



Rijksoverheid

Green Deal Verduurzaming Voedselconsumptie



bouw



voedsel



energie



mobiliteit



biodiversiteit



biobased
economy



grondstoffen



klimaat



water

Innovatiekracht van de horeca

Om komende generaties en de Nederlandse bodem gezond te houden, moet de Nederlandse voedselconsumptie verduurzamen. De Green Deal-partijen willen de voedselverspilling bestrijden en het gebruik van duurzaam geproduceerde producten stimuleren. Hiervoor is samenwerking met alle schakels in de voedselketen nodig. Voor consumenten moet het gemakkelijker en aantrekkelijker worden om voedselpatronen te veranderen. Dat wordt gestimuleerd door projecten gericht op bijvoorbeeld horeca, opleidingen, cateringbedrijven en scholen.

Successen

Het aantal partners groeit met de ondertekening door drie nieuwe partijen. Een groot succes is de bedrijfscateringcampagne 'Holland op zijn lekkerst' met Green Deal-partners Albron en Mattmo Creative. De pilot 'Nieuwe eiwitten via de menukaart' biedt waardevolle informatie voor de formulering van een efficiënte denk- en doe-richting. De pilot in het Sophia Kinderziekenhuis is goed ontvangen. Hierop is de ambitie uitgesproken om structurele voedingsactiviteiten voor (kinder)ziekenhuizen te realiseren. Het netwerk denkt na over de doelstellingen en activiteiten voor 2017, met een doorkijk naar 2018.

Wie? Dutch Cuisine, Stichting Natuur & Milieu, Albron, provincie Noord-Brabant, gemeenten Amsterdam, Rotterdam, Groningen en Ede, Rabobank, Mattmo Creative, Wageningen UR, Coöperatief Eigenwijzer, Variatie in de Keuken, Koppert Cress, GroentenFruit Huis en de ministeries van Economische Zaken en Infrastructuur en Milieu.

Wat? De partijen werken aan een versnellingsproces dat de voedselconsumptie verduurzaamt. In de deal staan afspraken met de horeca om gasten gezonder en duurzamer te laten eten. Dit geeft een impuls aan de innovatiekracht, nieuwe economische bedrijvigheid in de toeleveringsketens en zet gastronomisch Nederland internationaal op de kaart. Partijen richten zich op het delen van kennis, het ontwikkelen van instrumenten en programma's en het creëren van exposure.

Wanneer? 2015 - 2018

“De voedselverduurzaming moet niet alleen sneller, maar vooral ook beter. Met de campagne ‘Holland op zijn lekkerst’ hebben we in twee weken tijd ruim 100.000 gasten geïnspireerd. Een groot succes waar we trots op zijn. De Green Deal biedt ons het platform waarbinnen partners versneld kunnen bijdragen aan de verduurzaming.”

– Marjan Pijnenburg, Merkstrateeg bij Green Deal partner Mattmo Creative

Lessen

- Formuleer met een SMART-doelstelling wat aan het einde van de Green Deal-periode bereikt moet zijn. Dit werkt motiverend en dient als ‘stip aan de horizon’.
- Zoek synergie met activiteiten waarbij ongelijksoortige partners elkaar toch versterken.
- Om commitment voor acties binnen een Green Deal te versterken, is het belangrijk dat deelnemers ook het eigen belang goed in de gaten houden.
- Zorg voor begeleiding bij de governance van de deal. Juridische aspecten achterhalen, zoals wat nodig is om de deal door meer partijen te laten ondertekenen, is tijdrovend.
- De focus van individuele dealpartners kan verschillen: de ene partij streeft initiatieven na op lokaal niveau en de ander op nationaal niveau. Probeer activiteiten te vinden die beide doelen verbinden.



Meer lezen?

www.dutch-cuisine.nl/#!/green-deal

www.greendeals.nl/gd191-verduurzamen-voedselconsumptie/



Green Deal

Met de Green Dealaanpak geeft de Rijksoverheid ruimte aan vernieuwende initiatieven uit de samenleving voor duurzame economische groei. www.greendeals.nl