



INTERNATIONAL YEAR OF FRUITS AND VEGETABLES

2021

Aanleiding

De VN heeft 2021 uitgeroepen tot het Internationale Year of Fruits and Vegetables (IYOFF). In Nederland is op initiatief van NAGF en Food Cabinet een coalitie gevormd van sectorpartijen, branche- en maatschappelijke organisaties om daar gezamenlijk invulling aan te geven.

Doel

De VN hebben drie doelstellingen geformuleerd:

1. gezondheid bevorderen
2. duurzame consumptie versterken
3. voedselverspilling tegengaan

Met name de eerste doelstelling heeft als gevolg van Covid-19 nog meer urgentie gekregen. Steeds meer mensen zijn zich ervan bewust hoe belangrijk gezonde voeding is voor hun weerstand. Daarom vinden wij het belangrijk het IYOFF aan te grijpen om het percentage mensen dat dagelijks voldoende groente en fruit eet te vergroten. We zien een positieve trend over 2020 (+ 4%) en willen die trend dit jaar verder gaan versnellen. Met deze groei willen we bijdragen aan gezonder en duurzamer consumptiepatroon, waarin groente en fruit een belangrijke rol speelt. Tevens grijpen wij dit jaar aan om onze doelgroep (zie onder) te informeren hoe verspilling van groente en fruit tegen kan worden gegaan. Tot slot biedt dit jaar de kans om het stimuleren van groenten en fruit in onze voedselomgeving beter op de politieke agenda van landelijke en lokale bestuurders te krijgen.

De bereikdoelstellingen zullen nader worden gedefinieerd/vastgesteld op basis van het definitieve budget en de scenario's. Onder scenario's geven wij een eerste indicatie af van het beoogde bereik.

Doelgroep

De campagne is voor vrijwel heel Nederland relevant (meer dan 95% eet onvoldoende groente en fruit), maar in overleg met alle landelijke partners is ervoor gekozen daarbinnen te kiezen voor jonge gezinnen met kinderen tot 12 jaar als primaire doelgroep (+/- 5.2 miljoen personen in NL). Regionaal/lokaal kunnen die accenten verschillen. Secundaire doelgroep zijn bestuurders / stakeholders die invloed hebben op het voedselaanbod in hun omgeving.

Concept

Om de consumptie van groente en fruit te vergroten en bij te dragen aan een gezonder en duurzamer eetpatroon, willen we laten zien dat we groente en fruit op elk moment van de dag kunnen eten en overal. We gaan laten zien hoe dat kan. Op het werk, onderweg, thuis, op de sportclub en op school. We laten zien dat we Nederland – en elkaar - kleur kunnen geven met groente en fruit. Op die manier geven we iets goeds door aan elkaar in een tijd waarin we afstand van elkaar moeten houden.

Aanpak

De aanpak die we kiezen is tweeledig:

- 1- We werken met alle landelijke partners aan een brede awareness campagne. Deze campagne bestaat o.a. uit de ontwikkeling van een campagnevideo, een PR/lanceringsmoment op 7 april (World Health Day) en de ontwikkeling van een eenvoudige website en verschillende communicatiemiddelen (voor gebruik in kanalen van de partners).
- 2 - We betrekken verschillende steden en regio's doormiddel van regionale events, waarbij naast de landelijke partners een belangrijk rol is weggelegd voor lokale/regionale voedselinitiatieven. Het doel is om deze initiatieven een podium te bieden en te versterken. We stimuleren deze partijen om samen nog meer werk te maken van

groente en fruit op scholen, op het werk en waar dan ook in de voedselomgeving, zodat we vanuit het IYOFF een blijvend effect sorteren.

Regionale samenwerking & events

Het idee is om in verschillende steden een gigantische groente- en fruitschaal neer te zetten op een centrale en/of iconische plek. Van daaruit gaan we de stad voorzien van groente en fruit. Van verzorgingstehuizen, tot scholen en gezinnen die afhankelijk zijn van de voedselbank. Iedereen die wel wat extra kleur kan gebruiken komt aan de beurt. We doen dit op een corona-proof manier en zorgen dat we daarbij veel verschillende initiatieven betrekken. Iedereen die zich inzet voor gezond en duurzaam eten kan deze dag aansluiten. Door de groente en fruit te sponsoren, door verse maaltijden te bereiden of deze te bezorgen (en misschien nog wel op hele andere manieren ook). Het doel is dat uiteindelijk nog veel meer mensen deze initiatieven leren kennen en we hopen ook dat er weer nieuwe samenwerkingen zullen ontstaan. Deze events zullen plaatsvinden in de periode tussen 7 april en 16 oktober (World Food Day). Het aantal events staat op dit moment nog niet vast, maar er lopen al gesprekken met Almere, Amsterdam en Ede. We trappen de estafette waarbij we NL in gaan kleuren op 7 april af met het aanbieden van groente en fruit aan politici op het Binnenhof in Den Haag. Natuurlijk dragen we er zorg voor dat niets van de groente- en fruit schaal wordt verspild. Dit doen wij bijvoorbeeld door samenwerkingen aan te gaan met partijen als Too Good to Go.

