

Practice abstract 5.6

The Voice of the Consumer: Public opinions on policies promoting neglected crops



AUTHORS

Simoun Bayudan
Joachim Schouteten

CONTACT

SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be
Joachim.Schouteten@UGent.be

KEY WORDS

Consumer preferences, bottom-up approach, policy

www.cropdiva.eu
[@H2020Cropdiva](https://twitter.com/H2020Cropdiva)

CHALLENGE

Neglected crops have the potential to promote diversity in agriculture and to reduce the negative impacts of intensive agriculture towards the environment. However, these crops still have a minor role in global food production systems.

SOLUTION

The voice of consumers remains important in increasing neglected crops in the market. Bottom-up approaches in designing policies can yield insights that can cater to consumer needs. Here, we present opinions from a focus group discussion in Belgium.

OUTCOME

Consumers in Belgium are aware of climate and food system issues. When it comes to institutional roles, some believed that institutions should work with consumers more. The participants claimed that aside from expecting consumers to prioritize diversity in food, institutions should also place enabling actions that make diverse food more accessible.

PRACTICAL RECOMMENDATIONS

Institutions should continue engaging with consumers to co-create policies that encourage the consumption of diverse food and with

minor crops. Communicating current initiatives and their tangible impacts can also help increase transparency and trust among consumers.

FURTHER INFORMATION

Beyond the awareness of consumers regarding climate issues, some consumers also believe that pressure is necessary to create initiatives that specifically target increased variety in food options in super markets, food stores, and other places.



This practice abstract is borne out of a focus group discussion with 27 consumers in Belgium held in different sessions to cover opinions on these lesser known crops.

About CROPDIVA

CROPDIVA wants to put 6 underused arable crops back in the fields: oats, hull-less barley for human consumption, triticale, buckwheat, faba beans and lupins. 27 European partners are joining forces to enhance agrobiodiversity in Europe. They will achieve this by focusing on crop diversity and creating local value chains. The project is running from September 2021 to August 2025.



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement N°1010000847

Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

La voix du consommateur : Opinions du public sur les politiques de promotion des plantes négligées

Le Défi

Les cultures négligées ont le potentiel de promouvoir la diversité dans l'agriculture et de réduire les effets négatifs de l'agriculture intensive sur l'environnement. Cependant, ces cultures jouent encore un rôle mineur dans les systèmes de production alimentaire mondiaux.

La Solution

La voix des consommateurs reste importante pour accroître la présence des cultures négligées sur le marché. Les approches « Bottom-Up » dans l'élaboration des politiques peuvent fournir des informations susceptibles de répondre aux besoins des consommateurs. Nous présentons ici les opinions d'un Focus Group en Belgique.

Le Résultat

Les consommateurs belges sont conscients des problèmes liés au climat et au système alimentaire. En ce qui concerne le rôle des institutions, certains pensent qu'elles devraient collaborer davantage avec les consommateurs. Les participants ont affirmé que les institutions devraient également mettre en place des actions permettant de rendre la diversité alimentaire plus accessible, en plus d'attendre des consommateurs qu'ils donnent la priorité à la diversité alimentaire.

Recommandations

Les institutions devraient continuer à s'engager avec les consommateurs pour co-créeer des politiques qui encouragent la consommation d'aliments diversifiés et de plantes négligées. La communication des initiatives en cours et de leurs effets tangibles peut également contribuer à accroître la transparence et la confiance des consommateurs.

Autres Informations

Au-delà de la sensibilisation des consommateurs aux questions climatiques, certains d'entre eux estiment également qu'il est nécessaire de faire pression pour créer des initiatives visant spécifiquement à accroître la variété des options alimentaires dans les supermarchés, les magasins d'alimentation et d'autres lieux.

Ce document est le résultat des Focus Groups avec 27 consommateurs en Belgique, organisée en différentes sessions pour couvrir les opinions sur ces cultures moins connues.

AUTEURS: Simoun Bayudan, Joachim Schouteten

CONTACT: SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be ; Joachim.Schouteten@UGent.be

www.cropdiva.eu
[@H2020Cropdiva](https://twitter.com/H2020Cropdiva)

De stem van de consument: Publieke opinies over beleid ter bevordering van onderbenutte gewassen

De uitdaging

Onderbenutte gewassen hebben het potentieel om diversiteit in de landbouw te bevorderen en de negatieve effecten van intensieve landbouw op het milieu te verminderen. Deze gewassen spelen echter nog steeds een ondergeschikte rol in de wereldwijde voedselproductiesystemen.

De oplossing

De stem van de consument blijft belangrijk bij het vergroten van het marktaandeel van onderbenutte gewassen. Bottom-up benaderingen bij het ontwerpen van beleid kunnen inzichten opleveren die tegemoet komen aan de behoeften van de consument. Hier presenteren we meningen van een focus groep in België.

De resultaten

Consumenten in België zijn zich bewust van de klimaat- en voedselsysteemproblematiek. Wat de institutionele rollen betreft, waren sommigen van mening dat organisaties meer met consumenten zouden moeten samenwerken. De deelnemers stelden dat organisaties ook acties mogelijk moeten maken die divers voedsel toegankelijker maken, naast de verwachting dat consumenten voedseldiversiteit als prioriteit stellen.

Suggesties

Organisaties moeten in gesprek blijven met consumenten om samen beleid te ontwikkelen dat de consumptie van gevarieerd voedsel en minderheidsgewassen stimuleert. Het communiceren van initiatieven en hun effecten kan ook helpen om de transparantie en het vertrouwen onder consumenten te vergroten.

Andere informatie

Naast het bewustzijn van consumenten met betrekking tot klimaatkwesties, vinden sommige consumenten ook dat er druk moet worden uitgeoefend om initiatieven te creëren die specifiek gericht zijn op meer variatie in voedselopties in supermarkten, voedingswinkels en andere plaatsen.

Dit document is het resultaat van een focusgroepdiscussie met 27 consumenten in België, die in verschillende sessies werd gehouden om de meningen over deze minder bekende gewassen te peilen.

AUTEURS: Simoun Bayudan, Joachim Schouteten

CONTACT: SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be ; Joachim.Schouteten@UGent.be

www.cropdiva.eu
[@H2020Cropdiva](https://twitter.com/H2020Cropdiva)