nieuws

Zeven landen promoten melk als "voedzaam van nature"

nieuws

“Na een jaar lang voorbereidend werk hebben we midden december groen licht gekregen van Europa voor onze campagne ‘Milk, a force of nature’. Gedurende drie jaar kunnen we in zeven landen tegelijk dezelfde boodschap brengen naar de consument. Een primeur”, getuigt Frederik Vandermersch, productmanager zuivel bij VLAM. De promotiecampagne focust op de vele voedingstroeven van melk.

19 DECEMBER 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:20

Lees meer over:
melkvee
gezondheid
marketing

“Na een jaar lang voorbereidend werk hebben we midden december groen licht gekregen van Europa voor onze campagne ‘Milk, a force of nature’. Gedurende drie jaar kunnen we in zeven landen tegelijk dezelfde boodschap brengen naar de consument. Een primeur”, getuigt Frederik Vandermersch, productmanager zuivel bij VLAM. De promotiecampagne focust op de vele voedingstroeven van melk.
Naast België zijn ook Frankrijk, Nederland, Oostenrijk, Denemarken, Ierland en Noord-Ierland partners in de nieuwe promotiecampagne voor melk. Het totale budget bedraagt maar liefst 16 miljoen euro voor de driejarige campagne, waarvan de Europese Unie de helft betaalt. “Uniek is dat we in al deze landen dezelfde boodschap uitsturen naar de consumenten, steeds in dezelfde campagnestijl”, aldus een enthousiaste Vandermersch. “Elk land bepaalt zelf welke kanalen ingezet worden, mede in functie van het budget dat per land verschilt. Frankrijk en België zijn de grootste partners en zullen dan ook de ruimste campagnes kunnen voeren.”
“We willen de consument vooral overtuigen van de voedingswaarde van melk en zuivel in het algemeen”, vertelt Vandermersch. De slogan ‘Milk, a force of nature’ geeft

duidelijk aan dat melk boordevol nuttige voedingsstoffen zit. De meeste consumenten weten wel dat melk calcium bevat, wat goed is voor het beendergestel. Minder bekend is dat melk ook eiwitten, kalium, fosfor en de vitamines B2 en B12 aanbrengt. Dat zorgt ervoor dat melk een uniek pakket aan nuttige bouwstenen levert voor alle leeftijden."
In april gaat de consumentencampagne van start in België. VLAM heeft drie jaar lang telkens 1,2 miljoen euro ter beschikking, waarvan Europa er 600.000 financiert. Er komen tv-spots, advertorials en online acties. De campagne zal ook nadrukkelijk aanwezig zijn in magazines en in het straatbeeld. Vooraleer de Europese consumentenactie van start gaat, informeren de verschillende partnerlanden de professionele voedingsvoorlichters. "Doel is om hen te informeren over de meest recente wetenschappelijke onderzoeken, zodat deze opinievormers de Europese consumenten kunnen helpen om gezonde en gebalanceerde voedingskeuzes te maken", legt Vandermersch uit.
Meer info: 'Melk, voedzaam van nature'

Beeld: VLAM

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 |