nieuws

"Eerste editie vernieuwde bioweek was succes"

nieuws

Na afloop van de eerste vernieuwde biocampagne, die van 4 tot en met 12 juni in het teken stond van zuivel en eieren, maakt BioForum Vlaanderen de balans op. En die is naar eigen zeggen positief. “De eerste editie was een succes. Zo’n 60 bedrijven organiseerden een activiteit of promoactie, bijna 30.000 surfers bezochten de vernieuwde website en meer dan 3.000 consumenten stemden op hun favoriete biologische zuivelproduct”, klinkt het. Van 17 tot 25 september wordt een tweede editie van de biocampagne georganiseerd. Die zal focussen op biologische groenten en aardappelen.

16 JUNI 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:28

Lees meer over:
melkvee
pluimveehouderij
consument



Na afloop van de eerste vernieuwde biocampagne, die van 4 tot en met 12 juni in het teken stond van zuivel en eieren, maakt BioForum Vlaanderen de balans op. En die is naar eigen zeggen positief. “De eerste editie was een succes. Zo’n 60 bedrijven organiseerden een activiteit of promoactie, bijna 30.000 surfers bezochten de vernieuwde website en meer dan 3.000 consumenten stemden op hun favoriete biologische zuivelproduct”, klinkt het. Van 17 tot 25 september wordt een tweede editie van de biocampagne georganiseerd. Die zal focussen op biologische groenten en aardappelen.

BioForum is tevreden over de aandacht die de eerste biocampagne bij de consument genoot. “Overal in Vlaanderen namen mensen deel aan onze activiteiten en in de warenhuizen werd het bio-assortiment extra onder de aandacht gebracht.” Ook in de algemene media ging de actie trouwens niet ongemerkt voorbij. Ambassadeur Wim Lybaert mocht bij Van Gils & Gasten op Eén zijn liefde voor bio verklaren en kaasmakerij Dischhof kreeg een reportage over bioproductie en –controle op de regionale zender Focus TV.

De vernieuwde website www.biomijnnatuur.be werd daarenboven sinds de lancering kort voor de campagneweek al door bijna 30.00 surfers bezocht, en 3.068 van hen stemden daarbij op hun favoriete biologische zuivelproduct, een verkiezing die werd georganiseerd naar aanleiding van de bioweek. Damse Mokke van de Damse Kaasmakerij kwam als winnaar uit de bus (620 stemmen), gevolgd door de zachte geitenkaas Florence van kaasmakerij Karditsel (548 stemmen) en de natuuryoghurt van Aldi’s Milsani (312 stemmen).

Bij het stemmen konden deelnemers een of meerdere eigenschappen kiezen om hun voorkeur te motiveren. Daaruit bleek dat smaak de voornaamste reden is om een bioproduct te verkiezen, gevolgd door herkomst. “Onze conclusie: de consument wil producten met een volle smaak die bovendien liefst een lokale oorsprong hebben. Het biologische zuivelassortiment biedt

voldoende keuze op vlak van beide. We hopen dan ook dat de consument in de winkel uitkijkt naar dat assortiment", stelt Sabrina Proserpio van BioForum. Met de organisatie van de verkiezing wilde de organisatie de diversiteit van het bio-aanbod beter zichtbaar maken.
De volgende editie van de nieuwe biocampagne staat gepland van 17 tot 25 september. De focus zal dan liggen op groenten en aardappelen, en Wim Lybaert zal opnieuw opdraven als Bekende Fan.

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