



ÅRSRAPPORT

2024



INNLEDNING OG HOVEDTREKK**01**

- 03. STYRELEDEREN HAR ORDET
 - 04. STYRETS RAPPORT 2024
 - 06. ÅRSREGNSKAP 2024
 - 09. NOTER TIL ÅRSREGNSKAP
 - 14. STYRET OG ADMINISTRASJON
 - 15. GJELDENE STRATEGI: STRATEGIHUS
 - 18. RAMMEBETINGELSER
-

ANALYSE OG INNSIKT**02**

- 20. ANALYSE OG INNSIKT- 5 A DAY EUROPE
 - 21. NORSKPREFERANSE
 - 22. FRUKT- OG GRØNT STATISTIKK
 - 23. OMNIBUS/FORBRUKERUNDERSØKELSE
-

AKTIVITETER OG PROSJEKTER**03**

- 24. FORBRUKERKOMMUNIKASJON**
 - 24. BETALTE KAMPANJER: "SPIS DEG GOD"
 - 26. GRØNTLØFTET
 - 27. SAMARBEIDSPROSJEKT MED STIFTELSEN NORSK MAT
 - 28. INNHOLDSPRODUKSJON
 - 30. SOSIALE MEDIER (FB, INSTA, TIKTOK)
 - 32. LINKEDIN

 - 33. AKTIVITETER FOR BARN OG UNGE**
 - 33. 5 OM DAGEN BARNEHAGE
 - 34. HELSESYKEPLEIERKOMMUNIKASJON
 - 35. MATJUNGELEN
 - 36. AKTIVITETER FOR STUDENTER

 - 37. AKTIVITETER FOR VERDIKJEDEN**
 - 37. NM I FRUKT OG GRØNT
 - 38. SUNN MAT I KANTINA
 - 39. SAMARBEID MED UNGT ENTERPENØRSKAP
 - 40. FESTIVALER OG ARRANGEMENTER
 - 41. ÅRETS GRØNNE KOKK
 - 42. FAGDAGER
 - 43. REDAKSJONELT ARBEID
 - 45. FASTE SPALTER
-

SKOLEFRUKT**04**

- 47. SKOLEFRUKTORDNINGEN

STYRELEDER HAR ORDET

Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), kanskje mer relevant enn noen gang.

Samfunnet er fortsatt preget av høye renter og økte kostnader, men vi ser en forsiktig positiv trend til at forbrukeren spiser mer frukt og grønt.

OFGs formål er å stimulere til økt forbruk av frukt, bær, grønnsaker og poteter i Norge. Vi er en merkenøytral stiftelse som henvender seg til den norske forbruker i alle aldre og miljøer. Norge fikk nye kostholdsråd fra Helsedirektoratet i 2024, som anbefaler å spise frukt, bær eller grønnsaker til alle måltider.

OFGs visjon er at frukt og grønt skal være et naturlig valg til alle dagens spisesituasjoner, og vi skal være en aktiv part i å oppnå de nasjonale målsettingene for grøntsektoren og helsesektoren. Som en oppfølging av rapporten "Grøntsektoren mot 2035" ble det satt av midler til forprosjektet "Økt etterspørsel etter Norsk grønt", som nå er videreutviklet til "Det store norske Grøntløftet". Formålet er å øke etterspørselen etter norsk frukt, grønt, bær og potet, slik at totalandelen av forbruket øker med 75% og norskandelen med 50%.

"Det store Grøntløftet" fikk bevilget 5 millioner hvert år i tre år for å drive prosjektet i samarbeid med Stiftelsen Norsk Mat (SNM). Det forutsetter også at alle som var del av Forum for Norsk Grønt, samt andre viktige aktører i grøntbransjen, bidrar med finansiering.



I 2024 vedtok styret i OFG en ny strategi for perioden 2025-2030, med målsettinger for grøntsektoren og helsesektoren. OFGs satsing på barnehagesektoren og skolefruktordningen vil fortsatt være viktige områder i den nye strategien.

Til slutt, tusen takk til alle OFGs motiverte og offensive ansatte, samt styret for et utmerket samarbeid i 2024.

Langhus 24. februar 2025
Bente Roer
Styreleder

STYRETS RAPPORT 2024

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.

ORGANISERING

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 Handel AS og Norges Frukt- og Grønnsakgrossisters Forbund på vegne av storhusholdningsmarkedet.

FINANSIERING

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 vil for perioden 2025, 2026 og 2027 motta kr 5 millioner fra per år fra Landbrukets utviklingsfond for gjennomføring av «Det store norske grøntløftet» (Grøntløftet). Prosjektet vil gjennomføres i tett samarbeid med Stiftelsen Norsk Mat (SNM) og alle aktører som har signert på grøntløfter.

GRØNTLØFTET

Det store norske Grøntløftet ble lansert på Arendalsuka 15. august 2024 med representanter fra alle som hadde signert på Grøntløftet, SNM, OFG og landbruksminister Pollestad.

2024 ble et oppstartsår for Grøntløftet hvor OFG og SNM samlet ordinære budsjettmidler og at man i tillegg samlet inn midler fra utvalgte kulturer for å igangsette forbrukerkampanjene høsten 2024. Forbrukerkampanjene ble satt opp med de positive erfaringene man hadde fra pilotkampanjene som var gjennomført fra 2021 - 2023.



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 Markedsførings-konsept 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 2024 et rettviseende bilde av utviklingen og resultatet av virksomheten for regnskapsåret 2024.

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 landbruksoppkjøret.

ARBEIDSMILJØ

Arbeidsmiljøet i OFG anses tilfredsstillende. Det avholdes regelmessige medarbeidersamtaler hvor ledelse og ansatte har en åpen dialog. Sykefraværet i 2024 var på et tilfredsstillende lavt nivå, 3,6% av total arbeidstid. Det var i 2024 ikke noen personskader, ei heller hadde OFG skader eller ulykker på noe av sitt materiell.

OFGs administrasjon består av syv kvinner og tre menn. Lederen for kontoret er mann. Styret i OFG har fire mannlige og fem kvinnelige styremedlemmer. Styrets leder er kvinne og nestleder er mann. 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, 26. februar 2025

(Årsberetning og årsregnskap er elektronisk signert)

Bente Kristin Mellerud Roer (styreleder)

Jon Eivind Fornes (styrets nestleder)

Bjarte Åsbø

Mariann Jørgensen

Sidsel Margrethe Bøckman

Børe Vold

Hanne Brennhovd

Johan Selnes Patricksson

Stina Mehus

ÅRSREGNSKAP 2024

Resultatregnskap 2024

	noter	2024	2023
Driftsinntekter			
Offentlig tilskudd	1	49 580 249	46 035 677
Elevbetalinger Skolefrukt	2	9 049 365	8 322 539
Andre inntekter		1 339 865	2 733 888
Sum inntekter		59 969 479	57 092 104
Driftsutgifter			
Lønns- og personalkostnader	3 - 4	11 897 668	10 443 484
Driftskostnader (opplysningsvirksomhet)		50 411 860	47 013 129
Sum kostnader		62 309 528	57 456 613
Driftsresultat		-2 340 049	-364 509
Finansinntekter		515 700	24 640
Finanskostnader		-46 446	-684
Årsresultat		-2 045 810	-339 869
<i>Overføringer</i>			
Overført fra/til Omsetningsrådet		167	597
Overført fra/til Skolefrukt		-2 045 977	-340 466
Overført/dekket		<u>-2 045 810</u>	<u>-339 869</u>

Balanse pr. 31.12.2024

EIENDELER		2024	2023
	noter		
Omløpsmidler			
Kundefordringer		29 982	944 930
Fordring Skatteetaten- mva Andre		1 591 785	1 279 894
kortsiktige fordringer		664 965	1 800 868
Ikke mottatt tilskudd- Dialog og Innsikt	5	1 119 515	788 656
Bank	6	21 248 860	21 246 752
Bank skattetrekk	6	504 496	444 251
Sum Omløpsmidler		25 159 603	26 505 351
SUM EIENDELER		25 159 603	26 505 351
EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital			
Grunnkapital	6	200 000	200 000
Sum egenkapital		200 000	200 000
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		12 860 886	12 176 259
Forskuddstrekk		482 807	422 562
Skyldig arbeidsgiveravgift		414 271	391 020
Annen kortsiktig gjeld		3 099 781	3 186 375
Avsatte feriepenger		817 379	798 249
Ubenyttet ved Omsetningsrådet		47 963	48 393
Ubenyttet ved Skolefrukt		7 236 516	9 282 493
Sum kortsiktig gjeld		24 959 603	26 305 351
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		25 159 603	26 505 351

Langhus, 26. februar 2025

(Årsberetning og årsregnskap er elektronisk signert)

Bente Kristin Mellerud Roer (styreleder)

Jon Eivind Fornes (styrets nestleder)