Wat vragen we concreet van onze lokale en regionale partners en wat bieden wij?

- Het ontsluiten van het lokale/regionale netwerk van voedselinitiatieven (en bij voorkeur actief betrekken)
- Een out-of-pocket bijdrage van vanuit de gemeente en/of de provincie)
- Ondersteuning bij de organisatie (denk aan meedenken over geschikte locatie, aansluiten van vrijwilligers)

Door de krachten te bundelen tussen landelijke en regionale/lokale initiatieven geloven wij dat we zoveel mogelijk mensen kunnen bereiken én zoveel mogelijk impact en blijvend effect kunnen sorteren.

Communicatie & partnerbijdragen

Er zal een stuurgroep worden gevormd met alle **partners** die in staat en bereid zijn om 10k+ bij te dragen. Zij zullen eveneens worden vermeld in alle communicatie, waaronder persberichten, aftiteling video etc. Voor alle overige partners geldt dat zij zullen worden meegenomen als **supporter**. Van deze partijen wordt een bijdrage van minimaal 5k gevraagd. Dit betekent o.a. een vermelding op de website en toegang tot alle communicatiematerialen (toolbox) die beschikbaar zullen worden gesteld. Denk daarbij aan social media content, email handtekeningen, fotografie en nieuwsberichten.

De frequentie waarmee de stuurgroep bij elkaar komt zal in onderling overleg met de betreffende partijen worden afgestemd. Met de overige partners zullen gedurende het jaar een aantal stakeholderbijeenkomsten worden georganiseerd waarin de voortgang wordt besproken evenals de mogelijkheden om aan te haken vanuit eigen kanalen.

Indicatie beoogd bereik

Vooralsnog gaan wij uit van de volgende doelstellingen o.b.v. scenario 1 (zie onder):

- Advertentiewaarde 75.000 euro
- Mediawaarde 250.000 euro
- Impressies (video) 2.000.000
- Potentieel gestapeld bereik + 10.000.000

Bovenstaande kan nog wijzigen op basis van het definitieve budget en mediaplan.

Begroting / scope

We werken op dit moment met 3 scenario's (zie onder).

De belangrijkste verschillen tussen de verschillende scenario's zijn gelegen in het aantal regionale events (en daarmee ook de hoogte van de co-financiering vanuit deze regio's) en het budget voor inkoop media en content creatie. We hebben contact met een aantal organisaties/fondsen die ook over een landelijke bijdrage nadenken, waardoor we een positief gevoel hebben over het bereiken van scenario 2. Om daar te komen is nu beginnen wel noodzakelijk.

In scenario 1 is de minimale bijdrage vanuit de landelijke partners gezamenlijk 110k. We gaan daarbij uit van een co-financiering van ten minste 40k vanuit regionale partners. Voor scenario 2 is een bijdrage van de landelijke partners nodig van in totaal 180k (en 120k vanuit de regio's). In scenario 3 gaat het om respectievelijk 250k en 200k.

Alle partnerbijdragen lopen via het NAGF en zullen in een partnerovereenkomst (zie bijlage) worden vastgelegd.

SCENARIO 1 (vanaf 150k)		SCENARIO 2 (300k)		SCENARIO 3 (450k)	
Ontwikkelen basismiddelen	€ 75.000	Ontwikkelen basismiddelen	€ 75.000	Ontwikkelen basismiddelen	€ 75.000
Extra toolbox materialen (S)	-	Extra toolbox materialen (M)	€ 10.000	Extra toolbox materialen (L)	€ 20.000
Campagne budget (online)	€ 25.000	Campagne budget (multimediaal)	€ 50.000	Campagne budget (multimediaal)	€ 75.000
1 event 'grootste groente & fruitschaal'	€ 40.000	3 events 'grootste groente & fruitschaal'	€ 120.000	5 events 'grootste groente & fruitschaal'	€ 200.000
Organisatiekosten	€ 10.000	Organisatiekosten	€ 20.000	Organisatiekosten	€ 30.000
		Aanvullende content / PR	€ 25.000	Aanvullende content / PR	€ 50.000
	€ 150.000		€ 300.000		€ 450.000

Toelichting basismiddelen

Om een start te kunnen maken met de ontwikkeling van de basismiddelen, hebben Food Cabinet en NAGF besloten wel te starten. NAGF heeft 25.000 beschikbaar en stelt zich op basis van de gesprekken die we met jullie hebben gevoerd garant voor de aanvullende 50.000.

Bedrag voor de basismiddelen is als volgt opgebouwd. Hierin zijn de in-kind uren die vanuit NAGF worden geïnvesteerd en de voorbereidende uren van Food Cabinet niet meegenomen.

ontwikkelen basismiddelen	
Video (incl. ambassadeurs)	€ 20.000
PR moment (lancering campagne)	€ 15.000
Online campagne / toolbox (small)	€ 10.000
Campagnepagina	€ 10.000
Conceptontwikkeling	€ 10.000
Organisatie	€ 10.000