



ÅRSRAPPORT



2023

INNLEDNING OG HOVEDTREKK

01

- 03. STYRELEDEREN HAR ORDET
- 04. ÅRSBERETNING 2023
- 06. ÅRSREGNSKAP 2023
- 11. REVISJONSBERETNING 2023
- 14. STYRET OG ADMINISTRASJON
- 15. GJELDENDE STRATEGI - STRATEGIHUS
- 18. RAMMEBETINGELSER- NTR PROSJEKTER DIALOG OG INNSIKT, MARKEDSFØRING

MARKEDSUTVIKLING

02

- 20. ANALYSE OG INNSIKT
5 A DAY EUROPE
- 21. FRUKT - OG GRØNT STATISTIKK
- 22. FORBRUKERUNDERSØKELSE
NORSK PREFERANSE

AKTIVITETER OG PROSJEKTER

03

FORBRUKERKOMMUNIKASJON "HALVE TALLERKEN"

- 23. BETALTE KAMPANJER MOT PRIMÆRMÅLGRUPPER "SPIS DEG GOD"
- 25. SAMARBEIDSPROSJEKTER GRØNTPRODUSENTENES SAMARBEIDSRÅD OG STIFTELSEN NORSK MAT
- 27. UTVIKLING EGNE PLATTFORMER - FRUKT.NO FB, INSTA OG TIK TOK
- 28. INNHOLDSPRODUKSJON EGNE FLATER - PRODUKSJONSPILANLEGGING OG BESTE INNHOLD (BILDER)

AKTIVITETER RETTET MOT BARN OG UNGE SOM MÅLGRUPPE

- 30. 5 OM DAGEN BARNEHAGE
- 33. KOMMUNIKASJON TIL HELSESYKLEIERE
- 34. SAMARBEIDSPROSJEKTERER MED OPPLYSNINGSKONTORENE I LANDBRUKET- MATPAKKE OG MATSVINN
- 35. SAMARBEID MED MATJUNGELEN
- 36. NYHETSBREV
- 37. AKTIVITETER MOT STUDENTER

AKTIVITETER RETTET MOT ULIKE DELER AV VERDIKJEDEN SOM MÅLGRUPPE

- 38. NM I FRUKT OG GRØNT DAGLIGVARE #MERAV
- 39. #MERAV SAMARBEIDET MED UE OG BKLF, SJØMAT NORGE
SUNN MAT I FARTA #MERAV
SUNN MAT I KANTINA #MERAV
- 40. FESTIVALER, ARRANGEMENTER
- 41. ÅRETS GRØNNE KOKK
- 42. NORDIC GREEN CHEF
- 43. FAGDAGER
- 44. REDAKSJONELT ARBEID
- 46. FASTE SPALTER GARTNERYRKET, NATIONEN OG DAGBLADET

SKOLEFRUKT

04

- 48. SKOLEFRUKTORDNINGEN

STYRELEDEREN HAR ORDET

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) har som oppdrag å fremme forbruket av fersk frukt, bær, grønnsaker og poteter i Norge, et mål som har blitt enda viktigere i lys av en nedgang i forbruket. OFG fokuserer spesielt på norske sesongprodukter og lagringsvarer, og styrker samarbeidet i hele verdikjeden fra bonde til forbruker, for å hedre den norske bondens innsats for samfunnet.

Med "fem om dagen" som overordnet mål, som er i tråd med Helsedirektoratets kostråd og den nasjonale handlingsplanen for et bedre kosthold, jobber OFG for å inspirere til sunnere og grønnere valg blant nordmenn. Dette arbeidet støttes av Intensjonsavtalen for et bedre kosthold, og målet speiles i grøntsektorens visjon mot 2035.

OFGs arbeid, kjennetegnet ved høy troverdighet og stor samfunnsnytte, bidrar til kunnskap og inspirasjon for et balansert kosthold. Dette blir spesielt relevant i utfordrende tider preget av global uro, klimaendringer og økonomisk usikkerhet, hvor OFG har tilpasset sine tiltak for å fremme et budsjettvennlig og bærekraftig kosthold, med fokus på å minimere matsvinn.

Barn og unge er en kjernefokus for OFG, som gjennom Skolefruktordningen og "5 om dagen"-prosjektet i barnehager, sikrer mot å innprente gode matvaner fra en tidlig alder. Med konseptet til stede i de fleste norske barnehager, legges det grunnlag for sunne matopplevelser som kan følge dem inn i voksenlivet.



Foto: Erik Burås / Studio B13

Tilbakegangen i forbruket av frukt og grønt i 2023, som påpekt i forbrukerkartleggingen, er bekymringsfull, men viser også en folkelig interesse for et sunnere kosthold. Med dette som bakteppe, vil OFGs handlingsplan for 2024 intensivere innsatsen for å øke tilstedeværelsen av grønnsaker og frukt i alle måltider.

OFG ser frem til videre arbeid i 2024 for å snu den negative trenden og fortsette å levere samfunnsnytte gjennom sitt arbeid. En takk rettes til OFGs dedikerte ansatte, styret og samarbeidspartnere for deres uvurderlige innsats og støtte.

Langhus 13. februar 2024

Bente Roer
Styreleder

ÅRSBERETNING 2023

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), lokalisert på Langhus i Nordre Follo kommune, er en felles organisasjon for grøntbransjen i Norge. OFG er opprettet for å drive generisk (nøytral) informasjons- og markedsføringsarbeid til nytte for alle som produserer og selger grøntvarer. OFG skal rette sine aktiviteter mot forbruker og mot handelsleddet, for derigjennom å øke forbruket og totalmarkedet av frukt og grønnsaker.

OFG er organisert som en stiftelse med en urørlig kapital på kr 200 000. Beløpet er fordelt i ti like deler på de ti organisasjonene som etablerte stiftelsen: Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Norsk Gartnerforbund, Grøntprodusentenes Samarbeidsråd (GPS), Oikos – Økologisk landslag, Norges Frukt- og Grønnsakgrossisters Forbund, Bama-Gruppen A/S, NKL, Norgesfrukt AS og Statens råd for ernæring og fysisk aktivitet. Styret i OFG består av representanter på vegne av ni av organisasjonene som etablerte stiftelsen: Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Norsk Gartnerforbund, Grøntprodusentenes Samarbeidsråd, Økologisk Norge, Norges Frukt- og Grønnsakgrossisters Forbund, BAMA gruppen AS, Coop Norge og storhusholdningsbransjen representert gjennom Eugen Engrosfrukt.

OFG finansieres ved hjelp av midler som bevilges over Jordbruksavtalen under posten kollektiv dekningen av omsetningsavgift på hagebruksprodukter. Bevilgningen administreres av Omsetningsrådet. I tillegg mottar OFG midler fra Helsedirektoratet for finansiering av Skolefrukt-prosjektet (abonnementsordningen), som driftes gjennom et eget kostnadscenter i OFG.

OFG har også i 2023, sammen med Stiftelsen Norsk Mat (SNM) og GPS, gjennomført flere samarbeidskampanjer rettet mot utvalgte kulturer. Hensikten har, på samme måte som for tidligere år, vært å gjennomføre koordinerte markedsaktiviteter som gjør at de norske produktene er lettere å finne i butikk. I 2023 har det blitt gjennomført 9 samarbeidskampanjer. Resultatene og erfaringene er positive, og legges til grunn for planene i 2024.

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

OFG har for perioden 2023 til 2026 fått bevilget midler fra de Nasjonale tilretteleggingsmidlene for gjennomføring av et dialog- og innsiktsprosjekt for grøntbransjen. Prosjektet gjennomføres i tett samarbeid med Stiftelsen Norsk Mat. Stiftelsen Norsk Mat har på lik linje fått bevilget midler fra de Nasjonale tilretteleggingsmidlene for tilrettelegging av et overordnet Markedsføringskonsept for grøntbransjen. Prosjektet gjennomføres i tett samarbeid med OFG. Begge de nevnte prosjektene er en oppfølging av utvalgsarbeidet og sluttrapporten Grøntsektoren mot 2035.

Etter styrets oppfatning gir årsberetningen for 2023 et rettviseende bilde av utviklingen og resultatet av virksomheten for regnskapsåret 2023.

I årsregnskapet er fortsatt drift forutsetningen som er lagt til grunn, da det etter styrets oppfatning ikke er forhold som tilsier noe annet. Videre drift av OFG forutsetter fortsatt bidrag fra norsk produksjon, i dag landbruksoppjøret.

Arbeidsmiljøet i OFG anses tilfredsstillende. Det avholdes regelmessige medarbeidersamtaler hvor ledelse og ansatte har en åpen dialog. Sykefraværet i 2023 var på et tilfredsstillende lavt nivå, 2 % av total arbeidstid. Det var i 2023 ikke noen personskader, ei heller hadde OFG skader eller ulykker på noe av sitt materiell.

OFGs administrasjon består av seks kvinner og tre menn. Lederen for kontoret er mann. Styret i OFG har fire mannlige og fem kvinnelige styremedlemmer. Styrets leder og nestleder er kvinner. Både styret og OFGs ledelse er bevisst på de samfunnsmessige forventningene om tiltak for å fremme likestilling i virksomheten.

Bedriftens virksomhet har begrenset forurensende effekt på det ytre miljø.

Netto overforbruk av midler er ført mot de ulike aktivitetene.

Langhus, 13. februar 2024
(Årsberetning og årsregnskap er elektronisk signert)

Bente Kristin Mellerud Roer (styreleder)

Bjarte Åsbø

Jon Eivind Fornes (styrets nestleder)

Espen Cultvedt

Hanne Brennhovd

Jarle Olsen

Reidar Andestad

Sidsel Margrethe Bøckman

Torbjørn Norland

ÅRSREGNSKAP 2023

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Regnskap 2023

		2023	2022
	noter		
Driftsinntekter			
Offentlig tilskudd	1	46 035 677	45 020 000
Elevbetalinger Skolefrukt	2	8 322 539	9 152 151
Andre inntekter		2 733 888	2 097 144
Sum inntekter		57 092 104	56 269 295
Driftsutgifter			
Lønns- og personalkostnader	3 - 4	10 443 484	10 073 008
Driftskostnader (opplysningsvirksomhet)		47 013 129	43 997 728
Sum kostnader		57 456 613	54 070 736
Driftsresultat		-364 509	2 198 559
Finansinntekter		24 640	22 273
Årsresultat		-339 869	2 220 832
<i>Overføringer</i>			
Overført- Forum for Norsk Grønt	5	0	144 257
Overført fra/til Omsetningsrådet		597	3 192
Overført fra/til Skolefrukt		-340 466	2 073 383
Overført/dekket		<u>-339 869</u>	<u>2 220 832</u>

Balanse pr. 31.12.2023

EIENDELER		2023	2022
	noter		
Omløpsmidler			
Kundefordringer		944 930	930 086
Fordring Skatteetaten- mva		1 279 894	1 418 052
Andre kortsiktige fordringer		2 589 524	1 544 470
Bank	6	21 246 752	22 708 533
Bank skattetrekk	6	444 251	440 770
Sum Omløpsmidler		26 505 351	27 041 911
SUM EIENDELER		26 505 351	27 041 911
EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital			
Grunnkapital	6	200 000	200 000
Sum egenkapital		200 000	200 000
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		12 176 259	11 793 821
Forskuddstrekk		422 562	419 080
Skyldig arbeidsgiveravgift		391 020	336 506
Annen kortsiktig gjeld		3 186 375	3 707 054
Avsatte feriepenger		798 249	767 246
Ubenyttet- Forum for Norsk Grønt	5	0	144 257
Ubenyttet ved Omsetningsrådet		48 393	50 988
Ubenyttet ved Skolefrukt		9 282 493	9 622 959
Sum kortsiktig gjeld		26 305 351	26 841 911
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		26 505 351	27 041 911

Langhus, 13. februar 2024
(Årsberetning og årsregnskap er elektronisk signert)

Bente Kristin Mellerud Roer (styreleder)

Bjarte Åsbø

Jon Eivind Fornes (styrets nestleder)

