

# Questionmark



## Wat vindt de consument?



80% van de consumenten die een duurzame propositie aantrekkelijk vindt, is bereid een meerprijs te betalen.



Sceptis groeit ook: 42% wantrouwde de claim MVO in 2018; in 2017 was dit 38%.

Bron: dossier duurzaam van B-open en GfK 2018

## Transparant over duurzaamheid Inspanningen omgezet in waarde

Verduurzamen van productieketens is goed voor milieu, mens en dier. Ook maakt het uw merk toekomstbestendig. Maar voor consumenten en andere stakeholders zijn al die inspanningen vaak nog onvoldoende zichtbaar. Via Questionmark zorgt u ervoor dat verduurzaming ook gaat lonen voor uw merk.

Steeds meer consumenten vragen om duurzame en gezonde producten. Tegelijkertijd neemt ook de scepsis toe en worstelen voedselmerken met de vraag hoe zij geloofwaardig kunnen communiceren over hun verduurzamingsinspanningen. Want alleen als consumenten en stakeholders uw verhaal geloven, kunnen deze investeringen zich terugbetalen in een beter merkimage, hogere verkoopcijfers en mogelijk hogere marges. Door als onafhankelijk en betrouwbaar medium te communiceren over de duurzaamheid van uw merk, biedt Questionmark met het programma Transparant over Duurzaamheid een unieke oplossing om uw merk te onderscheiden op transparantie en duurzaamheid.

# Hoe werkt het?



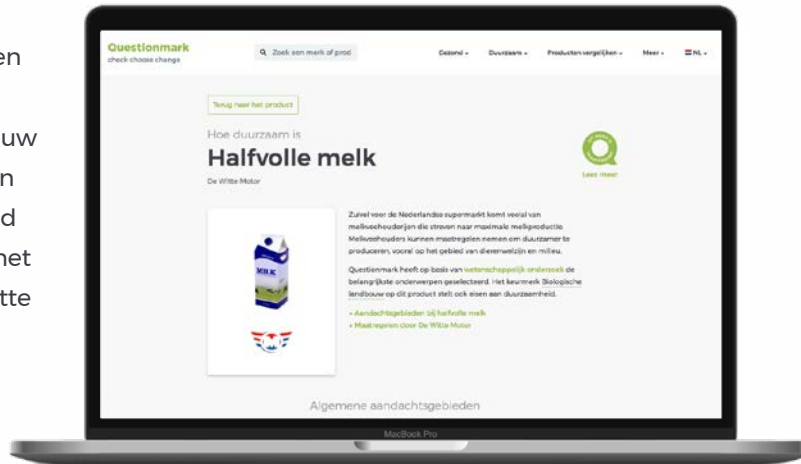
Via Questionmark kan uw merk alle inspanningen op het gebied van verduurzaming voor uw publiek op een geloofwaardige manier onder de aandacht brengen. Hoe?

- Als merk levert u zelf informatie aan op basis van een gestandaardiseerde vragenlijst. Een team van specialisten ondersteunt u waar nodig.
- Questionmark vertaalt de informatie naar consumententaal en publiceert dit in goed vindbare kanalen.
- U krijgt het onafhankelijke predicaat 'dit merk is transparant', dat u ook kunt gebruiken in uw eigen kanalen.

**Transparant over Duurzaamheid is een initiatief van Questionmark en is onderdeel van het Trusted Source Programma van het Ministerie van LNV.**

## Duurzaamheidspagina

Uw producten krijgen eigen pagina's die uitleg geven over de inspanningen van uw merk op verduurzaming en de ambities op gezondheid en duurzaamheid. Bekijk het voorbeeld van Melk De Witte Motor op onze website.



**Questionmark**

## Bereik onder invloedrijke doelgroepen

- Questionmark voorziet maandelijks een invloedrijke doelgroep van ruim 50.000 bezoekers van objectieve informatie over de gezondheid en duurzaamheid van voedselproducten, bestaande uit:
  - kritische consumenten,
  - journalisten,
  - opiniemakers en influencers,
  - beleidsmakers.
- Voor ieder product publiceert Questionmark pagina's op haar website en in de app die helemaal gaan over uw duurzaamheidsinspanningen en ambities op duurzaam en gezond.

## Aansluiting bij wetenschap, industrie en overheid

Questionmark heeft de ambitie om dé nieuwe norm voor transparantie te worden en is aangesloten bij bestaande initiatieven en ontwikkelingen.

**Wetenschap en industrie** | We gebruiken internationaal gestandaardiseerde vragenlijsten van The Sustainability Consortium (TSC), een internationaal samenwerkingsverband van industrie en universiteiten, waaronder Wageningen. Transparant over Duurzaamheid is gestart met een groep van twaalf voedselproducenten. Daarnaast testen diverse retailers en groothandels inmiddels ook deze methodiek.

**Overheid** | In het Levensmiddelenconvenant van het Ministerie van Buitenlandse Zaken, het Ministerie van LNV en o.a. FNLI en CBL worden van producenten diverse stappen gevraagd die direct aansluiten op de methodiek van Questionmark, waaronder op due diligence en transparantie.

# Hoe kan mijn merk deelnemen?

## Stappen

- 1 U ontvangt een vragenlijst, met maximaal 15 vragen, over het product/ de productgroepen waarin u meedoet.
- 2 U beantwoordt de vragen; consultants van The Sustainability Consortium zijn beschikbaar om u hierbij te helpen.
- 3 Questionmark vertaalt de antwoorden naar begrijpelijke, vindbare en aantrekkelijke informatie voor consumenten.
- 4 Naast de formele antwoorden krijgt u ruimte om in uw eigen woorden uw beleid en ambities toe te lichten.
- 5 Na uw goedkeuring wordt bij elk product waarmee uw merk deelt de duurzaamheidspagina getoond in de Questionmark kanalen (web en app).

Voor het verwerken, publiceren en promoten van de duurzaamheidsinformatie vraagt Questionmark een onkostenvergoeding.

## De voordelen

Uw duurzaamheidsinspanningen via Questionmark zichtbaar, geloofwaardig en onderscheidend.

### Onderscheidend vermogen

- Profileer uw merk en producten geloofwaardig als transparant en duurzaam.
- Vertel het unieke duurzaamheidsverhaal van uw producten aan uw publiek. Ook als u geen keurmerk heeft of juist extra inspanningen doet bovenop een keurmerk wordt dit beloond.
- Gebruik de content en het predicaat 'dit merk is transparant' in uw eigen communicatie.

### Bereik invloedrijke doelgroepen

- Vergroot zichtbaarheid bij de doelgroep van kritische consumenten en voorlopers op duurzaam voedsel.
- Voorkom reputatierisico's door relevante informatie te publiceren voor journalisten, opinie- en beleidsmakers.

### Waardevolle inzichten

- Verkrijg inzicht in belangrijkste kwesties (hotspots) en concrete verbeterkansen per productgroep op basis van internationaal gestandaardiseerde vragenlijst.

Meer weten over  
deelname?

Neem contact met ons op



## Deze merken zijn transparant over duurzaamheid

