2017-2021 IMPACT ASSESSMENT - MTR

MTR RAPPORT VOOR DE CLUSTER FOOD SMART CITIES PROGRAMMA BELGIË

Team van peer re-viewers:

Liesbeth Van Meulder

Katharina Beelen

Met ondersteuning van Geert Phlix (ACE Europe)

27 april 2020

Samenvatting

Dit rapport is de neerslag van de interne tussentijdse evaluatie van de interventies uitgevoerd in België binnen de cluster Food Smart Cities, en maakt deel uit van de evaluatie van het DGD-programma van Rikolto. Doel van deze tussentijdse evaluatie is om de stand van zaken op te maken van de uitvoering van het DGD-programma 2017-2021 en na te gaan waar de interventie moet worden bijgestuurd. De resultaten dienen de interne reflecties op niveau van Rikolto breed en binnen het team België te voeden.

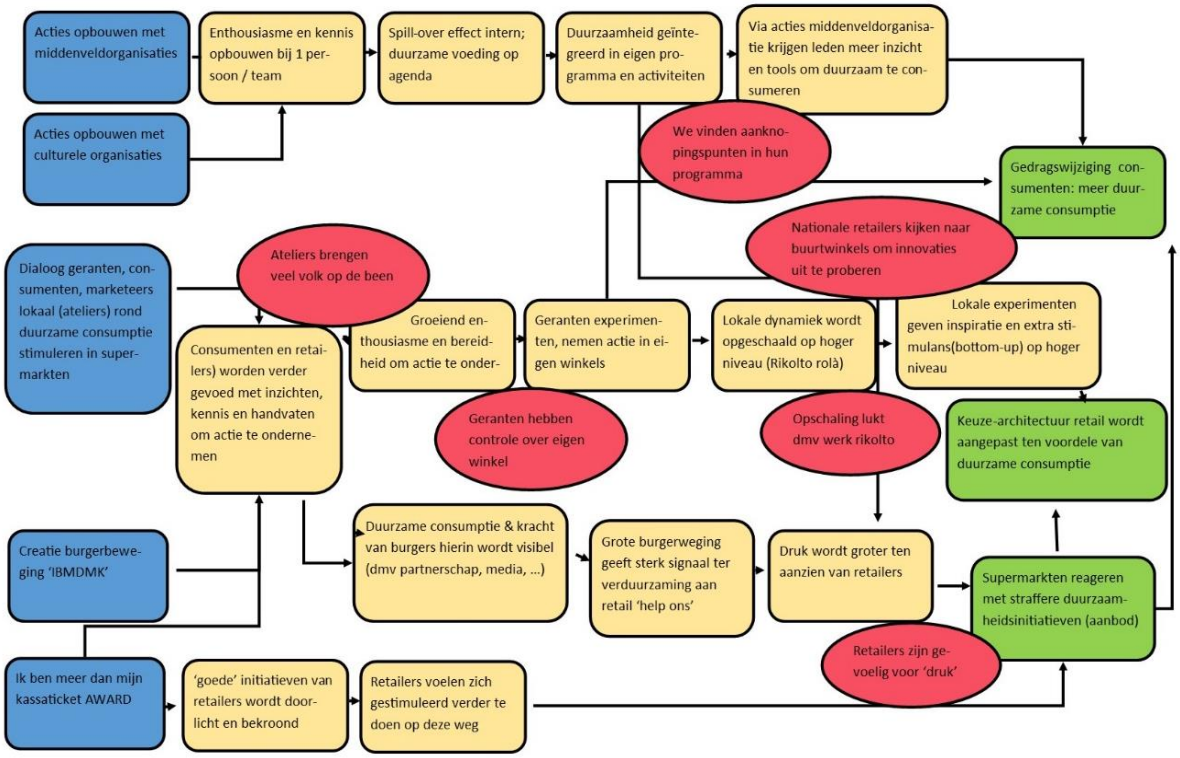
De interne evaluatie werd begeleid door ACE Europe. De evaluatie is gestart met een outcome harvesting oefening met het hele team betrokken in het Belgische programma. Op basis van de outcome harvesting werden vervolgens twee cases geïdentificeerd als onderwerp voor de evaluatie: (1) de campagne 'Ik ben meer dan mijn kassaticket' en (2) 'GoodFood@School'. Aangezien het faciliteren van multi-stakeholder processen een belangrijk kenmerk is in alle programma's van Rikolto werd er voor cases gekozen waarvan de begeleiding van MSP een onderdeel vormt. De methodologie was voornamelijk gebaseerd op een kwalitatieve en interpretatieve aanpak, op basis van semigestructureerde interviews en focus groepsgesprekken.

De campagne "I*k ben meer dan mijn kassaticket*" wil bijdragen aan een draagvlak voor duurzame consumptie via acties van het middenveld, ateliers waarin retailers en lokale geranten in dialoog gaan met consumenten, en er via een grootschalige mediacampagne druk wordt uitgeoefend op retailers. Het project "*GoodFood@School*" wil ervoor zorgen dat alle Vlaamse scholen werk maken van een gezond en duurzaam voedselbeleid en vertrekt van een systeembenadering. Er werden school food labs opgezet waar geëxperimenteerd werd met lokale acties rond duurzame voeding op school, op basis waarvan een toolkit werd uitgewerkt die gebruikt kan worden door andere scholen om inspiratie uit te halen. School Food Councils werden in vier steden opgezet om verschillende actoren samen te brengen om te werken naar een gecoördineerde actie en een opschalingsstrategie. Op Vlaams niveau werden verschillende multi-actor werkgroepen opgezet om een aanpak op sectorniveau uit te werken.

Het programma van Rikolto is een sterk programma, met relevante en goed uitgewerkte campagnes en strategieën, gebaseerd op een combinatie van een top-down en bottom-up aanpak, en een relevante keuze voor het faciliteren van multi-stakeholder processen. In grote lijnen zit de uitvoering van het programma op schema en worden de vooropgestelde targets gehaald. Er werden ook een aantal belemmerende factoren geïdentificeerd en een aantal assumpties waarop het programma gebaseerd is, blijken onjuist te zijn. Hierdoor is een bijsturing van een aantal interventieonderdelen nodig om de geplande targets en doelstellingen tegen 2021 te halen.

