nieuws

Campagne wil beeld van 'simpele' aardappel doorprikken

nieuws

Een wereldwijde campagne moet de bewustwording rond het belang van de aardappel voor ons voedingspatroon en onze economie verhogen. “De aardappel wordt vandaag als vanzelfsprekend beschouwd. Met onze campagne ‘Imagine the world without potatoes’ willen we de consument zelf het antwoord laten formuleren op de vraag wat de aardappel voor hen betekent”, klonk het tijdens de officiële lancering op de vakbeurs Interpom-Primeurs in Kortrijk. Het is de bedoeling dat alle partners in de aardappelketen deze boodschap meenemen in hun communicatie om zo maximaal effect te bereiken.

28 NOVEMBER 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:44

Lees meer over:
akkerbouw
marketing



Een wereldwijde campagne moet de bewustwording rond het belang van de aardappel voor ons voedingspatroon en onze economie verhogen. “De aardappel wordt vandaag als vanzelfsprekend beschouwd. Met onze campagne ‘Imagine the world without potatoes’ willen we de consument zelf het antwoord laten formuleren op de vraag wat de aardappel voor hen betekent”, klonk het tijdens de officiële lancering op de vakbeurs Interpom-Primeurs in Kortrijk. Het is de bedoeling dat alle partners in de aardappelketen deze boodschap meenemen in hun communicatie om zo maximaal effect te bereiken.

CIP, het International Potato Center, is een onderzoeksinstelling die in 1971 werd opgericht om onderzoek te verrichten naar wortelgewassen en naar de aardappel in het bijzonder, met als doel duurzame oplossingen aan te reiken voor problemen van honger, armoede en afbraak van natuurlijke hulpbronnen in ontwikkelingslanden. Tien jaar geleden was CIP al de motor achter het Internationaal Jaar van de Aardappel van de Verenigde Naties en nu lanceert het een nieuwe campagne om de aardappel te promoten. De campagne draait rond het thema ‘Stel je een wereld zonder aardappelen voor’.

In België is de aardappel uitgegroeid tot één van de belangrijkste gewassen voor de landbouwers. Handel en verwerkende industrie hebben ervoor gezorgd dat ons land de grootste exporteur is van diepgevroren aardappelproducten en de frietkotcultuur werd erkend als internationaal immaterieel erfgoed. Maar ook in de rest van de wereld groeit de aandacht voor de ‘humble potato’, zoals de Engelsen hem noemen. Vandaag eet meer dan één miljard mensen de aardappel als basisvoedsel en dit in meer dan 160 landen. In totaal worden wereldwijd jaarlijks 300 miljoen ton aardappelen gerooid.

China en India zijn nu al de grootste aardappelproducenten ter wereld. In 2015 heeft de Chinese regering trouwens een actieplan ontwikkeld om rijst en granen te vervangen door de aardappel omdat die een grote bron van voedingsstoffen is en minder water nodig heeft dan rijst en minder land dan granen. Er wordt verwacht dat de vraag naar de aardappel vanuit China, India, Afrika en

Zuid-Amerika nog verder zal toenemen, terwijl de consumptie in Europa zal dalen. Over de laatste tien jaar is de wereldwijde handel van aardappelen en van aardappelproducten met 84 procent gestegen.
André Devaux, directeur van CIP in Zuid-Amerika en zelf een Belg, verwacht dat de aardappel kan uitgroeien tot een “wereldwijd duurzaam superfood”. Nochtans wordt de aardappel vaak niet zo gepercipieerd, ook niet in België. Zo blijkt uit onderzoek van VLAM en APAQ-W. Consumenten zien de aardappel als een evident product dat altijd beschikbaar en gewoon is. Daar wil CIP verandering in brengen met een wereldwijde campagne. “Je kan de consument niet zeggen wat hij moet denken, maar je kan hem wel laten stilstaan bij iets wat hij als evident beschouwt en de vraag stellen wat hij zou doen zonder”, zegt Marc de Beaufort die vanuit CIP de leiding heeft gekregen over de campagne.
De consument aan het denken zetten over een wereld zonder aardappelen dus en daarmee was de slogan voor de campagne geboren: ‘Imagine a world without potatoes’. De Beaufort, tevens de bedenker van de campagne, trekt momenteel de wereld rond om organisaties, bedrijven en overheden te overtuigen om mee deze boodschap uit te dragen. “We vragen hen geen geld, maar vragen wel dat ze deze slogan meenemen in hun communicatie. Als iedereen dezelfde boodschap uitdraagt, dan is het effect veel sterker.”
Al een 20-tal landen hebben zich achter de campagne geschaard, waaronder Peru, India, Noorwegen, Ierland, China en Canada. Ook een aantal multinationals willen hun steentje bijdragen. Zo zal PepsiCo, de producent van onder meer Lay’s-chips, uitpakken met een grote campagne waarin de slogan wordt gebruikt. “Wanneer andere bedrijven deze boodschap ook incorporeren in hun communicatie kunnen zij mee profiteren van de marketinginspanningen van deze multinationals”, stelt Marc de Beaufort.
Ook Belgapom en Interpom-Primeurs hebben hun schouders mee onder de campagne gezet. “Wij roepen alle deelnemende bedrijven aan de beurs op om ook mee in dit project te stappen”, aldus Romain Cools, secretaris van Belgapom en voorzitter van het World Potato Congress. “Door mee te werken aan het bewustzijn rond het belang van de aardappel kunnen onze telers, handelaars, verwerkers en toeleveranciers hun steentje bijdragen om ervoor te zorgen dat de aardappel de plaats krijgt die hij verdient.”
Ook voor Vlaams minister van Omgeving, Natuur en Landbouw Joke Schauvliege is een wereld zonder aardappelen ondenkbaar. “België behoort tot de wereldtop als het over aardappelen gaat. We moeten die passie voor de patat wereldwijd uitdragen. De aardappel is een universele topper die op elk menu thuishoort”, zo sprak ze tijdens Interpom-Primeurs. De minister wees er ook op dat de Amerikaanse tv-ster Oprah Winfrey ooit zei dat ze zich de hemel voorstelt als een hele grote gebakken aardappel en iemand om die mee te delen. “Misschien is het wel tijd om de connotatie van de hemel en rijstpap met gouden lepeltjes de wereld uit te helpen.”

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada