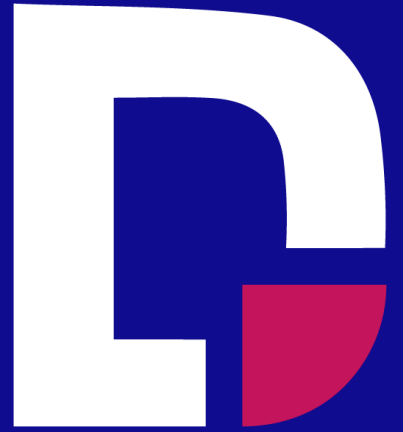




OPINIEPEILING OVER KALVEREN IN DE ZUIVELINDUSTRIE



01

Presentatie van
het onderzoek

02

Resultaten

03

Conclusies en
aanbevelingen

Methodologie



Onderzoek uitgevoerd door **Dedicated** in opdracht van **GAIA**.



De vragenlijst werd opgemaakt door **Dedicated** en goedgekeurd door **GAIA**. De gemiddelde invultijd bedroeg **5 minuten**.



600 Belgen van 18 jaar en ouder werden willekeurig online geïnterviewd via het @panel van Dedicated (Ded@panel) **tussen 16 april en 29 april 2025**.



De steekproef werd gewogen op de volgende criteria: geslacht, leeftijd, Gewest, enz. om ervoor te zorgen dat de steekproef strikt representatief is voor de referentiepopulatie.



De maximale foutenmarge (voor geobserveerde frequenties nabij 50%) bedraagt **4%**.



Het onderzoek werd uitgevoerd met strikte naleving van de gedragscodes van EMRQS (Efamro Market Research Quality Standards) en ESOMAR-CUBE.

Technische fiche



Elke slide wordt op dezelfde manier gepresenteerd: bovenaan in de titel vind je de belangrijkste resultaten van deze slide, en onderaan de grafiek wordt herinnerd aan de vraag die werd gesteld.



Onderaan op de slide verduidelijken we de basis en het type antwoord:

- **“geholpen” antwoorden:** de respondent kon kiezen tussen verschillende antwoordopties;
- **“spontane” antwoorden:** er werden geen antwoordopties voorgelegd en de respondent moest het antwoord zelf invullen.

Hoe lees ik de resultaten?



Alle resultaten zijn uitgedrukt in percentages (%), tenzij anders vermeld.



Om de foutenmarge toe te passen, raden we volgende waarden aan:

- Ligt de geobserveerde frequentie dicht bij **5% of 95%**, dan bedraagt de overeenkomstige foutenmarge **1,8%**.
 - Ligt de geobserveerde frequentie dicht bij **25% of 75%**, dan bedraagt de overeenkomstige foutenmarge **3,3%**.
 - Ligt de geobserveerde frequentie dicht bij **50%**, dan bedraagt de overeenkomstige foutenmarge **4,1%**.
-

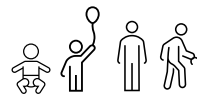


De significantie wordt gemeten met een betrouwbaarheidsniveau van **95%**.

Significante verschillen zijn aangeduid met volgend symbool (+) en worden altijd opgegeven voor het hoogste resultaat.

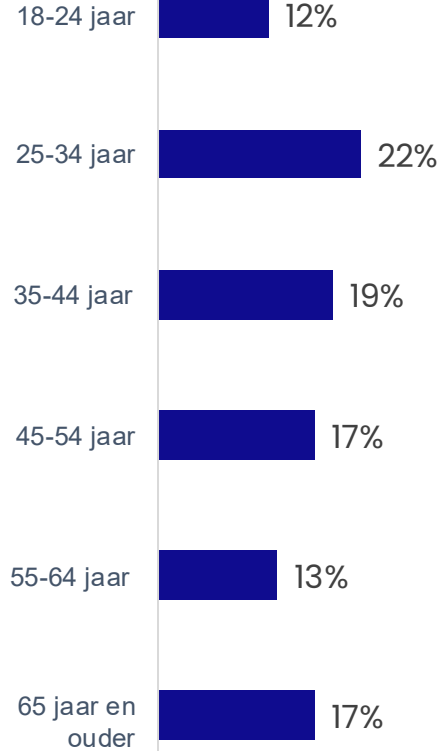
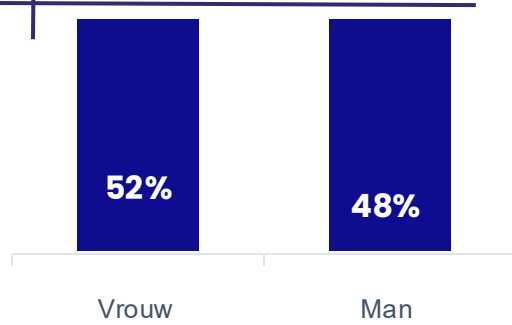


Leeftijd

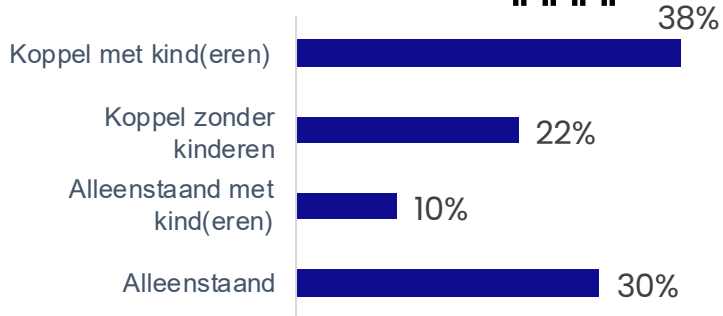


Beschrijving van de steekproef

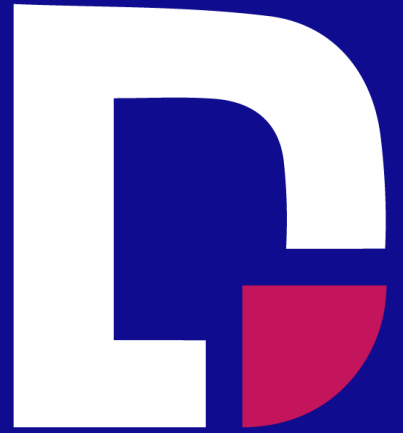
Geslacht



Gezinssituatie



DEDICATED



01

Presentatie van
het onderzoek

02

Resultaten

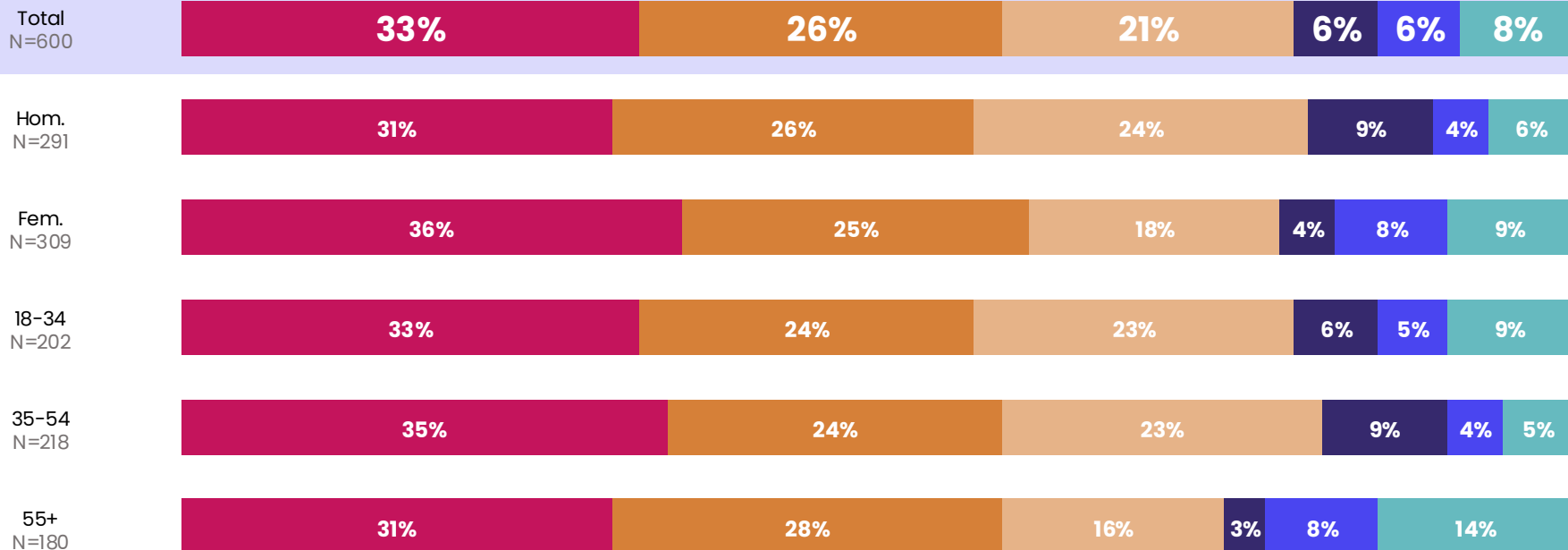
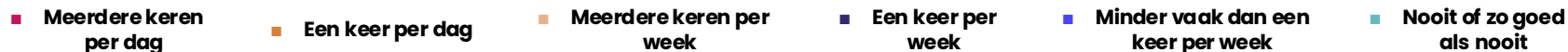
03

Conclusies en
aanbevelingen



↳ ↳ Consumptiegewoonten van zuivelproducten en
↳ ↳ praktijken binnen de zuivelindustrie

Bijna één Brusselaar op 10 consumeert nooit of zo goed als nooit dierlijke melk ; globale trend tussen verschillende categorieën van de bevolking.



Basis: totale steekproef (N =600)

Q2.a: Hoe vaak consumeert u melk van dierlijke oorsprong?



“Smaak” (60%) en **“Het nutritionele aspect”** (56%) zijn de twee belangrijkste redenen voor het consumeren van dierlijke melk in Brussel.



	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=552	N=272	N=280	N=186	N=209	N=157
De smaak	60%	65%	56%	60%	68%	51%
Het nutritionele aspect (calcium, proteïnen, enz.)	56%	57%	55%	55%	58%	56%
Uit gewoonte	50%	45%	55%	43%	53%	55%
De prijs	35%	37%	33%	41%	39%	22%
Makkelijk te vinden / beschikbaarheid	28%	28%	28%	31%	31%	20%
Andere	2%	2%	2%	1%	2%	4%

Basis: minder dan één keer per week of vaker dierlijke melk consumeren (N = 552)

Q2.b: Wat zijn de voornaamste redenen waarom u dierlijke melk consumeert?



De belangrijkste redenen om geen melk te consumeren zijn **“de gezondheid”** (39%), **“de smaak”** (37%) en **“de prijs”** (20%). **“Het dierenwelzijn”** is ook een belangrijke reden om geen of weinig dierlijke melk te consumeren (18%).



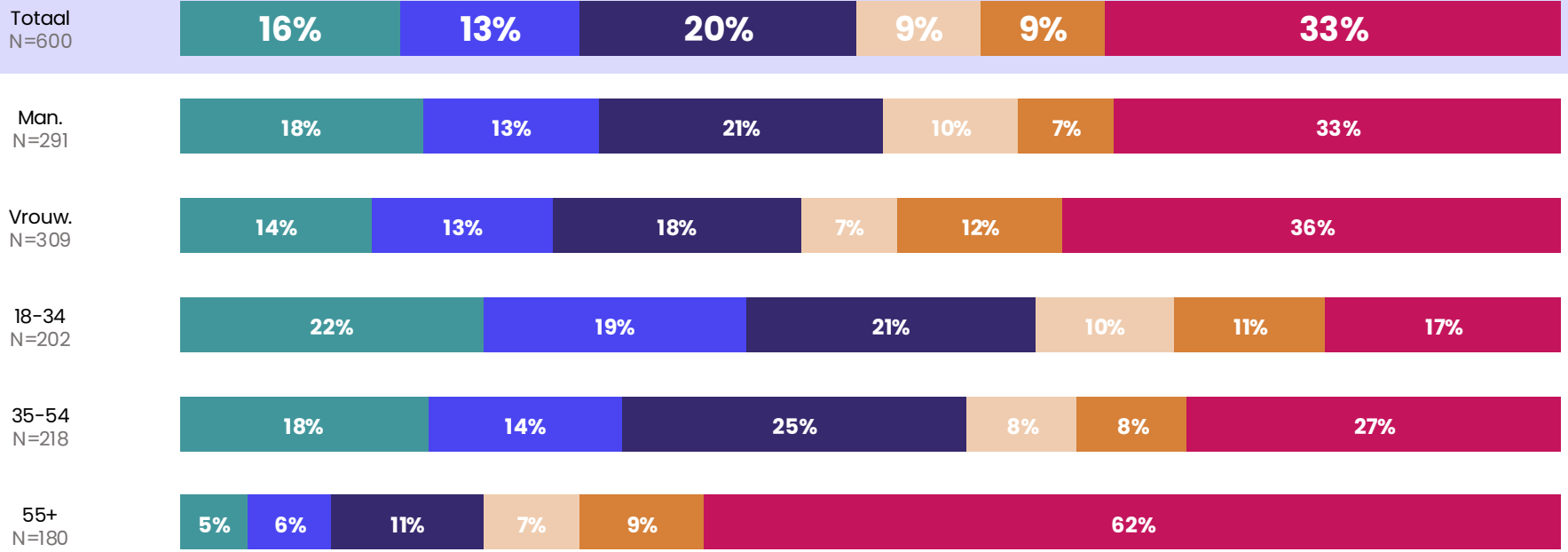
	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=48	N=19	N=29	N=16	N=9	N=23
Om gezondheidsredenen (intolerantie, allergie, enz.)	39%	40%	38%	30%	43%	43%
De smaak	37%	58%	24%	35%	9%	50%
De prijs	20%	20%	19%	20%	34%	14%
Het dierenwelzijn	18%	/	30%	31%	21%	8%
Het milieu (minder waterverbruik, kleinere ecologische voetafdruk, enz.)	7%	/	12%	12%	9%	4%
Andere	10%	19%	5%	/	29%	11%

Basis: **nooit of zo goed als nooit** dierlijke melk consumeren (N = 48)

Q2.c: Om welke redenen consumeert u geen (of weinig) dierlijke melk?



Meer dan 5 op de 10 Brusselaars (58%) consumeren minstens één keer per week plantaardige alternatieven (“elke dag”, “één keer per dag”, “meerdere keren per week” of “één keer per week”), de meerderheid onder jongeren tussen **18 en 34 jaar (72%)**.



Basis: totale steekproef (N =600)

Q2.d : Hoe vaak consumeert u plantaardige alternatieven voor dierlijke melk (bv. amandel-, soja-, havermelk, enz.)?



“Smaak” (50%), “Gezondheid” (44%) en “Dierenwelzijn” (34%) zijn de belangrijkste redenen voor het consumeren van plantaardige alternatieven.



	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=480	N=238	N=242	N=191	N=180	N=109
De smaak	50%	52%	49%	42%	57%	53%
Om gezondheidsredenen (intolerantie, allergie, enz.)	44%	43%	45%	44%	48%	38%
Het dierenwelzijn	34%	34%	34%	37%	30%	34%
Het milieu (minder waterverbruik, kleinere ecologische voetafdruk, enz.)	29%	29%	29%	29%	35%	20%
De prijs	28%	34%	21%	27%	36%	14%
Andere	4%	4%	4%	3%	4%	6%

Basis: plantaardige alternatieven voor dierlijke melk consumeren (N = 480)

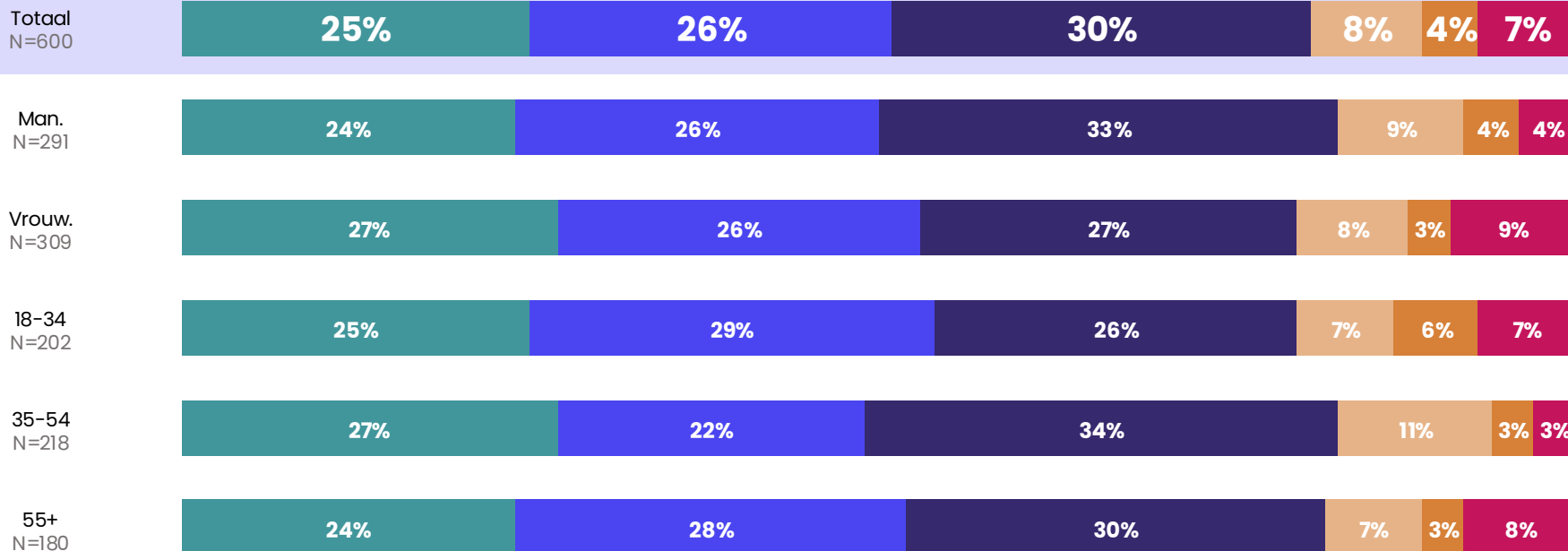
Q2.e: Wat zijn uw voornaamste redenen om plantaardige melk in plaats van dierlijke melk te consumeren?



Bijna 9 op 10 Brusselaars (89%) consumeren minstens één keer per week zuivelproducten (andere dan dierlijke of plantaardige melk) (“elke dag”, “één keer per dag”, “meerdere keren per week” of “één keer per week”).



■ Meerdere keren per dag
 ■ Een keer per dag
 ■ Meerdere keren per week
 ■ Een keer per week
 ■ Minder vaak dan een keer per week
 ■ Nooit of zo goed als nooit



Basis: totale steekproef (N =600)

Q2.f : Hoe vaak consumeert u andere zuivelproducten (buiten dierlijke of plantaardige melk, met andere woorden: kaas, yoghurt, boter, room enz.)?



Kaas (85%), yoghurt (74%) en boter (70%) zijn de zuivelproducten die het vaakst worden geconsumeerd, alle profielen samen.



	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55 +
	N=582	N=287	N=295	N=196	N=215	N=171
Kaas	85%	83%	86%	73%	88%	94%
Yoghurt	74%	71%	78%	69%	80%	74%
Boter	70%	63%	76%	67%	66%	76%
Room	54%	50%	58%	55%	55%	51%
Andere	1%	1%	1%	1%	1%	1%

Basis : zuivelproducten consumeren (N =582)

Q2.g : Welke andere soorten zuivelproducten consumeert u, ook al is dat enkel af en toe?





Perceptie van de praktijken van de zuivelindustrie

Er is een gebrek aan algemene kennis over de realiteit van de praktijken in de zuivelsector. Zo weten **3 op de 10 Brusselaars** niet dat koeien moeten bevallen van een kalf om melk te kunnen produceren en weten **minder dan 6 op 10 Bruselaars** dat kalveren meestal binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder worden gescheiden.



■ Ja ik wist dit

■ Nee ik wist dit niet

Zo'n 12% van de kalveren sterft nog voor ze de slachtleeftijd hebben bereikt [...]

27%

73%

Twee weken na hun geboorte worden kalveren vaak al naar kalvermesterijen vervoerd, terwijl hun immuunsysteem nog kwetsbaar is

28%

72%

Elk jaar worden in België meer dan 300.000 kalveren uit de zuivelindustrie gekweekt en geslacht

36%

64%

Door de omstandigheden tijdens het transport en het kweken kunnen de kalveren ziek worden [...]

40%

60%

Kalveren worden tijdens de eerste weken van hun leven vaak in individuele hokken opgesloten

46%

54%

In de zuivelindustrie worden kalveren meestal al binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder gescheiden

53%

47%

Om melk te kunnen produceren, moeten koeien bevallen van een kalf

71%

29%

Melk is niet de enige bron van calcium voor mensen

82%

18%

Basis: totale steekproef (N =600)

Q2.h: Hier ziet u een reeks beweringen, kunt u voor elke bewering aangeven of u dit wist of niet?



Jongeren tussen 18 en 34 jaar hebben een grotere algemene kennis van veel aspecten van de zuivelindustrie dan mensen over 35 jaar en nog meer dan 55 jaar en ouder.



% ik wist dit

Zo'n 12% van de kalveren sterft nog voor ze de slachtleeftijd hebben bereikt [...]

Twee weken na hun geboorte worden kalveren vaak al naar kalvermesterijen vervoerd, terwijl hun immuunsysteem nog kwetsbaar is

Elk jaar worden in België meer dan 300.000 kalveren uit de zuivelindustrie gekweekt en geslacht

Door de omstandigheden tijdens het transport en het kweken kunnen de kalveren ziek worden [...]

Kalveren worden tijdens de eerste weken van hun leven vaak in individuele hokken opgesloten

In de zuivelindustrie worden kalveren meestal al binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder gescheiden

Om melk te kunnen produceren, moeten koeien bevallen van een kalf

Melk is niet de enige bron van calcium voor mensen

	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=600	N=291	N=309	N=202	N=218	N=180
Zo'n 12% van de kalveren sterft nog voor ze de slachtleeftijd hebben bereikt [...]	27%	33%	22%	42%	29%	10%
Twee weken na hun geboorte worden kalveren vaak al naar kalvermesterijen vervoerd, terwijl hun immuunsysteem nog kwetsbaar is	28%	36%	20%	41%	29%	10%
Elk jaar worden in België meer dan 300.000 kalveren uit de zuivelindustrie gekweekt en geslacht	36%	41%	31%	40%	39%	27%
Door de omstandigheden tijdens het transport en het kweken kunnen de kalveren ziek worden [...]	40%	41%	38%	53%	38%	26%
Kalveren worden tijdens de eerste weken van hun leven vaak in individuele hokken opgesloten	46%	54%	39%	47%	48%	43%
In de zuivelindustrie worden kalveren meestal al binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder gescheiden	53%	56%	50%	59%	53%	45%
Om melk te kunnen produceren, moeten koeien bevallen van een kalf	71%	76%	66%	71%	71%	72%
Melk is niet de enige bron van calcium voor mensen	82%	82%	83%	74%	87%	86%



Basis: totale steekproef (N =600)

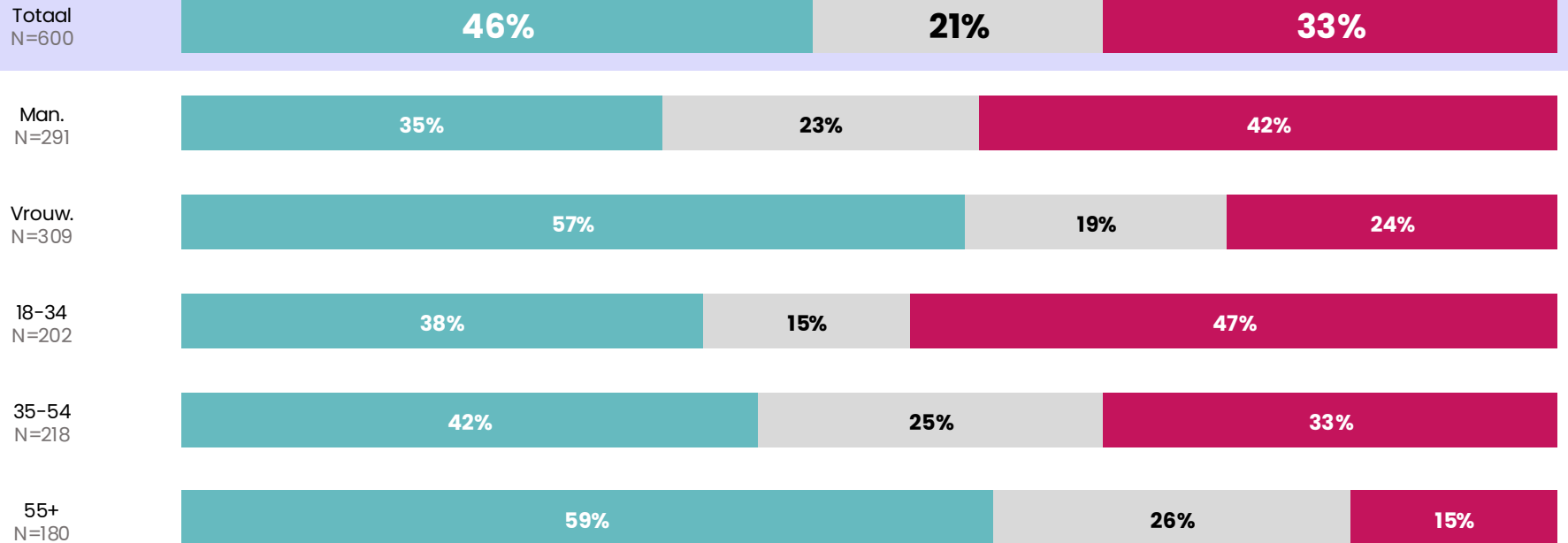
Q2.h: Hier ziet u een reeks beweringen, kunt u voor elke bewering aanduiden of u dit wist of niet?



Bijna de helft van de Brusselaars vindt de gangbare praktijken **onaanvaardbaar (46%)** ; de trend is duidelijker bij **vrouwen (57%)** en **55-plussers (59%)**.



■ **Niet aanvaardbaar*** ■ **Noch aanvaardbaar noch onaanvaardbaar** ■ **Aanvaardbaar**



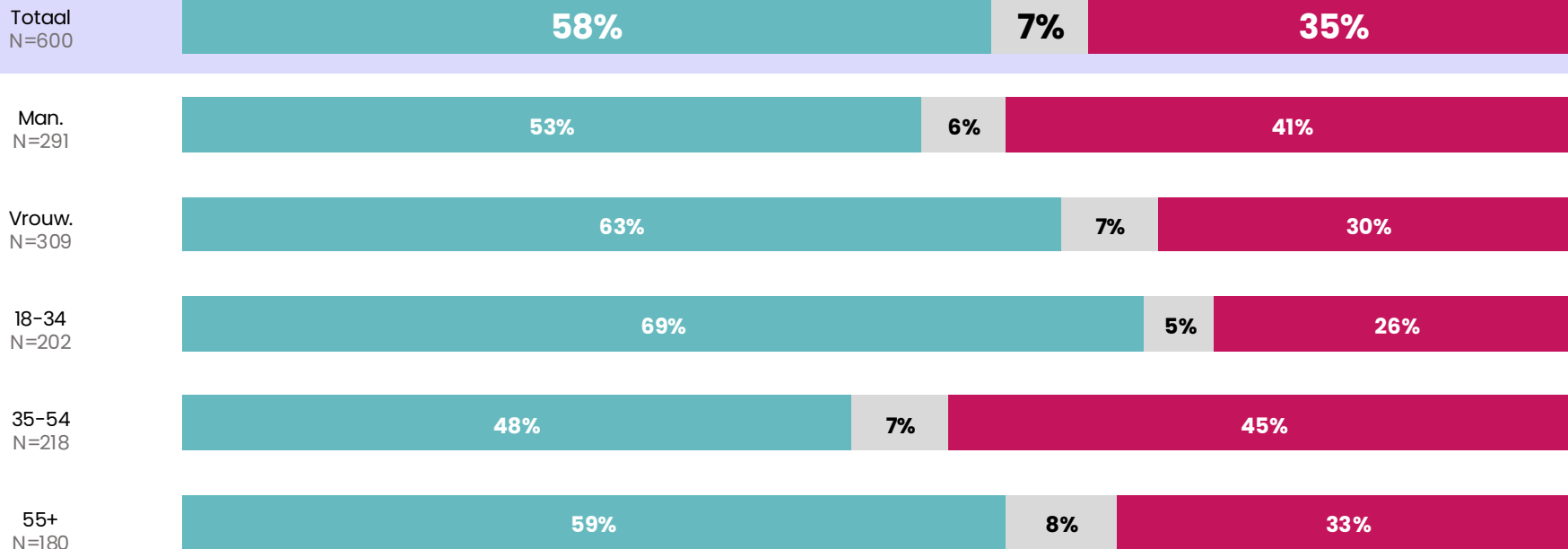
Basis: totale steekproef (N =600)

Q3.a : Als u naar deze feiten kijkt, wat vindt u dan van deze praktijken?

* % « Niet aanvaardbaar » = Σ van % « Eerder niet aanvaardbaar » en « Helemaal niet aanvaardbaar »



Na het leren van de gangbare praktijken is **meer dan 1 Brusselaar op 2 (58%)** bereid om zijn consumptie van dierlijke melk te verminderen, meestal bij vrouwen (63%) en jongeren tussen 18 en 34 jaar (69%).



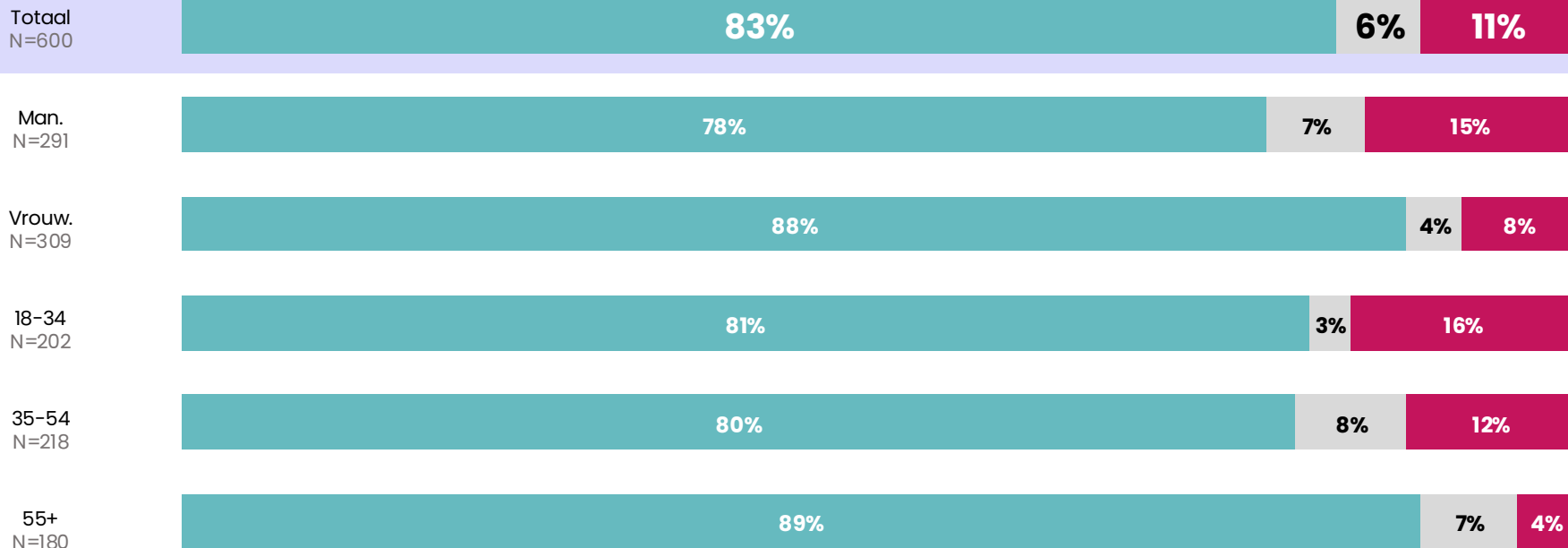
Basis: totale steekproef (N =600)

Q3.b : Zou u in het licht van deze feiten bereid zijn om minder dierlijke melk te gaan consumeren?

* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »



Over het algemeen vindt **de overgrote meerderheid van de Brusselaars (83%)** dat melkveehouders de gangbare praktijken moeten veranderen om de aanslag op het welzijn van kalveren te beperken; alle profielen samen.



Basis: totale steekproef (N =600)

* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »

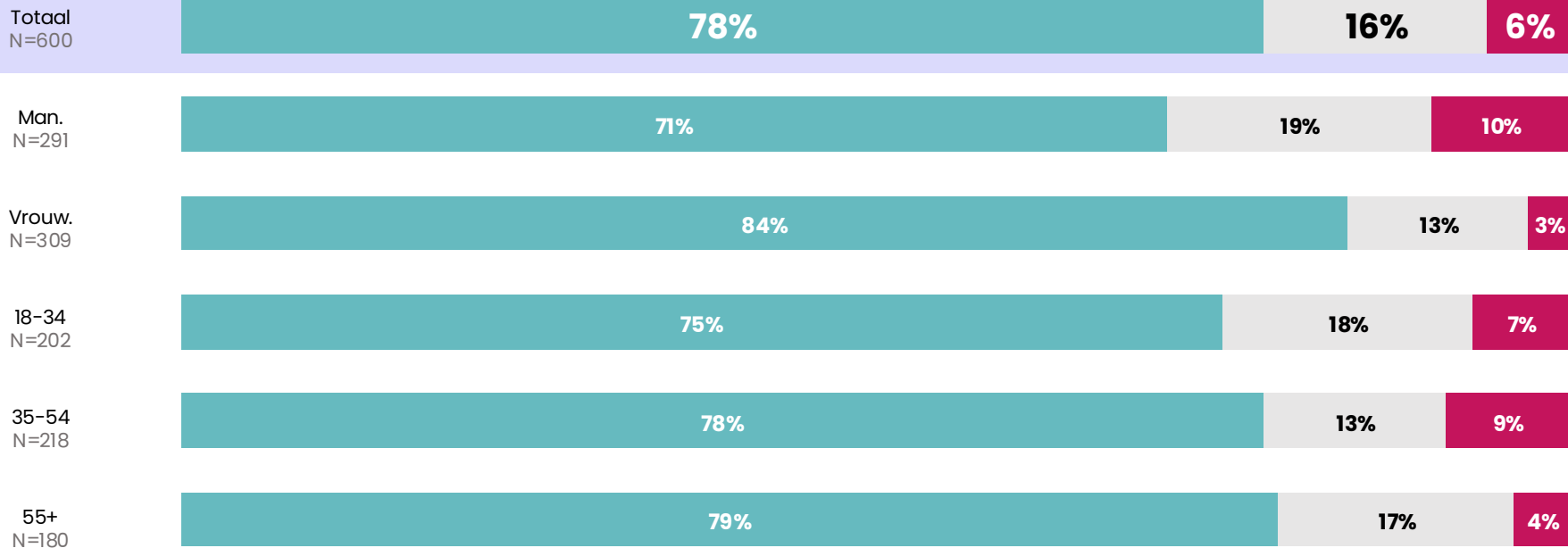
Q3.c : Vindt u dat kwekers hun praktijken zouden moeten aanpassen om deze aanslag op het welzijn van kalveren te beperken?



Meer dan **3 op 4 Brusselaars (78%)** zijn voorstander van het invoeren van specifieke wetten om het welzijn van kalveren te verbeteren; alle profielen samen. Slechts **6%** zijn tegen de invoering van dergelijke wetten.



■ Voorstander* ■ Noch voorstander noch tegenstander ■ Tegenstander



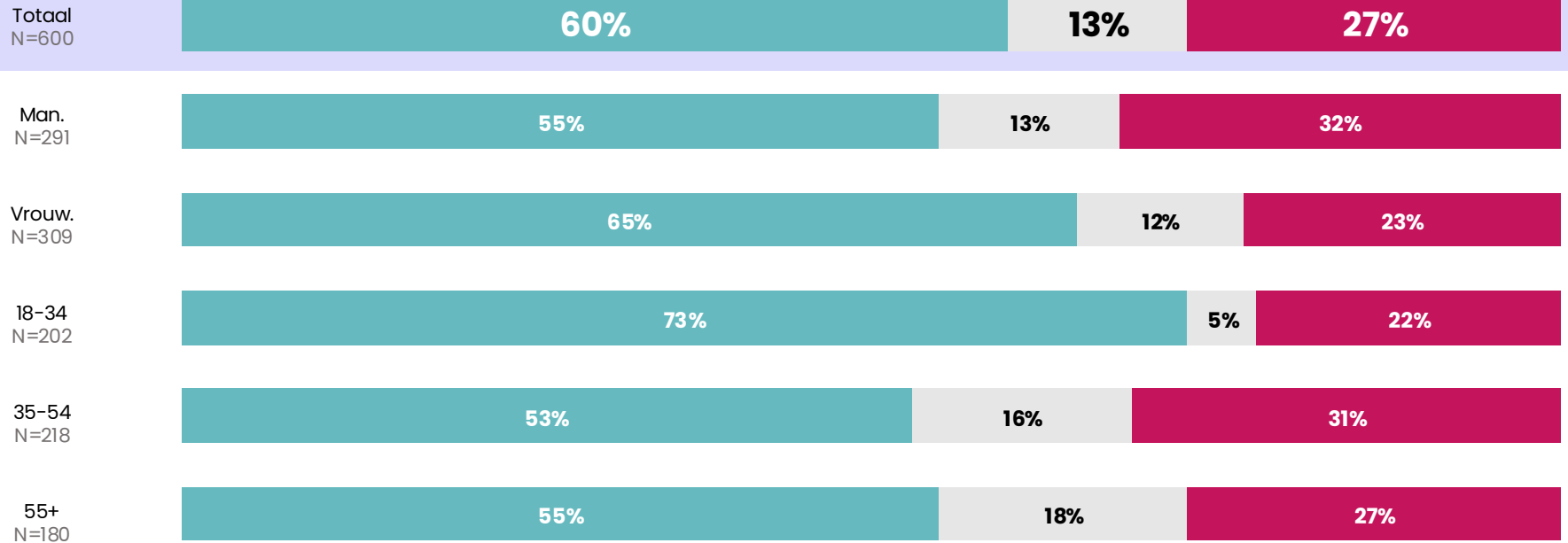
Basis: totale steekproef (N =600)

* % « Voorstander » = Σ van % « Absoluut voorstander » et « Eerder voorstander »

Q3.d : Bent u voorstander van de invoering van nieuwe wetten rond praktijken in de zuivelindustrie om het welzijn van kalveren te verbeteren?



6 op de 10 Brusselaars (60%) vinden dat supermarkten plantaardige alternatieven beter moeten promoten, een trend die het meest voorkomt bij vrouwen (**65%**) en mensen tussen 18 en 34 jaar (**73%**).



Basis: totale steekproef (N =600)

Q3.e : Zouden supermarkten plantaardige alternatieven voor zuivelproducten meer moeten promoten?

* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »



Meer dan 6 op 10 Brusselaars vinden dat de politieke partij van hun voorkeur wetswijzigingen in de zuivelindustrie openlijk moet steunen. Slechts **7%** zijn geen voorstander.



■ **Mee eens***

■ **Noch eens noch oneens**

■ **Oneens**

Totaal
N=600

66%

27%

7%

Man.
N=291

63%

26%

11%

Vrouw.
N=309

69%

27%

4%

18-34
N=202

74%

20%

6%

35-54
N=218

65%

26%

9%

55+
N=180

59%

35%

6%

Basis: totale steekproef (N =600)

* % « Mee eens » = Σ van % « Helemaal eens » en « Eerder eens »

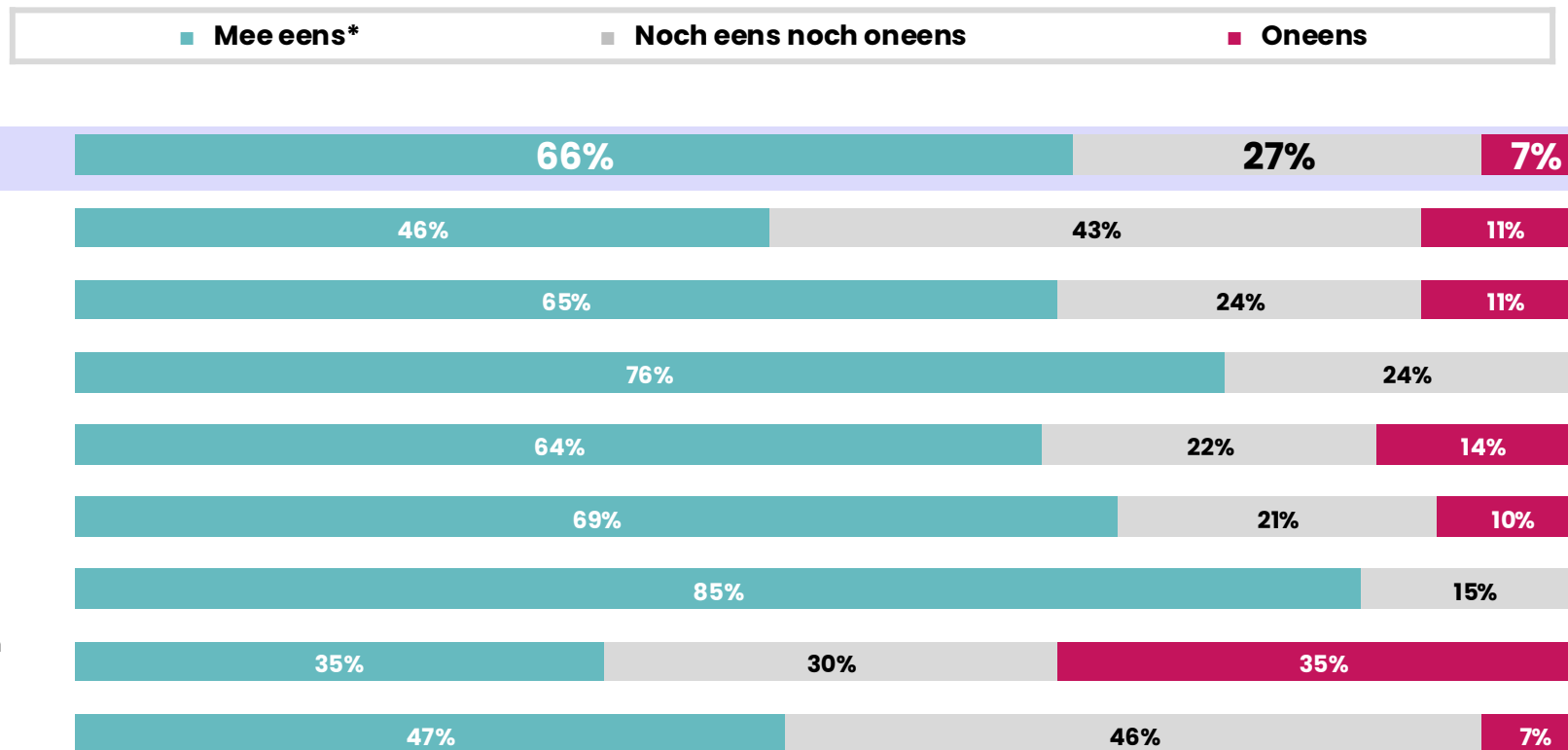
Q3.f : Vindt u dat de politieke partij van uw voorkeur (de partij waarvoor u bij de laatste regionale verkiezingen hebt gestemd) wetswijzigingen zou moeten steunen om de praktijken in de zuivelindustrie aan te pakken?