Bjarte Åsbø

Mariann Jørgensen

Sidsel Margrethe Bøckman

Børe Vold

Hanne Brennhovd

Johan Selnes Patricksson

Stina Mehus

Bruk av midler 2024					
	Mottatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs-inntekter	Forbruk	Saldo midler
<i>Omsetningsavgiftens midler</i>					
Ubenyttet pr 1.1.24					597
Ubenyttet pr 1.1.24- Kvalitet og salgsfr.tiltak					47 796
Tilbakebetalt ubenyttet pr 1.1.24					-597
Mottatte midler 2024	28 920 000				
Finansinntekter/kostnader		462 549			
Påvirke gode vaner til barn (Langsiktige holdningskampanjer)				1 048 069	
Forbrukerkommunikasjon (Langsiktige produktkampanjer)			87 500	11 093 670	
Innsikt og analyse (Markedsundersøkelser)				1 232 488	
Påvirke mat og helsekapital (Presseaktivitet)			130 000	2 242 702	
Samarbeidsprosjekter			812 500	1 355 000	
Påvirkning av verdikjeden			200 000	734 999	
Andre tiltak/ Web				1 403 439	
Administrasjon/driftsutgifter			72 268	11 574 283	
SUM	28 920 000	462 549	1 302 268	30 684 650	
Netto forbruk av midler 2024 Overført til neste år	28 919 833				167
					47 963

Bruk av midler 2024					
	Motatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs-inntekter	Forbruk	Saldo midler
<i>Skolefrukt</i>					
Ubenyttet pr 1.1.24					9 282 493
Mottatte midler 2024	20 660 249				
Finansinntekter		6 750			
Lønn og sosiale utgifter				2 227 112	
Driftsutgifter			37 597	6 391 768	
Promosjonstiltak				4 764 013	
Elevbetalinger 2024			9 049 365	8 728 061	
Prisnedskrivning:					
Abonnement kr. 1,60(vår) og kr. 2(høst)- 2024				9 557 906	
Provisjon kortselskapene og Vipps				131 078	
SUM	20 660 249	6 750	9 086 962	31 799 938	
Netto forbruk av midler 2024 Overført til neste år *	22 706 226				-2 045 977
					7 236 516

* Herav midler fra SLF 2004 12.915

Bruk av midler 2024					
	Motatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs-inntekter	Forbruk	Saldo midler
Note 5					
Dialog og Innsikt				0	330 859
Tilskudd- ikke mottatt pr 31.12.2024					-330 859
SUM				0	0
Overført til neste år					0

Sum mottatt
Netto forbruk
Resultat

49 580 249					
51 626 059	469 299	10 389 230	62 484 588		
-2 045 810					7 284 479

NOTER TIL ÅRSREGNSKAP 2024

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 inntektsføres etter hvert som de leveres. Tilskudd inntektsføres når de mottas.

Klassifisering og vurdering av balanseposter

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter normalt poster som forfaller til betaling innen ett år etter balansedagen, 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

	2024	2023
Omsetningsavg.midler (Landbruksdirektoratet Omsetningsråd Grønt)	Kr 28 920 000	25 920 000
Skolefrukt (Helsedirektoratet)	Kr 20 660 249	20 115 677
	<u>Kr 49 580 249</u>	<u>46 035 677</u>

Avgiftspliktig del av tilskudd er kostnadsført på prosjektene.

NOTE 2 Elevbetalinger Skolefrukt

Elevbetalinger er inntektsført med kr. 9.049.365

Elevbetalingene er basert på innbetalinger av kr. 4,00 inkl mva i vårsemesteret (3,48 ekskl. mva), og kr. 4,20 inkl mva i høstsemesteret (3,65 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.

NOTE 3 Lønns- og personalkostnader

		2024	2023
Lønn			
Arbeidsgiveravgift	Kr	8 219 465	7 912 259
Pensjonsforsikring	Kr	1 403 328	1 304 660
Andre ytelser	Kr	893 775	437 968
Sum personalkostnader	Kr	1 381 100	788 597
		<u>11 897 668</u>	<u>10 443 484</u>
Andel av lønns- og personalkostnad for Skolefrukt	Kr.	<u>2 227 112</u>	<u>1 966 433</u>
Lønn og annen godtgjørelse til Daglig leder	Kr	1 528 869	1 576 759
Honorar til OFG's styre	Kr	281 527	198 526

Andel obligatorisk tjenstepensjon til daglig leder utgjør kr. 235.648

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	170 020	133 180
Beløp er ekskl. mva.			

NOTE 4 Obligatorisk tjenstepensjon

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

NOTE 5 Dialog og Innsikt

Landbruksdirektoratet har over de Nasjonale tilretteleggingsmidlene tildelt kr 3 750 000 for prosjektperioden 01.01.2023-31.12.2025 til prosjektet «Dialog og innsikt: Etablere dialogfora, innsamling, systematisering og deling av markeds- og forbrukerinnsikt»

		2024	2023
Kostnader	Kr.	330 859	788 656
Tilskudd ikke mottatt- overført til 2025	Kr.	-330 859	-788 656
		<u>0</u>	<u>0</u>

NOTE 6 Bundne midler

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

Skattetrekkinnskudd utgjør pr 31.12.2024 kr. 504.496.



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 2024, 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 2024, 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 avgi 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 forvaltning og utdeling

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, 28. februar 2025

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."

Karlsen, Øivind

Partner

Serienummer: no_bankid:9578-5997-4-377389

IP: 80.232.xxx.xxx

2025-02-28 06:56:11 UTC



Dette dokumentet er signert digitalt via **Penneo.com**. De signerte dataene er validert ved hjelp av den matematiske hashverdien av det originale dokumentet. All kryptografisk bevisføring er innebygd i denne PDF-en for fremtidig validering.

Dette dokumentet er forseglet med et kvalifisert elektronisk segl ved bruk av et sertifikat og et tidsstempel fra en kvalifisert tillitstjenesteleverandør.

Slik kan du bekrefte at dokumentet er originalt

Når du åpner dokumentet i Adobe Reader, kan du se at det er sertifisert av **Penneo A/S**. Dette beviser at innholdet i dokumentet ikke har blitt endret siden tidspunktet for signeringen. Bevis for de individuelle signatørens digitale signaturer er vedlagt dokumentet. Du kan bekrefte de kryptografiske bevisene ved hjelp av Penneos validator, <https://penneo.com/validator>, eller andre valideringsverktøy for digitale signaturer.

STYRET OG ADMINISTRASJON

STYRET 2024

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 Grønnsakgrossisters Forbund (NFGF)	Mariann Jørgensen	Espen Gultvedt
Norsk Gartnerforbund	Sidsel Margrethe Bøckman	Arne Kristian Kolberg
Norsk Bonde- og Småbrukarlag	Børe Vold	Kirsti Solli
Grøntprodusentenes Samarbeidsråd (GPS)	Bjarte Åsbø	Morten Andersen
Økologisk Norge	Stina Mehus	Asbjørn Løvstad
Coop Norge SA	Hanne Elisabeth Brennhovd (fungerende)	May Christine Bæk Frostmann
NFGF storhusholdning	Johan Selnes Patricksson	Kurt Ove Høyland

ADMINISTRASJONEN 2024

ROLLE	NAVN	KOMMENTAR
Direktør	Guttorm Rebnes	
Leder merkevarebygging	Silje Thoresen Tandberg	
Innholdsrådgiver Ansvarlig barn og unge	Maren Berg	Fra 01.02.24
Innholdsrådgiver Ansvarlig barn og unge	Elisabeth Skjegstad	Til 01.02.24
Innholdsrådgiver Digital kompetanse	Eirin Torgersen	
Innholdsrådgiver Matfaglig kompetanse	Torjus Lunder Bredvold	Fra 22.04.24
Innholdsrådgiver Matfaglig kompetanse	Toril Gulbrandsen	Til 11.04.24
Innholdsrådgiver ernæring og pressekontakt	Iselin Bogstrand Sagen	
Prosjektleder Skolefrukt / Analysesjef	Tore Angelsen	
Innholdsrådgiver og pressekontakt	Marte Ekeberg-Sande	
Junior innholdsrådgiver	Elida Skogsrud	Fra 12.08.24
Innholdsrådgiver foto- og videoproduksjon	Jonas Torland Salvesen	Til 08.08.24
Prosjektmedarbeider Skolefrukt	Hild Bjelland Sævarang	
Innholdsrådgiver vikar	Awa Sarr	Fra 12.09

GJELDENDE STRATEGI



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 konkurransevridende, men rette seg mot eksisterende og latente forbrukerbehov og bidra til å endre den norske forbrukeres atferd 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.

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.

Øke etterspørsel etter norsk grønt

Stiftelsene OFG og SNM deltok begge i utvalget som ledet it rapporten «Grøntsektoren mot 2035» hvor utvalgets mål er at det arbeides mot å øke totalforbruket av frukt, bær, grønnsaker og poteter med 75% og øke norskandelen med 50% fram til 2035.

