

## Sajtóközlemény

2018. október 26.

**Fél millió embernek hívták fel a figyelmét a zöldség- és gyümölcsfogyasztás fontosságára az Európai Friss Kalandok program első évében hazánkban**

Frutti és Veggi, a program két hőse több, mint 3000 kilogramm zöldséget és gyümölcsöt osztott szét a kisgyermekes családok között

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara az Európai Friss Kalandok kampány első évében mintegy félmillió embernek hívta fel - személyesen - a figyelmét a zöldség és gyümölcsfogyasztás fontosságára. A kampány elsődleges célja, hogy a kisgyermekes családok körében növelje friss zöldség- és gyümölcsfogyasztás mennyiségét, ami jelenleg napi 262 gramm. A program keretében idén a hazai termelők által felajánlott több, mint 3000 kilogramm friss zöldséget és gyümölcsöt kóstoltattak a gyermekes családokkal.

A hazánkban első ízben megvalósuló programmal a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (NAK) és az Interfel francia zöldség-gyümölcs szakmaközi szervezet a zöldség- és gyümölcsfogyasztás fontosságára kívánta felhívni a családok és a gyermekek figyelmét. Az Európai Friss Kalandok nevű programsorozat első évében országszerte 15 települést érintett Frutti és Veggi, a kampány két központi figurája, akik több mint 14 ezer kilométert utazva hozták közelebb a gyümölcsök és zöldségek szeretetét a 6-14 éves korú gyermekekhez és családjaikhoz. Emellett a program keretében megvalósuló Európai Friss Kalandok roadshow, áruházi megjelenések (Tesco, Auchan, Coop, CBA) és a Gyerek Szigeten megrendezett Friss Zöldségek és Gyümölcsök Ünnepe keretében a magyar lakosság több mint 5 százaléka, mintegy félmillió ember nyerhetett bepillantást Vegapolisba, a zöldségek és gyümölcsök mesés világába és tapasztalhatta meg az egészséges étkezés örömét. A kampányban hazai termelők felajánlása révén közel 2400 kilogramm gyümölcsöt és 800 kilogramm zöldséget kóstoltattak a gyermekek között.

A kampány aktualitása vitathatatlan, hiszen, az Egészségügyi Világszervezet (WHO) kutatásai igazolják, hogy a zöldségek és gyümölcsök fogyasztása lényeges szerepet játszik a gyermekek fejlődésében, a betegségek megelőzésében, az egészségügyi állapot javításában és fenntartásában, azonban a nemzetközi trendekkel párhuzamban Magyarországon is folyamatosan csökken ezen termékek fogyasztása a lakosság körében. A KSH 2016-os kutatása szerint a magyarok fejenként csak napi 262 gramm zöldséget és gyümölcsöt fogyasztanak, amellyel az Európai Unióban az utolsók között vannak, a rossz étkezési szokások pedig komoly egészségügyi problémákhoz vezethetnek. A Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége (MDOSZ) 2014-es kutatásában a 4-10 éves korú gyermekek étkezési szokásaival kapcsolatban kimutatta, hogy a túlsúly és az elhízás mértéke évről évre egyre magasabb. A TÉT Platform 11-18 évesek körében vizsgálta a túlsúly, elhízás mértékét – 24 %-uk, azaz minden 4. gyerek túlsúlyos vagy elhízott ebben a korosztályban.

*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 EURÓPAI UNIÓ  
TÁMOGATÁSÁVAL  
FINANSZÍROZOTT KAMPÁNY



*„A tudatos nevelést nem lehet elég korán elkezdni, azt a lehető legszélesebb körben és fórumon alkalmazni is kell. A kampány egyfajta marketing jellegű tevékenység is. Meggyőződésem, hogy a marketingnek – ha azt megnyerően, jól megalapozva szervezzük és végezzük – átütő ereje van. Hiszem, hogy a kampány üzenete célba ért és bízom a kampány folytatásában” – véli **Benedek Orsolya**, a kampányban résztvevő Benedek Farm képviselője.*

*„A kampánnyal nemcsak népegészségügyi célokat kívánunk támogatni, hanem hazánk agrárgazdasági törekvéseit is. Ugyanis, ha a jelenlegi napi fogyasztást 262 grammról 460 grammra sikerülne emelni, az önmagában 730 ezer tonna termelésbővülésre és több mint 100 milliárd forint új érték előállításra adna lehetőséget a magyar gazdák számára.” – foglalta össze a program első éves tapasztalatait **Győrfy Balázs**, a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara elnöke.*

**Antal Emese**, dietetikus, szociológus, a TÉT Platform szakmai vezetője is elmondta, hogy már kiskorban nagyon fontos, hogy megszerettessük a gyermekekkel a zöldségeket és gyümölcsöket, az egészséges táplálkozást. *„A gyümölcsök és zöldségek alapvető táplálékaink, amelyek vitaminokat, ásványi anyagokat, élelmi rostokat tartalmaznak, amelyeknek kiemelkedő egészségmegőrző, betegség megelőző szerepe van. Ezért fontos, hogy a gyermekek minél előbb ismerkedjenek meg a zöldségekkel és gyümölcsökkel. Vonjuk be őket az ételkészítésbe, díszítsünk, szobrászkodjunk együtt velük, vigyük el őket magunkkal a piacra.”*

Bár a kampány 2018-as programsorozata lezárult, Fruttitól és Veggitől nem kell még elköszönni időre a kisgyermekeknek, ugyanis november elején indul egy nyolc részes miniprogramsorozat a Minimax és Disney Channel mesechatornákon, amelynek keretében a családok legkisebb tagjai betekintést nyerhetnek a zöldség és gyümölcs testvérpár kalandjaiba és tanúi lehetnek annak, hogy a két mesés hős miképpen állítja meg Káosz, Vegapolis gonoszának csínytevéseit.

### Háttérinformáció:

Az **INTERFEL** 1976-ban létrehozott francia zöldség-gyümölcs szakmaközi szervezet, amely a frisszöldség- és gyümölcságazat szereplőit, szakértőit fogja össze, képviseli az érdekeiket a termeléstől kezdve egészen az értékesítésig. A szakmaközi szervezet célja, hogy párbeszédet folytasson a különböző ágazatok között, illetve népszerűsítse a frisszöldség- és gyümölcsfogyasztást valamint felhívja az emberek figyelmét a változatos és kiegyensúlyozott étrend fontosságára, köztük a zöldség- és gyümölcsfogyasztásra.

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.

*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.*

További információ:

Fekete Zsanett, a NAK PR- és kommunikációért felelős kabinetfőnök-helyettese: [fekete.zsanett@nak.hu](mailto:fekete.zsanett@nak.hu)

Nagy László, a Havas Media Sport & Entertainment vezetője: [laszlo.nagy@havas-se.com](mailto:laszlo.nagy@havas-se.com)