Espen Cultvedt

Hanne Brennhovd

Jarle Olsen

Reidar Andestad

Sidsel Margrethe Bøckman

Torbjørn Norland

Bruk av midler 2023

	Motatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs-inntekter	Forbruk	Saldo midler
<i>Omsetningsavgiftens midler</i>					
Ubenyttet pr 1.1.23					3 192
Ubenyttet pr 1.1.23- Kvalitet og salgsfr.tiltak					47 796
Tilbakebetalt ubenyttet pr 1.1.23					-3 192
Mottatte midler 2023	25 920 000				
Finansinntekter		21 705			
Påvirke gode vaner til barn (Langsiktige holdningskampanjer)				891 699	
Forbrukerkommunikasjon (Langsiktige produktkampanjer)			2 000 000	11 664 725	
Innsikt og analyse (Markedsundersøkelser)				1 227 235	
Påvirke mat og helsekapital (Presseaktivitet)				1 872 424	
Samarbeidsprosjekter			160 000	607 965	
Påvirkning av verdikjeden			400 000	829 912	
Andre tiltak/ Web				676 244	
Administrasjon/driftsutgifter			68 478	10 799 382	
SUM	25 920 000	21 705	2 628 478	28 569 586	
Netto forbruk av midler 2023	25 919 403				597
Overført til neste år					48 393

	Motatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs-inntekter	Forbruk	Saldo midler
<i>Skolefrukt</i>					
Ubenyttet pr 1.1.23					9 622 959
Mottatte midler 2023	20 115 677				
Finansinntekter		2 935			
Lønn og sosiale utgifter				1 966 433	
Driftsutgifter			24 591	4 851 332	
Promosjonstiltak				4 545 737	
Elevbetalinger 2023			8 322 539	8 891 368	
Prisnedskrivning:					
Abonnement kr. 1,60- 2023				8 432 615	
Provisjon kortselskapene og Vipps				118 723	
SUM	20 115 677	2 935	8 347 130	28 806 208	
Netto forbruk av midler 2023	20 456 143				-340 466
Overført til neste år *					9 282 493

* Herav midler fra SLF 2004 12.915

	Motatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs-inntekter	Forbruk	Saldo midler
Note 7					
Norsk Grønt- Fellesprosjekt for landbruket			80 819	80 819	
SUM			80 819	80 819	
Overført til neste år					0

Sum mottatt	46 035 677				
Netto forbruk	46 375 546	24 640	11 056 427	57 456 613	
Resultat	-339 869				9 330 886

NOTER TIL ÅRSREGNSKAP 2023

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapsloven og NRS 8- God regnskapsskikk for små foretak

Driftsinntekter

Inntektsføring ved salg av varer skjer på leveringstidspunktet. Tjenester inntekstføres etter hvert som de leveres. Tilskudd inntekstføres når de mottas.

Klassifisering og vurdering av balanseposter

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter normalt poster som forfaller til betaling innen ett år etter balanse-dagen, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Omløpsmidler vurderes til laveste verdi av anskaffelseskost og antatt virkelig verdi.

Fordringer

Kundefordringer og andre fordringer oppføres til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap. Avsetning til tap gjøres på grunnlag av en individuell vurdering av de enkelte fordringene.

NOTE 1 Offentlig tilskudd		2023	2022
Omsetningsavg.midler (Landbruksdirektoratet Omsetningsråd Grønt)	Kr	25 920 000	23 920 000
Skolefrukt (Helsedirektoratet)	Kr	20 115 677	21 100 000
	Kr	46 035 677	45 020 000

NOTE 2 Elevbetalinger Skolefrukt

Elevbetalinger er inntektsført med kr. 8.322.539

Elevbetalingene er basert på innbetalinger av kr. 3,80 inkl mva i vårsemesteret (3,30 ekskl. mva), og kr. 4,00 inkl mva i høstsemesteret (3,48 ekskl. mva) pr. frukt pr dag fra elever som har foretatt innbetaling via Skolefrukts administrasjonssystem. Beløpet har uavkortet blitt utbetalt til leverandørene som har levert frukt og grønnsaker på de aktuelle skoler. OFG foretar kun en administrativ jobb, ved innkreving og utbetaling, uten å trekke gebyrer eller å beregne avanse.

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

NOTE 3 Lønns- og personalkostnader		2023	2022
Lønn	Kr	7 912 259	7 196 758
Arbeidsgiveravgift	Kr	1 304 660	1 194 426
Pensjonsforsikring	Kr	437 968	812 050
Andre ytelser	Kr	788 597	869 774
Sum personalkostnader	Kr	10 443 484	10 073 008
Andel av lønns- og personalkostnad for Skolefrukt	Kr.	1 966 433	2 045 378
Lønn og annen godtgjørelse til Daglig leder	Kr	1 576 759	1 562 894
Honorar til OFG's styre	Kr	198 526	179 427
Andel obligatorisk tjenestepensjon til daglig leder utgjør kr. 97.597			
Stiftelsen har hatt 10 årsverk i regnskapsåret.			
Det er ikke gitt lån eller sikkerhetsstillelse til daglig leder, styremedlemmer eller andre nærstående parter.			
Det er ingen enkeltstående lån/sikkerhetsstillelser som utgjør mer enn 5% av stiftelsens egenkapital.			
Stiftelsen har ingen forpliktelser til å gi ledende personer, styremedlemmer eller styreleder særskilt vederlag ved opphør eller endring av ansettelsesforhold/verv.			
Stiftelsen har ingen avtaler om overskuddsdeling eller opsjoner til styret eller ledende ansatte.			
Revisjonshonorar er kostnadsført med:	Kr	133 180	94 600
Beløp er ekskl. mva.			

NOTE 4 Obligatorisk tjenestepensjon

Stiftelsen er pliktig til å ha tjenestepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenestepensjon. Stiftelsens pensjonsordning tilfredsstiller kravene i denne lov.

NOTE 5 Forum for Norsk Grønt

Forum for Norsk Grønt (videre omtalt som Norsk Grønt) ble startet opp i 2021. Mandatet til Norsk Grønt er å ta initiativ som forbedrer samhandlingen og kunnskapsdelingen i grøntsektoren.

Norsk Grønt består av i alt 12 deltakende organisasjoner. OFG har, på vegne av Norsk Grønt, påtatt seg oppgaven med å fakturere deltakerbidraget til de 12 organisasjonene. Faktureringen er en ren gjennomfakturering, uten noe påslag.

Norsk Grønt videreføres ikke til 2024.

		2023	2022
Leder/sekretær for Norsk Grønt	Kr.	80 819	235 743
Deltakerbidrag	Kr.	-80 819	-380 000
Overført til 2024	Kr.	0	144 257
		0	0

NOTE 6 Bundne midler

Grunnkapital er satt inn på egen bankkonto med kr. 200.000.

Skattetrekkinnskudd utgjør pr 31.12.2023 kr. 444.251.



Til styret i Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt - frukt.no

Uavhengig revisors beretning

Uttalelse om årsregnskapet

Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet for Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt - frukt.no, som består av balanse per 31. desember 2023, resultatregnskap for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening

- oppfyller årsregnskapet gjeldende lovkrav, og
 - gir årsregnskapet et rettviseende bilde av stiftelsens finansielle stilling per 31. desember 2023, og av dets resultater for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Grunnlag for konklusjonen

Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet nedenfor under *Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet*. Vi er uavhengige av stiftelsen i samsvar med kravene i relevante lover og forskrifter i Norge og International Code of Ethics for Professional Accountants (inkludert internasjonale uavhengighetsstandarder) utstedt av International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-reglene), og vi har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Innhentet revisjonsbevis er etter vår vurdering tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Styrets og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlige for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik internkontroll som den finner nødvendig for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil.

Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til stiftelsens evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet så lenge det ikke er sannsynlig at virksomheten vil bli avvirket.

Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet

Vårt mål er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og å avgjøre en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon.

Offices in:

Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon er å anse som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke de økonomiske beslutningene som brukerne foretar på grunnlag av årsregnskapet.

Som del av en revisjon i samsvar med ISA-ene, utøver vi profesjonelt skjønn og utviser profesjonell skepsis gjennom hele revisjonen. I tillegg:

- identifiserer og vurderer vi risikoen for vesentlig feilinformasjon i regnskapet, enten det skyldes misligheter eller utilsiktede feil. Vi utformer og gjennomfører revisjonshandlinger for å håndtere slike risikoer, og innhenter revisjonsbevis som er tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon. Risikoen for at vesentlig feilinformasjon som følge av misligheter ikke blir avdekket, er høyere enn for feilinformasjon som skyldes utilsiktede feil, siden misligheter kan innebære samarbeid, forfalskning, bevisste utelatelser, uriktige fremstillinger eller overstyring av internkontroll.

- opparbeider vi oss en forståelse av intern kontroll som er relevant for revisjonen, for å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av stiftelsens interne kontroll.

- evaluerer vi om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimatene og tilhørende noteopplysninger utarbeidet av ledelsen er rimelige.

- konkluderer vi på om ledelsens bruk av fortsatt drift-forutsetningen er hensiktsmessig, og, basert på innhentede revisjonsbevis, hvorvidt det foreligger vesentlig usikkerhet knyttet til hendelser eller forhold som kan skape tvil av betydning om stiftelsens evne til fortsatt drift. Dersom vi konkluderer med at det eksisterer vesentlig usikkerhet, kreves det at vi i revisjonsberetningen henleder oppmerksomheten på tilleggsopplysningene i årsregnskapet, eller, dersom slike tilleggsopplysninger ikke er tilstrekkelige, at vi modifierer vår konklusjon. Våre konklusjoner er basert på revisjonsbevis innhentet frem til datoen for revisjonsberetningen. Etterfølgende hendelser eller forhold kan imidlertid medføre at stiftelsens ikke kan fortsette driften.

- evaluerer vi den samlede presentasjonen, strukturen og innholdet i årsregnskapet, inkludert tilleggsopplysningene, og hvorvidt årsregnskapet gir uttrykk for de underliggende transaksjonene og hendelsene på en måte som gir et rettviseende bilde.

Vi kommuniserer med styret blant annet om det planlagte innholdet i og tidspunkt for revisjonsarbeidet og eventuelle vesentlige funn i revisjonen, herunder vesentlige svakheter i intern kontroll som vi avdekker gjennom revisjonen.

Uttalelse om andre lovmessige krav

Konklusjon om utdeling og forvaltning

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendige i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag ISAE 3000, *Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon*, mener vi at stiftelsen er forvaltet og utdelinger er foretatt i samsvar med lov, stiftelsens formål og vedtektene for øvrig.

Oslo, 27. februar 2024

KPMG AS

Øivind Karlsen

Statsautorisert revisor
(elektronisk signert)

PENNEO

Signaturene i dette dokumentet er juridisk bindende. Dokument signert med "Penneo™ - sikker digital signatur". De signerende parter sin identitet er registrert, og er listet nedenfor.

"Med min signatur bekrefter jeg alle datoer og innholdet i dette dokument."

Øivind Karlsen

Statsautorisert revisor

Serienummer: UN:NO-9578-5997-4-

377389 IP: 80.232.xxx.xxx

2024-02-27 13:24:00 UTC



Dokumentet er signert digitalt, med **Penneo.com**. Alle digitale signatur-data i dokumentet er sikret og validert av den datamaskin-utregnede hash-verdien av det opprinnelige dokument. Dokumentet er låst og tids-stemplet med et sertifikat fra en betrodd tredjepart. All kryptografisk bevis er integrert i denne PDF, for fremtidig validering (hvis nødvendig).

Hvordan bekrefter at dette dokumentet er originalen?

Dokumentet er beskyttet av ett Adobe CDS sertifikat. Når du åpner dokumentet i

Adobe Reader, skal du kunne se at dokumentet er sertifisert av **Penneo e-signature service <penneo@penneo.com>**. Dette garanterer at innholdet i dokumentet ikke har blitt endret.