Specifieke doelstelling: *Vredeseilanden streeft in België naar een transformatie van het voedselsysteem door in te zetten op duurzame productie- en consumptie waarbij alle actoren in het voedselsysteem - producenten, verwerkers, retailers, burgers/consumenten- bijdragen aan duurzame praktijken.*			
1	*Indicator 1 De consumptie van duurzame voeding in Vlaanderen neemt significant toe.* *(indicator= duurzame voedselmonitor; LARA)*	Baseline: 4% 2019: 6% 2021: 8%	**2019**: 6.6% (LARA, 2018)
Resultaat 1 *Het aankoopbeleid van de private voedingssector in België is significant duurzamer (met speciale aandacht voor inclusie van familiale boeren)*			
1.1	*Het potentieel en de haalbaarheid van duurzaam aankoopbeleid in de retail- en voedingssector wordt aangetoond in de vakpers of op publieke fora van de sector*	Baseline: 5 2019: 10 2021: 20	**2019:** 39 artikels verschenen in vakpers met vermelding duurzaam aankopen en RIkolto
1.2	*Aantal bedrijven dat pilootprojecten opzet en/of deelneemt aan multistakeholder activiteiten mbt duurzaam aankopen (The Shift, pilootketens,…)*	Baseline: 15 2019: 25 2021: 50	**2019:** 18 bedrijven zetten piloten in voor verduurzaming aankoop of nemen deel aan MSP
Resultaat 2 *De catering van de keukens in Vlaamse scholen is significant en structureel duurzamer en Vlaamse scholen organiseren een leertraject rond duurzame voeding.*			
2.1	*Aantal pilootscholen met een beleid en een praktijk mbt duurzame en gezonde voeding* *(concreet: meetinstrument = engagementsverklaring)*	Baseline: 0 2019:8 2021:16	**2019**: 12
2.2	*Aantal scholen met meer duurzame en gezonde voeding op school, geïnspireerd door good practices in de pilootscholen (light trajecten)*	Baseline: 0 2019: 40 2021: 160	**2019: 58**
2.3	*Instellingen in de Vlaamse onderwijssector berichten over duurzame voeding.*	Baseline: 8 2019: 20 2021: 50	**2019:** 23
Resultaat 3 Een significant deel van de Vlaamse samenleving engageert zich ten gunste van een duurzaam voedingsmodel via informatieverschaffing, sensibilisering en bewustmaking			
3.1	*Opiniërende kranten De Standaard, de Morgen en de Tijd berichten over 'duurzame voeding'*	**Baseline** = 84 (dS 51; dM 28; Tijd 5) **2019**: 110 **2021**: 150	**2019**: 55
3.2	*Een groeiend maatschappelijk draagvlak ten gunste van duurzame voeding.* *(meetinstrument: aantal paginabezoeken op de website van Vredeseilanden / Rikolto)*	Baseline: 298.000 2019: 350.000 2021: 400.000	**2019**: 346.622

Ik ben meer dan mijn kassaticket-campagne

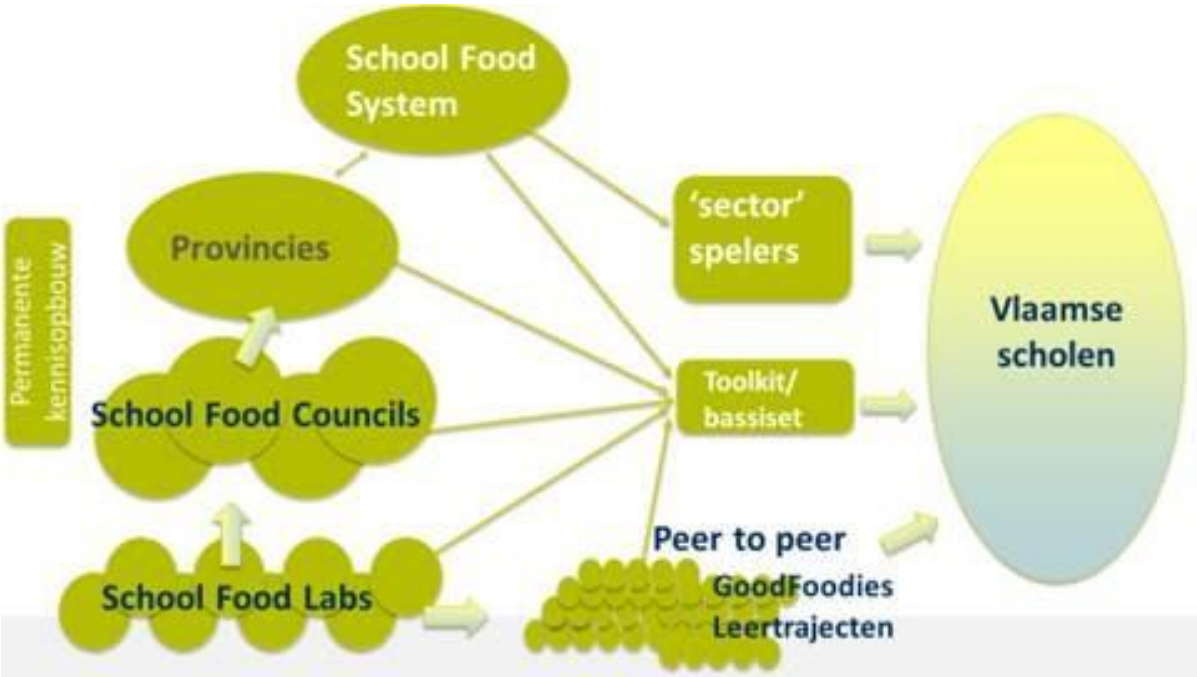


Rikolto slaagde erin een goede samenwerking op te zetten met een zestal middenveldorganisaties (landelijke gilden, KVLV/Ferm, Fairtrade Belgium, Testaankoop, Femma en Gezinsbond) waardoor deze organisaties partners zijn in het verbinden van gezonde voeding aan het duurzaamheidsdebat en onderzoeken hoe ze deze thema's in hun programmatie en communicatie beter kunnen opnemen. Het komt erop aan de juiste aanpak te vinden opdat deze thema's op een meer structurele manier ingebed worden in de programmatie en communicatie van deze partners. Om de duurzaamheid van deze interventie te borgen is een verdere en meer intense samenwerking met deze organisaties wenselijk. De middenveldorganisaties moeten dan meer als gelijkwaardige partners betrokken worden in het programma, zodat de co-creatie en het gevoel van eigenaarschap versterkt worden. Verder kan Rikolto meer rekening houden met het afstemmen van de interventies op de planningscyclus van elke organisatie en het identificeren van de juiste 'agents of change' binnen elke organisatie. Er is ook nog behoefte aan tools en methodieken over duurzaam consumeren die de partners in hun eigen programmatie kunnen opnemen.

De samenwerking met retailers en geranten is relevant en houdt op zijn minst het thema van duurzaam voedselbeleid op hun agenda. De mediacampagne lijkt hierin meer bij te dragen dan de lokale ateliers waar (10) geranten in dialoog gaan met (300) consumenten. De vraag stelt zich welke

“triggers” er nodig zijn om het voedingsaanbod in de winkels geleidelijk aan te doen opschuiven in de richting van duurzame consumptie. Dit is een proces dat beïnvloed wordt door verschillende belangen (belangen inkoop, druk op duurzaamheid, omzet, marketingstrategieën, enz.). De beoordelingslijst met duurzaamheidscriteria, zorgt alvast voor een stevige onderbouwing van het debat en voor een evolutie naar een gemeenschappelijk en gedeeld kader wat betreft duurzame voeding. Druk vanuit een kleine, reeds geëngageerde maar niet representatieve consumentengroep zorgt ervoor dat retailers in debat blijven gaan, al was het maar om ook deze consumenten te bedienen, maar zorgt voor onvoldoende druk voor fundamentele veranderingen. Het komt erop aan om klaar te staan om opportuniteiten te grijpen wanneer ze zich zullen voordoen. Om die reden is het belangrijk om de kennis van de retailers over duurzame voeding en mogelijke initiatieven te blijven voeden; en geregeld het debat via een mediacampagne onder de aandacht van het bredere publiek te brengen. Voor elke retailer dient een aangepaste strategie uitgewerkt te worden die rekening houdt met de structuur en wijze van werken binnen elke retail-keten.

