



AZ EURÓPAI UNIÓ
TÁMOGATÁSÁVAL
FINANSZÍROZOTT KAMPÁNY



NEMZETI
AGRÁRGAZDASÁGI
KAMARA



Sajtóközlemény

Budapest, 2021. március 03.

Frutti és Veggi kalandjai Európai Friss Csapat néven folytatódnak

Idén újabb hároméves periódusát kezdi meg a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (NAK) francia- belga szakmai szervezetekkel együttműködésben megvalósuló, zöldség- és gyümölcsfogyasztást népszerűsítő uniós kampánya. Frutti és Veggi kalandjai Európai Friss Csapat néven folytatódnak, hogy még többen fedezhessék fel a friss zöldségek és gyümölcsök ízének erejét.

Frutti és Veggi a következő három évben is velünk lesznek, ugyanis Európai Friss Csapat néven folytatódik a NAK uniós kampánya a megfelelő mennyiségű zöldség- és gyümölcsfogyasztás érdekében. „A program első periódusa – amely még Európai Friss Kalandok néven futott – nagyon sikeresen zárult, hiszen a 8-14 éves korosztályban 30% feletti Frutti és Veggi ismertsége, így nem is volt kérdés, hogy szeretnénk a program folytatását 2023-ig.” – hangsúlyozta Gyórfy Balázs, a NAK elnöke.

A program neve mellett megújulnak az arculati elemek, a kabalafigurák és a közösségimédia-felületek is. Az Európai Friss Csapat – Az ízek ereje program célcsoportja elsősorban a családok és a gyermekek, hiszen alapvető fontosságú, hogy minél több szülő, nagyszülő ismerje meg a zöldségek, gyümölcsök jótékony hatásait és építse be ezeket gyermekei étrendjébe. A gyermek célcsoport azonban az idei évtől a 14-18 éves korosztállyal bővül, aminek egyik fő oka, hogy a WHO adatai szerint ebben a korcsoportban évről évre jelentősen csökken a napi rendszerességgel zöldséget, gyümölcsöt fogyasztók aránya. A középiskolás, tini korcsoport hatékony elérése érdekében a program közösségimédia-jelenléte és -aktivitásai még változatosabbak, intenzívebbek lesznek, valamint szélesedik az alkalmazott kommunikációs eszközök köre is. Az Európai Friss Csapat megjelenik a TikTok-on és a Pinteresten is, illetve olyan influencerekkel működik együtt, akik kifejezetten ebben a korosztályban népszerűek és számukra hitelesek.

Ennek a promóciós kampánynak a tartalma csakis a szerző álláspontját tükrözi, és kizárólag ő tartozik érte felelősséggel. Az Európai Bizottság és a Fogyasztó-, Egészség-, Élelmiszerügyi és Mezőgazdasági Végrehajtó Ügynökség (CHAFEA) semmilyen felelősséget nem vállal a kampányban szereplő információk esetleges felhasználását illetően.

Az újdonságok mellett folytatódnak a korábban már megismert, közkedvelt programelemek is: új epizódokkal jön az animációs minisorozat, nyáron Frutti és Veggi ismét országos roadshow-ra indul, és ismét lesz lehetőség a legnagyobb áruházláncok boltjaiban zöldséget, gyümölcsöt kóstolni.

Hosszútávon, a táplálkozási szokások tartós megváltoztatásához nem elegendő három év, ezért is jelent óriási lehetőséget a kampány folytatása, mondta Györffy Balázs, aki hangsúlyozta: *„Napjainkban az már nem kérdés, hogy a zöldség- és gyümölcsfogyasztás elengedhetetlen egészségünk megőrzése szempontjából. A táplálkozási szokások azonban ezt egyáltalán nem tükrözik, a változás pedig hosszú folyamat. Az Európai Friss Csapat program ezért is törekszik arra, hogy a zöldség- és gyümölcsfogyasztás fontosságához kapcsolódó üzenetei a gyerekeket óvodás kortól az érettségiig „elkísérjék”, kialakítva igényüket az egészséges és tudatos táplálkozás iránt. Így nőhet fel egy olyan generáció, akik számára már alapvető lesz a rendszeres zöldség- és gyümölcsfogyasztás.”*