Det er lett å kontrollere de kryptografiske beviser som er lokalisert inne i dokumentet, med Penneo validator - <https://penneo.com/validator>

STYRET OG ADMINISTRASJONEN

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

STYRET 2023

ORGANISASJON	MEDLEM	VARAMEDLEM
NORGES BONDELAG	BENTE KRISTIN MELLERUD ROER (STYRELEDER)	PER HARALD AGERUP
BAMA GRUPPEN AS	JON EIVIND FORNES (NESTLEDER)	PIA THERESE GULBRANDSEN
NORGES FRUKT- OG GRØNNSAKSGROSSISTERS FORBUND (NFGF)		ESPEN GULTVEDT
NORSK GARTNERFORBUND	SIDSEL MARGRETHE BÖCKMAN	ARNE KRISTIAN KOLBERG
NORSK BONDE- OG SMÅBRUKARLAG	TORBJØRN NORLAND	KIRSTI SOLLI
GRØNTPRODUSENTENES SAMARBEIDSRÅD (GPS)	BJARTE ÅSBØ	MORTEN ANDERSEN
ØKOLOGISK NORGE	REIDAR ANDESTAD	ASBJØRN LØVSTAD
COOP NORGE AS	HANNE ELISABETH BRENNHOVD (FUNGERENDE)	MAY CHRISTINE BÆK FROSTMANN
NFGF STORHUSHOLDNING	JARLE OLSEN	KURT OVE HØYLAND

ADMINISTRASJONEN 2023

ROLLE	NAVN	KOMMENTAR
DIREKTØR	GUTTORM REBNES	
LEDER MERKEVAREBYGGING	SILJE THORESEN TANDBERG	
INNHALDSRÅDGIVER ANSVARLIG BARN OG UNGE	ELISABETH SKJEGSTAD	
INNHALDSRÅDGIVER DIGITAL KOMPETANSE	EIRIN TORGERSEN	FRA 1. MAI
INNHALDSRÅDGIVER MATFAGLIG KOMPETANSE	TORIL GULBRANDSEN	
INNHALDSRÅDGIVER ERNÆRING OG PRESSEKONTAKT	ISELIN BOGSTRAND SAGEN	
PROSJEKTLEDER SKOLEFRUKT / ANALYSESJEF	TORE ANGELSEN	
INNHALDSRÅDGIVER OG PRESSEKONTAKT	MARTE EKEBERG-SANDE	
INNHALDSRÅDGIVER FOTO- OG VIDEOPRODUKSJON	JONAS TORLAND SALVESEN	FRA 1. JUNI
PROSJEKTMEDARBEIDER SKOLEFRUKT	HILD BJELLAND SÆVARANG	
INNHALDSRÅDGIVER DIGITAL KOMPETANSE	KARI JØRGENSEN	TIL OG MED 28. APRIL
INNHALDSRÅDGIVER FOTO- OG VIDEOPRODUKSJON	JONATHAN RAMIREZ STEFFENSEN	TIL OG MED 28. APRIL

GJELDENDE STRATEGI

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT



Formål

OFG har som formål å stimulere til økt totalforbruk av friske frukt, bær og grønnsaker i Norge. Hovedhensikten med bruk av de midlene som kommer fra Jordbruksavtalen er å styrke omsetningen og forbruket av norske varer. I tillegg skal OFG arbeide for å sikre potetens posisjon som en del av et balansert norsk kosthold.

Rolle

OFG skal være en merkenøytral inspirator og pådriver av kunnskap som utløser økt forbruk. OFG skal ikke være konkurransevidende, men rette seg mot eksisterende og latente forbrukerbehov og bidra til å endre den norske forbrukeres adferd til et økt forbruk av frukt og grønt. I tillegg skal OFG ha en avklart rolle mot verdikjeden.

Visjon

OFG sin visjon er at frukt og grønt skal være naturlig til alle dagens måltider.

Målsettinger

OFG skal være en aktiv part i at nasjonale målsettinger for grøntsektoren og for helsesektoren nås. Målsettinger på begge områder danner grunnlag for OFGs fokus og prioriteringer.

Ambisjonen er 5 om dagen for hele befolkningen

5 om dagen er en minimumsanbefaling om minst å spise 500 gram grønnsaker, bær og frukt pr. dag: halvparten frukt og bær, og halvparten grønnsaker. Rapporten «Grøntsektoren mot 2035» slår fast at utvalgets ambisjon for totalmarkedet fram mot 2035 er «5 om dagen», jfr. det eksisterende myndighetsmålet om fem porsjoner grønnsaker, frukt og bær per dag. Overført på hele sektoren gir dette en vekstambisjon på 75 prosent. Samtidig følger det av mandatet at norskandelen skal vokse. Utvalget mener at en vekstambisjon for norskandelen skal være 50 prosents økning innen 2035.

«Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold», innsatsområde 4, fastslår at en av målsettingene er å øke befolkningens inntak av frukt og bær, grønnsaker, grove kornprodukter og sjømat med 20 % i tråd med Nasjonal handlingsplan for bedre kosthold 2017–2021. Arbeidet er konkretisert gjennom Helsedirektoratets kampanjekonsept #MerAv. Avtalen ble resignert av partene for nye fire år 24. januar 2022.

Norskpreferanse er førende for OFGs arbeid gjennom hele året ved å fremheve norske sesong- og lagringsprodukter

OFG skal bidra til høyere forbruk og økt verdiskaping. Med utgangspunkt i konseptet «halve tallerken» og «spis deg god» skal OFG jobbe strukturert mot forbrukerbehov og langsiktig endring av forbrukeradferd. Mot verdikjeden skal OFG utfordre til gode kommunikasjons-, produkt- og måltidsløsninger som bidrar til å øke inntaket av frukt og grønt til minimum 50% av alle måltidsituasjoner. De norske produktene skal tydelig relateres til at de er en løsning for å fylle halve tallerkenen i ulike måltidssituasjoner.

OFG skal på en inspirerende og troverdig måte være med på å bidra til økt etterspørsel og økt konsum gjennom prioriterte og samhandlende aktiviteter. Økt verdiskaping er sammenfallende med forbrukers ønske og behov om å spise og leve sunnere, og forbrukers vilje til å betale for verdikjende løsninger og erfart kvalitet.

Forprosjektet - Øke etterspørsel etter norsk grønt

Stiftelsen Norsk Mat, SNM, (tidl. Matmerk) sammen med OFG overleverte forprosjektrapporten til Landbruksdirektoratet 1. februar 2022, utledet av rapporten «Grøntsektoren mot 2035» satsningsområde 1. Arbeidet med forprosjektet var forankret i hele verdikjeden og ga anbefaling om hva som må til for å nå Grøntutvalgets mål om å øke totalforbruket av frukt, bær, grønnsaker og poteter med 75 % og øke norskandelen med 50 % fram til 2035.

Utvalget har konkludert med at hverken en vekst i totalmarkedet eller en vekst i norskandel vil komme av seg selv. Aktørene forholder seg ikke til et felles trendbilde, eller en felles forståelse av de dypere liggende drivkreftene, og innsikten i forbrukernes atferd og preferanser blir i begrenset grad tilbakekoblet og utnyttet i verdikjeden.

(Rapport, Grøntsektoren mot 2035)

Hovedprosjekt rettet mot de nasjonale tilretteleggingsmidlene

Med bakgrunn i forprosjektets fem programområder for økt etterspørsel utformet OFG og SNM to søknader om finansiering av to prosjekter inn mot et hovedprosjekt for perioden 2023 – 2026.

Prosjektsøknad 1 DIALOG OG INNSIKT (OFG er formell søker). Prosjektet er relatert til programområde 1 i forprosjektet og skal utvikle et kunnskaps- og innsiktsverktøy/dashboard med kvalitetssikrede data og innsikt som etterspørres i grøntnæringen for å legge til rette for innovasjon og kunnskapsdeling.

Prosjektsøknad 2 MARKEDSFØRING (SNM er formell søker). Prosjektet er relatert til programområde 2 i forprosjektet: Mer og bedre koordinert og mer målrettet markedsføring.

Overordet mål med prosjektet:

- Utarbeide en felles kommunikasjonsstrategi og markedsføringsplattform som skal bidra til økt etterspørsel etter norsk grønt, frukt, bær, poteter blomster og planter.
- Bidra til synergieffekter av det arbeidet som allerede gjøres av dagligvarehandelen og grossist.

RAMMEBETINGELSER

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Helse, bærekraft og samhandling, kombinert med en økt satsning på norsk preferanse i den norske grøntsektoren, er og blir tre viktige bærebjelker i OFGs strategi. Følgende dokumenter legger føringer for OFGs strategiutforming og satsinger i perioden:

Jordbruksforhandlingene - sluttprotokoll

I de årlige jordbruksforhandlingene legges det føringer for hvordan partene ønsker å følge opp målsetningene for grøntsektoren.

Rapporten «Grøntsektoren mot 2035»

Skrevet av rådgivende utvalg for innovasjon, vekst og økt norskandel i grøntsektoren. Utvalgets ambisjon for totalmarkedet fram mot 2035 er «5 om dagen».

Nye nasjonale mål for grøntsektoren og for helsesektoren, krever et større fokus på samhandling for å nå forbrukerbehovene, uten å være konkurransevridende, i tillegg til et større fokus på merkevarebygging.

Helsedirektoratets kostråd - kostråd 3 - Minst 5 porsjoner grønnsaker, frukt og bær hver dag.

Grønnsaker, frukt og bær bør inngå i alle dagens måltider, og halvparten av de «5 om dagen» bør være grønnsaker. Man kan bruke friske, hermetiske, frosne og varmebehandlede grønnsaker, frukt og bær.

Poteter er ikke inkludert i «5 om dagen», men hører med i et variert kosthold og inneholder mer kostfiber, vitaminer og mineraler enn vanlig ris og pasta.

Intensjonsavtalen - innsatsområde 4

Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold er en avtale mellom helsemyndighetene og matbransjen (næringsorganisasjoner, mat- og drikkeprodusenter, dagligvarehandelen og serveringsbransjen). Intensjonsavtalen ble i 2022 besluttet videreført til 2025.

Hurdalsplattformen

Regjeringen Støre har i Hurdalsplattformen formulert at de ønsker å legge frem og gjennomføre en opptrappingsplan for trygg matproduksjon på norske resurser og sette et mål for selvforsyningsgrad av norske jordbruksmatvarer på 50 prosent. Videre ønsker de å styrke samarbeidet mellom helsemyndighetene og dagligvarebransjen for å legge til rette for et sunnere kosthold.

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

FNs bærekraftsmål

Norge har forpliktet seg til å følge opp FNs Bærekraftsmål.

Bærekraftsmål nummer 3 relaterer seg til helse – Sikre og fremme god helse for alle, nummer 12 ansvarlig forbruk og produksjon, nummer 13 stoppe klimaendringene og nummer 17 samarbeid for å nå målene. OFG har valgt å la disse målene være en referanse for vårt kommunikasjons- og markedsarbeid.

Påvirkning av matvaner**Pris**

Dyr tid og pris har i sterk grad påvirket den norske befolkningens forbruk av frukt og grønt i 2023.

5 a Day Europe 2023 viste at forbruket har gått tilbake. Den største tilbakegangen ser man blant forbrukere som i utgangspunktet konsumerer lite.

Adferdsbarrierer

Til tross for et stadig større fokus på pris, sier store deler av befolkningen at de ønsker et sunnere kosthold og de vet hva det innebærer. Evnen til å gjennomføre er imidlertid en stor utfordring for svært mange. Til tross for at et grønnere kosthold styrker familiebudsjettet, da grønnsaker er en forholdsvis rimelig vare, er det store forbrukergrupper som ikke har oppdaget dette. Påstand - den største barrieren, men da også nøkkelen til et økt forbruk, ligger i forbrukerens vaner og adferdsmønster.



MARKEDSUTVIKLING

Hovedkonklusjonene er at volum av frisk frukt er redusert med 9 prosent og volum av bær med 2 prosent de siste 10 årene (fra 2013 til 2022) beregnet per capita.

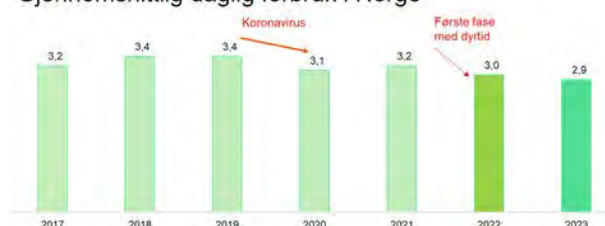
OFG skal ha en tydelig rolle og fungere som et sentrum (hub) for målgrupper som ønsker tall på utvikling i forbruk, volum og verdi på frukt og grønt. Videre skal OFG være en ledende innsikts- og kunnskapsaktør om norske forbrukere relatert til grøntsektoren.

OFG skal rapportere volumtall på våren og forbrukerrapporterte konsumtall (5 a day Europe) i oktober hvert år. Den samlede innsikten skal gi et godt grunnlag for kommunikasjonstaktiske grep og prioriteringer.

Andelen som spiser minst 5 porsjoner frukt/bær eller grønnsaker per dag i Norge



Gjennomsnittlig daglig forbruk i Norge



Undersøkelsen 5 a day Europe 1) viser at andelen som spiser minst 5 om dagen i Norge er på samme lave nivå i 2023 som i 2022. Kun 18,6 % av befolkningen svarer at de spiser det som anbefales.

Siden målingene startet i 2017 er forbruket av frukt, bær og grønnsaker blitt stadig redusert. I 2022 ble det målt et foreløpig bunnivå, og koronapandemi samt begynnende dyrtid var viktige årsaker.