GoodFood@School



De systeembenadering in het GoodFood@Schoolproject is een relevante strategie om veranderingen in scholen te realiseren. In 4 steden (Gent, Brugge, Leuven en Antwerpen) zijn inmiddels 11 School Food Labs op pilootscholen opgestart (waarvan in 2019 5 een volwaardig 2-

jarentraject voltooid hadden). Deze hebben allen een engagementsverklaring getekend; bij minstens een ondervraagde school is er sprake van een gedeeltelijk geïntegreerd voedingsbeleid.
In alle steden is er een school food council opgezet. In Gent, Leuven en Brugge komt deze regelmatig samen en delen leden een enthousiasme voor de council, hoewel de trekkersrol van Rikolto nog nodig is. In Antwerpen zijn de ontwikkelingen nog voorzichtig; hoewel de stad dit proces nu wil versnellen door het te integreren in hun werking.

De praktijk toont het belang van deze systeembenadering aan. De uitdagingen waarmee scholen geconfronteerd worden om te evolueren naar een geïntegreerd voedselbeleid overstijgen het schoolniveau. Als gevolg blijft de evolutie naar een geïntegreerd voedselbeleid in de meeste scholen voorlopig beperkt tot het organiseren van losstaande acties. Het was een goede keuze van Rikolto om te starten met pilootscholen, om zo de praktijk en de mogelijkheden te verkennen. De uitdaging ligt in de opschaling. De toolkit kan één antwoord zijn, maar uit de praktijk blijkt dat scholen vooral nood hebben aan externe begeleiding/ondersteuning, bij voorkeur geflankeerd door specifieke beleidsmaatregelen vanuit de overheid en de onderwijskoepels. De samenwerking met andere NGO's die in scholen komen, lijkt dan ook een juiste en efficiënte keuze. Rikolto kan zich dan verder focussen op beleidsbeïnvloeding.

Rikolto heeft een relevante keuze gemaakt voor het begeleiden van multi-stakeholder processen, als onderdeel van haar strategie voor beleidsbeïnvloeding. De School Food Councils kunnen een belangrijke factor zijn in het realiseren van duurzame resultaten op school. Zij zullen op termijn immers de scholen kunnen ondersteunen en aanjagen. Dit veronderstelt dat de Councils verder evolueren en overgaan tot de fase van planning en gezamenlijke actie. De slaagkansen verhogen significant wanneer deze School Food Councils geïnstitutionaliseerd worden en verankerd in het lokale beleid.

Rikolto profileert zich op het faciliteren van multi-stakeholder processen, maar meer kennis en competenties moeten verworven worden om dergelijke multi-stakeholder processen op een meer gestructureerde manier aan te pakken, zowel op het niveau van de School Food Councils als in de verschillende multi-actorwerkgroepen opgericht op Vlaamse niveau. Deze fora hebben het risico om praatbarakken te worden waardoor het enthousiasme om deel te nemen zal afnemen. Daarbij kan aandacht besteed worden aan volgende acties: (i) het expliciteren van de aanleiding voor het

MSP; (ii) een analyse maken van stakeholders, visies, instituten, power dynamics, beleid; (iii) het opzetten van een 'interim steering body'; (iv) het werken aan stakeholder support; (v) het bepalen van scope en mandaat; (vi) het proces van werken bepalen. Dit proces heeft tijd nodig. Een aantal elementen lijken te zijn opgepakt door Rikolto, maar verschillende van bovenbeschreven punten verdienen nog extra aandacht. Het begeleiden van MSP vraagt een combinatie aan competenties: we zullen deze in 2020 versterken en uitbreiden via een specifieke training over MSP – waarbij alle programma-teams betrokken zullen worden (gezien deze expertise voor alle DGD-onderdelen relevant is).

Het begeleiden van dergelijke multi-actorwerkgroepen kan gecombineerd worden met andere strategieën voor beleidsbeïnvloeding, formeel of informeel. Rikolto kan verder bouwen op de ervaringen, netwerken en de contacten die opgedaan werden via het Green Deal project. Een nieuwe political economy analysis is daarbij aangewezen.

Tot slot zijn er op basis van de suggesties gemaakt in dit rapport reeds aanpassingen in onze strategieën geformuleerde. Deze worden beschreven in de exit strategieën (p. 29 en p. 57).

Aanbeveling van consultant: Ambities en indicatoren

Voor een aantal beoogde veranderingen werden zeer hoge ambities geformuleerd, zoals vertaald in de indicatoren. Daarnaast zijn een aantal indicatoren onvoldoende specifiek of meetbaar (vb. jongeren gedrag, geïntegreerd voedselbeleid, nieuwe duurzaamheidsinitiatieven bij retailers) en ontbreken er indicatoren om bepaalde processen goed op te volgen (evolutie Vlaams beleid). Voor het lopende programma is het aanbevolen om de indicatoren die moeilijk meetbaar zijn, verder te expliciteren of 'uit te pakken'. Voor een volgend programma is het aanbevolen om na te gaan hoe evoluties van beleidsbeïnvloeding, maar ook van multi-actor werkgroepen, beter opgevolgd zouden kunnen worden, aangezien het hier over langlopende en complexe programma's gaat. Een optie zou kunnen zijn om te werken met de opdeling "expect to see, like to see, love to see", zoals wordt toegepast in outcome mapping.

INHOUDSTAFEL

Samenvatting 2

Inhoudstafel 8

1. Inleiding 9

1.1. Doel en context van de tussentijdse evaluatie 9

1.2. Methodologie en aanpak 9

2. Korte beschrijving van het programma en de geselecteerde cases 13

GoodFood@School (2017 – 2021) 13

Ik ben meer dan mijn kassaticket (2018 – 2021) 14

3. Analyse case 1: Ik ben meer dan mijn kassaticket 16

3.1. Effectiviteit 16

3.2. Duurzaamheid 28

3.3. Conclusies, geleerde lessen en exit-strategieën 29

4. Analyse van case 2: GoodFood@School 33

4.1. Effectiviteit 34

4.2. Duurzaamheid 56

4.3. Conclusies, geleerde lessen en exit-strategieën 57

5. Algemene conclusie en aanbevelingen 63

6. Bijlagen 67

6.1. Overzicht geconsulteerde personen 67

6.2. Resultaten enquête in één school 68

1. INLEIDING

1.1. Doel en context van de tussentijdse evaluatie

Dit rapport is de neerslag van de interne tussentijdse evaluatie van de interventies uitgevoerd in België binnen de cluster Food Smart Cities, en maakt deel uit van de evaluatie van het DGD-programma van Rikolto. Doel van deze tussentijdse evaluatie is om de stand van zaken op te maken van de uitvoering van het DGD-programma 2017-2021 en na te gaan waar de interventie moet worden bijgestuurd. De resultaten dienen de interne reflecties op niveau van Rikolto breed en binnen het team België te voeden.

De evaluatie is een zelfevaluatie die uitgevoerd werd met ondersteuning van een externe consultant van ACE Europe. De M&E-medewerker van Rikolto heeft de aanpak van de tussentijdse evaluaties ontwikkeld, die door alle evaluatieteams in de verschillende landen gevolgd werd. Doel is een beoordeling te maken van de effectiviteit, relevantie en duurzaamheid van de interventies.

