



BAKKERSZOUT 2.0

COMMUNICATIE UPDATE

Brood is één van de meest gegeten voedingsproducten. Het bevat veel voedingsstoffen als vezels, eiwitten, jodium en koolhydraten die belangrijk zijn voor het lichaam. Met name volkorenbrood bevat veel van al dit goede. Het bevat ook zout, dat is toegevoegd vanwege de smaak en de structuur van het deeg.

Te veel zoutinname is echter niet gezond. Met het project bakkerszout 2.0 heeft de bakkerijsector wederom de handschoen opgepakt om daar positieve verandering in te brengen. Het resultaat draagt niet alleen bij aan de volksgezondheid maar ook aan positieve PR rondom brood.

Voor de meeste consumenten is het onderwerp natrium in brood alleen geen actueel of relevant onderwerp.

Brood is voor hen gewoon lekker en gezond. Voor een kleine groep consumenten is zout in brood een relevant onderwerp en dus ook interessant om te weten dat er in de nabije toekomst minder natrium in brood zit. Feit is echter dat minder natrium in brood bijdraagt aan ieder zijn gezondheid.

De achterliggende vraag om invulling te geven aan brede bekendmaking omtrent deze sectorinnovatie is: waarom een gezondheids-issue aansnijden als er nu geen consumenten-issue rondom natrium in brood bestaat? Alles afwegende adviseert de werkgroep communicatie van bakkerszout 2.0 dan ook, om geen consumentencampagne rondom dit thema door de sector of door retailers op te tuigen.

Het goede doen op het gebied van natriumverlaging hoeft niet als kernboodschap met de consument campagnematig te worden gecommuniceerd. Wel zijn er andere mogelijkheden om deze enorme gezondheidsstap voorwaarts voor het voetlicht te brengen.

Brood is meer dan één positief element; namelijk een optelsom van diverse nieuwe en bestaande positieve elementen: **vezels, eiwitten, vitamines, mineralen en een kleine footprint**. En brood bevat binnenkort ook nog eens 43% minder natrium.



Er zijn er vijf punten benoemd om invulling te geven aan communicatie na de oplevering van het project Bakkerszout 2.0.

1) INFORMEREN

Informeren van retailers en bakkers over de achtergrond van bakkerszout 2,0. Waarom, wat het is, wat het betekent en het advies om geen campagne rondom dit onderwerp te ontwikkelen.

Doel: maximale informatiedeling over bakkerszout en het voorkomen van wildgroei aan communicatie op productniveau of op bakkerijafdelingen door derden.

Note: nieuwe Europese wetgeving schrijft producten van voeding voor om alle ingrediënten voluit te declareren. Dit betekent dat ook bakkerszout uitgeschreven moet gaan worden. Over de exacte benamingen wordt nog overleg gevoerd met VWS. Deze aanpassing heeft niets te maken met de ontwikkeling van bakkerszout 2.0 an sich, en zou dus ook gelden voor bestaand bakkerszout.

Binnenkort ontvangt de sector uitsluitend van het ministerie van VWS over hoe bakkerszout in de toekomst te declareren.

2) FOCUS

Focus op al het goede van brood onder één campagneparaplu plaatsen en dit in de reguliere campagne van het NBC laten meelopen. (vezels, eiwitten, mineralen, footprint).

Doel: breed benadrukken dat brood gezond was, is en blijft, door de optelsom van verschillende belangrijke en waardevolle voedingsstoffen.

3) BORGING

Borging van Bakkerszout 2.0 in de gehele sector. Om maximale impact te realiseren en om te voorkomen dat de sector negatief in het nieuws komt, adviseert de werkgroep de naleving van het gebruik van Bakkerszout, volgens de wettelijke norm, te intensiveren.

PROJECTDOELSTELLING BAKKERSZOUT 2.0

De bakkerijbranche wil de gezondheid van brood en het imago van de sector als geheel bevorderen. Dit willen we realiseren door het natriumgehalte van bakkerszout significant te verlagen en het zout te verrijken met mineralen.

Projectresultaat bakkerszout 2.0: **43,3% natriumverlaging.**

4) ONDERZOEK

Wetenschappelijk **onderzoek** stimuleren (ism VWS) over de gezondheidsimpact van de reductie van natrium in brood.

Doel: vergaren van onafhankelijk en wetenschappelijk bewijs over de impact op de volksgezondheid van de gerealiseerde natrium reductie.

Doel 2: positieve berichtgeving over de gezondheid van brood in zijn algemeenheid en de specifieke impact van natriumverlaging in het bijzonder.

5) TOOLKIT

Ontwikkelen van bakkerszout 2.0 toolkit om bakkers te informeren over de achtergrond, het proces en de regelgeving inzake Bakkerszout 2.0.



BAKKERSZOUT IN DE MEDIA

- [Artikel De Stentor](#)
- [Artikel foodlog.nl](#)
- [Artikel in de Levensmiddelenkrant.nl](#)
- [Artikel Bakkers in Bedrijf](#)
- [Artikel Bakkerswereld](#)