Det er indikasjon på at det gjennomsnittlige forbruket ble redusert enda litt mer fra 2022 til 2023, fra 3 til 2,9 porsjoner. Viktige årsaker er at andelen som spiser lite frukt og grønt (én porsjon og mindre) har økt. I tillegg er det flere som vektlegger lav pris på grønnsaker. Denne gruppen har et lavere forbruk av frukt og grønt enn de som i større grad vektlegger andre egenskaper som smak, utseende og norsk.

FRUKT- OG GRØNTSTATISTIKK

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

OFG sammenstiller volumtall for norsk produksjon og import fra hhv. Landbruskdirektoratet og SSB. Dette gjengis i rapporten Frukt- og grøntstatistikk og hovedtallene presenteres på et fagseminar i mars. Hovedkonklusjonene er at volum av frisk frukt er redusert med 9 prosent og volum av bær med 2 prosent de siste 10 årene (fra 2013 til 2022) beregnet per capita. Volum av friske grønnsaker har vært relativt stabilt over samme tidsperiode med en økning på 1 prosent. For gulrøtter og agurk har norskandel hatt en betydelig økning siste tre år.

Frukt- og grøntstatistikk rapporten har også verditall for frisk frukt og grønt i dagligvare. Den viser blant annet at frukt- og grøntandel i forhold til den totale verdien i norsk dagligvare er redusert fra 11,3 % i 2019 til 9,5 % i 2022.

Det ble gjennomført flere undersøkelser med formål **forbrukerinnsikt** i 2023 som viser at dyrtid spiller en viktig rolle for forbruket. Resultater fra 5 a day Europe (1) viser at personer som legger vekt på lav pris på frukt og grønt, har et lavere forbruk enn de som legger mindre vekt på pris. En annen undersøkelse, gjennomført i felt av Norstat, 2) viser at halvparten av befolkningen mener at dårlig økonomi påvirker endringer de ønsker å gjøre i matvanene. Det er flere i denne delen av befolkningen som kjøper mindre frukt og grønt nå enn for to år siden, sammenliknet med personer hvor økonomi har liten eller ingen betydning.

Det ble gjennomført en undersøkelse i februar 2023 for å kartlegge forbruk av epler. 3) Den viser at noen kjøper epler ofte, mens andre kjøper det relativt sjeldent. Det som er sammenfallende, er at det ikke er vesentlig forskjell på årstider. De fleste som kjøper epler minst en gang per måned om høsten, gjør det samme i vintermånedene.

I samme undersøkelse fikk en tilbakemelding på de norske «vintereplene». Av de som kjøpte norske epler i vintermånedene var det 8 av 10 som likte eplene meget godt. De gav eplene score 5 eller 6 på en skala der 1 er liker svært dårlig og 6 er liker svært godt.

Smak var viktigste årsak til at de norske eplene ble likt meget godt. Saftig, frisk, syrlig og sødme var beskrivelser som ble brukt. I tillegg ble sprøhet og fast konsistens, samt kortreist/norsk nevnt som noe en liker.



FORBRUKERINNSIKT

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

En større kartlegging for å segmentere norske forbrukere ble gjennomført av Kantar på vegne av Stiftelsen Norsk Mat og OFG i september 2023. 4) Den har delt norske forbrukere inn i tre hovedsegmenter:

De Likeglade (48 %) er noe overrepresentert av unge og menn. De spiser også grønnsaker og salat, men rollen disse spiller i måltidet er mindre og ofte bare noe man spiser fordi man føler man må. De er ikke særlig interessert, kunnskapen er lav og ambisjonen om å øke inntaket er begrenset. De er mindre opptatt av hvor grønnsaker er produsert, om de er norske, miljø, naturlig produksjon, kvalitet og utvalg, men de er mer opptatt av lave priser.

De Nysgjerrige (24 %) er noe overrepresentert av høyt utdannede med høyere inntekter. De er bevisste og nysgjerrige. De spiser mye grønnsaker og salat, og rollen disse spiller i måltidet er betydelig og ikke bare noe man spiser fordi man føler man må, men fordi de vil. De er interessert, ønsker å lære nye ting, ser på matprogrammer, de har god kunnskap og ambisjonen om å øke inntaket er til stede. De er opptatt av hvor grønnsaker er produsert, om de er norske, miljø, naturlig produksjon, kvalitet og utvalg, men de er ikke helt frelste.

De Frelste (28 %) er noe overrepresentert av kvinner og barnefamilier. De er svært bevisste og dedikerte. De spiser mest grønnsaker og salat av alle, og rollen grønnsakene spiller i måltidet er betydelig – de dyrker til og med selv. De er svært interesserte og kunnskapsrike, og de har en klar ambisjon om å øke inntaket ytterligere. De er genuint opptatt av hvor grønnsaker er produsert, om de er norske, om miljø, naturlig produksjon, kvalitet og utvalg, de er svært opptatt av helse og de betaler for miljø, økologisk og kvalitet.



Å R S R A P P O R T 2 0 2 3

AKTIVITETER OG PROSJEKTER

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Betalte forbrukerkampanjer mot primærmålgruppene «Spis deg god» 2023

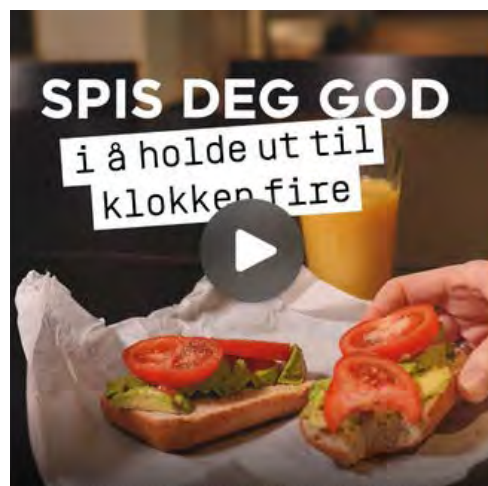
OFG lanserte i 2023 det profilbyggende kommunikasjonskonseptet «Spis deg god», som over tid skal bygges til et profilbyggende merkevarekonsept som skal bidra til å påvirke holdninger og inspirere til økt bruk av frukt og grønnsaker i hverdagssituasjoner, når norskproduserte varer er i sesong og med fokus på enkelte produkter.

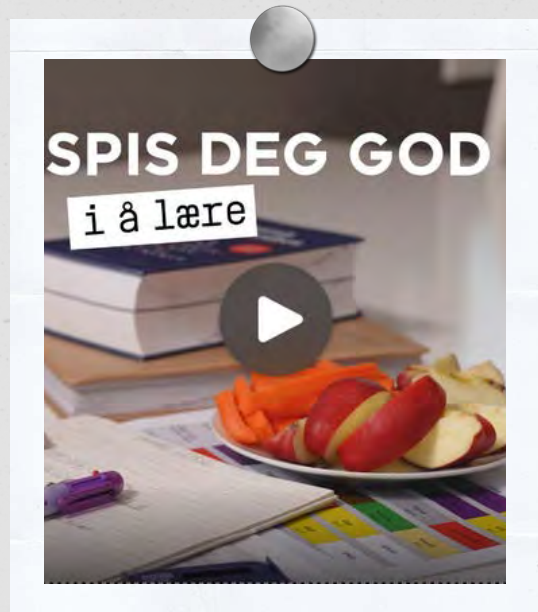
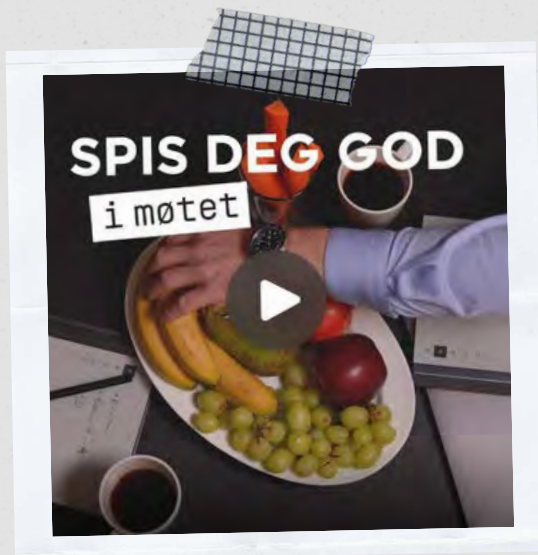
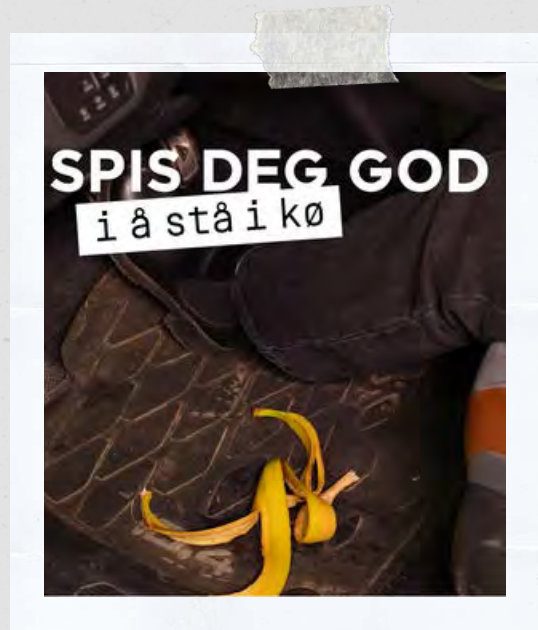
I 2023 har forbrukerkommunikasjonen «Spis deg god» blitt kjørt med ulikt fokus i tre perioder gjennom året. I perioden har reklamen vært i digitale kanaler, både sosiale medier og annonser i nettaviser/nettsteder der man treffer målgruppen best. Influensere har i sommermånedene vært brukt for å øke oppmerksomheten i målgruppen, profiler som FunkyGine og August&Martin og Erik Lyssand. De har bidratt med innhold mot sine følgere og i sine kanaler med inspirasjon til hvordan en høyere andel av norsk frukt og grønt skal inngå i hverdagssituasjoner.

Et eget "always on" løp bestående av kontinuerlig søkeordsarbeid og søkemotoroptimalisering av innholdet på frukt.no er gjennomført gjennom hele året.

Kommunikasjonskonseptet «Spis deg god» ble lansert for første gang i 2023. Det har blitt gjennomført to målinger av konseptet i løpet av året for å kunne gjøre justeringer og tilpasninger underveis. Målingene viser en god utvikling med stadig økende kjennskap.

Reklameoppmerksomheten har vært litt lavere enn ønsket, så her blir det viktig å justere materialet for 2024 slik at reklameoppmerksomheten øker tilfredsstillende og at reklamen oppleves som mer relevant for forbrukernes hverdagssituasjoner. Viktige læringspunkter for gjennomføring av 2023 er sentrale for videreutviklingen i 2024.





AKTIVITETER OG PROSJEKTER

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Samarbeidsprosjekter med produsenter i Grøntprodusentenes samarbeidsråd (GPS) og Stiftelsen Norsk Mat (SNM)

OFG skal jobbe aktivt for å øke norskandel, påvirke norskpreferanse og styrke sin posisjon som et viktig verktøy for verdikjeden. OFG har siden 2021 gjennomført kampanjer etter en velfungerende prosjektmodell som er videreført i 2023.

Samarbeidskampanjenes målsetning er å påvirke holdninger og inspirere målgruppen til høyere daglig inntak av en spesifikk råvare. Partene i samarbeidet utfyller hverandre og bidrar finansielt med lik andel i kampanjene. Midlene i prosjektet benyttes utelukkende til betalte kampanjer. OFG er prosjektleder for gjennomføring av kampanje og er bindeleddet mellom partene. I tillegg til finansiering av kampanjene, bidrar OFG til utvidede aktiviteter i kampanjeperioden med pressearbeid, konkurranser for å aktivere målgruppen, nyhetsbrev og bred profilering av råvaren i egne sosiale mediekanaler som Facebook, Instagram, Snapchat og TikTok.

I 2023 er det gjennomført totalt 9 samarbeidskampanjer på følgende råvarer:

- Hodekål
- Nykål
- Rødkål
- Sellerirot
- Kålrot
- Salater
- Potet
- Kinakål
- Epler

Kampanjene har fokusert på holdningsskapende og inspirerende aktiviteter i kampanjeperiodene. Kampanjene har samlet sett levert kostnadseffektiv trafikk og oppnådd gode resultater på visinger og gode klikkpriser jevnt over.

Annonseinnganger som «derfor bør du spise....» og «sånn har du aldri smakt...» har gitt veldig god klikkrate og vil videreføres i 2024.

I tillegg har kampanjene gitt gode presseresultater og visings- og engasjementstall på aktivitetene i sosiale medier. Konkurranser bidrar med nye abonnenter til nyhetsbrev som sikrer OFG en bredere kommunikasjonsflate.