1.2. Methodologie en aanpak

De interne evaluatie werd begeleid door ACE Europe. De evaluatie is gestart met een outcome harvesting oefening met het hele team betrokken in het Belgische programma. Op basis van de outcome harvesting werden vervolgens een aantal cases geïdentificeerd die onderwerp zouden vormen van de evaluatie: (1) de campagne 'Ik ben meer dan mijn kassaticket' en (2) 'GoodFood@School'. Aangezien het faciliteren van multi-stakeholder processen een belangrijk kenmerk is in alle programma's van Rikolto werd er voor cases gekozen waarvan de begeleiding van MSP een onderdeel vormt.

In een gezamenlijke sessie met de externe consultant werd de ToC van elk van deze twee cases gereconstrueerd, en de methodologie uitgewerkt. Vervolgens werkte de externe consultant een handleiding uit voor het uitvoeren van de evaluatie m.i.v. interviewleidraden en een korte enquête voor leerlingen in de scholen met School Food Labs. De methodologie was voornamelijk gebaseerd op een kwalitatieve en interpretatieve aanpak, op basis van semigestructureerde interviews en focus groepsgesprekken. Door gebrek aan interesse in het uitvoeren van de enquête bij leerlingen bij de verschillende scholen, werd de enquête uiteindelijk slechts in één school afgenomen.

Voor elk van de cases werden de belangrijkste stakeholders opgelijst. Uit deze lijst werd een selectie gemaakt van te bevragen stakeholders, rekening houdend met haalbaarheid en werklast voor het team van Rikolto en met de belasting van de stakeholders. Zo werden retailers die bevraagd werden tijdens een eerdere evaluatie in opdracht van de Dienst Bijzonder Evaluatie (2018, o.l.v. HIVA) niet opnieuw aangesproken. De dataverzameling werd uitgevoerd in de periode november-december 2019. Volgende tabel geeft een overzicht van de geconsulteerde organisaties.

Case 1: Ik ben meer dan mijn kasticket		
Stakeholders	*organisatie/instelling/retailer*	*methodiek*
Middenveldorganisaties	- Lotte Van Boxem (KVLV) - Gwendolyn Maertens (Testaankoop) - Chris Crabbé (Gezinsbond) - Marc Demeyer (Landelijke Gilden) - Charles Snoeck (Fairtrade Belgium)	Bilaterale interviews en Focus groep gesprek
Retailers (nationaal)	- Anita Devos en Eva Biltereyst (Colruyt) - Roel Dekelver (Delhaize)	Bilaterale interviews
Geranten (lokaal)	- Regi Vandepoorte (Delhaize Gent)	Bilaterale interviews
Case 2: GoodFood@School		
Leden School Food Labs (mix van sterke en minder sterke School Food Labs) - Interview directie en leerkrachten - Enquête leerlingen (1 school)	Nathalie Van Hoecke (TIHF Brugge) David Van Vlierbergen (Stroom Leuven) Peter Wallays (Paridaens Leuven) Bart Burggraeve (deelnemer Lerend netwerk – school Oostende) Enquêtes 120 leerlingen en 19 leerkrachten	Bilaterale interviews Enquêtes
Leden SchoolFoodCouncils	**Gent**: Charlotte Hoemakers (Logo Gezondheid) Inge De Roose (stoemp) Katrien De Vuyst (Brede school) Lieta Goethijn (stad Gent)	Bilaterale interviews

	Brugge: Eline De Pelsmaeker (MOS) Donald Dupon (MOS) Stefan Lannoo (Wereldhuis) Laura Vandeweghe (Gezond Leven) Lode Tanghe (Provincie) Jan Van Winghem (Provincie)	Focus groep discussie
Cateraars	Arthur Hanssens (Hanssens catering) Lies Walcarius (culinor) Henk Heyerick (Compass) Dennis Christiaen (Compass) Tom Horemans (Delimeal)	Bilaterale interviews
Leden van de werkgroep Catering	Jolien Plaete (gezond leven) Rita Van Durmen (departement onderwijs)	Bilaterale interviews

Beperkingen van de tussentijdse evaluatie

Voor een tussentijdse evaluatie is het meestal niet aangewezen om een uitgebreide contributie-analyse uit te voeren. Dit vereist een grotere medewerking van verschillende betrokken actoren, onder andere voor het reconstrueren van een tijdslijn en het bevragen van verschillende interen en externe stakeholders, en is vooral relevant wanneer belangrijke beleids- of praktijdveranderingen gerealiseerd werden. Daarvoor is het nog te vroeg. Bijgevolg, beperkt de contributie-analyse zich tot een kwalitatieve inschatting van de bijdrage van Rikolto, op basis van de interviews met de directe betrokkenen in de projecten. Er werd gepolst naar de “vermeende” bijdrage van Rikolto aan de resultaten. Waar relevant werd de rol die Rikolto heeft opgenomen verder gespecificeerd: een trigger, een facilitator, een supporter (aanleveren van kennis bijvoorbeeld) of accelerator.

Er werd maar een beperkt aantal stakeholders geïnterviewd, gezien het tussentijdse karakter van de evaluatie en de beperkte tijd en middelen. Met name voor de GoodFood@School werden maar een beperkt aantal scholen geïnterviewd die niet representatief zijn voor het geheel. De keuze viel op scholen waar het project al bijna afgelopen was, zodat bepaalde effecten gemeten konden worden. Deze keuze sloot interessante initiatieven uit, die nog lopende waren ten tijde van de evaluatie. Deze informatie werd wel op een beschrijvende manier toegevoegd aan het rapport,

maar kon niet worden gevalideerd door bezoeken aan de scholen en interviews met alle betrokkenen.

2. KORTE BESCHRIJVING VAN HET PROGRAMMA EN DE GESELECTEERDE CASES

GoodFood@School (2017 – 2021)

GoodFood@School is een samenwerking tussen Rikolto, Fairtrade Belgium en Goodplanet, die scholen helpt bij het integreren van een gezond en duurzaam voedingsbeleid. Het programma ambieert een gezond en duurzaam voedingsbeleid in alle Vlaamse scholen tegen het eind van 2021, zowel in de keuken als in de klas, en valt volledig onder resultaat 2 van het DGD-programma. "De catering van de keukens in Vlaamse scholen is significant en structureel duurzamer en Vlaamse scholen organiseren een leertraject rond duurzame voeding". GoodFood@School intervenieert op drie niveaus: school – stad – Vlaanderen.

Rikolto begeleidt verschillende pilootscholen in 4 centrumsteden, tevens provinciehoofdsteden (Antwerpen, Brugge, Gent en Leuven), bij de ontwikkeling van een duurzaam en gezond voedingsbeleid. Samen worden doelstellingen geformuleerd en verschillende acties uitgetest, ontwikkeld en gestuurd door een werkgroep van het S*choolFoodLab of pilootschool,* waar leerlingen, leerkrachten en directie in zetelen. Goede praktijken worden gedeeld en opgeschaald naar stedelijk en Vlaams niveau.

Partnerorganisatie Goodplanet werkt rond het thema 'gezonde en duurzame voeding' in 60 andere scholen (via bv. "GoodFoodChallenges").

