



## TOELICHTING

- Gebruik alle voor- en nagerechten.
- Selecteer en combineer verschillende hoofdgerechten op basis van de context, het doel en de lokale mogelijkheden.
- Kinderen en hun ouders zijn een belangrijke doelgroep.
- De school- en werkomgeving zijn kansrijke plekken voor verandering.

## VOORGERECHT

### Probleem- en doelgroepanalyse

Breng de situatie in kaart.

### Samenwerking en goede afspraken

Werk samen met verschillende partners.

### Integrale aanpak

Zorg dat wijzigingen in de voedselomgeving niet op zichzelf staan, maar aansluiten bij andere thema's en interventies.

### Betrokkenheid doelgroep

Werk samen met de doelgroep aan het vormgeven en uitvoeren van maatregelen.

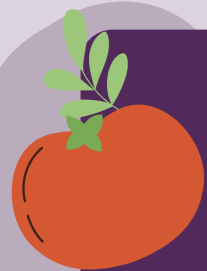
## NAGERECHT

### Monitoring en evaluatie

Stel de begin- en eindsituatie vast en evalueer de resultaten en het proces.

### Opvolging, aanpassing en borging

Pas waar nodig maatregelen aan, bouw voort op succes en enthousiasme en zorg voor structurele opvolging.



## KOSTEN VAN EEN ONGEZONDE VOEDSELOMGEVING

### Ongezonde voedselkeuzes

12.900 doden en 6 miljard euro zorguitgaven per jaar (RIVM, 2021).

### Disability Adjusted Life Years (DALYs)

Verloren levensjaren en jaren geleefd in minder goede gezondheid.

### Ziektes

Zoals kanker, overgewicht, obesitas, hart- en vaatziekten en botontkalking.

RIVM (2021), Factsheet: *Impactvolle determinanten: ongezonde voeding*. Opgeroepen op 17 Februari 2023, van RIVM: <https://www.rivm.nl/documenten/factsheet-ongezonde-voeding>



# MENUKAART VOOR EEN GEZONDE VOEDSELOMGEVING

Samen maken we ons sterk voor een omgeving waarin de gezonde voedselkeuze ook de makkelijke, logische en aantrekkelijke keuze is.

## HOOFDGERECHT

### Minder snack- en fastfoodverkooppunten

Vooraf bij middelbare scholen en in lage SES-wijken.

### Gezonde thuisomgeving

De beschikbaarheid en toegankelijkheid van gezonde opties, gezond voorbeeldgedrag van familieleden en gezamenlijke maaltijden.

### Gezonde schoolomgeving

Verbeterd aanbod in kantines en automaten, minder ongezonde aanbieders en reclame in buurt van school, in combinatie met voedselonderwijs, betrokkenheid familie, voedingsbeleid, marketing en voedingsinformatie.

### Gezonde werkomgeving

Faciliteiten (zoals koelkast, opbergruimte en watertappunten), verbeterd aanbod in kantines, in automaten en bij catering, en de promotie van gezond aanbod in de buurt.

### Gezonde overige locaties

Zoals sportkantines, buurthuizen, horcecazaken, markten, publieke ruimtes en evenementen.

### Meer gevarieerder gezond aanbod

Vooraf in combinatie met minder ongezond aanbod en kleinere porties van ongezonde producten.

### Meer lokaal groente en fruit aanbod

In samenwerking met lokale boeren en winkeliers.

### Goede plaatsing van gezond aanbod

De gezonde keuze is voor de klant aantrekkelijk, en makkelijk te vinden en te consumeren.

### Ondersteunende marketing

Langdurige, simpele promotie voor gezondere keuze en minder marketing voor ongezonde keuze.

### Voedingsinformatie

Labels en informatie over de productsamenstelling (vooral vet en calorieën), in het bijzonder op scholen, op het werk en in sportkantines.

### Prijsmaatregelen

Vooraf een lagere prijs van gezonde producten, maar ook een hogere prijs van ongezonde producten.

## VERANTWOORDING

Deze infographic is opgesteld naar aanleiding van de rapportage 'gezonde voedselomgeving' (april 2023). Deze rapportage is gebaseerd op een literatuurstudie uitgevoerd door Elise Disselhorst in opdracht van het Centre of Expertise Health, Fontys Hogeschool. Voor de leesbaarheid is in deze infographic slechts 1 bron opgenomen. Voor verdere bronvermeldingen en meer informatie wordt verwezen naar de rapportage. Deze is te downloaden via [fontys.nl/health](https://fontys.nl/health).

2023