UTVIKLING EGNE PLATTFORMER

I løpet av 2023 har det blitt gjennomført betydelige initiativer av OFG for å styrke og optimalisere tilstedeværelsen på viktige digitale plattformer, med mål om å fremme brukerengasjement og forsterke merkevareidentitet.

Frukt.no: Implementeringen av den skybaserte løsningen Optimizely DXP Cloud representerer et nøkkeltiltak, som ikke bare tjente som en teknisk fornyelse, men også som grunnlag for fremtidig utvikling. Forbedringer ble også gjort i integrasjonen med bildearkivet Imageshop, noe som førte til en mer effektiv tilgang og forbedret bildekvalitet. En ny struktur for nettsiden er planlagt innført i 2024, med mål om å forenkle navigasjonen gjennom å organisere innholdet i overordnede temaer.

Instagram: Omstruktureringen på Instagram omfattet innføringen av en sentral rolle ansvarlig for forslag til poster og tekster, hvoretter innholdsteamet gjennomgår og tar beslutninger i et "Traffic møte". Dette sikrer en samordnet tilnærming til innholdsproduksjon og ivaretar en enhetlig kommunikasjonsstrategi. Reduksjonen av teamet for Community Management til tre medlemmer har også bidratt til økt effektivitet. En strategisk satsing på produksjon av Reels, motivert av plattformens algoritme, har vist seg effektiv, og det er besluttet å ytterligere fokusere på dette formatet i 2024.



Facebook: Innføringen av nye annonseringsstrategier på Facebook har resultert i mer målrettet engasjement og interaksjon. Forberedelser for ytterligere tilpasninger i 2024 er allerede underveis, med intensjon om å utvide den digitale rekkevidden.

TikTok: På TikTok ble det etablert et samarbeid med byrået JCP for konseptet 'Hack n' Snack', rettet mot ungdommer gjennom matlagingsvideoer. En regelmessig deling av betalte videoer sikret nødvendig rekkevidde. Evalueringen av denne tilnærmingen har ledet til en beslutning om å ta over styringen av denne kanalen i 2024 for å heve kvaliteten på innholdet.

INNHOLDSPRODUKSJON

OFG skal presentere innhold på alle frukt, bær og grønnsaker som er å få kjøpt i Norge, samt øke kunnskapen om de viktigste norske sesongproduktene.

OFG skal ha et innhold som er relevant for forbrukerne i egne kanaler, samt være en innholdsleverandør til eksterne samarbeidspartnere.

Alt innhold i egne kanaler skal være i tråd med kampanjer og aktiviteter og ta høyde for trender og utviklingstrekk i samfunnet som er relevante. Innholdet for 2023 er basert på konseptet «Spis deg god».

Innholdet skal skape økt trafikk til frukt.no og skape et engasjement blant følgerne i OFG sine sosiale mediekkanaler, skaffe flere følgere og bidra til en større rekkevidde for alle OFG sine budskap.

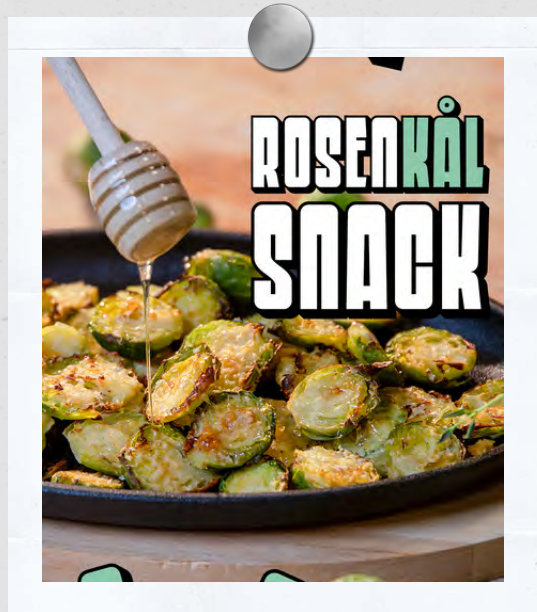
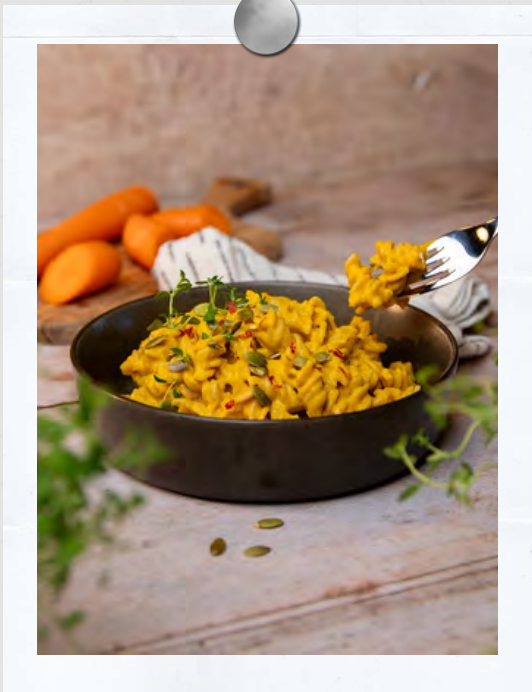
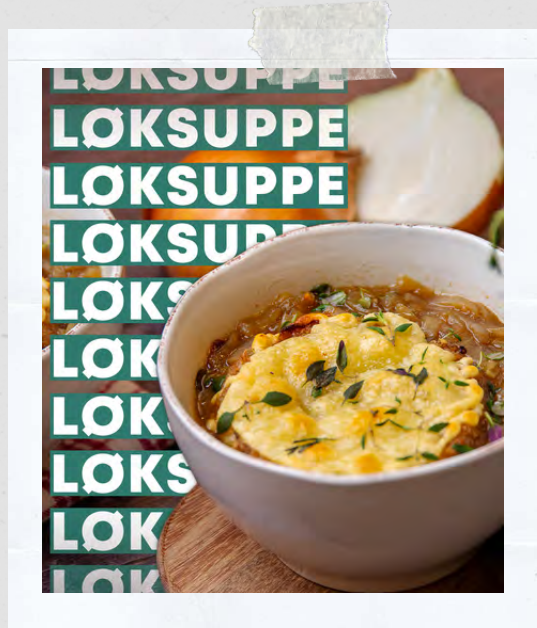
OFG formidlet fakta og kunnskap om de norske lagrings- og sesongproduktene og produserte tekster, bilder og filmer som oppfordret den norske forbrukeren til å kjøpe mer frukt, bær, grønnsaker og poteter.



All innholdsproduksjon ble gjennomført med interne ressurser. OFG har ernæringsfaglig ansatte, samt kokk og film- og bildefotograf. Innholdet ble planlagt i en kalender som ble fulgt fra måned til måned.

Målet for 2023 var å produsere mer filmmateriell.

Det ble produsert nesten 90 filmer i løpet av året. For de sosiale mediekkanalene ble det laget to nye filmkonsepter, «middag i dag» og «OFG svarer internett», samt at oppskriftsfilmen og filmkonseptet «Iselin tipser» ble videreført. I løpet av året er det lastet opp 960 filer i bildebasen, mot 520 i 2022. Selv om dette ikke er antallet nye bilder, sier det noe om nivået på innholdsproduksjonen.



5 OM DAGEN BARNEHAGE

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

5 om dagen - barnehage er et gratis konsept for alle barnehager i Norge. Prosjektet 5 om dagen-barnehage bidrar til å etablere og påvirke gode matvaner hos barn fra tidlig alder, samt å utjevne sosiale forskjeller. 4288 av landets 5525 barnehager er med i konseptet, noe som tilsvarer 77 % av barnehagene i Norge.

OFG ser på sin rolle som viktig i arbeidet med å påvirke barns holdninger og spisevaner tidlig i livet. Barnehagen er en viktig bidragsyter til barnas kosthold, da barna spiser opptil 3 måltider i barnehagen hver dag. Målgruppene er barna i barnehagen og de ansatte i barnehagen. Formålet er å legge til rette for gode matopplevelser i ung alder, lære barna om smak og å skape fremtidig bevisste forbrukere.



Antall 5 om dagen - barnehager: 4288
Antall barnehager i Norge: 5525

Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold:

5 om dagen - barnehage mottok 3. plass i intensjonsavtalens utmerkelse i kategorien sunnere markedsføring for aktiviteten Gulrot fra jord til bord. Aktiviteten Bli en smaksdetektiv er blant finalistene i årets kåring.

Utsendelse av aktivitetspakker:

Alle barnehager som registrerer seg som en 5 om dagen - barnehage får en gratis inspirasjonspakke med spill og bøker for lek og læring til barna. I pakken finnes også oppskriftshefter og plakater, barneforklær, potetmoser og epledelel til bruk i barnehagen, samt informasjonsbrosjyrer til foreldrene.



OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Totalt registrerte 181 barnehager og 9946 barn seg i 2023. 48 barnehager fylte ut evalueringsskjema.

E-læringskurs:

OFC tilbyr et gratis e-læringskurs for alle ansatte i barnehagen. Kurset ligger digitalt på frukt.no og består av en rekke artikler om kosthold i barnehagen, hvilke fordeler et grønnere kosthold innebærer og praktiske tips.

255 barnehager tok kurset i år.

Gulrot fra jord til bord:

Det ble sendt ut gratis gulrotfrø til 1181 barnehager over hele landet. Det å involvere barna hele veien fra jord til bord, er en fin måte å skape interesse og engasjement for mat hos barna. Det er lettere å smake på noe man har vært med på både å dyrke og lage selv. Derfor sendes det ut gratis frø til barnehager som ønsker å så egne gulrøtter. Aktiviteten ble markedsført gjennom nyhetsbrev, e-post, egne nettsider og 5 om dagen-barnehage sine sider på Facebook.

Det ble også satt fokus på de norske gulrøttene på Gulrotdagen 4. april.



OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Nyhetsbrev:

Det ble sendt ut nyhetsbrev hver måned med oppskrifter, tips og inspirasjon. Totalt er det 3467 abonnenter i nyhetsbrevbasen.

Bli en smaksdetektiv:

Det ble sendt ut 19600 smaksbrosjyrer til barn i 470 barnehager over hele landet. Det å smake på ulike grønnsaker vil bidra til at barna lærer å like ulike typer smaker, som igjen vil bidra til at barna blir mer mottakelig for ulike matvarer og ulike konsistenser. Barna vil få et større matregister, noe som vil bidra til å gjøre det lettere å spise sunnere matvarer. I tillegg til smak er konsistens viktig for barnas smaksopplevelse, derfor kan man i skjema også krysse av om man har smakt grønnsaken rå, kokt, stekt eller annet.

#MerAv i barnehagen:

Helsedirektoratets #MerAv-kampanje har et positivt fokus på at barn liker både grønnsaker, frukt og bær, og grove kornprodukter og sjømat. #MerAv har blitt inkludert inn i 5 om dagen - barnehage ved at det står om det i brosjyren som barnehagene får, det er en artikkel om #MerAv i barnehagen på nettsiden og det er sendt ut nyhetsbrev med dette som tema.

Facebook:

5 om dagen - barnehage har egen side på Facebook med 1629 følgere. Dette er en økning på 1021 følgere i år.



KOMMUNIKASJON MOT HELSESYKEPLEIERE

OFG vil med dette tiltaket få helsesykepleiere til aktivt å snakke om grønnsaker, frukt og bær som en del av familiens kosthold, samt å dele ut materiell fra OFG.

Barn og foreldre møter på helsestasjonen ved 4 årskontroll, samt ved skolestart/6 årssamtale. Dette gjør det mulig for OFG å treffe bredt mot målgruppen. Helsesykepleiere møter alle barn, og tiltaket er dermed med på å utjevne sosiale forskjeller. Informasjon om OFGs aktiviteter mot barn formidles også via kommunenes folkehelsekoordinatorer.

Det er sendt ut informasjon til alle helsestasjoner i Østfold fylke. I tillegg er det sendt ut materiell til 105 helsestasjoner over hele landet som ble delt ut til nesten 12000 familier. Det er sendt ut link til et evalueringsskjema på frukt.no til alle helsestasjoner som benytter materiell fra OFG.

Materiellpakken består av Mons og Mona bøkene til 4 åringene og Mons og Mona Aktivetshefte til 6 åringene, samt foreldrebrosjyren "Tips og inspirasjon til familien" til alle.