In de 4 steden/provincies organiseren we een SchoolFoodCouncil, een netwerk en samenkomst van alle spelers die op één of andere manier te maken hebben met gezondheid, duurzaamheid, onderwijs en/of voeding. Samen kijken we naar welke strategieën en acties we nodig hebben om ervoor te zorgen dat alle scholen van die stad/provincie werken aan een gezond en duurzaam voedingsbeleid. Vanuit deze council worden een aantal peer-to-peer trajecten opgezet: (1) goodfoodies, leerlingen die voedselambassadeur willen worden, inspireren medeleerlingen tot acties; (2) in leertrajecten inspireren leerkrachten en directies elkaar vanuit hun ervaring. Rikolto begeleidt vanuit zijn expertise. Alle geleerde lessen worden tot een toolkit gebundeld om mee te geven aan andere scholen.

Op Vlaams niveau werken we samen met belangrijke stakeholders: departementen Vlaamse Overheid; spelers gelinkt aan de Vlaamse Overheid zoals MOS (Milieuzorg Op School) en het Vlaams

Instituut Gezond Leven). Daarnaast willen we ook afstemmen met bepaalde koplopers, bedrijven en organisaties die de vlucht vooruit (willen) nemen.

Ik ben meer dan mijn kassaticket (2018 – 2021)

Ik ben meer dan mijn kassaticket is een campagne van burgerconsumenten die van duurzame voeding in de supermarkt de gewoonste zaak ter wereld wil maken. Ook al worstelen we in onze dagelijkse keuzes om duurzaam te kopen, we zijn 'meer' dan de producten en prijzen op ons kassaticket. De campagne draagt bij tot een breder draagvlak rond duurzame voeding (resultaat 3 in het DGD-programma: "Een significant deel van de Vlaamse samenleving engageert zich ten gunste van een duurzaam voedingsysteem") en zet druk op retailers om ambitieuze duurzaamheidsinspanningen te leveren in hun ketens en bedrijfspraktijken. Dit draagt bij aan resultaat 1 in het DGD-programma: "het aankoopbeleid van de private voedingssector in België is significant duurzamer".

De campagne is een initiatief van Rikolto, Fairtrade Belgium, KVLV, Femma, Gezinsbond, Landelijke Gilden en Test Aankoop en activeert zowel **burgerconsumenten als retailers** rond de gedeelde verantwoordelijkheid om duurzame consumptie te stimuleren. In **dialoog** proberen we een positieve dynamiek te genereren om zo vooruitgang te maken langs beide kanten. Wij creëren de setting voor deze dialoog door het organiseren van verschillende activiteiten zowel *offline* als *online*, zowel top-down als bottom-up. Aan burgers geven we een stem en bieden we hen handvaten om mee te werken aan oplossingen (in ateliers, via een columnreeks, via het stemmen op de award). Aan retailers bieden we zo een platform om met hun consumenten in dialoog te gaan over ambities, uitdagingen en obstakels die ze ervaringen om van duurzame voeding de normaalste zaak te maken. Via het **partnerschap met middenveldorganisaties** trachten we het thema 'duurzame consumptie' hoog op de agenda te zetten intern bij deze organisaties. We bieden hen instrumenten om hun leden te betrekken bij het thema en hierover te communiceren. Zo bereiken we een impact die de eigen organisatie overstijgt. Alle inzichten, beste praktijken, ... worden via **mediapartners** breed verspreid om zo het draagvlak voor duurzame en gezonde voeding te vergroten. Enkele belangrijke activiteiten:

- Column reeks: "beste supermarkt…": consumenten stellen vragen aan retailers; deze antwoorden zodat inzicht wordt verworven in bepaalde complexe duurzaamheidstopics. Communicatie hierrond wakkert het debat (online) aan.

- Seizoensgroente-challenge: i.s.m. kokkin Sofie Dumont wordt een seizoensgroentemenu opgesteld; consumenten worden gestimuleerd hiermee aan de slag te gaan en in hun supermarkt op zoek te gaan naar de groenten in kwestie (en feedback te geven online); supermarkten worden gevraagd deze producten 'zo gemakkelijk mogelijk' aan te bieden.
- Ik ben meer dan mijn kassaticket-ateliers: in 2019 organiseerden we 13 ateliers in steden en gemeenten rond een duurzaamheidsthema. Consumenten, retailers en marketeers gingen in dialoog met elkaar en zochten naar oplossingen op duurzame en gezonde producten 'het nieuwe normaal' te maken in *hun* supermarkt.
- Kassaticket-award: de award beloont initiatieven van supermarkten die duurzame voeding mainstream maakt en hiermee op een serieuze manier aan de slag gaat. We willen zo die initiatieven verder stimuleren en ook burgers op de hoogte brengen van wat allemaal mogelijk is (en waar zij mee voor kunnen pleiten). Na een selectie door een professionele jury, waren het uiteindelijk de burgers die de winnaar konden kiezen (ism. deStandaard).

3. ANALYSE CASE 1: IK BEN MEER DAN MIJN KASSATICKET

De campagne 'Ik ben meer dan mijn kassaticket' bestaat uit drie complementaire strategieën die er samen moeten toe bijdragen dat retailers keuzes maken ter bevordering van duurzame consumptie. Deze drie strategieën of pathways of change zijn:

- Draagvlak voor duurzame consumptie vergroten via acties van middenveldorganisaties
- De dialoog aangaan met consumenten en retailers om te onderzoeken hoe duurzame consumptie in de supermarkten gestimuleerd kan worden (ateliers)
- Een media en consumentencampagne om druk uit te oefenen op retailers.

3.1. Effectiviteit

Pathway 1: Acties opbouwen via het middenveld

Input:

- Overleg en samenwerking met middenveldorganisaties
- Enthousiasme en kennis opbouwen bij 1 persoon of 1 team

Output:

- Duurzame voeding komt op de agenda van de middenveldorganisaties
- Middenveldorganisaties hebben kennis over duurzame voeding en zijn bereid om mee na te denken welke acties opgezet kunnen worden genomen om de eigen achterban te informeren en te overtuigen

Outcome:

- Duurzame voeding is geïntegreerd in eigen programma en activiteiten van middenveldorganisaties
- Leden/consumenten krijgen meer inzicht en tools om duurzaam te consumeren
- Leden/consumenten gaan effectief meer duurzaam consumeren
- Leden/consumenten geven signaal aan de retailers ter verduurzaming

Indicatoren:[1]

6	*Betrokkenheid van partners bij project:* ***4**: Leeft in de organisatie, er is bereidheid engagement uit te breiden (financieel, inhoudelijk)* ***3**: Partners zetten hun schouders onder duurzame voeding en engageren hun achterban proactief* ***2**: partners denken mee na en creëren eigen content* ***1**: partners volgen mee (passief)* *0: partner doet niet (meer) mee*	2018: Alle 7 partners zitten in 1 2021: minstens 4 zitten in 4	2018: KVLV, Testaankoop in 2 Land Gilde, FTB, Femma, Gezinsbond in 1 2019: KVLV, FTB in 1 Femma, Gezinsbond, LG in 2 TA in 3
7	*Communicatie – inspanningen van partners (intensiteit)*		2019: minder dan 2018? Minder materiaal aangeboden door Rikolto?

