ons!

Sophie Weyn, BioForum
Sophie.weyn@bioforum.be

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.



Campagne gefinancierd met
steun van de Europese Unie