OFG
OPPLYSNINGSKONTORET
FOR FRUKT OG GRØNT

**SPIS
DEG
GOD**
—
VILJ Å TA SIKKE
SE GRØNT VÅR

SAMARBEIDSPROSJEKTERER MED OPPLYSNINGSKONTORENE I LANDBRUKET- MATPAKKE OG MATSVINN

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

OFG har deltatt i to samarbeidsprosjekter med de øvrige opplysningskontorene i landbruket med temaene matpakke og matsvinn.

Matsvinn:

OFG vil med dette tiltaket bidra til å øke kompetansen til forbruker om hvordan redusere matsvinn på enkle måter, og gi forbrukerne verktøy for å hindre og å forebygge matsvinn.

Matpakke:

OFG vil med dette tiltaket gi kunnskapsrike og gode råd om matpakken i tråd med kostrådene, samt synliggjøre samarbeidet med de andre opplysningskontorene og dermed oppnå positive synergieffekter.

OFG har gjennomført egne aktiviteter med linker til egne nettsider, men koordinert innhold og tidsperioder med de øvrige opplysningskontorene.

OFG har innhold om matsvinn og matpakke på frukt.no, som er delt på egne sosiale mediekanaler. På tema matpakke har OFG sendt ut 1 pressemelding.

På matsvinn ble det sendt ut 2 felles pressemeldinger der alle opplysningskontorene var avsender, samt at OFG sendte ut 2 egne pressemeldinger med matsvinn som tema.



Dette har ingenting i matpakka å gjøre: - Mange blir nok lurt av markedsføringen



SAMARBEID MED MATJUNGELLEN

OFG vil med dette tiltaket skape engasjement blant barn og unge for å vekke nysgjerrighet og gi kunnskap om mat og matens betydning for helse og miljø.

Samarbeidet med Matjungelen baserer seg på Helsedirektoratets kostråd og Nasjonal faglig retningslinje for mat og måltider i barnehage, skole og skolefritidsordning.

Matjungelen er et prosjekt på oppdrag fra Helsedirektoratet. Matjungelen er utviklet av Folkelig i samarbeid med flere aktører, deriblant OFG. Matjungelen oppfatter OFG som en viktig, og foretrukken, samarbeidspartner.



OFG sitter i styringsgruppen til Matjungelen og har deltatt i styringsgruppens 4 årlige møter. Matjungelen har i år utviklet nye oppskrifter til sin oppskriftsbase, og disse ble testet i OFG sitt Matstudio av OFG sine ansatte. OFG leverte også bilder av alle årets nye oppskrifter.



NYHETSBREV

Nyhetsbrev er en kostnadseffektiv kanal for å nå både forbruker og viktige samarbeidspartnere som er aktuelle mot sekundærmålgruppen barn og unge, i tillegg til bransjen.

Nyhetsbrev er også en tilleggskanal for kommunikasjon som gir muligheter til å nå bredere ut.

OFG vil gjennom dette tiltaket kunne kommunisere direkte til aktuelle målgrupper. Nyhetsbrevlistene er:

- Nyhetsbrev forbruker
- Nyhetsbrev 5 om dagen – barnehage
- Nyhetsbrev Helseesykepleiere og Folkehelsekoordinatorer
- Nyhetsbrev studenter
- Nyhetsbrev faglig informasjon

Aktiviteten har som mål å beholde eksisterende abonnenter og å konvertere nytt publikum til abonnenter for derigjennom bidra med informasjon, kunnskap og inspirasjon til de nevnte målgruppene. Innholdet skal oppleves relevant og ta høyde for dyrtid og trender i samfunnet. Innholdet skal speile forbrukers ønske om livsstilsendring og grunnmuren i innholdet er basert på konseptet «Spis deg god».



Alt det beste til julen

Nå er det tid for juletre, julelys, julesanger og selvfølgelig; julematen. Her har vi samlet noen av våre julefavoritter; surkål, rødkål, waldorfsalat, kålstappe og potetleifser. Her r du også julens søte desserter og ønsker du noe spesielt å drikke, så prøv våre nye cocktails.

[Se alle våre juleoppskrifter her](#)



Julemocktails

Mocktail = cocktail uten alkohol. Prøv en av våre nyeste drinker med irlande

Hjemmelaget surkål

Hjemmelaget surkål er en av våre mest

Det er sendt ut nyhetsbrev til alle abonnementslister i henhold til plan. Det har vært jobbet med kvaliteten i listene, samt å øke antall abonnenter.

Pr. 31.12. 2023 er abonnenttallene følgende:

- Nyhetsbrev forbruker: 10603 abonnenter. Dette er en økning på 4558 siden 31.12.2022
- Nyhetsbrev 5 om dagen – barnehage: 3467 abonnenter
- Nyhetsbrev Helseesykepleiere og Folkehelsekoordinatorer: 260 abonnenter
- Nyhetsbrev studenter: 1517 abonnenter
- Nyhetsbrev faglig informasjon: 98 abonnenter

AKTIVITETER MOT STUDENTER

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

OFGs målinger viser at unge voksne spiser lite frukt og grønt, studenter er derfor definert som en målgruppe som det er behov å rette en ekstra innsats mot.

OFG har gjennom samarbeid med Studentpakken og med annonser på sosiale medier rekruttert studenter inn til landingssiden frukt.no/student. Innholdet på landingssiden har fremmet et kosthold bestående av mye frukt og grønt, og det kom også tydelig frem råd om hvordan redusere matsvinn, tips til sunn mat på budsjett, og helsemessige fordeler ved å spise mer frukt og grønt, samt hvordan et sunt kosthold påvirker forutsetninger for å holde konsentrasjonen på lesesalen.

I heftet «studentrabatten» som deles ut sammen med Studentpakken hadde OFG en annonse som rekrutterte studentene videre inn til frukt.no/student hvor de kunne delta i konkurransen om å vinne en Iphone 14 Pro. Hensikten var å få studentene til å besøke siden, samt rekruttere studenter til nyhetsbrev og promoterte OFGs instagramprofil. Konkurransen med link til landingsside ble også promotert i Studentpakkens app.

Samarbeidet med Studentpakken har også gitt svært god synlighet for OFG gjennom deres instagram. Her har de lagt ut «ukens oppskrift» med oppskrifter fra frukt.no, samt delt reels fra OFG.

OFG engasjerte i tillegg markedsføringsbyrået JCP for å bidra med utvikling av 6 filmer som ble annonsert mot målgruppen i sosiale medier. Reach filmer: 598 925. Lenkeklikk: 6643.

Øvrige resultater: 33 706 visninger på landingssiden (frukt.no/student), 6594 deltagere på konkurransen og 1518 nye nyhetsbrevabonnenter.



NM I FRUKT OG GRØNT DAGLIGVARE

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Konkurransen ble arrangert for 16. året på rad og har over tid etablert seg til å bli en anerkjent konkurranse for handelen. Konkurransen bidrar til å stimulere til mersalg av frukt og grønt i dagligvarehandelen og er derfor en svært viktig konkurranse for OFG.

Det er kjedene selv som nominerer butikker til kåringen "Beste 5 om dagen-butikk" basert på innsikt fra Nielsen IQ. I tillegg nominerer kjedene en ansatt til kåringen "Beste 5 om dagen-ambassadør". Vinnerne av ambassadørprisen er ildsjeler, som gjør sitt ytterste for at frukt- og grøntavdelingen skal skinne og deler gledelig kunnskap med kollegaer og innad i sin kjede.

Nye kåringer i 2023 var "Årets nykommer", "Beste 5 om dagen-ambassadør, publikumsprisen" og "Beste kjede på Nyt Norge-eksponering". Fokus på norskprodusert vare er viktig for grøntnæringen, og dette var derfor en sentral kåring å få på plass. Til publikumsprisen stemte venner, bekjente og kollegaer frem en ildsjel på frukt og grønt. Kåringen genererte hele 6282 stemmer.

Ingenting er mer gledelig enn at dagligvarehandelen selv skilter med plasseringene sine. Meny vant "Beste 5 om dagen-nettbutikk" for tredje året på rad, og brukte dette aktivt i sin markedsføring, både i egne kanaler og gjennom annonser.

- Årets nykommer: Rema 1000 Torp
- Beste 5 om dagen-kjede: Rema 1000
- Beste 5 om dagen-butikk over 1000 m²:
1. plass: Extra Elverhøy.
- Beste 5 om dagen-butikk under 999 m²:
1. plass: Rema 1000
- Beste kjede på Nyt Norge-eksponering:
Spar
- Beste 5 om dagen-ambassadør: Kine Stenhaug fra Bunnpris Gourmet Tyholt
- Beste 5 om dagen-ambassadør, publikumsprisen: 1. plass: Jeanette Larsen fra Extra Ringebu



NM I 2023 FRUKT OG GRØNT

#MERAV- KONKURRANSESATSNINGER

#MerAv-konkurransesatsningene er et treårig samarbeid mellom OFG, Baker- og konditorbransjens landsforening (BKLF), Sjømat Norge, Norges Frukt og Grønnsakgrossisters forbund (NFGF) som startet i 2022 og varer fram t.o.m. 2025.

I perioden skal det gjennomføres tre aktiviteter; #Merav Sunn mat i kantina, #Merav Sunn mat i farta, samt samarbeid med Ungt Entreprenørskap.

NM Sunn mat i kantina og NM Sunn mat i farta

En sentral brikke som må på plass for å kunne øke forbruket av sunne varer, er å øke tilgjengeligheten. Konkurransesatsningene kan bidra til å sette fokus på #MerAv på menyen, og til en positiv konkurranse mellom konkurrerende aktører for å ville bli den beste tilbyderer av sunn mat i farta og i kantinen. NM Sunn mat i kantina har på kort tid etablert seg til å bli en høythengende kåring for bransjen.

Plasseringer NM Sunn mat i kantina 2023:

- 1.plass: Økern Portal (4.service)
- 2.plass: ISS Nordea HQ
- 3.plass: Treats

ISS Facility service vant kjedepreisen for andre året på rad ved å engasjere alle sine 500 kantiner.

NM Sunn mat i farta: De siste to årene har samarbeidspartnerne jobbet for å finne en innretning på konkurransen som bransjen ønsker å delta på. I 2023 ble konkurransen endret til å skulle engasjere ansatte til å komme med ideer til #Merav-retter som ville passet sin arbeidsplass og kundegruppe.



Det ble gjort innsalg mot store aktører og flere ønsket å være med, men klarte ikke å engasjere sine ansatte.

Samarbeidet med Ungt Entreprenørskap (UE)

Det er viktig å etablere gode kostholdsvaner tidlig. Et samarbeid med UE gjennom elevbedrifter i ungdomsskolen er en unik arena for å kunne formidle fordelene med et kosthold i tråd med Helsedirektoratets kostråd. UE har formidlet #Merav-budskapet til lærere som igjen har formidlet kunnskapen videre til elevbedrifter som har valgt #MeravGrovtGrøntogBlått som tema for sin elevbedrift. I 2023 var det 1700 elever som hadde #MerAv som tema for sin elevbedrift (målet var 1200). Prosjektlederen fra OFG har deltatt som jury i fylkesmesterskap og delt ut premier, samt bidratt i film produsert av OFG for å forenkle #MerAv budskapet direkte til elevene.

FESTIVALER OG ARRANGEMENTER

OFG bidrar med støtte til arrangører av festivaler og arrangementer med fokus på norskproduserte frukt, bær, poteter og grønnsaker.

Dette først og fremst for å være en positiv støttespiller for næringen og for arrangørene, som gjør en utmerket jobb i å fremme sine råvarer.

I 2023 mottok Mandelpotetfestivalen og Tomatfestivalen støtte for gjennomføring av sine festivaler. OFG ble godt synliggjort som sponsor under begge festivalene, på nett og på facebook. Mandelpotetfestivalen distribuerer en egen avis, og i denne bidro OFG med en artikkel om potet, samt fristende potetoppskrifter.

SPIS MER POTET

- men velg riktig



De siste 25 årene har forbruket av ferske matpoteter blitt nesten halvert. I dag spiller vi mer bearbejdede potetprodukter enn vi spiser fersk matpotet. Ofte er det et dårlig valg for helsen, mener ernæringsrådgiver Iselin Røgstrand Sagen fra Opplysningskontoret for frukt og grønt.

Potet på nye måter?
I en tid hvor mange velger å spise mindre kjøtt, er potet en god kandidat til å bli en viktig del av et sunt kosthold. Det er viktig å velge riktig potet, og å bruke den på en sunn måte. Mange velger å spise potet som stekt eller i form av pommes frites, men det er ikke alltid den beste måten å spise potet på. Det er viktig å velge riktig potet, og å bruke den på en sunn måte.