OFG og SNM har, over de nasjonale tilretteleggingsmidlene, blitt tildelt midler for å holde i to delprosjekter utledet fra rapporten «Grøntsektoren mot 2035»:

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

Prosjekt 2 MARKEDSFØRING (SNM er formell søker). Prosjektets mål er å bidra til mer, bedre koordinert og mer målrettet markedsføring. Prosjektet har resultert i utviklingen og etableringen av «Det store norske grøntløftet» som ble lansert på Arendalsuka 2024.

OFGs nye strategi 2025-2030

Med bakgrunn i satsningen på Grøntløftet og at de norske myndighetene lanserte nye kostråd høsten 2024 gjennomførte styret og administrasjonen en strategiprosess høsten 2024.

Strategiprosessen ledet til OFGs nye strategi for 2025-2030. Den nye strategien skal bidra til at OFG skal sikre at OFG er et nyttig verktøy for den norske grøntnæringen i arbeidet med å nå målene med å øke totalforbruket og øke norskandelen. OFGs strategi 2025-2030 ble godkjent av styret i OFG 2. oktober 2025.



RAMMEBETINGELSER

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 - Minst 5 helst 8 porsjoner grønnsaker, frukt og bær hver dag.

Grønnsaker, frukt og bær bør inngå i alle dagens måltider, og halvparten bør være grønnsaker. Man kan bruke friske, hermetiske, frosne og varmebehandlede grønnsaker, frukt og bær.

Poteter er ikke inkludert i «minst 5 helst 8»-anbefalingen, 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 2026.

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.



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

Dyrtid og pris har i svært sterk grad påvirket den norske befolkningens forbruk av frukt og grønt i 2024. 5 a Day Europe 2024 viste imidlertid at forbruket har gått frem, og ligger nå på samme nivå som før pandemien.

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.



ANALYSE OG INNSIKT

OFG skal være en sentral aktør og et knutepunkt for målgrupper som trenger tall på forbruk, volum og verdi av frukt og grønt. I tillegg skal OFG være en ledende kilde til innsikt om norske forbrukeres forhold til frukt og grønt.

OFG skal rapportere volumtall om våren og forbrukerrapporterte konsumtall (5 a day Europe) i oktober hvert år. Den samlede innsikten skal danne et solid grunnlag for strategiske kommunikasjonsiltak og prioriteringer.

OFG spiller også en nøkkelrolle i videreføringen av Grøntrappen og har fått midler til prosjektet Dialog og Innsikt. Dette prosjektet skal gi et solid grunnlag for strategiske kommunikasjonsvalg og støtte aktørene i Grøntløftet.

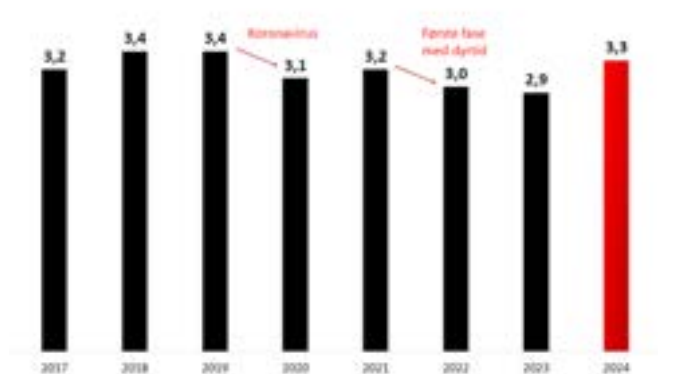


FORBRUKERUNDERSØKELSER

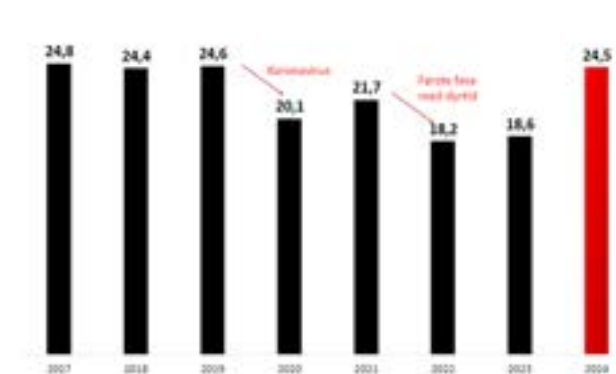
5 A DAY EUROPE

Undersøkelsen 5 a day Europe fra Kantar viser en positiv utvikling i nordmenns inntak av frukt og grønt i 2024

Undersøkelsen måler årlig forbrukerutviklingen for frukt og grønt konsumet. Forbruk av frukt, bær og grønnsaker økte fra 2023 til 2024 i Norge. Gjennomsnittlig forbruk (spiser vanligvis) økte fra 2,9 til 3,3 porsjoner per dag (figur 1), mens andel som spiser 5 om dagen økte fra 18,6 til 24,5 prosent (figur 2).



Figur 1



Figur 2

Helsedirektoratet lanserte nye kostråd i august hvor det ble satt fokus på å spise enda mer frukt og grønt. Disse rådene ble omtalt i norsk presse, som satte søkelys på endringene i anbefalingene, inkludert økt inntak av frukt og grønt, samt reduksjon i inntak av rødt og bearbeidet kjøtt.

Dette ble fulgt opp av mange aktører som har underskrevet på Grøntløftet, blant annet dagligvarekjedene. Med egne kampanjer bidro dette til økt oppmerksomhet og økt forbruk av frukt og grønt.

Norskpreferanse

I forbindelse med 5 a day undersøkelsen ble det også stilt spørsmål knyttet til preferanse for norske produkter og betydning av pris i en valgsituasjon. Konklusjonen ble at lav pris på grønnsaker, jordbær og epler har fått mindre betydning i 2024 sammenlignet med 2023 og preferanse for norskproduserte produkter har økt.

FRUKT OG GRØNT STATISTIKK

De siste tallene på volum ble publisert i mars 2024 med tall til og med 2023. I perioden 2021 til 2023 ble volumet av frisk frukt, bær og grønnsaker inn til grossist redusert med 7,7 % beregnet per capita. Volumet av frisk frukt ble redusert med 7,3 % og friske grønnsaker med 8,1 %. Friske bær fikk en reduksjon på 7,7 % per capita fra 2021 til 2023.

Nedgangen i denne perioden vises også av Helsedirektoratets rapport «Utviklingen i norsk kosthold», som rapporterer om en nedgang på hhv. 11,1 % på grønnsaker og 8,6 % på frisk frukt og bær (samlet).



ANDRE FORBRUKERUNDERSØKELSER

En samlet bransje som jobber med frukt og grønt i Norge, har en målsetting om sterk vekst i volum og norskandel til frukt, bær, grønnsaker og poteter. Dette er nedfelt i rapporten «grøntsektoren mot år 2035».

De siste par årene har utviklingen ikke tatt den retning som en har ønsket. Det er nedgang i volum totalt, selv om norskandel på noen produkter har økt. Opplysningskontoret for frukt og grønt har derfor behov for forbrukerinnsett for å forstå årsakene.

OFG gjennomfører derfor flere typer undersøkelser for å kartlegge dette, for eksempel segmenteringsundersøkelser, undersøkelser om pris og norskpreferanse. Det ble også gjennomført en kvalitativ undersøkelse for å kartlegge drivere og barrierer for å spise frukt og grønt. Målgruppen var i segmentet potensielle, dvs. et segment som har et forbedringspotensial med hensyn på frukt og grønnsaker. Det ble gjennomført dybdeintervjuer.

De viktigste driverne og barrierene var:

Drivere:

- Grønnsaker/salat smaker godt
- Grønnsaker/salat gjør middagen mer spennende
- Jeg får en god følelse av å spise grønnsaker/salat

Barrierer:

- Jeg spiser ofte middager hvor grønnsaker/salat ikke passer
- Jeg glemmer å bruke grønnsaker/salat til middagen
- Jeg mener jeg vanligvis spiser nok grønnsaker/salat i løpet av en dag
- Jeg bruker ikke grønnsaker/salat til lunsj



AKTIVITETER OG PROSJEKTER

FORBRUKERKOMMUNIKASJON

“Spis deg god”

Betalte kampanjer mot primærgrupper

«Spis deg god – ved å ta sunne og grønne valg» inspirerer forbrukerne til å fylle halve tallerkenen med frukt og grønt, med fokus på norske råvarer i sesong.

Profilkonseptet «Spis deg god» utfordrer forbrukernes tankesett og legger til rette for høyere inntak av frukt og grønt i alle måltider. OFG har gjennom tre kampanjeperioder i året, med hovedvekt på norske råvarer i sesong, rettet oppmerksomheten mot sunne valg gjennom display, native annonsering og målrettet innhold i sosiale medier. Samtidig har et alltid-aktivt løp på søkeord bidratt til økt trafikk til frukt.no.

Influensersamarbeid

Influensersamarbeid har også vært en viktig del av strategien, med Erik Lyssand i spissen for en serie på 7 filmer som har engasjert barnefamilier og unge menn. Disse har blitt publisert både organisk og betalt og har styrket budskapet om viktigheten av frukt og grønt.

