

# Europese subsidie voor promotie

Elders in deze Zelfkazer kunt u lezen over de goedkeuring van het EU-programma dat de Bond van Boerderij-Zuivelbereiders heeft ingediend om in aanmerking te komen voor Europese subsidie. Hoewel de formele contracten nog niet zijn ondertekend, willen we op deze plaats toch alvast ingaan op een deel van de inhoud van het programma.

ATIE VAN OLST, VOORLICHTINGSBUREAU BOERDERIJZUIVEL

Voor sommige activiteiten hebben we de deelname van een aantal boerderij- en nodig en daarom is het belangrijk om die activiteiten nu al onder uw aandacht te brengen.

## Afzetbevordering

Het EU-programma richt zich op afzetbevordering van boerderijzuivel. Waar gesproken wordt over het programma in het algemeen, wordt tot de boerderijzuivel ook de boerenkaas gerekend. Er worden zowel kennis en houding beïnvloedende activiteiten ingezet (meer voorlichting) als direct consumptiebevorderende activiteiten. Het programma omvat naast de activiteiten waar de afgelopen jaren al ervaring mee is opgedaan, zoals Boerenkaas Cum Laude en Oktober Boerenkaasmaand, een aantal nieuwe activiteiten die zich vooral richten op aankoopbevordering. Dat kan het beste op de plek van aankoop; gekozen is voor activiteiten in de supermarkt (demonstraties) en op de boerderij (proeverijen).

## Beleving

Het programma van de BBZ draagt bij aan een positieve beleving rond melk en zuivel als een natuurlijk, veelzijdig, gezond en authentiek product. Juist in een tijd dat 'beleving' rond eten steeds belangrijker wordt en mensen willen weten waar hun voedsel vandaan komt, sluiten producten

met een verhaal goed aan op consumentenbehoefte. De kaas- en zuivelboerderij heeft alle ingrediënten om die 'beleving' maximaal te ervaren en brengt stad en platteland nader tot elkaar.

## Zuivel in plaats van frisdrank

'Gezondheid' is een belangrijke reden voor de EU om subsidie te verlenen voor programma's die de consumptie van zuivel, en dan met name drinkmelk, bevorderen. Dit is de reden dat het BBZ-programma nadrukkelijk 'boerderijzuivel' als insteek kiest en niet uitsluitend boerenkaas. Ook wordt om deze reden in de voorlichting steeds de beschikbaarheid van boerderijzuivelproducten met verbeterde vetzuursamenstelling en/of verlaagd vetgehalte onder de aandacht gebracht. Hetzelfde geldt voor het relatief lage zoutgehalte van boerenkaas. 'Gezondheid' is ook de reden voor de keuze van de doelgroepen van het programma van de BBZ. Vooral onder jongeren, vrouwen en ouderen dient het gebruik van melk en melkproducten gestimuleerd te worden. Melkproducten zijn geschikte tussendoortjes en melk (vooral varianten met een verlaagd vetgehalte) kan ieder drinkmoment genuttigd worden. Juist voor jongeren geldt dat de consumptie van melk en melkproducten te lijden heeft onder de toegenomen populariteit van frisdrank. Boerderijzuivel, en dan met name het beleven daarvan op de boerderij,

heeft veel 'haakjes' die gebruikt kunnen worden in het bevorderen van de consumptie van zuivel. Kinderen zijn de volwassenen van de toekomst. Juist bij hen is meer kennis over voedsel van groot belang. Het EU-programma richt zich dan ook vooral op gezinnen met kinderen in de leeftijd van 8 tot 13 jaar en – secundair – op de (vitale) ouderen.

Het in 2009 geïntroduceerde keurmerk voor Echte Boerderijzuivel maakt zuivelproducten van de boerderij herkenbaar voor de consument. Met het keurmerk onderscheiden we ons van de fabriekszuivel (zonder ons daar tegen af te zetten) en voorzien we in de behoefte van de consument aan producten met een herkenbare herkomst. En echte Boerenkaas is natuurlijk altijd herkenbaar dankzij de EU-erkenning als Gegarandeerde Traditionele Specialiteit.

Met de campagne wil de BBZ de doelgroep duidelijk maken dat boerderijzuivel gezond en lekker is, echt op de boerderij bereid is en de 'oerproducten' zijn van de zuivelindustrie. De intensieve beleving van boerderijzuivel dankzij de bereiding op de boerderij en de veelheid aan soorten en smaken (inclusief het 'spannende' dat elk stukje boerenkaas uniek is), zorgt ervoor dat boerderijzuivel het consumeren van zuivel (meegerekend drinkmelk) aantrekkelijker maakt.