Az idei év különlegessége, hogy 2021 az ENSZ Közgyűlés döntése alapján a Gyümölcsök és Zöldségek Nemzetközi Éve, azzal a céllal, hogy az egészséges táplálkozás, egészségünk megőrzése érdekében felhívja a figyelmet a nagyobb mennyiségben fogyasztott zöldségek és gyümölcsök pozitív egészségügyi, élettani hatásaira. Ez a nemzetközi kezdeményezés még nyomatékosabbá teszi az Európai Friss Csapat program üzeneteit, jelentősen erősíti célkitűzéseit, és emellett ösztönzi a keresletet a friss, vitamindús hazai zöldségek és gyümölcsök iránt.

Háttérinformáció:

EURÓPAI FRISS KALANDOK az Európai Friss Csapat program első hároméves periódusa, amely 2018-2020 között futott hazánkban. Célja a zöldség- és gyümölcsfogyasztás népszerűsítése volt elsősorban a családok és a 6-14 éves korú gyermekek körében. A program első három évének eredményeként a 8-14 évesek körében, akik kifejezetten kevés zöldséget- és gyümölcsöt fogyasztanak, 30% feletti a program kabalafiguráinak, Fruttinak és Vegginek az ismertsége. A zöldség-gyümölcs testvérpár az elmúlt időszakban az egész országot bejárta, 35 ezer kilométert utazott, és 45 roadshow- valamint 100 nagyáruházi helyszínen 7750 kilogramm zöldséggel és gyümölccsel kóstoltatta meg az érdeklődőket.

A **NEMZETI AGRÁRGAZDASÁGI KAMARA** 2013 tavaszán alapított, kötelező tagsággal rendelkező szervezet. A köztestület tagja valamennyi mezőgazdasági, élelmiszeripari és vidékfejlesztési tevékenységet folytató természetes és jogi személy. A kamara mintegy 400 ezer fős tagsága révén a teljes hazai élelmiszerláncot lefedi, közülük több mint 50 ezren foglalkoznak zöldség- és gyümölcsstermeléssel. Rugalmas és szakmailag felkészült szervezetként a NAK az alapítása óta azon dolgozik, hogy lendületet adjon a magyar agráriumnak. Legfontosabb feladata a magyar agrár- és élelmiszerszektor erősítése, a magyar termékek versenyképességének javítása itthon és a nemzetközi piacokon. Vezető szerepet tölt be a nemzeti agrár- és élelmiszer-stratégia alakításában és megvalósításában, továbbá a kormányzat első számú szakmai tárgyalópartnereként széles körű igazgatási és szolgáltatási közfeladatokat lát el.

További információ:

Fekete Zsanett, a NAK PR- és kommunikációért felelős kabinetfőnök-helyettese: fekete.zsanett@nak.hu:

Nagy László, a Havas Sport & Entertainment vezetője: laszlo.nagy@havas-se.com

Ennek a promóciós kampánynak a tartalma csakis a szerző álláspontját tükrözi, és kizárólag ő tartozik érte felelősséggel. Az Európai Bizottság és a Fogyasztó-, Egészség-, Élelmiszerügyi és Mezőgazdasági Végrehajtó Ügynökség (CHAFEA) semmilyen felelősséget nem vállal a kampányban szereplő információk esetleges felhasználását illetően.



Ennek a promóciós kampánynak a tartalma csakis a szerző álláspontját tükrözi, és kizárólag ő tartozik érte felelősséggel. Az Európai Bizottság és a Fogyasztó-, Egészség-, Élelmiszerügyi és Mezőgazdasági Végrehajtó Ügynökség (CHAFEA) semmilyen felelősséget nem vállal a kampányban szereplő információk esetleges felhasználását illetően.