[1] Info over kwantitatieve indicatoren is toegevoegd in bijlage

8	*Ondersteuning van extra partijen in de communicatie (naast de kernpartners)*	2018: 3 andere organisaties 2021: 10	2018: Eva, … ? communiceren mee

Assumpties:

- Er is een intern spill-over effect in de middenveldorganisaties: de trekkers slagen erin collega's en besturen te overtuigen
- De aangeboden tools en actievoorstellen zijn relevant (realistisch, haalbaar en aangepast aan profiel en verwachtingen van de leden) voor de middenveldorganisatie
- Er zijn aanknopingspunten over duurzaam consumeren met de visie, beleid en programma van de middenveldorganisatie
- Het verwerven van inzicht en concrete suggesties en handelingsperspectieven zet leden aan om hun eigen consumptiepatroon te veranderen

Resultaten tot nu toe – de verwachte *outputs* zijn in grote mate gerealiseerd. Rikolto werkt samen met een aantal middenveldorganisaties (# 6[2]) in het kader van de campagne "IBMDMKT". Zij werden betrokken in alle componenten van de campagne: (i) deelname aan en mede-organisatie van enkele ateliers waar een dialoog werd aangegaan tussen consumenten, retailers en marketeers, (ii) verspreiden van informatie over het thema duurzaam consumeren in de eigen communicatiekanalen, (iii) promoten van de publiekscampagne over de Award "Ik ben meer dan mijn kassaticket". Met de middenveldorganisaties werd nog niet intensief gewerkt rond het ontwikkelen van tools en methodieken over duurzaam consumeren, die in de eigen programmatie kunnen worden opgenomen. Wel zijn een beperkt aantal afdelingen en groepen van burgers (Gezinsbond Edegem; KVLV) geïnteresseerd om het model van de ateliers verder toe te passen op lokaal niveau. In Gent werd bijvoorbeeld beslist om na het kassaticket-atelier van juni 2019 een hele reeks ateliers te organiseren in het najaar, getrokken door enkele Gentenaren – vrijwilligers. De avonden in november en december werden door een groep burgers gedragen, met inhoudelijke ondersteuning van Rikolto. In Edegem heeft de Gezinsbond Edegem na haar deelname aan één van de ateliers besloten om in december 2019 een activiteit rond duurzame voeding te organiseren.

De campagne sluit aan bij de visie, beleid en het programma van middenveldorganisaties rond duurzame voeding en de samenwerking met Rikolto zorgde voor nieuwe invalshoeken, en toegang tot relevante informatie die in de communicatie kon worden opgenomen. De middenveldorganisaties hebben de campagne nog niet aangegrepen om het thema duurzame

[2] Testaankoop, Femma, Landelijke gilden, Ferm (KVLV), Gezinsbond, Fairtrade Belgium

voeding meer te integreren in het eigen beleid en programmatie. De campagne kan gezien worden als een klein, *ad hoc* project waaraan de organisaties hun medewerking hebben verleend. Slechts een beperkt aantal personen binnen deze organisaties waren betrokken in de campagne. Op de engagementschaal kunnen we de middenveldorganisaties situeren tussen de niveaus 1 (partners volgen mee, passief) en 2 (partners denken mee na en creëren eigen content). Het is nog te vroeg om te claimen dat de partners hun schouders zetten onder duurzame voeding en hun achterban proactief engageren (niveau 3) of bereid zijn hun engagement uit te breiden (financieel, inhoudelijk) (niveau 4). Er is wel een basis gelegd voor verdere samenwerking met Rikolto.

Verklarende factoren:

- Er waren driemaandelijkse meetings met alle middenveldorganisaties samen om de campagne te bespreken. De betrokkenheid van elke middenveldorganisatie was beperkt tot de contactpersoon. De mate waarin de campagne verder intern gedeeld en besproken werd, was verschillend tussen de organisaties en afhankelijk van de opdracht, verantwoordelijkheden en positie binnen de organisatie van de betrokken contactpersonen. Niet in elke organisaties werd samengewerkt met de meest geschikte persoon om het thema intern op de agenda te houden en te verdedigen.
- Elke organisatie heeft een planningscyclus voor communicatie, acties, programmatie. De campagne was onvoldoende afgestemd op deze cyclus/planningsritme waardoor het voor de contactpersonen binnen de organisaties niet altijd mogelijk was om snel te reageren, content op het juiste moment bij de communicatie verantwoordelijken te krijgen, of concrete acties binnen te brengen in de nationale en lokale programma's.
- De campagne was onvoldoende duidelijk voor de middenveldorganisaties. De organisaties voelden zich te weinig betrokken in de uitwerking van de campagne en hadden bijgevolg weinig inzicht in de samenhang van de verschillende onderdelen van de campagne. De middenveldorganisaties hadden geen zicht op wat Rikolto en de andere partners gedaan hebben en hoe de campagne in haar geheel was opgebouwd.

De middenveldorganisaties blijven wel interesse hebben in een samenwerking op dit thema. Het sluit aan bij hun eigen beleid, organisatiedoelstellingen en programma, en de aanpak van Rikolto is vernieuwend, met name de samenwerking met de supermarkten en het feit dat de

verantwoordelijkheid niet alleen bij de consument gelegd wordt maar ook bij de retailers. Er werd een waardevolle basis gelegd voor een verdere samenwerking.

Het is nog te vroeg om resultaten te verwachten op het *outcome niveau*. De middenveldorganisaties die hebben deelgenomen aan de campagne, hadden reeds aandacht voor duurzame voeding maar door de samenwerking met Rikolto werden nieuwe thema's, invalshoeken en actiemodellen aangereikt. De mate waarin de middenveldorganisaties hiermee zullen verder gaan na afloop van het programma is voorlopig onduidelijk. Wat betreft de resultaten bij de leden/consumenten, volgens de middenveldorganisaties hebben de leden zeker een beter begrip gekregen van duurzame voeding maar blijft het thema complex en bij een gebrek aan concrete handelingsperspectieven weten de leden nog steeds niet welke keuzes ze moeten maken i.f.v. duurzaam consumeren/duurzame voeding. Verklarende factoren:

- De campagne was beperkt in tijd en beperkt in bereik. In de ateliers werd een kleine groep van 'reeds bewuste' consumenten bereikt. De deelnemers aan de online-campagne verschilden van de deelnemers aan de ateliers en er was geen interactie tussen deze groepen.
- De campagne was niet heel duidelijk, en bestond eerder uit losse flodders. De titel was moeilijk om uit te leggen en onvoldoende wervend.
- Het aantal consumenten dat 'een signaal' geeft aan de retailers is onvoldoende groot en onvoldoende representatief voor het geheel aan consumenten om voldoende druk uit te oefenen op de retailers.
- De tools en actievoorstellen van de campagne waren relevant, maar er ontbraken duidelijke handelingsperspectieven. Het is doorheen de campagne voor de leden/achterban niet duidelijk geworden welke keuzes hij/zij moeten maken m.b.t. duurzaam consumeren.

Bijdrage Rikolto: Rikolto wordt door de geïnterviewden erkend als expert op het domein en haar aanpak is complementair aan de interventies van de middenveldorganisaties, met name de ateliers en de samenwerking met retailers. Rikolto brengt vernieuwende invalshoeken binnen, onder andere door het faciliteren van een dialoog tussen consumenten en retailers en het feit dat de consument niet alleen verantwoordelijk wordt gesteld voor duurzaam consumeren maar ook retailers op hun verantwoordelijkheid worden gewezen. Het is nog te vroeg om een contributie-

analyse uit te voeren aangezien de resultaten op outcome niveau nog beperkt zijn. We kunnen wel besluiten dat hoewel de bijdrage van Rikolto aan de beoogde verandering binnen de middenveldorganisaties vooralsnog beperkt is, Rikolto vooral een ondersteunende rol heeft door het binnen brengen van nieuwe kennis en actiemodellen.

