

LOUIS BOLK
INSTITUUT



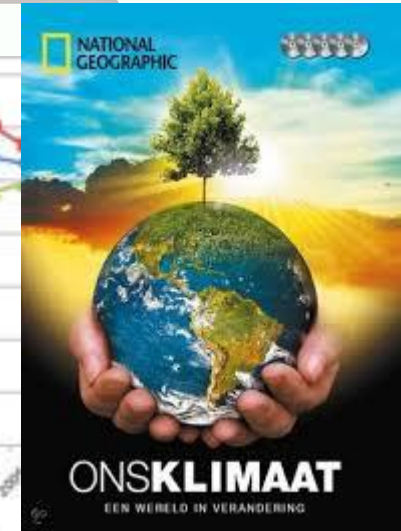
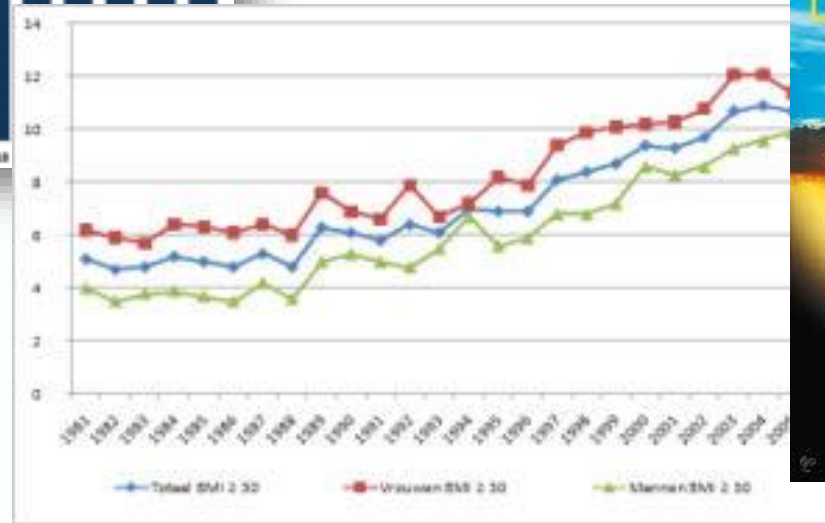
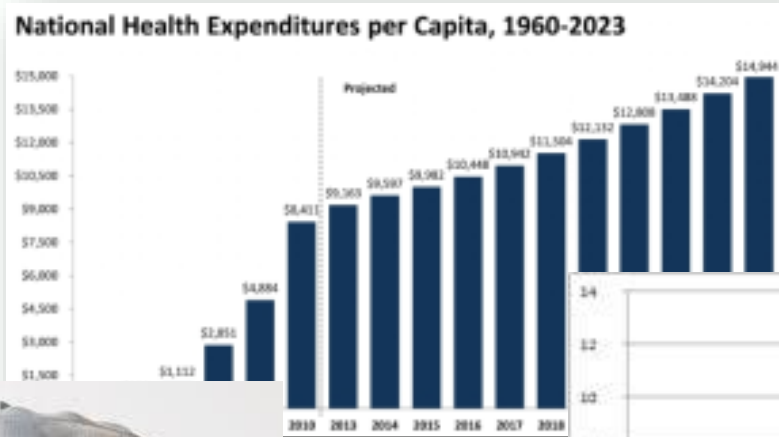
PPS Food Value Impact

Presentatie Netwerkdag Topsector T&U – 3 april 2018



Wat is er aan de hand?

We zijn te dik, te ongezond en eten niet altijd duurzaam.....



Interventies kunnen.....

Consumenten helpen om gezonder en duurzamer te consumeren – passend bij hun (andere) motieven en aankoopargumenten.

Bedrijven helpen om

- ❖ hun maatschappelijk verantwoord imago te versterken
- ❖ meer toegevoegde waarde te creëren in de markt
 - voor meerdere klanten(groepen)
 - met hogere prijzen
- ❖ zich als “meer innovatief” te profileren

Interventies kunnen.....

Waarmee we de **maatschappelijke doelstellingen** kunnen bereiken

- ❖ om duurzamer te produceren en te consumeren en
- ❖ bij te dragen aan een gezondere samenleving

Daarom hebben zowel topsector Agri&Food als de topsector Tuinbouw&Uitgangsmaterialen deze PPS financieel gesteund. Dank daarvoor!