Ingen potet i de tre uker?
I de tre ukene før høsten er det viktig å velge riktig potet. Det er viktig å velge riktig potet, og å bruke den på en sunn måte.

Gjør valget lett for forbrukeren
Det er viktig å gjøre valget lett for forbrukeren. Det er viktig å velge riktig potet, og å bruke den på en sunn måte.

Landet vårt er perfekt for å dyrke poteter
Landet vårt er perfekt for å dyrke poteter. Det er viktig å velge riktig potet, og å bruke den på en sunn måte.

POTETOPPSKRIFT

POTETBURGER



På nettsiden frukt.no kan du finne mange tips til middager der poteten spiller hovedrollen. Her finner du for eksempel oppskrift til en fantastisk god potetburger.

Ingredienser (4 personer)
500 g poteter
1/2 smeltet smør - ca. 2 dl
1 løk
2 biter hvitløk
1 dl brødsmør
1 dl rivet hvitost
1 egg
4 ss sesamfrø
Salt og pepper
1 ts rødt paprika
2 ss olje til steking
2 ss smør

Til servering
4 blad crispysalat
4 ss coleslaw
4 skiver tomater
4 grove hamburgerbrød

Fremgangsmåte
1) Kok potetene med skalle på. Skrell dem når de er ferdig kokt.
2) Skjær potene i strimler og skylt godt.
3) Finhakk løk og hvitløk.
4) Stek løk, hvitløk og potetebiter i varm panne.
5) Riv de skrulte potetene og bland inn egg, løk, rivet ost og brødsmør.
6) Smak massen til med litt salt og pepper. (Om du ønsker kan du tilsette krydder som du liker, rødt paprika eller en god godter).
7) Form massen til 4-8 burgere.
8) Stek burgere i varm stor panne i litt stekesje og smør, 2-4 minutter på hver side. Dryss på sesamfrø før du serverer dem.
9) Server potetburgere i grove hamburgerbrød med salatblad, coleslaw og karamellisert løk.



POTETOPPSKRIFT

OVNSBAKT TORTILLA MED OLIVEN OG GRØNNSAKER



Ingredienser (4 personer)
200 g minipoteter
1 løk
1 ss smør
2 biter hvitløk - finet
1 ss smør
1 egg
1/2 dl smør
1/2 dl smør
1/2 dl smør
1/2 dl smør
1/2 dl smør

Fremgangsmåte
1) Skrell potetene og hakk dem i små biter.
2) Stek potetene i smør i en stor panne.
3) Stek løk og hvitløk i smør.
4) Bland potetene, løk og hvitløk sammen.
5) Stek i ovn på 180°C i ca. 20 minutter.
6) Server med smør og smør.



ÅRETS GRØNNE KOKK 2023

OFG arrangerte denne konkurransen på UMAMI ARENA 15. februar 2023. Konkurransen er et stort samarbeid med Norske kokkers Landsforening Oslo og grøntbransjen.

Hensikten med konkurransen er økt fokus på frukt og grønt i storhusholdningsbransjen og dermed et økt totalforbruk.

Det var stor interesse for konkurransen fra media, publikum og storhusholdnings- og grøntbransjen. Og det var god respons og gode tilbakemeldinger fra deltagere, samarbeidspartnere, gjester, presse og publikum.

NRK nyheter var til stede og laget en 10 minutters direktesendt reportasje fra konkurransen.



6 flotte lag med 2 kokker på hvert lag, var tatt ut til å konkurrere, på bakgrunn av innsendte menyer. Oppgaven på konkurransedagen var å lage sin innsendte 3 retters meny, bestående i alle hovedsak av norske varer, grønnsaker, poteter og epler til 12 personer.

Disse lagene deltok:

Vinnerlag: Nils Flatmark, Britannia Hotel og Espen Laumann, Lebistro – Trondheim

2. plass: Øyvind Bøe Dalelv og Martine Espeland, Michaels, Briskeby – Oslo

3. plass: Sondre Selland Tjensvold, Restaurant Rest og Simen Johansen, Vaaghals – Oslo



NORDIC GREEN CHEF 2023

Denne konkurransen, som arrangeres etter samme model som Årets grønne kokk, gikk av stabelen for 2. gang på Nordisk kjøkkensjefs forening sin kongress i Trondheim i juni.

Her var det stort fokus på norske sesongvarer som nykål og primører. Det norske laget, med Nils Flatmark og Sindre Hjemseth, gikk helt til topps. Og denne seieren fikk mye oppmerksomhet.

Det ble veldig god respons og gode tilbakemeldinger fra deltagere, involverte, presse og publikum. Konkurransen er med på å gi inspirasjon til storhusholdningsbransjen. Det ble 6 fine oppslag.



Nordisk kjøkkensjefs forening ønsker at konkurransen Nordic green chef skal bli arrangert på Food Expo i Herning hvert år, i mars.

OFG vurderer det videre samarbeidet med Nordisk kjøkkensjefs forening.

FAGDAGER 2023

I 2023 har OFG arrangert 2 fagdager for aktører i verdikjeden, samarbeidspartnere, prinsipaler og andre interessenter.

OFGs fagdag som omhandler volum og verditall for 2022 ble gjennomført 23. mars for 124 deltakere og der sentrale aktører deltok i paneldebatten «hvordan skal vi få forbrukeren til å spise mer frukt og grønt – en stor adferdsutfordring!»

På fagdagen 17. oktober er hovedtema siste nytt om forbrukstall representert gjennom undersøkelsen «5 a day Europe 2023» og over 160 deltakere var representert. OFG hadde laget et variert og innholdsrikt program med tidsaktuelle innlegg, debatter og premiering for konkurransen NM i frukt og grønt dagligvare.



Fagdagene er i etterkant blitt evaluert både av deltakere og internt, noe som danner grunnlag for videreutvikling av arrangementene.

Fagdagene er etterspurt og ønsket av deltakerne og oppleves som nyttige, og inspirerende og kompetansebyggende. OFG har nådd målene sine med antall deltakere og at deltakere opplever god nytteverdi av programmet for dagene.



REDAKSJONELT ARBEID

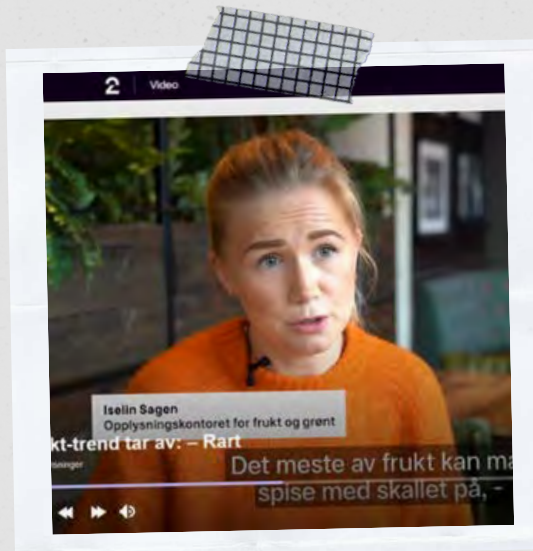
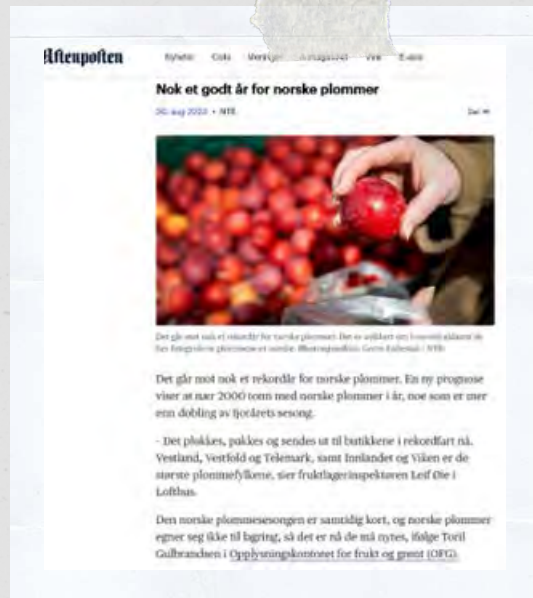
OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Som hele verdikjedens opplysningskontor skal OFG fremme all frukt og grønt, med spesiell vekt på norske varer i sesong, for å øke norskandelen av disse produktene. (jf. Grøntsektoren mot 2035)

OFG skal øke synligheten og forbruket av frukt og grønt i alle måltidsituasjoner gjennom presse- og kommunikasjonsarbeid. Dette innebærer troverdig folkeopplysning, der samfunnsfaktorer og aktualitet hensyntas. Ved å være proaktive og reaktive i pressen styrker OFG sin posisjon i det norske kostholdet, og samtidig fungerer som et talerør for norske produsenter, spesielt i sesong.

I 2023 opplevde OFG en betydelig suksess innen presse og redaksjonelt arbeid. 70 pressemeldinger ble sendt ut, resulterende i 1169 medieoppslag - en økning på 14 % fra 2022. OFG nådde 63 millioner lesere, lyttere og seere. Gjennomsnittlig PR-score for året var 5,8, hovedsakelig positivt grunnet proaktiv innsats fra OFG's medarbeidere. OFG har sett en økning i presseaktivitet de siste årene, med 2023 som det beste året på fire år. Sesongaktuelle kulturer, spesielt samarbeidskampanjer, dominerte med 528 oppslag. Resultatene fra årets Frukt- og grøntstatistikk og 5 a day Europe-undersøkelsen var også sentrale.

Pressemeldinger som "Nok et rekordår for norske plommer," "Beste morellsesong i moderne tid," og "Rekordår for norsk frukt" fikk mest oppmerksomhet. Saker knyttet til aktualiteter og frukt/grønt temaer gjorde det bra, som "Dropp akevitten, spis grønnsaker" og "Unge mellom 19 og 29 år kaster tusenvis av kroner rett i søpla." I 2023 styrket OFG sin ekspertrolle, mottok hyppige henvendelser fra lokale og regionale medier, inkludert store mediehus som TV2, Dagbladet, og VG, som brukte OFG som kunnskapsbank for sesongaktuelle kulturer og forbruksutvikling på frukt og grønt.



FASTE SPALTER I GARTNERYRKET, NATIONEN OG DAGBLADET

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Faste spalter Gartneryrket (GY):

OFG har et samarbeid med GY der det leveres innhold til faste spalter. Disse spaltene inneholder fristende bilder og oppskrifter med sesongens råvarer for å skape inspirasjon og interesse, med håp om å bidra til økt salg av disse produktene. Innholdet skal følge aktuelle merkedager, trender og sesonger.

OFG har levert artikler/tekst som har passet til sesong og aktualitet, samt 4-5 oppskrifter og bilder til hvert nummer av Gartneryrket, totalt 12 nummer i 2023.

Faste spalter Nationen:

OFG er den foretrukne bidragsyteren av oppskrifter og bilder til Nationens matspalte. Samarbeidet fokuserer på de unike smakene av norske råvarer i samsvar med sesongene. Ukentlig, med unntak av bevegelige helligdager når papiravisen ikke utkommer, presenterer OFG nøye utvalgte oppskrifter i Nationen.

Målet er å oppnå synlighet og opprettholde en PR-score på 6 eller høyere gjennom 52 oppskrifter med bilder i Nationens faste matspalte. OFG ønsker å vise seg som den mest foretrukne samarbeidspartneren i matrelaterte saker og trender, med bred erfaring og evne til å levere relevant innhold.

Nationens lesere har hver uke fått spennende oppskrifter som utnytter det beste av sesongens norske råvarer, fra sommerens saftige bær til høstens rotgrønnsaker og vinterens tradisjonelle retter.

Gjennom ukentlige oppskrifter og inspirerende bilder har leserne kunne oppdage nye måter å nyte de gode smakene fra norsk frukt og grønt, som har variert med årstider og sesong.

Levering av bilder og tekster har blitt sendt fast en måned av gangen, hver torsdag gjennom hele året, og har gitt ukentlige oppslag.

Faste spalter Dagbladet:

OFG leverer fristende og aktuelle oppskrifter og bilder, med sesongens råvarer, ukentlig til Dagbladet. Dette gir inspirasjon og vekker interessen og derigjennom økende kjøpelyst.

En gang hver uke, gjennom hele året, har OFG en sesongrett på siste siden i Dagbladet.

Dagbladet papiravis har i snitt 80 - 100 000 lesere hver dag.

Samarbeidet med Dagbladet gir også OFG mulighet for dobbeltoppslag i aktuelle sesonger.