Conclusie:[3] De betrokkenheid van de IBMDMK-partners evolueert van "reactieve partners" naar "proactieve partners" (2 partners in niveau 1, 3 partners in niveau 2 en 1 partner in niveau 3 op de vierpuntschaal). Het vooropgestelde doel voor 2021 is nog niet bereikt (minstens 4 middenveldorganisaties zijn bereid hun engagement uit te breiden (financieel en programmatisch). De aanpak van Rikolto dient gedeeltelijk bijgestuurd te worden om de betrokkenheid van IBMDMK-partners te verhogen, waarbij oog moet zijn voor het versterken van het ownership van de campagne bij de middenveldorganisaties, het afstemmen van de interventies op de planningscyclus van elke organisatie en het identificeren van de juiste 'agents of change' binnen elke organisatie. Er is behoefte aan tools en methodieken over duurzaam consumeren die in de eigen programmatie kunnen worden opgenomen.

Pathway 2: Dialoog met consumenten, marketeers en geranten van supermarkten

Input:

- Faciliteren van kassaticket ateliers (middenveld, geranten, retailers): discussie o.b.v. stellingen, zoeken naar concrete suggesties en oplossingen om duurzame consumptie te stimuleren in de supermarkt
- Rikolto faciliteert de opschaling van lokale experimenten in lokale winkels

Output:

- Consumenten en retailers verwerven kennis, inzichten en handvaten voor concrete actie
- Retailers zijn bereid om actie te ondernemen

Outcome:

- Geranten experimenteren, nemen actie in de eigen winkel
- Retailers zijn overtuigd en passen de keuze-architectuur aan tvv duurzame consumptie
- Retailers nemen straffere duurzaamheidsinitiatieven

Indicatoren:

12	*Samenwerking retailers* ***4**: intern communiceren: ze zetten nieuwe initiatieven op poten ikv. kassaticket* ***3**: ze communiceren transparant, er is sprake van een eerlijke dialoog* ***2**: ze antwoorden met PR praatje* ***1**: ze doen niet mee*	2018: alle 5 in 1 2021: minstens 1 in cat4; 2 in cat 3	2018: alle 5 in categorie 2 2018: FT bananen 2019: Carrefour 'seizoensgroentechallenge'; Delhaize

[3] Gebaseerd op de effectiviteitshypothese die geformuleerd werd ter voorbereiding van de evaluatie

			reclame met kassaticket + (3) alle retailers doen mee met award
13	*Aantal pilootprojecten opgezet in kader van Citizens for the Foodture die het voor de consument aantrekkelijker maakt om duurzaam te consumeren*	Twee dynamische pilootprojecten	2018: 1 opgezet (Delhaize), 1 in prospectie (Carrefour) 2019: 2 In Gent wordt vervolgtraject opgezet met retailers (kassaticket 2.0) + projecten 'geïnspireerd' op citizens Carrefour 'seizoensgroentechalleng'

Assumpties

- Interesse bij retailers om deel te nemen aan de dialoog (kassaticket ateliers)
- Voorstellen uit de ateliers zijn relevant (haalbaar en realistisch) voor de retailers
- Deelname aan ateliers doet deelnemers uit de verschillende groepen nadenken
- Nationale retailers worden geïnspireerd door initiatieven in lokale winkels

Resultaten tot nu toe – de verwachte *outputs* zijn al gedeeltelijk gerealiseerd. Rikolto slaagde erin om een online dialoog rond 8 duurzaamheidsthema's op te zetten (2018) en om 15 ateliers te organiseren waarin een open dialoog gecreëerd werd tussen de verschillende partijen (2019), met interessante inzichten tot resultaat. De resultaten werden telkens (in de vorm van quotes, verslagen) breed gecommuniceerd via nieuwsbrieven binnen de 'kassaticket-community', via social media van Rikolto en partners, via het netwerk van de atelier-experten en via lokale media. Per atelier werden naast 1 à 3 geranten en de lokale consumenten ook telkens een expert in marketing en consumentengedrag uitgenodigd. Zo zijn er marketeers van Vlerick Hogeschool, Erasmus Hogeschool, UGent, Universiteit Antwerpen, Hogeschool Gent en KULeuven gepasseerd. Ze hebben de informatie over de ateliers telkens bij hun collega's en studenten verspreid. Daarnaast werd er per atelier samengewerkt met een jongere uit het desbetreffende dorp of stad die op een creatieve wijze aan de slag ging met het gekozen thema (filmpjes, cartoons, interviews in de straten en op basis daarvan installaties ontworpen, …).

Zowel de *online columnreeks* als de *kassaticket ateliers* blijken interessante ontmoetingsplaatsen te zijn waar consumenten en retailers met elkaar in dialoog kunnen gaan. Voor retailers was het interessant om kennis te nemen van de standpunten van consumenten. Zowel de columns als de ateliers brachten een discussie en reflectie op gang bij de retailers, zowel op nationaal als op lokaal niveau, al was het maar omdat ze zich moesten voorbereiden met een gestaafd antwoord (columns) of op hun deelname aan het atelier. De mate waarin retailers reageerden op de campagne is

verschillend. De antwoorden op de columns waren aanvankelijk zeer positief geformuleerd, PR paartjes. Rikolto heeft hierop gewezen – waarna er 'eerlijkere' antwoorden kwamen, met af en toe werkpunten geformuleerd. We kunnen nog niet spreken van zeer transparante en eerlijke feedback, maar er is toch een evolutie gemaakt. Ook bij de ateliers zagen de meeste deze vooral als een mogelijkheid om hun eigen strategieën toe te lichten (niveau 2: ze antwoorden met een pr-praatje). Voor een minderheid van de deelgenomen retailers waren de ateliers interessant om de standpunten en wensen van consumenten te leren kennen en concrete ideeën op te doen (niveau 3: er is sprake van een eerlijke dialoog).

Betreffende het opstarten van concrete pilootprojecten: het voortraject van '..kassaticket' heeft geleid tot 1 pilootproject bij Delhaize rond de promotie van duurzame producten via hun e-sales kanalen. De samenwerking verliep niet volgens plan. De onvoldoende grondige omkadering en implementatie van de testen maken dat de resultaten niet representatief zijn noch kunnen opgeschaald worden. Overigens zijn de resultaten niet publiek toegankelijk, dus konden we hier niet over communiceren. Met Carrefour is geprobeerd een pilootproject op te starten, maar is dit niet gelukt door personeelswissels. We merken dat marketing een gevoelig domein is voor retailers en dat pilootprojecten hier moeilijk opgestart kunnen worden, op nationaal niveau. Hierdoor hebben we een *switch* gemaakt naar lokale ateliers en mogelijke piloten met lokale geranten. De ateliers hebben echter ook niet geleid tot concrete initiatieven/experimenten in de lokale winkels (niveau 4), met uitzondering van de Delhaize in Gent en Bio-Planet in Leuven. Desalniettemin is er veel enthousiasme en vraag bij lokale geranten om rond dit thema te werken en op nationaal retailer niveau was men eveneens lovend over deze ateliers, alhoewel men de beperkte opkomst betreurt (gemiddeld 30 – 50 personen per avond).