Er is weliswaar heel veel bekend over de werking van interventies, **maar...**

- ❖ Nog niet voldoende
- ❖ Vaak versnipperd en niet op elkaar afgestemd
- ❖ Zonder duidelijk zicht op de (gezondheids- en duurzaamheids) impact van de interventies
- ❖ Zonder goed te weten wat dit betekent voor de stakeholders en dus de “uitrolbaarheid”

En dus....

.... hebben we vier grote onderzoeksvragen

WP	Focus
WP1	Wat weten we wel en (nog) niet over de effecten van interventies?
WP2	Hoe kunnen we effecten op het gedrag van consumenten als gevolg van interventies goed vaststellen?
WP3	Hoe kunnen we de impact (zoals op gezondheid en arbeidsproductiviteit) van interventies goed meten?
WP4	Hoe kunnen we de effecten op stakeholders goed bepalen om daarmee ook de uitrolbaarheid en implementatie te vergroten?

... En drie casussen

Casus	Focus
Out of home	Effecten van interventies in restaurant-setting gericht op minder vlees, duurzaamheid en welbevinden van werknemers
Werkomgeving	Effecten van verschillende interventies in een werkomgeving gericht op duurzamere bedrijfsvoering en vooral gezondere werknemers met name om de vitaliteit van de werknemers. De casus zal inzichten die zijn opgedaan in de PPS Meer Groenten en Fruit
Online foodboxen	Effecten van online retail, foodboxen op duurzaamheid (met name van andere logistiek, maar ook voedselverspilling door minder voedselkilometers)

Koninklijke Horeca Nederland, Unilever, Van der Valk, Van Gelder, HMS Host, The Greenery, Variatie in de Keuken, Rabobank,

GreenCo, gemeente Medenblik, gemeente Venlo, gemeente Horst aan de Maas gemeente Venray, Clusius College, Greenport NoordHolland Noord, Gemeente Venlo

Dutch

Eindresultaat: Concrete interventies die met en voor de praktijk worden ontwikkeld en geïmplementeerd! Deze zijn nieuw en wetenschappelijk goed onderbouwd: we begrijpen wat er waarom gebeurt en we hebben het effect op zowel consumenten als op stakeholders gemeten.

Hoever staan we? (1)

We hebben een jaar gedraaid en en **de volgende onderzoeksresultaten**

- ❖ Een overzicht van de effecten van interventies
- ❖ Een overzicht van de leemten in kennis over interventies (zie straks)
- ❖ Een beslisboom over wanneer welke aanpak voor onderzoek
- ❖ Een vragenlijst voor stakeholders over ervaringen van interventies
- ❖ Alsook..... onderzoek ter begeleiding van de interventiestudies

Hoever staan we? (2)

HMS Host (2 types)

Eurest (3 plaatsen)

Van der Valk (1 locatie)

Werkomgeving (6 locaties)



We hebben samen (met de betreffende partners) gezocht naar effectieve interventies die passen bij de setting en het bedrijf:

- Op basis van de kennis en ervaring die er al is met interventies (literatuurstudie)
- Door resultaten trapsgewijs te analyseren en vervolgens een volgende fase in te gaan
- Door gestructureerd de effecten op degenen die de interventies gaan implementeren te meten en ook die effecten mee te nemen in de keuze voor een volgende fase



Hoever staan we? (3)

HMS Host (2 types)

Eurest (3 plaatsen)

Van der Valk (1 locatie)

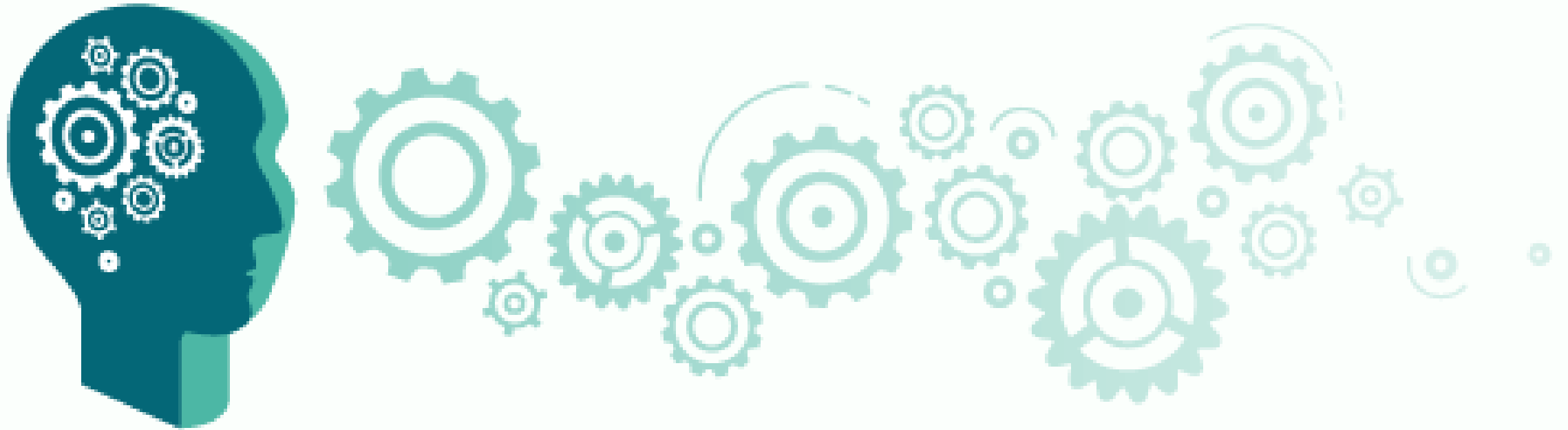
Werkomgeving (6 locaties)