Sterke resultater

Sommerkampanjen leverte sterke resultater: 26 % av befolkningen mellom 18-64 år, tilsvarende 884 520 personer, har blitt mer opptatt av å spise frukt og grønt daglig. I tillegg opplever 72 % kampanjen som en viktig påminnelse, selv om det ikke nødvendigvis endrer spisevanene deres umiddelbart.



“SPIS DEG GOD”

**BETALTE KAMPANJER
MOT PRIMÆRGRUPPER**

ANNONSE



Les mer her

5 gode grunner til å spise norsk nykål

ANNONSE



Se etter Nyt Norge-merket

Derfor bør du spise norsk nykål

ANNONSE



Les mer her

I sesong nå: 5 tips til hvorfor du bør spise norsk nykål

Det var to tomater som gikk over en vei.
Alle de andre bør du nå få i deg.

**—
SPIS
DEG
GOD
—**

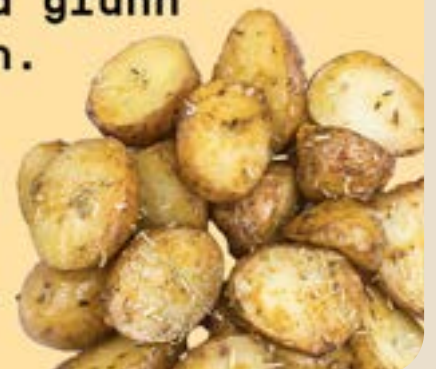
OPPLYSNINGSKONTORET
FOR FRUKT OG GRØNT



Nypoteten er her! Og ja, det er en god grunn til hypen.

**—
SPIS
DEG
GOD
—**

OPPLYSNINGSKONTORET
FOR FRUKT OG GRØNT



GRØNTLØFTET

Grøntløftet skal bidra til at forbrukere i Norge konsumerer mer frukt og grønt og at norsk andelen skal øke.

Øke forbruket av norske varer

«Grøntløftet» er et samarbeidsprosjekt for å øke forbruket av norske grønnsaker, med fokus på produkter i sesong som gulrot, poteter, kål og rotgrønnsaker.

«Grøntløftet» springer ut av rapporten «Grøntsektoren mot 2035» og ble lansert under Arendalsuka 15. august, hvor grøntnæringen signerte på felles forpliktelser for å nå målene innen 2035. 2024 var et test- år for kampanjekonseptet og innsatsen ble finansiert over ordinære budsjetter i Stiftelsen Norsk Mat (SNM) og OFG.

Kampanjen er finansiert av Stiftelsen Norsk Mat og OFG. Uttakene i betalte kanaler handler om å synliggjøre norske produkter i sesong og inspirere målgruppen til å spise mer grønt til middag, med fokus på gulrot, poteter, kål og rotgrønnsaker. Hvert produkt var likt vektet og fikk lik synlighet i media igjennom kampanjeperioden.

Øke forbruket av norske varer

Kampanjen var tett koordinert med salgsleddet, hvor butikkjedene gjorde egne aktiviteter i samme periode. Resultatene viser at kampanjen synliggjorde norske produsenter og produkter effektivt, med stort engasjement fra alle de største kjedene, som også inkluderte Nyt Norge i markedsføringen.

Målinger viser sterk effekt blant dem som husker kampanjen, hvor 20 % har prøvd nye grønnsaksoppskrifter – en økning fra 7 % i befolkningen generelt.



Utklipp fra reklamefilm



SAMARBEIDSPROSJEKT MED OFG OG STIFTELSEN NORSK MAT

HEIA BONDEN “HJEMMELAGA FRA NORSKE BØNDER”

Kampanjen «Hjemmelaga» hedrer norske bønder og viser hvordan de produserer råvarer av høy kvalitet med tradisjoner, kjærlighet og hardt arbeid.

I 2024 lanserte Opplysningskontorene i landbruket og Stiftelsen Norsk Mat kampanjen «Hjemmelaga», med mål om å hylle norske bønder og knytte forbrukere nærmere dem.

Kampanjen fokuserer på bøndenes rolle i å sikre fremtidsrettet landbruk og produsere smaksrike, kortreiste råvarer av høy kvalitet.

Høstens kampanje ble hovedsakelig gjennomført digitalt, med støtte fra PR-aktiviteter, og har oppnådd gode resultater. 55 % av de spurte opplever budskapet som troverdig, og halvparten liker kampanjen. Videre oppgir 21 % at de har blitt, eller vil bli, mer bevisste på å velge norsk mat.

Kampanjen skal fortsette i tre år og bygge videre på dette engasjementet.

Annonsuttak fra kampanjen “Hjemmelaget fra norske bønder”



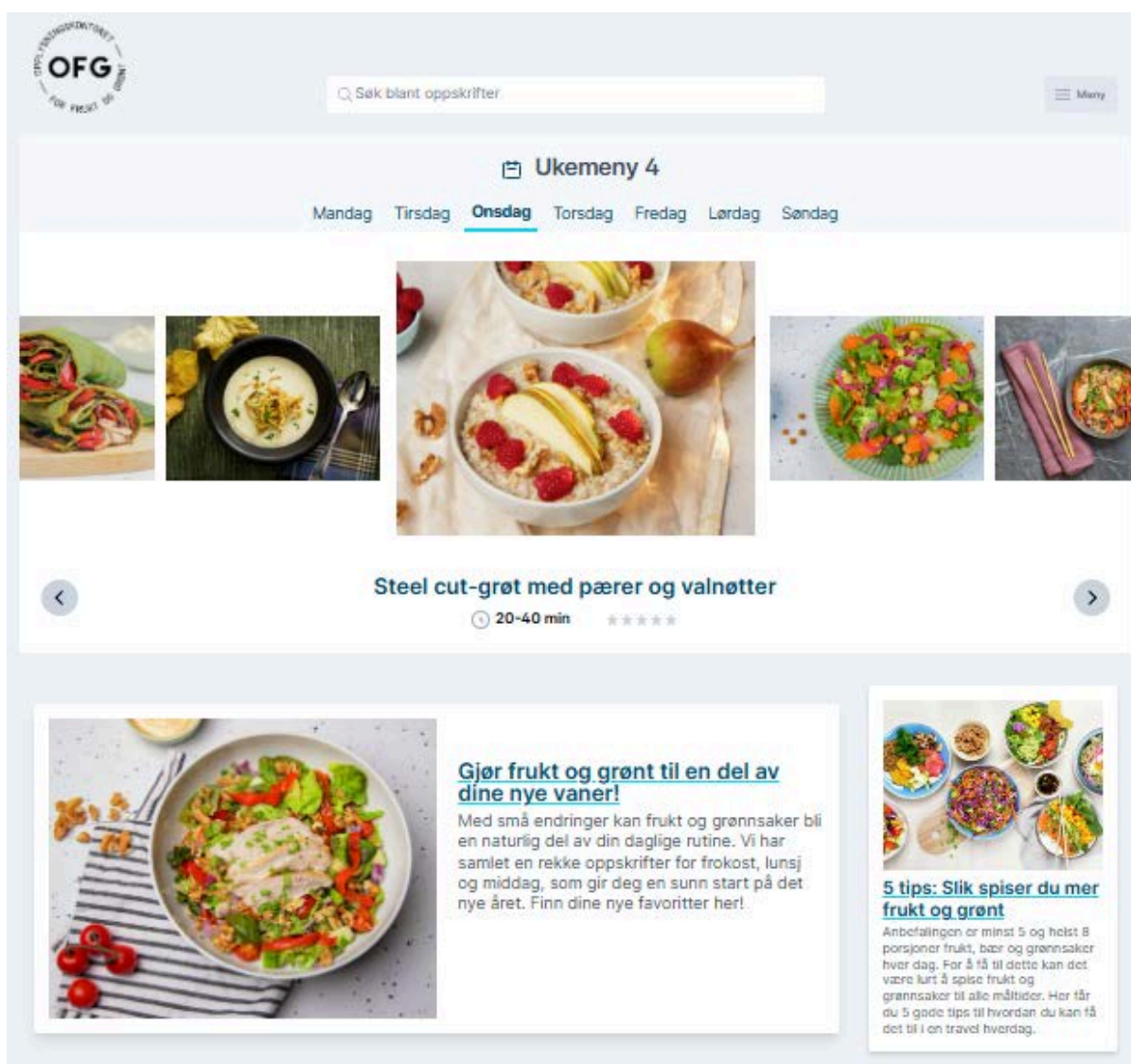
INNHOLDSPRODUKSJON

OFG har i 2024 styrket sin innholdsproduksjon gjennom målrettet strategi og planlegging.

OFG har hatt jevnlig planleggingsmøter, benyttet ASANA som planleggingsverktøy og hatt faste produksjonsdager. Dette er for å sikre innhold av høy kvalitet, som er aktuelle for målgruppene og som har fokus og følger frukt, grønnsaker og bær som er i sesong.