Over alle partijgrenzen heen is een groot deel van de kiezers er voorstander van dat hun politieke partij zich inzet om de wetgeving met betrekking tot de praktijken in de zuivelindustrie te veranderen.



NL partijen



Basis: totale steekproef (N =600)

* % « Mee eens » = Σ van % « Helemaal eens » en « Eerder eens »

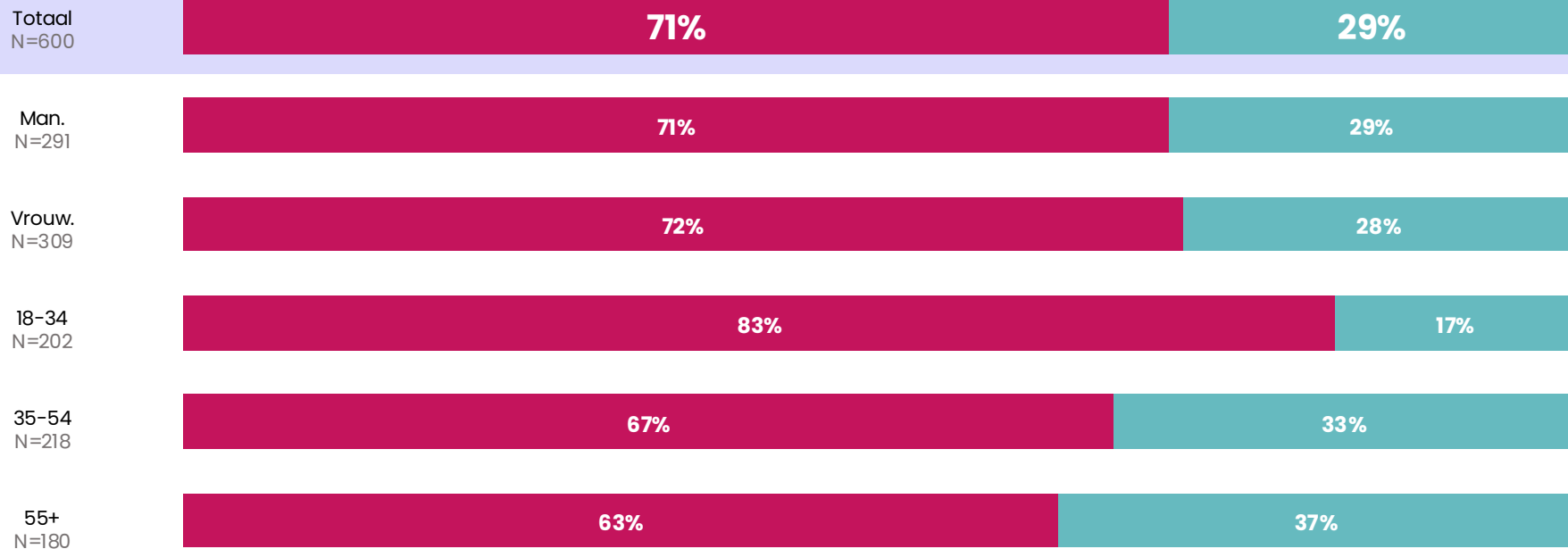
Q3.f : Vindt u dat de politieke partij van uw voorkeur (de partij waarvoor u bij de laatste regionale verkiezingen hebt gestemd) wet swijzigingen zou moeten steunen om de praktijken in de zuivelindustrie aan te pakken?



Meer dan 7 op 10 Brusselaars zeggen dat verzet van de politieke partij van hun voorkeur tegen nieuwe regelgeving voor praktijken in de zuivelindustrie het imago van die partij zou schaden. Dit is vooral het geval voor jongeren van 18 tot 34 jaar (**83%**).



■ **Schadelijk*** ■ **Niet schadelijk**



Basis: totale steekproef (N =600)

* % « Zeer schadelijk » = Σ van % « uitermate sterk schaden », « sterk schaden » en « licht schaden »

Q3.g : Mocht uw voorkeurspartij geen steun verlenen aan nieuwe regelgeving rond de praktijken in de zuivelindustrie, in hoeverre zou dit dan het beeld dat u van die partij hebt al dan niet schaden?

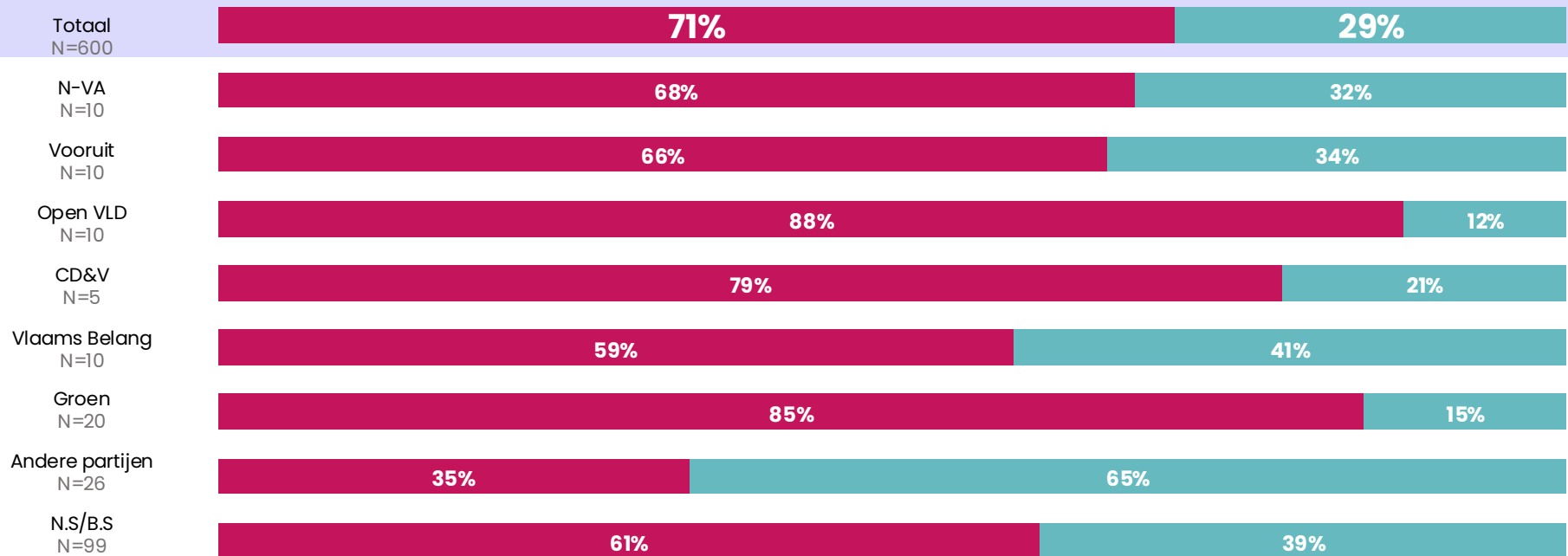


Ongeacht de politieke voorkeur vindt de **grote meerderheid van Brusselaars** (71%) dat het verzet van politieke partijen tegen nieuwe regelgeving in de zuivelindustrie schadelijk is voor het imago van de partijen. Bij de kiezers van de partij Groen en Open VLD is de negatieve impact nog groter.



NL partijen

■ **Schadelijk*** ■ **Niet schadelijk**



Basis: totale steekproef (N =600)

* % « Zeer schadelijk » = Σ van % « uitermate sterk schaden », « sterk schaden » en « licht schaden »

Q3.g : Mocht uw voorkeurspartij geen steun verlenen aan nieuwe regelgeving rond de praktijken in de zuivelindustrie, in hoeverre zou dit dan het beeld dat u van die partij hebt al dan niet schaden?

Meer dan 1 op de 2 Brusselaars (55%) zegt niet opnieuw op de politieke partij van zijn voorkeur te stemmen als deze tegen wetgeving in de zuivelindustrie is.