Skil ikke en kylling!
 De fleste er enige om at det er en god idé at skil kyllingen på forhånd, men det er faktisk en gammel regel, som ikke bør glemmes. Når du skiler kyllingen, skal du være opmærksom på følgende:

- 1. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 2. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 3. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 4. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 5. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 6. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 7. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 8. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 9. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.
- 10. Skil kyllingen i store stykker, så du kan bruge den til flere retter.




Høstens store dager,
Den Norske Eple dagen,
Fårikålens festdag og Potetdagen

Den norske epledagen er godt i gang og er på sin fjerde dag. Den er en god anledning til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os. I dag er det altså den norske eple dagen, og det er en god anledning til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os.



Dagb OSS

Kålruetter lytt med wokgrønsaker
 Kålruetter er en fantastisk ret, som kan laves på mange måder. Denne opskrift er en god idé til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os.

Koreansk army stew
 Denne opskrift er en god idé til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os. Den er en god anledning til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os.

Radkålssalat med eple, purr og persimon
 Denne opskrift er en god idé til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os. Den er en god anledning til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os.



Gulrot og potetgrateng

Denne opskrift er en god idé til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os. Den er en god anledning til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os.

Tilberedningsvejledning:
 1. Skrub gulrødderne og poteterne grundigt.
 2. Skær gulrødderne og poteterne i små tern.
 3. Bland gulrødderne og poteterne med olie og krydderier.
 4. Læg gulrødderne og poteterne i en ildfast form.
 5. Bag i ovnen på 180°C i ca. 45 minutter.



Smakfulle kåldumplings

Denne opskrift er en god idé til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os. Den er en god anledning til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os.

Ingredienser:
 1. 1 kg kål
 2. 1 kg kød
 3. 1 kg grøntsager
 4. 1 kg krydderier
 5. 1 kg olie
 6. 1 kg vand
 7. 1 kg salt
 8. 1 kg peber
 9. 1 kg smør
 10. 1 kg mel



Borscht med kål og gulrøtter

Denne opskrift er en god idé til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os. Den er en god anledning til at fejre høsten og de mange gode produkter, som naturen har givet os.

Ingredienser:
 1. 1 kg kål
 2. 1 kg gulrødder
 3. 1 kg kød
 4. 1 kg grøntsager
 5. 1 kg krydderier
 6. 1 kg olie
 7. 1 kg vand
 8. 1 kg salt
 9. 1 kg peber
 10. 1 kg smør

SKOLEFRUKT

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

I tråd med Helsedirektoratets kostråd er formålet med abonnementsordningen Skolefrukt å stimulere til økt inntak av frukt og grønnsaker blant grunnskoleelever.

Å tilby Skolefrukt er et enkelt gjennomførbart folkehelseiltak blant barn og unge. Ordningen bidrar til å oppfylle deler av Helsemyndighetenes Nasjonal faglig retningslinje om mat og måltider i skolen, samt til gode matvaner, trivsel i skolehverdagen og bedre helse blant barn og unge.

Ranselposter 2023

Til hvert skolesemester blir det laget flere typer ranselpost, én for vanlig Skolefrukt og én for konseptet Fruktpause. I tillegg får hver av disse én versjon på bokmål og én på nynorsk. Ranselposten høsten 2023, ble delt ut ved skolestart. Budskapet «nyttig energi» ble videreført fra tidligere år. Samtidig var det lagt vekt på nyheten med fast månedlig betaling. Ranselposten sendt til skoler i desember 2023, med påminnelse om abonnement for vårsemester 2024, fikk en lignende utforming/design.

Digital kommunikasjonskampanje rettet mot foresatte

Det er to viktige perioder for å kommunisere med foresatte, ved semesterstart i januar og ved skolestart i august.



I begge kampanjer ble det benyttet digitale annonser i form av bannere med budskapet «frukt gir nyttig energi», natives (en type digital annonsering som følger publiseringsplattformens eller nyhetssidens naturlige format i stil og utseende), samt animasjonsfilmer med samme budskap. Målgruppen var foreldre med barn i grunnskolen.

OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT

Høstkampanjen leverte omtrent som estimert totalt sett. Både Instagram og Snapchat traff målgruppen (Kvinner og menn 30 – 45 år) svært bra. Instagram presterte omtrent som estimert med antall klikk og visninger, mens Snapchat leverte bedre enn forventet. Totalt på sosiale medier ble det nesten 8 millioner visninger. Display leverte omtrent som forventet, mens de nye native-inngangene kom noe under.

Budskapet om at frukt gir nyttig energi, har en effekt utover selve Skolefruktordningen da målgruppen for de digitale kampanjene er alle foreldre med barn i grunnskolen, ikke bare de som har elever på skoler med Skolefruktordning.

Det at frukt gir nyttig energi i skoletiden er en viktig påminnelse til foreldre. En undersøkelse foretatt av Norstat på vegne av Opplysningskontoret for frukt og grønt blant foreldre og elever i 1.-7. trinn viser at det har blitt mer frukt og grønt i skolesekkene de siste årene. Ved å sammenlikne vår 2018 med september 2022, ser man en økning i andel elever som har med seg frukt og grønt hjemmefra.

Det er grunn til å tro at markedsføring fra skolefrukt.no, med blant annet budskapet «nyttig energi», har bidratt til denne økningen.



Informasjon til kommuner om mulighet for gratis Skolefrukt til sine elever

Informasjon til alle kommuner i Norge ble gjennomført to ganger i 2023. I mai ble det sendt ut fysisk brev til oppvekstledere i kommunene hvor det ble oppfordret til å videresende informasjonsark til kommunens ordfører, rådmann og folkehelsekoordinator.

Tidlig i november ble det sendt ut e-poster til alle landets kommuner. Budskapet var at kommunene kan bidra til å snu trenden med at barn og unge spiser mindre enn det anbefalte inntaket av frukt og grønt.

Totalt var det høsten 2023 omtrent 40 kommuner med gratis Skolefrukt til hele eller deler av elevmassen, noe som er på nivå med årene før.

Møter med leverandører

Skolefrukt har hatt møter med alle leverandørene minst én gang per semester. Dette er viktig for å få tilbakemelding fra markedet om ordningen totalt sett. Det gjelder forhold som frukt og grønnsakene i ordningen, skolens tilbakemeldinger, distribusjon, økonomi og mulige forbedringsområder.

Møter med skoler

Skolefrukt har vært på flere skolebesøk for å se hvordan ordningen fungerer i praksis, og for å få tilbakemelding fra de som er ansvarlige for ordningen på skolene.

Tiltak som ble gjennomført med bakgrunn i et skolebesøk i 2023, var å utvide ranselpost med noe nyttig vedlegg og tips om forbedringer til Fruktpause-appen.

Fra jord til bord

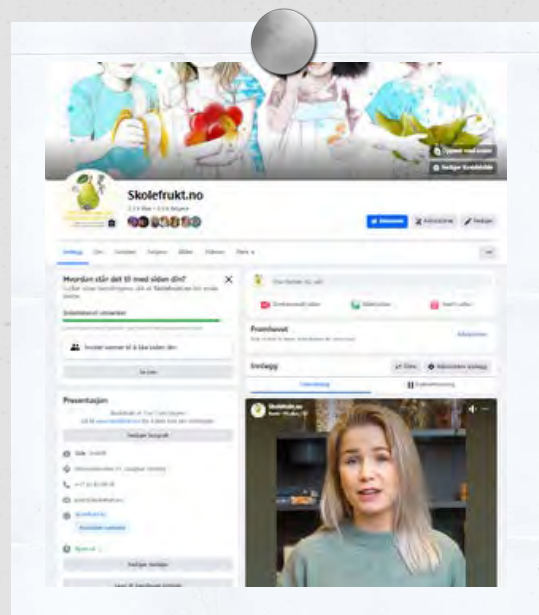
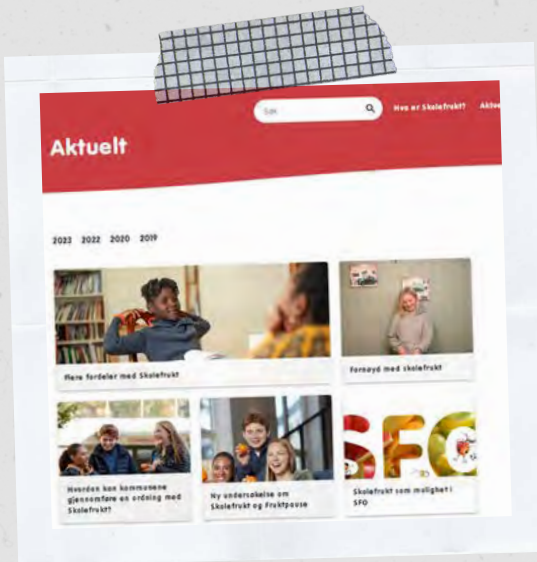
Gjennom konseptet fra jord til bord får elevene innsikt i hvordan frukt og grønnsaker blir til, gjennom å få kunnskap om hvordan tomat, eple og gulrot dyrkes. Elevene blir også kjent med leddene i produksjonskjeden fra råvare til måltid.

I 2023 fikk Skolefrukt 342 bestillinger på totalt 1900 poser tomatfrø. Det ble arrangert en konkurranse mellom klasser som sendte inn bilder av dyrkingen, som skulle foregå i klasserommene. Underveis har det blitt sendt ut nyhetsbrev til deltakerne med tips om dyrking og påminnelse om konkurransen.

Nyhetsbrev og sosial medier

Totalt ble det sendt ut 20 nyhetsbrev til skoler, skolefruktansvarlige og foreldre/foresatte. Nyhetsbrevene har blant annet inneholdt informasjon om mulighet for skolefrukt på SFO, konseptet Fruktpause, samt fordeler med Skolefrukt.

Facebook og Instagram ble i 2023 oppdatert jevnlig med inspirasjon og innlegg om Skolefrukt. Det legges også ut aktuelle saker på skolefrukt.no flere ganger i måneden.



Video fra skole med Skolefrukt

I november ble det produsert en video som viser hvordan Skolefruktordningen praktiseres på Ullevål Skole i Oslo. Videoen ble publisert på Youtube og på Skolefrukt.no.

Gratis frukt til førsteklassingene

I starten av høstsemesteret fikk skoler med foreldrebetaling tilbud om å få gratis frukt i ti dager (to uker) til alle førsteklassingene på skolen. Hensikten var å få barna med på ordningen allerede fra starten, og å sørge for at alle foreldre/foresatte fikk informasjon om Skolefrukt tidlig i semesteret. Det var omtrent 200 skoler som fikk levert gratis Skolefrukt.

Resultater

Det ble gjennomført en undersøkelse blant ansvarlig for frukten på skolene i mai/juni 2023.

Undersøkelsen viste at:

- Tendensen med lavere oppslutning (lavere enn 30 %) på skoler med foreldrebetaling fortsatte våren 2023.
- Selv om andelen som abonnerer har blitt lavere på barneskoler med foreldrebetaling, er fornøydhet med ordningen relativt stabil gjennom alle årene med måling. Det samme gjelder oppfattelse av kvaliteten på frukten og leveransen som pålitelighet, riktig mengde osv.

- De som er Skolefruktansvarlige, ser flere fordeler med å ha ordningen på skolen. Skolefrukt gir påfyll av energi, er sunt, det er billig og enkelt, samt at elevene liker det.

I oktober ble det gjennomført undersøkelser blant foresatte og elever.

Denne undersøkelsen viste at:

- Elevenes erfaring med Skolefrukt har vært stabil de siste årene. 8 av 10 elever har god erfaring og liker skolefruktene godt.
- Foresatte mener de største fordelene med ordningen er at eleven/barnet får frukt hver dag og at en slipper å ta med frukt hjemmefra.
- Ranselpost fra skolen holder seg som viktigste informasjonskilde.
- Fra og med høstsemester 2023 kan foresatte velge mellom fast månedsbetaling og semesterbetaling. Omtrent 17 % benyttet fast månedsbetaling fra august 2023 og viktigste grunner er å fordele kostnaden og prøve ut ordningen.

Høst 2023 var det omtrent 45000 abonnement på Skolefrukt, som er omtrent det samme som høst 2021 og 2022. Godt over halvparten av abonnementene er betalt av kommune/skole eller andre enn foresatte.

1) <https://www.helsedirektoratet.no/retningslinjer/mat-og-maltider-i-skolen>

2) Norstat mai 2018 og september 2021 (samme spørsmålsformulering)



WWW.FRUKT.NO



ÅRSRAPPORT

2023

IOFG

OPPLYSNINGSKONTORET
FOR FRUKT OG GRØNT

HÅNDVERKSVEIEN
31, 1405 LANGHUS