Ved å følge OFG sin overordnede strategi "Spis deg god" har innholdsproduksjonen tatt utgangspunkt i oppskrifter, kunnskap og inspirasjon. Produksjonsbehovet har variert mellom underkategoriene i disse bolkene.

Kvartalsvis og månedlig har OFG gått gjennom behov og planlagt innhold ut ifra SEO, trender, aktualiteter, kampanjer og sesong.



The screenshot shows the OFG website interface. At the top left is the OFG logo with the text 'OPPLYSNINGSBUREAUET FOR FRUKT OG GRØNT'. A search bar contains the text 'Søk blant oppskrifter'. Below the search bar is a navigation menu for 'Ukemeny 4' with days: Mandag, Tirsdag, **Onsdag**, Torsdag, Fredag, Lørdag, Søndag. The main content area features a large recipe card for 'Steel cut-grøt med pærer og valnøtter' with a 20-40 min cooking time and a 5-star rating. Below this are two smaller article cards: 'Gjør frukt og grønt til en del av dine nye vaner!' and '5 tips: Slik spiser du mer frukt og grønt'.

INNHOLDSPRODUKSJON

I 2024 har OFG delt inspirasjon, kunnskap og matglede gjennom variert innhold for å oppmuntre forbrukerne til å inkludere mer frukt og grønnsaker i hverdagskostholdet.

Formidler kunnskap og inspirasjon

OFG har i løpet av 2024 formidlet inspirasjon og kunnskap gjennom video, foto og tekst, med mål om å vise hvor enkelt det er å inkludere mer frukt og grønnsaker i måltidene.

Innholdsproduksjonen har vært rettet mot å styrke engasjementet med forbrukerne og nå målgruppene i OFGs strategi.

I løpet av året har OFG gjennomført 2-4 produksjonsdager hver uke, der produksjonen ble delt mellom foto og video fra fjerde kvartal for å øke innholdsmangfoldet. Det produserte innholdet har blitt brukt primært på frukt.no, Instagram og Facebook, med økt aktivitet på Snapchat og TikTok.

Høy produksjon

OFG har laget totalt 182 videoer, hovedsakelig i matstudio, men også ute i naturen, på gårdsbesøk og i bymiljøer. I tillegg har de lastet opp omtrent 700 bilder på Imageshop. Klippingen og redigeringen av videoene har variert, og OFG har testet ulike formidlingsmetoder med en lett og humoristisk tone for å engasjere forbrukerne ytterligere.



SOSIALE MEDIER

OFG har hatt betydelig vekst og engasjement på både Facebook og Instagram i 2024.

Facebook

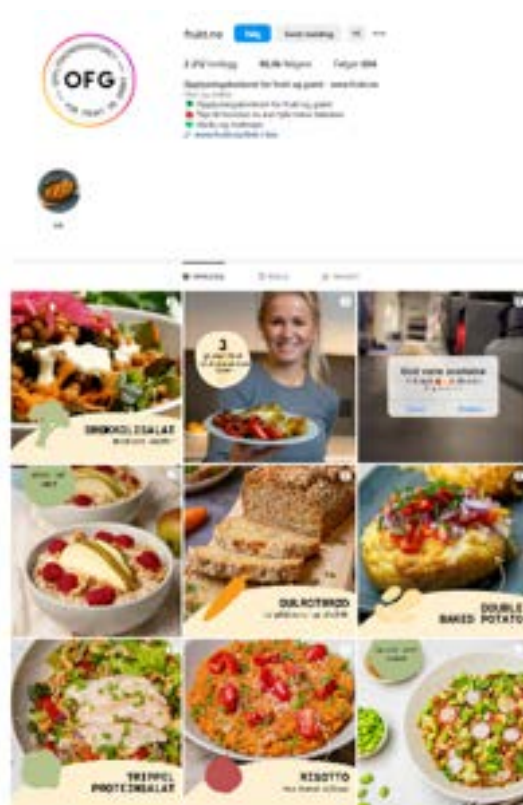
Resultater fra ukentlige og månedlige møter viser at OFG har 14,400 nye følgere og en rekkevidde på over 11 millioner interaksjoner, med totalt 81,900 interaksjoner. Innholdet har blitt krysspublisert fra Instagram og appellerer godt til følgerne.

Instagram

I samme periode fikk OFG 43,644 nye følgere, en økning på omtrent 100%. Kjønnfordelingen i 2025 viser 10,4% menn og 89,6% kvinner, opp fra 5% menn tidligere. Instagram har hatt en rekkevidde på 2,8 millioner og 81,900 interaksjoner, med innhold som reels, stories og ukentlige menyer.

Tik Tok

OFG har brukt TikTok for å dele humoristisk innhold, spesielt gjennom serien "middag i dag" og matvideoer. Kanalen har nådd best ut til den yngre målgruppen, med 75% av seerne i alderen 18-34 år og 37,5% menn. Selv om responsen var variert, oppnådde innholdet høye visningstall og engasjement.



ÅRETS BESTE INNHOLD

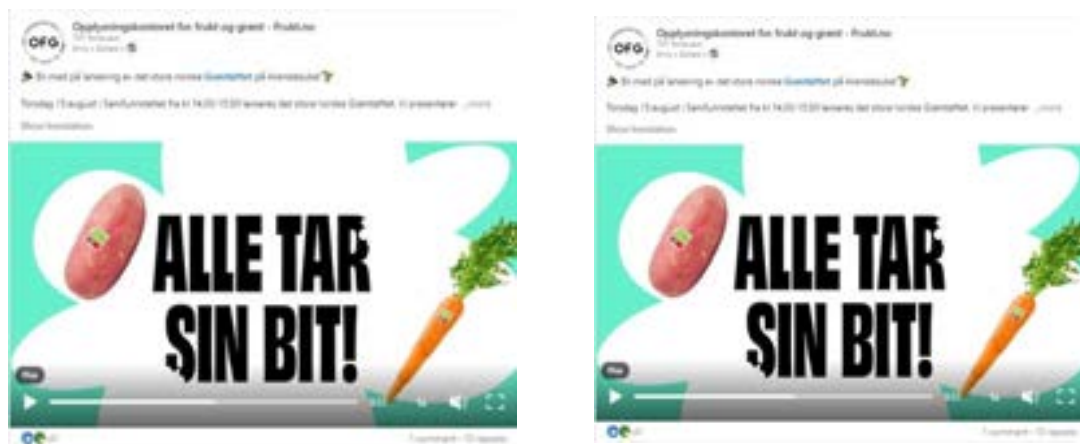


LINKEDIN

OFG bruker LinkedIn til å dele innsikt, fremme grøntnæringen og synliggjøre aktiviteter som Grøntløftet, fagdagene og nasjonale konkurranser for å inspirere og informere sentrale aktører.

Fagdager med forankring i grøntløftet

OFG skal være en troverdig kilde til folkeopplysning og en viktig støttespiller for grøntnæringen. På LinkedIn kan arbeidet synliggjøres for sentrale aktører.



På LinkedIn har OFG presentert innsikt fra frukt- og grøntstatistikken og forbrukstall. Fagdagene ble promotert i forkant av arrangementet og fulgt opp i etterkant med refleksjoner rundt interessante funn og lærdommer. I tillegg har det store norske Grøntløftet og tilhørende arrangementer fått god synlighet gjennom LinkedIn-plattformen. Innhold i tilknytning til konkurransene NM Sunn mat i kantina, NM i frukt og grønt energistasjon og NM i frukt og grønt dagligvare har også blitt delt, samt synliggjøring av sponsorater og mottakelse av prisen Intensjonsavtalens utmerkelse for sunnere markedsføring hvor aktiviteten "Bli en smaksdektektiv" som er en del av prosjektet "5 om dagen-barnehage" vant.



AKTIVITETER RETTET MOT BARN OG UNGE SOM MÅLGRUPPE



5 OM DAGEN BARNEHAGE

5 om dagen - barnehage er et gratis tilbud for alle barnehager i Norge, med fokus på å fremme sunne matvaner hos barn fra tidlig alder.

OFG jobber for å påvirke barns holdninger til mat gjennom positive matopplevelser i barnehagen. I 2024 registrerte 71 barnehager og 3995 barn seg, og prosjektet ble tildelt 1. plass for "Bli en smaksdetektiv" i Intensjonsavtalens utmerkelser.

Aktiviteter

Barnehager mottok gratis inspirasjonspakker med ressurser, og 1250 barnehager fikk gulrotfrø for å involvere barna i matprosessen. 13500 smaksbrosjyrer ble sendt til 400 barnehager for å oppfordre til smaksprøver av grønnsaker.

E-læring og kommunikasjon:

OFG tilbød gratis e-læringskurs, fullført av 40 barnehager. Nyhetsbrev med oppskrifter og tips nådde 4107 abonnenter, og tilstedeværelsen på Facebook økte til 1,782 følgere.