Totaal
N=512



Man.
N=244



Vrouw.
N=268



18-34
N=188



35-54
N=175



55+
N=149



Basis: denken dat het **uitermate sterk schaden**, **sterk schaden**, **weinig of bijna niet schaden** zou zijn voor het imago van hun partij (N = 512)

* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »

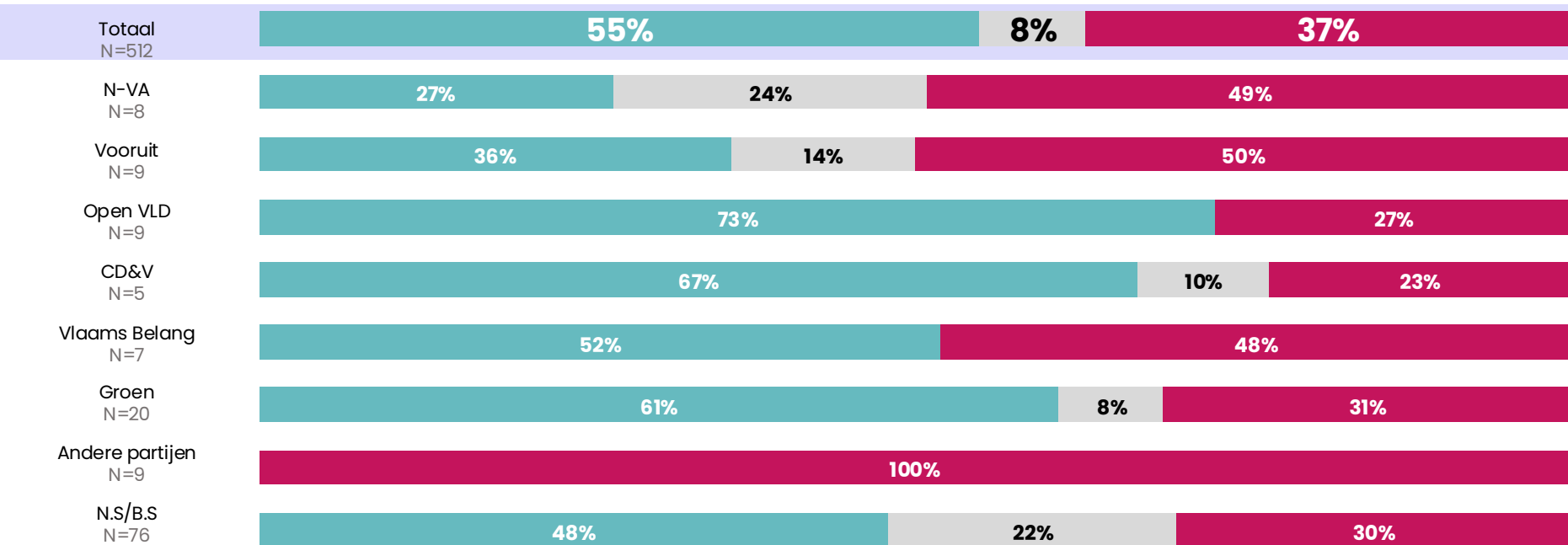
Q3.h : Zou dit uw stemgedrag kunnen beïnvloeden tijdens de komende regionale verkiezingen?



Volgens **meer dan 1 op 2 Brusselaars** zou het verzet van de politieke partij van zijn voorkeur tegen nieuwe regelgeving in de zuivelindustrie zeker zijn stemgedrag beïnvloeden tijdens de komende regionale verkiezingen.



NL partijen



Basis: denken dat het zou **uitermate sterk schaden**, **sterk schaden**, **weinig of bijna niet schaden** zou zijn voor het imago van hun partij (N = 512)

* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »

Q3.h : Zou dit uw stemgedrag kunnen beïnvloeden tijdens de komende regionale verkiezingen?



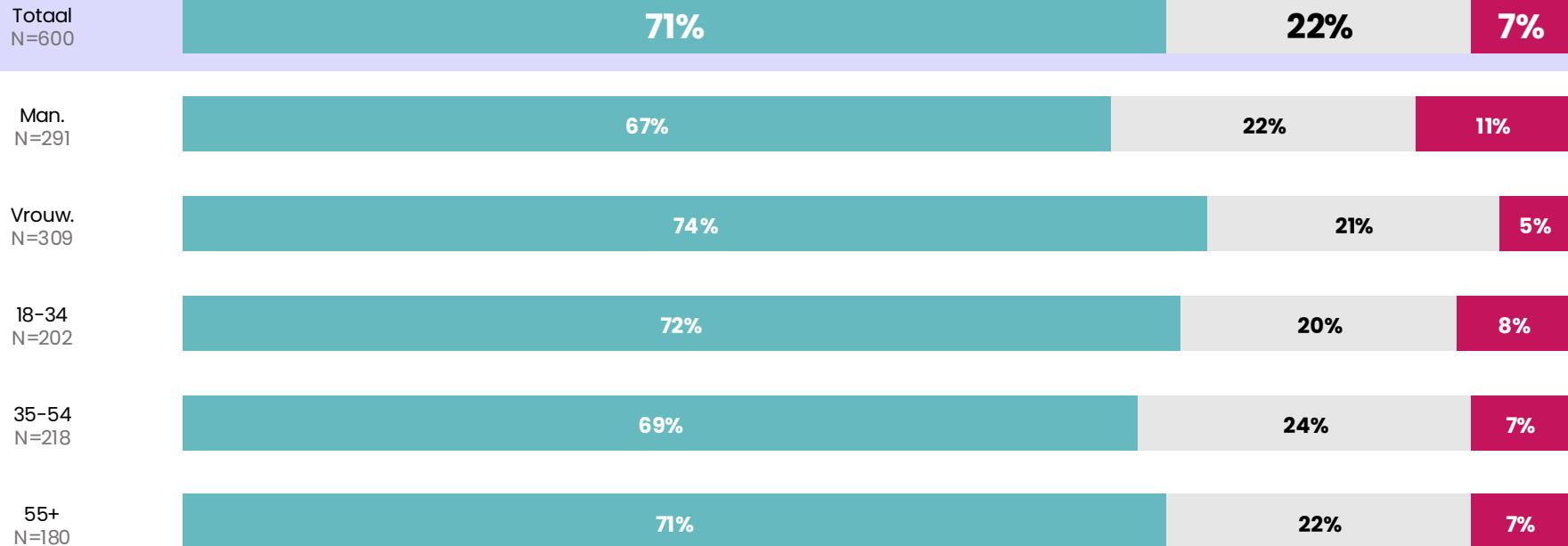
7 op 10 Brusselaars (71%) zijn het ermee eens dat producenten hun communicatie moeten aanpassen om de realiteit van de landbouw beter te weerspiegelen in plaats van een geïdealiseerd beeld uit te dragen (zoals koeien in groene weiden en een vredig boerderijleven). Slechts **7%** zijn tegen deze aanpassing.



■ **Mee eens***

■ **Noch eens noch oneens**

■ **Oneens**



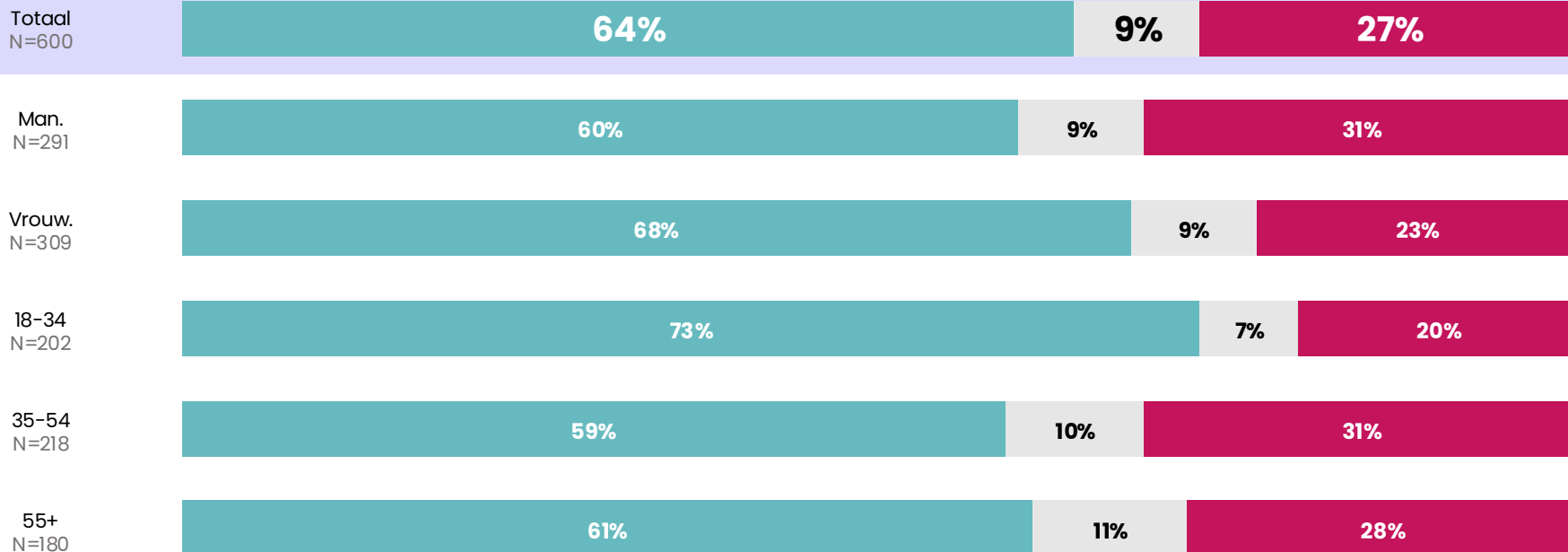
Basis: totale steekproef (N =600)

* % « Mee eens » = Σ van % « Helemaal eens » en « Eerder eens »

Q3.k: Vindt u dat melkproducenten hun communicatie zouden moeten aanpassen, zodat die beter de realiteit van de landbouwpraktijken weerspiegelt – in plaats van een geïdealiseerd beeld uit te dragen (zoals koeien in groene weiden en een vredig boerderijleven)?