En daarmee zijn we gekomen tot interventies die

- Consumenten gezonder doen eten
 - Waarbij ze tevreden zijn/blijven over het nieuw aangeboden
- Haalbaar zijn in de praktijk en daarbij aansluiten en dus
- Uitgerold worden bij andere locaties.

Overzicht kennisleemten interventies en gedrag



Resultaten (1)

1. Gebrek aan **Lange Termijn perspectief**: hoe bestendig zijn de effecten van interventies?



2. Gebrek aan **objectieve uitkomst (gedrags)maten**; wat gebeurt er echt?

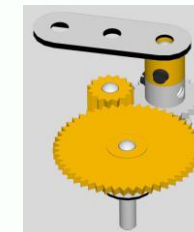


3. Wat zijn de **secundaire effecten** van gezondere consumptie op (fysieke) gezondheid, BMI, arbeidsproductiviteit, etc?



4. **Spillover effecten**: in hoeverre gaan mensen gezond gedrag compenseren of zich juist elders ook gezonder gedragen?

5. Achterhalen welke **mechanismen** het effect van interventies veroorzaken



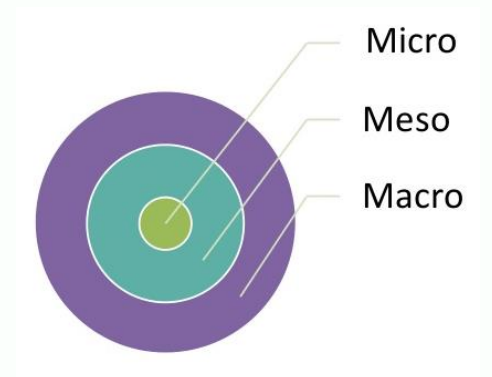
Resultaten (2)



6. Beter onderscheid maken tussen verschillende **doelgroepen**

7. Behoefte aan **multi-level benaderingen**: hoe werken de effecten van een interventie door?

- Individuen (micro) zijn onderdeel van een groep (meso), die weer onderdeel vormt van een social network/ gemeenschap (macro).



8. Meer nadruk op **real-life settings**

9. Wat is de **kosteneffectiviteit** van een interventie?

10. Wat is **implementeerbaarheid** van een interventie?



Hoe verder?

In deze PPS “Food, Value en Impact” gaan

- ❖ De bedrijven en de kennisinstellingen de ontwikkelde interventies verder testen, waarna de bedrijven ze implementeren en uitrollen in de praktijk
- ❖ We een metastudie uitvoeren waarin alle resultaten en inzichten van effecten van interventies samen gebracht worden
- ❖ We instrumentaria ontwikkelen die gedrag en gedragseffecten van consumenten en stakeholders meten

Hoe verder?

In **twee nieuwe PPSen** gaan we door! Door op de ingeslagen weg van de ontwikkeling van succesvolle interventies

- ❖ Die – begeleid door onderzoek – daadwerkelijk geïmplementeerd worden
- ❖ Waarbij bedrijven niet alleen leren van de interventies in hun eigen casus, maar ook in die van andere

We richten ons in de nieuwe PPSen op:

- ❖ Diverse gesloten settings in (intramurale) zorg en werkomgeving, waar nog veel mogelijkheden liggen
- ❖ De ontwikkeling van een winkelomgeving die de gezonde keuze de gemakkelijke keuze maakt

Doet u mee? U bent welkom!

Bedankt voor de aandacht!

MARIEKE MEEUSEN

MARIEKE.MEEUSEN@WUR.NL

070-3358340