Meta

5 om dagen - barnehage har økt sin tilstedeværelse på Facebook og totalt 1,782 følgere ved årets slutt. Det har også blitt opprettet en instagram konto for 5 om dagen barnehage som skal bygges opp med større tilstedeværelse for 2025



Bilde fra barnehage som har dyrket gulrøtter



KOMMUNIKASJON TIL HELSESYKEPLEIERE

Helsestasjonene er en viktig arena for å fremme sunne vaner. I 2024 har OFG, i samarbeid med helsesykepleiere, nådd tusenvis av familier med materiell som øker bevisstheten om grønnsaker, frukt og bær.

Bidrar til bedre kostholdsvaner

Gjennom dette tiltaket ønsker OFG å bidra til bedre kostholdsvaner i familier ved å få helsesykepleiere til å fremme grønnsaker, frukt og bær. Helsestasjonene, med 4-årskontrollen og 6-årssamtalen, gir en unik mulighet til å nå bredt ut til alle familier, noe som bidrar til sosial utjevning. Tiltaket styrkes ved samarbeid med kommunenes folkehelsekoordinatorer.

I løpet av 2024 har OFG sendt ut informasjon til alle helsestasjoner i Vestland, Innlandet og Trøndelag fylke, samt materiell til 154 helsestasjoner over hele landet.

Dette materialet har bidratt til å fremme kunnskap om grønnsaker, frukt og bær som en del av kostholdet.

For å evaluere tiltaket er det sendt ut en link til et evalueringsskjema på frukt.no til alle helsestasjoner som har benyttet materialet fra OFG.



Utklipp fra reklamefilm

Nyhetsbrev sendt ut til helsesykepleierne

MATJUNGELEN

Gjennom samarbeid med Matjungelen engasjerer OFG barn og unge til å utforske matens betydning for helse og miljø, basert på Helsedirektoratets kostråd.

Oppskrifter utviklet for barnehager og SFO

I 2024 har OFG spilt en sentral rolle i utviklingen av Matjungelen, et initiativ som bygger på Helsedirektoratets kostråd og retningslinjer for mat og måltider i barnehager, skoler og SFO.

Gjennom deltakelse i styringsgruppen har OFG bidratt strategisk, og nye oppskrifter er utviklet og inkludert i Matjungelens oppskriftsbase. I tillegg har OFG levert bilder og videoer som beriker Matjungelens ressurser.

Samarbeidet har skapt engasjement og økt kunnskapen om sunn mat og miljøvennlige valg blant barn og unge. OFG har etablert seg som en viktig samarbeidspartner og en drivkraft i prosjektets utvikling.

Videre planer inkluderer styrking av oppskriftsbasen, undersøkelser rettet mot barnehager og SFO, samt felles kampanjer for gulrot, potet og epledagen. I tillegg inviteres det til en digital fagdag for å styrke kompetansen i feltet.



Innhold laget av OFG til SFO og AKS



Innhold laget av OFG som har blitt publisert i matjungelens kanaler

AKTIVITETER MOT STUDENTER

Unge voksne er en nøkkelgruppe for OFG, med stort potensial for å øke inntaket av frukt og grønt. Gjennom kreative kampanjer når OFG denne målgruppen effektivt.

Oppskrifter utviklet for barnehager og SFO

For å øke unge voksnes inntak av frukt, bær, poteter og grønnsaker har OFG fokusert på målrettet kommunikasjon gjennom Studentpakken og sosiale medier. Via landingssiden frukt.no/student har studenter fått tips om hvordan de kan spise mer frukt og grønt, redusere matsvinn, lage sunn mat på budsjett, og styrke konsentrasjonen med et sunt kosthold.

I 2024 har OFG kjørt to annonser i «Studentrabatten», som ble distribuert til totalt 225 000 studenter. Annonsene promoterte frukt.no/student, en konkurranse om å vinne en iPhone 15 Pro, og OFGs Instagram-profil.

Samarbeidet med Studentpakken har også inkludert ukentlige oppskriftsinlegg og reels på Studentpakkens Instagram-profil, samt tre nyhetsbrev tilpasset studenter.



Resultatene viser at kampanjen har vært vellykket:

- 59 857 visninger på landingssiden, der artikkelen "5 billige middager til under 30 kroner" var mest populær med 16 094 visninger.
- 7180 besøk på konkurransesiden, hvorav 5218 deltok, og 1581 ble nyhetsbrevabonnenter.

Gjennom samarbeidet har OFG nådd en bred studentmasse og skapt engasjement for sunn mat og kosthold.

Videre planer inkluderer styrking av oppskriftsbasen, undersøkelser rettet mot barnehager og SFO, samt felles kampanjer for gulrot, potet og epledagen. I tillegg inviteres det til en digital fagdag for å styrke kompetansen i feltet.



AKTIVITETER RETTET MOT ULIKE DELER AV VERDIKJEDEN SOM MÅLGRUPPE

NM I FRUKT OG GRØNT DAGLIGVARE #MERA V

NM i frukt og grønt dagligvare er en viktig konkurranse som løfter salget av frukt og grønt i dagligvarehandelen.

NM i frukt og grønt dagligvare ble arrangert for 17. gang i 2024 og er en anerkjent satsning innen bransjen. Konkurransen fremmer salget av frukt og grønt og engasjerer både kjeder, butikker og ansatte.

Kjeder nominerer butikker og ansatte til priser som "Beste 5 om dagen-butikk" og "Beste 5 om dagen-ambassadør," hvor ildsjeler løfter frukt- og grøntavdelinger og sprer entusiasme internt.

I 2024 har konkurransen skapt engasjement gjennom hele året, blant annet med publikumsprisen for beste ambassadør, hvor kollegaer og kunder stemte frem sin favoritt. Totalt ble det avgitt 2704 stemmer, og flere kjeder profilerte ambassadører i lokale medier.

Årets vinnere inkluderer:

- Beste 5 om dagen-kjede: Kiwi
- Beste 5 om dagen-nettbutikk: Meny.no
- Årets nykommer: Rema 1000 Veitvet
- Beste 5 om dagen-butikk, over 1000m²::Extra Langhus
- Beste 5 om dagen-butikk, under 999 m²: Joker Vats
- "Beste kjede på Nyt Norge-eksponering": Spar/Eurospar
- Beste 5 om dagen-ambassadør: Patrik Karlsson, Coop Prix Bestum
- Publikumsprisen: Margareth Boknaberg, Meny Akسدal

Konkurransen bidrar til å synliggjøre frukt og grønt både i butikkene og utad i medier, og vinnerne bruker resultatene aktivt i sin markedsføring.



#MERAV KONKURRANSESATSNINGER

Et samarbeid mellom flere bransjeorganisasjoner og OFG for å fremme sunnere matvalg

Fremme sunn mat

Siden oppstarten i 2022 har #MerAv-satsningene samlet OFG, BKLF, Sjømat Norge og NFGF for å fremme sunn mat gjennom konkurranser som NM Sunn mat i kantina og NM Sunn mat i farta. Samarbeidet har også inkludert Ungt Entreprenørskap, der ungdomsskoleelever oppmuntres til å fokusere på #MerAv i sine elevbedrifter.

For å nå energistasjonsmarkedet opprettet OFG i 2024 en ny konkurranse, NM i frukt og grønt energistasjon, som et alternativ til NM Sunn mat i farta. Samtidig har OFG etablert et selvstendig samarbeid med Ungt Entreprenørskap og påbegynt produksjon av innhold til deres landingssider.

NM Sunn mat i kantina har vist seg som en vellykket satsning mellom alle aktørene og bidrar til å løfte sunnere alternativer i kantinemarkedet. Samarbeidet fortsetter med mål om å styrke #MerAv-initiativene fram mot 2025.

SUNN MAT I KANTINA #MERAV

NM Sunn mat i kantina setter fokus på #MerAv og fremmer sunnere matvalg i kantiner over hele landet. Konkurransen har blitt en prestisjefylt utmerkelse i bransjen.

NM Sunn mat i kantina bidrar til økt tilgjengelighet av sunne alternativer som frukt, grønt, grove kornprodukter og sjømat på kantinemenyer. Konkurransen skaper positivt engasjement blant både enkeltstående kantiner og store kantineaktører. I 2024 ble det gjort en solid innsats for å rekruttere deltakere, med 52 enkeltstående kantiner og fire store aktører - Coor Service Management, 4Service, ISS Facility Services og Furuset Kantine AS - nominert til kjedeprisen.

Premieringen av vinnerne finner sted 19. mars 2025 på UMAMI Arena under #MerAv-seminaret, der de beste kantineene blir hedret for sitt arbeid med å fremme sunnere matvaner.



SAMARBEID MED UNGT ENTRENØRSKAP

Gjennom prosjektet «Grønt og Genialt» samarbeider OFG med UE for å inspirere ungdom til å utvikle bærekraftige løsninger som fremmer et kosthold med mer frukt, grønt og norskproduserte varer.

