

Barrières
opheffen

Nationaal Actieplan Groenten en Fruit

Verbinden met bondgenoten, op het juiste moment inhaken op de actualiteit en draagvlak in het beleid van het Ministerie liggen ten grondslag aan het begin dit jaar opgestarte 'Nationaal Actieplan Groenten en Fruit'. Een initiatief van het ministerie van Economische Zaken en GroentenFruit Huis in samenwerking met de gezondheidszorg, maatschappelijke organisaties en NGO's. Met als ultieme doel gedragsverandering bij de consument naar een hogere consumptie van groente en fruit.

Tekst: Wilma van den Oever | foto's: NAGF

Groente en fruit. We weten dat het gezond is, we eten het, maar de dagelijks aanbevolen hoeveelheid halen we nog lang niet. Gemiddeld eet een volwassene 127 gram groente per dag. Het spreekt voor zich dat verdubbeling hiervan een impuls kan geven aan de verkoop van groente en fruit.

Gedragsverandering

Frugi Venta heeft in 2013 het Comité Voeding & Gezondheid opgericht, bij de oprichting van GroentenFruit Huis is

dit 'omgedoopt' tot Business Council. In opdracht van dit comité heeft er een onderzoek plaatsgevonden naar succesfactoren en barrières die een hogere consumptie van groente en fruit in de weg staan. GroentenFruit Huis heeft destijds een Denktank georganiseerd met betrokkenen uit een breed maatschappelijk speelveld zoals gezondheidszorg, huisartsen, verzekeraars en NGO's. Die heeft geresulteerd in het rapport: 'Groenten en fruit de oplossing voor een gezonde

consument'. Hierin zijn aanbevelingen opgenomen die kunnen bijdragen aan een hogere consumptie van groente en fruit. Beschikbaar maken van groente en fruit op meerdere locaties, nieuwe concepten en het aantal eetmomenten verhogen spelen hierbij een belangrijke rol. Een andere belangrijke aanbeveling was samenwerking met andere maatschappelijke organisaties zoals gezondheidszorg, milieu-beweging en horeca. Al deze organisaties hebben hun eigen motieven om de consumptie van groente en fruit te verhogen. Dan rest alleen nog de vraag: hoe gaat de consument meer groente en fruit consumeren? Iedereen is het over eens dat dit vraagt om gedragsverandering bij de consument.

Actieve lobby

GroentenFruit Huis heeft de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het bouwen aan een netwerk met relevante maatschappelijke



partijen, zoals de gezondheidszorg, NGO's en de horeca. Dit kwam voor het eerst tot uiting bij de organisatie van het GroenteCongress in maart 2015 in het WTC. Een uniek evenement waarbij de groente- en fruitsector samen met de gezondheidszorg 'Platform Gezonde Voeding 0-4 jarigen' de inhoud en organisatie van het congres voor haar rekening heeft genomen.

Insteek van dit GroenteCongress was elkaar te inspireren en ideeën uit te wisselen over manieren die kunnen bijdragen aan een hogere groente- en fruitconsumptie. Stukje bij beetje is het netwerk verder uitgebreid. Begin 2016 ontstond een opening bij het ministerie EZ naar aanleiding van de kabinetsreactie op het WRR-rapport 'naar één Voedselbeleid' waarin staat dat de consumptie van groente en fruit moet worden gestimuleerd. Dat was het moment waarop GroentenFruit Huis, Wageningen UR, HAS Hogeschool, NPHF, Koninklijke Horeca Nederland, Veneca en Platform gezonde voeding 0-4 jarigen gezamenlijk een brief stuurden naar (inmiddels demissionair) staatssecretaris Van Dam met een

verzoek tot het ontwikkelen van een actieplan dat kan bijdragen aan een hogere consumptie van groente en fruit. Een actieve lobby van deze organisaties richting het ministerie en de wens van het ministerie zelf om een hogere consumptie van groente en fruit op de kaart te zetten, resulteerde uiteindelijk in de opstart van het 'Nationaal Actieplan Groenten en Fruit' (NAGF) Begin 2017.

Coördinator

Met het aanstellen van Karin Bemelmans als coördinator van het NAGF is het actieplan van start gegaan. In korte tijd heeft zij met een klein projectteam het NAGF vorm gegeven. De activiteiten zijn te vinden op de website www.nagf.nl. Het idee achter het NAGF is een platform te creëren waar bestaande ideeën die kunnen bijdragen aan een hogere consumptie van groente en fruit bij elkaar worden gebracht. "De website veggipedia.nl is hiervoor een mooi platform. De afgelopen maanden hebben we hard gewerkt om de website aan te passen met productfoto's, recepten, voedingswaarde en andere wetenswaardigheden over groente en

fruit", aldus Bemelmans. "En we moedigen producenten en handelsbedrijven van harte aan om hun productinformatie, foto's en recepten aan ons door te geven zodat we een zo compleet mogelijk beeld kunnen geven van alle groente en fruit die in het winkelschap beschikbaar zijn."