Na het leren over de praktijken van de zuivelindustrie in een video zijn **meer dan 6 op de 10 Brusselaars (64%)** van plan om de manier waarop ze dierlijke melk consumeren te veranderen, een trend die meer uitgesproken is bij **18-34-jarigen**.



Basis: totale steekproef (N =600)

Q4.b: Ben je, op basis van wat je net hebt gezien, van plan om je melkdrinkgedrag te veranderen?

* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »





01

Presentatie van
het onderzoek

02

Resultaten

03

Conclusies en
aanbevelingen

Onze conclusies – Consumptie van melk en kennis van de zuivelindustrie

1

10% van de Brusselaars consumeren geen dierlijke melk meer. Smaak (60%) en nutritionele aspecten (56%) zijn de belangrijkste redenen waarom Brusselaars dierlijke melk consumeren.

2

Niet-consumenten van dierlijke melk noemen gezondheidsredenen (intoleranties of allergieën) (39%) en smaak (37%) als belangrijkste redenen om geen dierlijke melk te consumeren. Ook de prijs (20%) en het dierenwelzijn (18%) zijn belangrijke obstakels voor de niet-consumptie van dierlijke melk (meer uitgesproken in Brussel dan in Vlaanderen en Wallonië).

3

Plantaardige alternatieven zijn goed ingeburgerd: 46% van de respondenten consumeren ze minstens één keer per week, waarbij de consumptie vooral hoog is onder jongeren tussen 18 en 34 jaar (72%).

4

Motivaties voor plantaardige producten weerspiegelen een balans tussen smaak (50%), gezondheid (44%) en dierenwelzijn (34%), waarbij vooral jongeren milieuvriendelijke redenen aanspreken.

Onze conclusies – Consumptie van melk en kennis van de zuivelindustrie

5

Andere zuivelproducten (kaas, yoghurt, boter, enz.) worden vaak geconsumeerd: 89% van de Brusselaars eten ze minstens één keer per week. Daarvan wordt kaas het vaakst geconsumeerd.

6

Er is een schrijnend gebrek aan kennis over de opfokpraktijken: de meeste realiteiten van de kalveropfok, zoals het feit dat een koe een kalf moet krijgen om melk te produceren, dat kalveren vanaf de eerste uren na de geboorte van hun moeder worden gescheiden en de omstandigheden waaronder ze worden vervoerd, zijn **weinig bekend** bij het grote publiek ; er zijn grote verschillen tussen de leeftijden bij de Brusselaars.

7

Jongeren in de leeftijd van 18-34 jaar zijn zich meer bewust van de praktijken in de sector, vooral met betrekking tot het scheiden van moeder en kalf, waar 59% van de jongeren onder de 34 jaar op de hoogte zijn, vergeleken met 53% van de 35-54-jarigen en 45% van de 55-plussers.

Onze conclusies – Reacties op onthulde praktijken

1

Bijna de helft van de respondenten wijst de onthulde praktijken af: 46% vinden ze onaanvaardbaar. Deze mening is vooral sterk onder vrouwen (57%) en 55-plussers (59%).

Onze conclusies – Reacties op onthulde praktijken

2

58% van de Brusselaars zeggen bereid te zijn hun consumptie van dierlijke melk te verminderen in het licht van de beschreven praktijken. Het effect is meer uitgesproken bij jongeren (69%) en vrouwen (63%).

3

83% zijn van mening dat de praktijken moeten veranderen, onder andere om het welzijn van kalveren te verbeteren, en 78% zijn voorstander van nieuwe regelgeving, terwijl slechts 6% ertegen zijn.

4

60% vinden dat supermarkten meer moeten doen om plantaardige alternatieven voor dierlijke melk te promoten, een trend die sterker is onder vrouwen (65%) en jongeren tussen 18 en 34 jaar (73%).

5

66% zouden graag zien dat de politieke partij van hun voorkeur de wetwijzingen die het dierenwelzijn in de zuivelindustrie steunen steunt, een trend die dwars door de verschillende electoraten loopt, maar meer uitgesproken is onder kiezers van linkse en centrumlinkse partijen.

6

Meer dan 7 van de 10 Brusselaars – ongeacht hun politieke voorkeur – **geloven dat het imago van hun partij geschaad zou worden als ze deze hervormingen niet zouden steunen**; 55% zijn van plan om niet meer op hun partij te stemmen als ze tegen nieuwe regelgeving zijn. Dat geldt voor alle politieke partijen.

Onze conclusies – Reacties op onthulde praktijken

7

71% van de respondenten verwachten dat zuivelproducenten realistischer gaan communiceren, omdat ze vinden dat het huidige beeld te geïdealiseerd is (bv. illustraties van koeien in groene weiden, enz.); slechts 7% van de Brusselaars zijn tegen deze aanpassing.

8

Na het zien van de video waarin de praktijken van de zuivelindustrie worden belicht, **zijn 64% van de ondervraagden van plan hun consumptiegedrag te veranderen**, dat is meer uitgesproken bij jongeren (73%) in vergelijking met 35-54-jarigen (59%) en 55-plussers (61%).

Onze conclusies – Operationeel

De studie wijst op een **verandering** in de verwachtingen van de Brusselaars ten opzichte van de zuivelindustrie. Hoewel de consumptie van melk en zuivelproducten hoog blijft, zijn de Brusselaars, vooral vrouwen en jongeren, zich bewust van het belang van dierenwelzijn en staan ze open voor andere opties zoals plantaardige alternatieven.

1

De resultaten tonen echter een algemeen gebrek aan bewustzijn over de praktijken van de zuivelindustrie, vooral bij de 35-plussers.

Om een **blijvende verandering** in de consumptie van melk en zuivelproducten van dierlijke oorsprong teweeg te brengen, moet op vier gebieden worden samengewerkt:

2

1) **De praktijken van de zuivelindustrie zichtbaarder maken:** 46% van de Brusselaars vinden de praktijken **onaanvaardbaar** als ze eenmaal bekend zijn. Het zou dus aangewezen zijn om deze praktijken meer bekendheid te geven via bewustmakingscampagnes voor het grote publiek en/of door de communicatie van de producenten aan te passen (realistischer en minder geïdealiseerd).

Onze conclusies – Operationeel

3

2) Een betere regulering van deze praktijken invoeren: meer dan 3 op de 4 Brusselaars zeggen dat ze **voorstander** zijn van specifieke regelgeving om het welzijn van kalveren te verbeteren; zo niet, dan zegt meer dan één op twee Brusselaars dat ze niet opnieuw op de partij van zijn voorkeur zou stemmen als die deze nieuwe regelgeving niet zou steunen. Het is daarom essentieel dat de politieke partijen hun zaakjes op orde krijgen om de zuivelindustrie beter te reguleren, anders lopen ze het risico hun kiezers te verliezen.

4

3) Betere promotie van plantaardige alternatieven: 60% van de Brusselaars vinden het belangrijk dat supermarkten plantaardige alternatieven promoten in hun winkels. Het promoten van dierenwelzijn, maar ook smaak- en gezondheidsaspecten zijn elementen die volgens hen benadrukt moeten worden om niet-consumenten te overtuigen van dit alternatief voor dierlijke melk.

5

4) De praktijken van de landbouwers veranderen: de overgrote meerderheid van de Brusselaars (83%) vindt dat de landbouwers hun praktijken moeten veranderen om de impact op het welzijn van de kalveren te verminderen. Het is daarom belangrijk dat, naast de inspanningen van supermarkten, politieke partijen, de media en verenigingen, boeren ook hun methoden aanpassen om beter aan de verwachtingen van de consument te voldoen.

THANK YOU

SACHA DUMOULIN

General Manager



José Arias

Team Leader



Find us

Avenue Delleur 18 - 1170
Watermael-Boitsfort Belgium

Call us

+32 2 348 45 68

Mail us

info@dedicated.be

Visit us

www.dedicated.be