Bidrag til et mer bærekraftig forbruk

UE har et stort fokus på prosjekt «Grønt og Genialt» (som hovedfinansieres av Barne- og familiedepartementet) hvor elevbedriftene oppfordres til å komme med bærekraftige varer/tjenester som kan bidra til et mer bærekraftig forbruk.

Et kosthold som inkluderer mye frukt, bær, grønnsaker og poteter, og å velge norsk når det er tilgjengelig, er i tråd med et bærekraftig kosthold og hører derfor naturlig under «Grønt og Genialt».

Gjennom samarbeid med UE benytter OFG muligheten til å opplyse elevene om fordelene med å spise frukt og grønt i tråd med norske kostråd, og om fordelene ved norsk produksjon. De oppfordres til å komme med innovative løsninger som kan bidra til å øke forbruket og andelen norsk produksjon.

Dette er med andre ord en aktivitet som er svært godt forankret med Grøntløftet. 2025 blir startskuddet for samarbeidet.



Elever fra tidligere elevbedrift som lagde og solgte smoothie

UNGT ENTRE PRENØR SKAP

FESTIVALER OG ARRANGEMENTER

OFG støtter bransjen og norsk grøntproduksjon gjennom deltakelse og sponing av utvalgte arrangementer og festivaler, med fokus på prioriterte produkter og synlighet.

Oppskrifter utviklet for barnehager og SFO

OFG skal være en støttespiller for bransjen og produsentene på utvalgte arrangementer og festivaler der det gir verdi, og hvor prioriterte produkter som samsvarer med OFGs strategi, er i fokus. OFG har en spesiell rolle som støttespiller for norsk grøntproduksjon.

2024 mottok mat og helsekonferansen og Universitet i Oslo-avdeling for ernæringsepidemiologi, fagforum potet og Gartner støtte for gjennomføring/spons til frukt på sine festivaler og arrangementet. OFG ble godt synliggjort som sponsor under begge arrangementene.



OFG deltok også på Dyrsku'n som deltaker og sponsor.



ÅRETS GRØNNE KOKK

Årets Grønne Kokk fremmer bruk av norske råvarer og økt fokus på frukt og grønt i storhusholdningsbransjen.

Inspirerer til mer bruk av norske sesongbaserte råvarer

Årets Grønne Kokk er et samarbeid mellom OFG og Norske Kokkers Landsforening Oslo for å øke fokus på frukt og grønt i storhusholdningsbransjen. Konkurransen inspirerer landets beste kokker – bransjens trendsettere – til å bruke sesongbaserte norske råvarer, med mål om å øke forbruket av frukt, grønnsaker, bær og poteter.

Kriteriene er at rettene kun skal inneholde frukt, grønt og kraft fra denne sektoren, med hovedvekt på norske råvarer. Konkurransen planlegges i 2024 og gjennomføres 19. mars 2025 på Umami Arena i samarbeid med Norske Kokkers Landsforening Oslo og sponsorer som Engrosfrukt, Odd Langdalen, Bama Storkjøkken og ASKO Servering.



Vinnere av årets grønne kokk 2022

Målene for 2025 inkluderer å øke antall presseoppslag, innsendte bidrag og bransjeengasjement. Film, oppskrifter og bilder fra konkurransen skal deles med forbrukere og bransje, og kandidatene vil fremheves i pressesaker som inspirasjon for både kokker og publikum.

FAGDAGER

Fagdagene 2024 samlet grøntbransjen for å diskutere utvikling, utfordringer og muligheter knyttet til økt forbruk av frukt og grønt.

Fagdager med forankring i grøntløftet

OFG gjennomførte to fagdager i 2024, begge med sterk forankring i prosjektet Grøntløftet.

Den første fagdagen, arrangert 14. mars i Oslo, hadde fokus på utviklingen i frukt- og grøntmarkedet basert på volum- og verditall fra 2023.

Deltakerne fikk også innsikt i Grøntløftet-prosjektet, inkludert prioriterte målgrupper og en analyse av flerkulturelle segmenter gjennomført av Kantar.

Et høydepunkt på dagen var diskusjonen rundt temaet «de utfordrende småbarnsforeldrene» og hvordan bransjen kan hjelpe dem med å endre vaner. Kommersiell innsikt fra aktører i grøntbransjen bidro til å belyse både utfordringer og muligheter.

Grøntløftet og nye kostråd

Den andre fagdagen, arrangert 24. oktober, tok for seg temaet «Grøntløftet og nye kostråd - hva må til for å tilrettelegge for økt forbruk?». Nye forbrukstall viste en positiv utvikling, med en økning fra 2,9 til 3,2 enheter i 2024. Til tross for dette ble også utfordringer diskutert, blant annet hvordan man kan nå Generasjon Z med relevante budskap. Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag og representanter fra Helse- og omsorgsdepartementet delte verdifulle perspektiver.



Dagen ble avsluttet med premiering av vinnerne i NM i frukt og grønt dagligvare, som anerkjenner de beste butikkene i Norge for deres innsats for å fremme frukt og grønt til forbrukerne. Fagdagene 2024 har vært viktige møteplasser for grøntbransjen, og diskusjonene fra disse dagene vil bidra til videre arbeid med å fremme bærekraftige og sunnere matvaner i hele Norge.

REDAKSJONELT INNHOLD

PR og presse

OFG har i 2024 styrket sin rolle som en ledende kilde for innsikt om frukt og grønt, med fokus på norske sesongvarer og økt synlighet gjennom strategisk pressearbeid.

OFG jobber for å fremme frukt, bær, grønnsaker og poteter, med fokus på norske sesongvarer, i tråd med målene i Grøntsektoren mot 2035. Målet er å øke både synlighet og inntak i alle måltidssituasjoner gjennom strategisk pressearbeid og kommunikasjon.

I 2024 har OFG styrket sin posisjon som en ledende ekspert på frukt og grønt, med 564 medieoppslag, hvorav 152 var riksdekkende. Store mediehus som VG, TV 2 og Dagbladet har brukt OFG som en foretrukken kilde for innsikt om sesongvarer og forbrukstrender. Direkte innsalg har gitt økt mediedekning sammenlignet med tradisjonelle pressemeldinger.

Høydepunkter inkluderer:

- Rekordoppslag om norske moreller (32 oppslag) og frukt (48 oppslag).
- Resultater fra Frukt- og grøntstatistikken og 5 a day Europe fikk bred omtale.
- Synlighet i VG (30 oppslag), TV 2 (5 informasjonsfilmer) og Dagbladet (flere dobbeltsider).

Gjennomsnittlig PR-score var 5,2-5,7, som reflekterer høy kvalitet og positiv omtale. 2024 har vært et suksessfylt år, hvor OFG har befestet sin rolle som en pålitelig kilde for både forbrukere og bransjen.

48 oppslag



35 oppslag



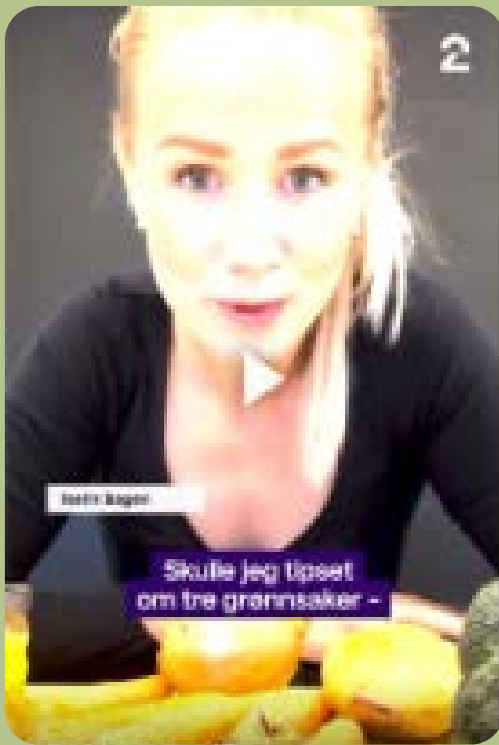
32 oppslag



16 oppslag



Topp 5 pressemeldinger i 2024



FASTE SPALTER DAGBLADET, GARTNERYRKET OG NATIONEN

OFG bidrar med innhold til faste spalter i Dagbladet, Gartneryrket, Nationen og Foreldre & Barn, med fokus på å inspirere til økt bruk av sesongens frukt og grønt.

Faste samarbeid

OFG samarbeider med Dagbladet, Gartneryrket og Nationen for å levere inspirerende oppskrifter og bilder basert på sesongens råvarer.

2024 leverte OFG ukentlige oppskrifter til Dagbladet, artikler og oppskrifter til alle 12 utgavene av Gartneryrket, og månedlige bidrag til Nationen. Alt innhold fremhevet norske råvarer fra sommerens bær til vinterens tradisjonsrike grønnsaker.