Ambassadeurs

Om consumenten aan te spreken en te inspireren hun gedrag te veranderen, heeft het NAGF twee ambassadeurs benoemd: meesterkok Rudolph van Veen en huisarts Tamara de Weijer hebben zich verbonden aan het NAGF. Beiden hebben een intrinsieke motivatie om de con-

Wat is het NAGF?

Het 'Nationaal Actieplan Groenten en Fruit' zet zich gedurende een periode van drie jaar (2017-2019) in om de consumptie van groente en fruit in Nederland te stimuleren. Niet alleen thuis maar ook op het werk, in de horeca, op het kinderdagverblijf en in de schoolkantine. Het NAGF ziet kansen om de groente- en fruitkennis van consumenten te vergroten door ze meer bekend te laten raken met verschillende producten en de veelzijdigheid van groente en fruit. Ook de bereidingswijze en variatiemogelijkheden spelen hierbij een rol. Het NAGF wordt in de aanloopfase (tot september 2017) gefinancierd door GroentenFruit Huis en het Ministerie van Economische Zaken. Het ministerie heeft voor de komende drie jaar een bedrag van 750.000 euro per jaar toegezegd voor het NAGF, mits er sprake is van contrafinanciering. Op dit moment worden de plannen voor de komende drie jaar uitgewerkt.

GA VOOR KLEUR

sumptie van groente en fruit te verhogen. De afgelopen tijd waren zij onder andere het gezicht in de actie 'Ga voor kleur'.

Ga voor Kleur

Met 'Ga voor kleur' roepen we Nederland op meer kleur toe te voegen aan de verschillende eetmomenten. Rudolph van Veen: "Het is niet alleen leuk om te variëren met verschillende kleuren groente en fruit, het is ook erg gezond! Groente en fruit van verschillende kleuren bevatten verschillende voedingsstoffen, die heb je allemaal nodig. Eet dus zoveel mogelijk verschillende kleuren, zo weet je zeker dat je goed bezig bent." Elke week staat er één kleur centraal waarbij producten en recepten worden gepresenteerd via Facebook en Instagram / sociale media. Iedereen kan deelnemen aan de campagne door hier op eigen wijze invulling aan te geven of door de 'Ga voor Kleur' toolbox te downloaden op www.gavoorkleur.nl. Leuke voorbeelden hiervan zijn te zien op de facebook.

Effect bereiken

Wat is de rol van de Business Council Voeding & Gezondheid van GroentenFruit Huis? "Deze groep vertegenwoordigers van de leden, denkt mee over de activiteiten en adviseert ons. Daarnaast bewaken ze de belangen van onze achterban en zijn ze de voorlopers om activiteiten op te pakken", aldus Anne Marie Borgdorff, secretaris van de Business Council en betrokken bij het NAGF. "Pas als de actie breed wordt gedragen en zoveel mogelijk bedrijven 'Ga voor kleur' omarmen en in hun eigen (marketing-) activiteiten opnemen, kunnen we daadwerkelijk effect bereiken. De activiteiten in 2017 zijn erop gericht om onze achterban en de consument bekend te maken met 'Ga voor kleur'. In 2018 willen we dat uitbouwen van kennen naar kunnen. Doelstelling in dat jaar is dat men 'wil'. In 2019 zou dat moeten resulteren in daadwerkelijk gaan voor kleur en dus ook een hogere consumptie van groente en fruit." ■



Effect 'Ga voor kleur' tot nu toe

Op 10 mei j.l. was de Kick off 'Ga voor kleur' in de Markthal in Rotterdam. Hier gaven staatssecretaris Van Dam, Rudolph van Veen en Tamara de Weijer het startschot voor 'Ga voor kleur' door gezamenlijk te koken met groente. Sinds die tijd is er veel aandacht geweest voor 'Ga voor kleur', met name via Social Media. Er is een kleurrijk filmpje gemaakt dat volop is gedeeld via Facebook en Twitter. Eind mei waren er al bijna twee miljoen views van de video op Facebook en Instagram. Met name de sector, maar ook sportsites en diëtistes pakten het delen van het bericht goed op. Bereik en effect van de actie wordt gevolgd en gebruikt bij het ontwikkelen van vervolgactiviteiten.