## Proeverijen op de boerderij

Op een aantal kaas- en zuivelboerderijen wil-

len we de consumenten daadwerkelijk kennis laten maken met boerderijzuivel, de boer/boerin en het verhaal van de boerderijzuivel. Via consumentenbrochures, die onder andere verspreid worden tijdens demonstraties in de supermarkt, en via de website [www.boerderijzuivel.nl](http://www.boerderijzuivel.nl) worden consumenten opgeroepen zich in te schrijven voor een 'Boerderij-Beleving'. We richten ons daarbij vooral op gezinnen met kinderen in de leeftijd van 8 tot 13 jaar, maar ook op de (vitale) ouderen. Voor gezinnen met kinderen is er veel te beleven en te ontdekken op de boerderij, ouderen hebben gemiddeld meer tijd om het platteland te bezoeken en de herkomst van boerderijzuivel (eventueel samen met hun kleinkinderen) op de boerderij daadwerkelijk te beleven. De consument kan zich online inschrijven via [www.boerderijzuivel.nl](http://www.boerderijzuivel.nl). Tijdens de Boerderij-Beleving krijgen deelnemers de gelegenheid de herkomst van de producten te ervaren en kennis te nemen van het bereidingsproces. De boer(in) vertelt zelf het verhaal van de boerderijzuivel, met aandacht voor de bereiding, de variatie in soort en smaak en gezondheidsaspecten. Er is een rondleiding, een proeverij van boerderijzuivel en natuurlijk kunnen de deelnemers ter plekke boerderijzuivelproducten kopen.

## Deelnemers gezocht

Voor de Boerderij-Beleving zijn we op zoek naar circa 15 tot 25 boerderijen, verspreid over Nederland. De deelnemende boerderijen worden zorgvuldig geselecteerd en geïnformeerd; we zijn op zoek naar bedrijven die het visitekaartje willen zijn van de boerderijzuivelbranche. Boerderijen dienen te beschikken over een ontvangstruimte en bereid te zijn circa zes tot tien Boerderij-Belevingen te organiseren. Daarbij gaat het niet alleen om het onder de aandacht brengen van een eigen boerderijzuivelproduct (bijvoorbeeld boerenkaas) maar om aandacht voor boerderijzuivel in het algemeen. Het laten proeven van enkele boerderijzuivelproducten is dan ook het uitgangspunt. De Boerderij-Belevingen – 150 per jaar in totaal – zullen plaatsvinden

in de periode mei tot en met september. Elke Boerderij-Beleving duurt 1,5 uur, op een woensdagmiddag zou een deelnemende boerderij mogelijk twee Boerderij-Belevingen aansluitend kunnen inplannen. Dit zou betekenen dat er dan voor tien Boerderij-Belevingen vijf maanden lang één woensdag per maand beschikbaar moet zijn. Omdat we willen werken met – in grote lijnen – één concept van Boerderij-Belevingen op de verschillende boerderijen, wordt er een introductiebijeenkomst georganiseerd waarbij alle deelnemende boerderijen aanwezig zullen zijn. Ook dient men informatie te verstrekken over hoe de Boerderij-Belevingen zijn verlopen en wat er aan producten is verkocht, ook in vergelijking tot een normale verkoopdag. Uiteraard staat er een marktconforme vergoeding voor de deelnemende boerderijen tegenover (deelname voor de consument is gratis).

## Week van de Boerderijzuivel

Op 7 mei 2009 introduceerde de BBZ het nieuwe keurmerk voor Echte Boerderijzuivel. Zowel de eigen sector als pers en consumenten reageerden positief op dit initiatief. Zo realiseerden we een publiciteitswaarde van circa 120.000 euro in gedrukte media (exclusief radio, tv en internet). Om te blijven profiteren van vrije publiciteit via de pers, zijn activiteiten nodig. Daarom organiseert het Voorlichtingsbureau Boerderijzuivel in het kader van het EU-programma jaarlijks een Week van de Boerderijzuivel in de eerste week van mei (2010: 2 tot 9 mei). Hierop kunnen individuele ondernemers (boerderijen, specialiteitenwinkels, streekmarkten) met hun eigen activiteiten inhaken om boerderijzuivel onder de aandacht te brengen van de consument. Er komt onder andere een speciale poster beschikbaar voor deelnemers. Een wedstrijd voor de leukste actie in de campagneweek, met een leuke prijs voor de winnaar, werkt als extra stimulans om creatief uit te pakken. Noteer de data in uw agenda en denk alvast na over een leuke actie! 🍷

## Meer informatie

Bent u geïnteresseerd in het organiseren van Boerderij-Belevingen of heeft u gewoon behoefte aan meer informatie? Neem dan contact op met de uitvoeringsinstantie voor het EU-programma: Voorlichtingsbureau Boerderijzuivel, Atie van Olst, telefoon 06 53 175 785 of e-mail: [a.vanolst@boerenkaas.nl](mailto:a.vanolst@boerenkaas.nl).



1 Op de kaas- en zuivelboerderij kunnen consumenten de herkomst van de producten ervaren.

2 Het nieuwe promotieprogramma kiest 'boerderijzuivel' als insteek.