Til Foreldre & Barn bidro OFG med seks sesongbaserte oppslag som inspirerte til sunnere matvaner for barn og familier, med fokus på temaer som turmat, sunne snacksalternativer og matpakker. Gjennom året har OFG engasjert leserne med varierte oppskrifter og praktiske tips som fremmer bruk av frukt og grønt i alle måltider.



Fast spalte i foreldre & barn

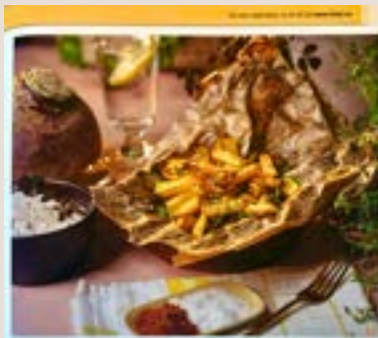
GARTNERYRKET



1 Vask og skjær
2 ...
3 ...
4 ...

Ingredienser:
2 kg asparges
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask aspargene grundig og fjern de nedre delene.
2. Skjær aspargene i biter på ca. 5 cm.
3. Smelt smøret i en kasserolle og stek aspargene i ca. 10 minutter.
4. Smak til med salt og pepper.



1 Vask og skjær
2 ...
3 ...
4 ...

Ingredienser:
2 kg asparges
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask aspargene grundig og fjern de nedre delene.
2. Skjær aspargene i biter på ca. 5 cm.
3. Smelt smøret i en kasserolle og stek aspargene i ca. 10 minutter.
4. Smak til med salt og pepper.



1 Vask og skjær
2 ...
3 ...
4 ...

Ingredienser:
2 kg asparges
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask aspargene grundig og fjern de nedre delene.
2. Skjær aspargene i biter på ca. 5 cm.
3. Smelt smøret i en kasserolle og stek aspargene i ca. 10 minutter.
4. Smak til med salt og pepper.

DAGBLADET



Gratinerte agurker

Ingredienser:
2 kg agurker
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask og skjær agurkene i biter på ca. 5 cm.
2. Smelt smøret i en kasserolle og stek agurkene i ca. 10 minutter.
3. Smak til med salt og pepper.



Koreanske pannekaker – Pajeon

Ingredienser:
2 kg agurker
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask og skjær agurkene i biter på ca. 5 cm.
2. Smelt smøret i en kasserolle og stek agurkene i ca. 10 minutter.
3. Smak til med salt og pepper.



Ovnsbakte grønnsaker med sefilet

Ingredienser:
2 kg agurker
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask og skjær agurkene i biter på ca. 5 cm.
2. Smelt smøret i en kasserolle og stek agurkene i ca. 10 minutter.
3. Smak til med salt og pepper.

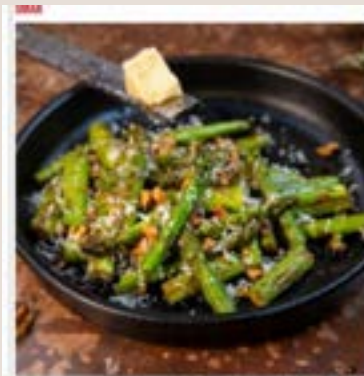


Enkel tomatsalat med fetakrem

Ingredienser:
2 kg agurker
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask og skjær agurkene i biter på ca. 5 cm.
2. Smelt smøret i en kasserolle og stek agurkene i ca. 10 minutter.
3. Smak til med salt og pepper.

NATIONEN



Råstekt asparges

Ingredienser:
2 kg agurker
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask og skjær agurkene i biter på ca. 5 cm.
2. Smelt smøret i en kasserolle og stek agurkene i ca. 10 minutter.
3. Smak til med salt og pepper.



Wok med rotgrønnsaker

Ingredienser:
2 kg agurker
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask og skjær agurkene i biter på ca. 5 cm.
2. Smelt smøret i en kasserolle og stek agurkene i ca. 10 minutter.
3. Smak til med salt og pepper.



Kålrotfritters

Ingredienser:
2 kg agurker
100 g smør
100 g smør
100 g smør

Slik gjør du:
1. Vask og skjær agurkene i biter på ca. 5 cm.
2. Smelt smøret i en kasserolle og stek agurkene i ca. 10 minutter.
3. Smak til med salt og pepper.

SKOLEFRUKT

Skolefruktordningen sikrer at grunnskoleelever får enkel tilgang til frukt og grønt, med støtte fra Helsedirektoratet. Tiltaket fremmer helse, trivsel og sosial utjevning.

Hensikt med ordningen

Skolefrukt administreres av Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) på vegne av Helsedirektoratet for å øke frukt- og grøntinntaket blant grunnskoleelever. Tilbudet gjelder alle norske grunnskoler, finansiert av foreldre, kommune eller skole. Fra august 2024 er kostnaden 4,20 kroner per enhet, inkludert et statlig tilskudd på 2,00 kroner. Ordningen fremmer helse og trivsel.

Aktiviteter i 2024

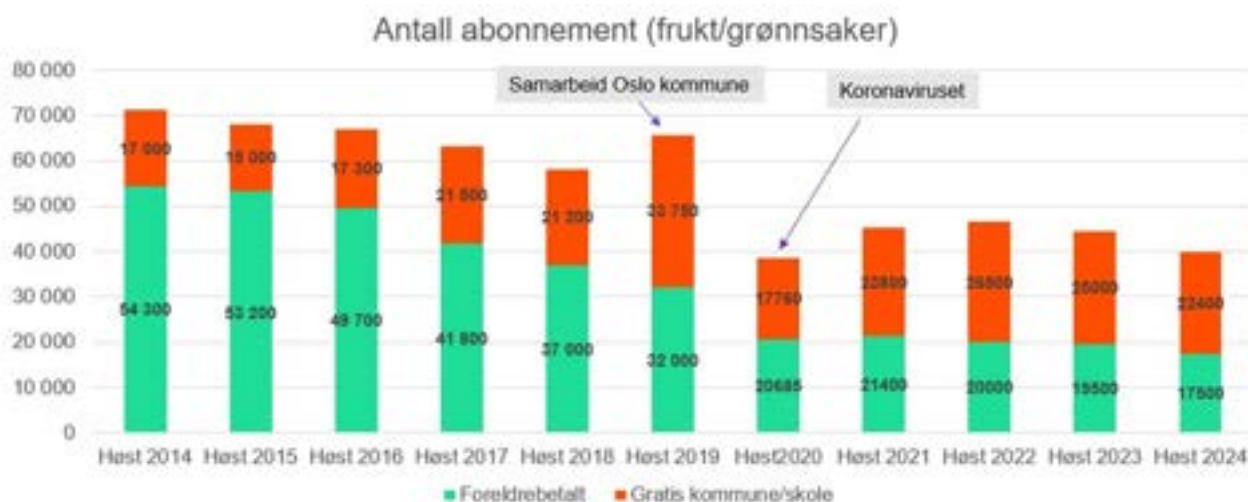
- Abonnementsordning: Semester- og fast betaling tilbys foresatte. Informasjon om fordelene med Skolefrukt ble formidlet via ranselposter, digitale annonser og utendørs kampanjer. Førsteklassinger fikk gratis frukt i to uker ved semesterstart. Skoler som søkte om det, kunne få to uker gratis frukt i desember.
- Kommunal finansiering: Skoler administrerer bestillinger ved kommunal finansiering, og elever mottar frukt gratis. Informasjon ble sendt til kommuner for å fremme ordningen.
- Generelt: Ny logo og oppdatert hjemmeside forbedret brukeropplevelsen. Regelmessige møter med leverandører og inspeksjon av kvalitet ble gjennomført. Administrasjonssystemet ble oppgradert, med mulighet for kortbytte ved fast abonnement og tilbakebetaling ved avvik. Vipps som betalingsmetode utvikles også som en mulighet ved månedsbetaling (faste trekk).
- Pedagogiske tiltak: "Fra jord til bord" involverte over 30 000 elever i praktiske aktiviteter som tomatdyrking. "Skolefruktskolen" ga digitale kurs om hygiene og oppbevaring av frukt.



SKOLEFRUKT

Resultater

Antall abonnenter falt med 10 % fra høst 2023 til høst 2024, delvis forklart av økt medbrakt frukt etter pandemien. Brukertilfredshet blant foresatte, elever og ansvarlige er fortsatt høy, og ordningen oppfattes som sunn, enkel og populær.



Kilde: Skolefruktsys.no. Diagrammet viser antall abonnenter eller antall frukt/grønnsaker som ligger inne som en fast bestilling i slutten av høstsemesteret. Antall frukt/grønnsaker kan være 5 dager eller noen dager per uke.

Undersøkelser:

8 av 10 barn har med frukt eller grønnsaker i skolesekken. Dette er en markant økning fra før koronapandemien, som delvis forklarer nedgangen i antall abonnenter.

Skolefrukt har generelt høy tilfredshet blant skolefruktansvarlige, elever og foresatte. Dette har vært stabilt over flere år.