Bij de *award* is het nog te vroeg om te zien om deze campagne een stimulerende factor was voor verdere verduurzamingsinitiatieven bij retailers. Wel participeerden alle vijf 'grote' retailers (Lidl-Aldi-Colruyt-Delhaize-Carrefour) met inzendingen.

Verklarende factoren:

- De retailers merkten op dat de 'kassaticket-community' die naar ateliers komt een overtuigde groep consumenten is. Bovendien was de opkomst beperkt en zijn deze consumenten niet representatief voor de totale groep van consumenten. De campagne rond de 'kassaticket-award' heeft tot doel dit open te breken en te verbreden (zie verder).

- De ateliers leverden voorlopig weinig haalbare en realistische voorstellen voor de lokale geranten, maar voor een aantal geranten waren de ateliers inspirerend en motiverend om verder bezig te zijn met het thema.
- Uit de interviews leren we dat een individuele gerant niet veel bewegingsvrijheid heeft om te experimenteren. De lokale winkels moeten het beleid en strategieën volgen die door de nationale hoofdzetels worden uitgestippeld. Bij retailers met een gedecentraliseerde structuur (Delhaize en Carrefour) is er meer ruimte voor lokale initiatieven. In alle gevallen kan een groep van geranten wel druk uitoefenen op de nationale hoofdzetel om bepaalde strategieën aan te passen. De macht die een groep geranten kan uitoefenen op de hoofdzetel om bepaalde dingen in gang te zetten, verschilt tussen de retailers. Volgens de geïnterviewde retailers zijn de meeste lokale geranten niet goed op de hoogte van de bedrijfsstrategieën van de hoofdzetel m.b.t. duurzaam consumeren en duurzame voeding.
- Er blijken nog niet veel gemotiveerde geranten geïdentificeerd, die vanuit een intrinsieke motivatie aandacht hebben voor het thema duurzaam consumeren/duurzame voeding.
- Retailers vinden dat ze al heel goed bezig zijn op het vlak van duurzaamheid, maar staan wel open voor een dialoog over duurzame voeding. Retailers verwijten elkaar 'greenwashing'.

Gezien de bovenbeschreven uitdagingen op outputniveau is er nog geen evidence voor resultaten op outcome niveau.

Bijdrage Rikolto: Het thema duurzaam consumeren en duurzame voeding staat al geruime tijd op de agenda van de retailers en Rikolto werkt al langer samen met de retailers. In dit programma faciliteert Rikolto de dialoog tussen retailers en consumenten. We kunnen veronderstellen dat Rikolto door deze initiatieven bijdraagt tot het versnellen van het debat op nationaal niveau. Rikolto zorgt er mee voor dat het thema op de agenda blijft staan, fungeert als aan "wake-up" call en daagt de retailers uit. Rikolto verrijkt het debat en gaat in tegen de polarisering. Voor lokale winkels heeft Rikolto de rol van "trigger" opgenomen. Zonder de kennismaking met Rikolto zouden lokale winkels minder inspanningen doen om bijvoorbeeld lokale producten in de winkel te krijgen (vb. Delhaize Gent). Het is nog te vroeg om een contributie-analyse uit te voeren aangezien de resultaten op outcome niveau nog beperkt zijn.

Conclusie: Geranten en retailers denken na over duurzame consumptie en evolueren van het verkopen van PR-praatjes naar het opzetten van initiatieven i.k.v. de campagne in de eigen winkels (meer n.a.v. de mediacampagne -zie volgende pathway of change- dan n.a.v. de ateliers met consumenten). Alle retailers zijn geëvolueerd op de vierpuntschaal, alle vijf doen mee aan de campagne en engageren zich in een dialoog die het PR-praatje overstijgt. Er zijn voorbeelden van nieuwe initiatieven bij 2 retailers. Er werden minder lokale initiatieven genomen dan oorspronkelijk verwacht omwille van de beperkte bewegingsvrijheid voor lokale geranten om lokaal te experimenteren en het feit dat duurzame consumptie nog maar een kleine klantengroep aanspreekt. Er is wel enthousiasme gecreëerd om verder na te denken over duurzame consumptie bij een kleine groep lokale geranten. Het organiseren van multi-stakeholder ateliers en het faciliteren van lokale experimenten blijken voorlopig minder effectief dan de grotere mediacampagne. De ateliers hebben nog niet kunnen bijdragen tot straffe duurzaamheidsinitiatieven op lokaal vlak. We zullen zelf geen pilootprojecten meer op starten, maar houden bij welke projecten in de marge van deze campagne zijn ontstaan of werden beïnvloed.

Pathway 3: Creatie burgerbeweging

Input:

- Duurzame consumptie zichtbaar maken via middenveldorganisaties (zie pathway middenveld) en in de media
- Belonen van goede initiatieven van retailers met een award (via publieksstemming)
- Initiatieven voor duurzame consumptie in de nieuwsmedia krijgen

Output:

- Concrete acties duurzame consumptie in de winkels
- Consumenten kopen duurzame producten
- Burgerbeweging geeft signaal ter verduurzaming (zie ook pathway middenveld)
- Retailers die goede initiatieven namen worden gestimuleerd om verder te doen

Outcome:

- Retail reageert op signaal van consumenten
- Retailers nemen straffere duurzaamheidsinitiatieven

Indicatoren:

1	*Aantal volgers op website 'kassaticket'*	*Baseline: 0* 2018: 5000 2019: 10.000 2020: 20.000 2021: 30.000	2018: 5385 2019: 5860
2	Aantal paginasessies per jaar (kassaticket pagina)	Baseline: 0 2021: 15.000	**2019**: 19.068 bezoeken (=sessies) (-**23,85**% tov 2018) Mediaan: 1.472 sessies per maand (**+141**% tov 2018)

3	Aantal community volgers op facebook 'kassaticket'	Baseline:0 2018: 202	2018: 182 2019: 414 leden (+127%)		
4	Bereik 'offline' door events		**2018**: 0 (enkel online) **2019**: 350 personen 14 ateliers (gemiddeld 25 man aanwezig)		
5	Bereik van de communicatie door partners - offline bereik print publicaties - online: views	Baseline: 0 2019:	**2018** print publicaties: 1.369.021 facebook views cumulatief: [6121 - 31.420] LG: [1000 – 3500] Femma: [710 – 4315] FT: [511 – 4505] TA: [–] Gezinsbond: [3200 – 7100] Rikolto: [700 – 12000] **2019** Print / facebook: zelfde? Destandaard: 3260 stemmers; leespotentieel op papier: 715.100; stempagina: 14.372 views		
9	*Aantal nieuwsitems in de mainstream media die de IBMDMK-campagne vermelden*		2021: minstens 2/jaar	**2018**: deStandaard, Morgen, VRT **2019**: Knackweekend, deStandaard, Vilt, Gondola, retaildetail, Charlie, MO, lokale kranten	
10	*Van de hoeveel keer we journalisten proactief aanschreven werd er iets gepubliceerd? (ratio)*		2021: 6 keer	**2018**: 0 **2019**: 1 (knack?)	
11	*Hoeveel keren worden we gevraagd om onze expertise? (=in media; in panel zitten; gaan spreken op events die wij niet georganiseerd hebben)*		2021: 6 keer	**2018**: 0 **2019**: 5 (Charlie magazine 'meiplasticvrij' + VN conferentie; SDG conferentie; vormingplus Hoogstraten, UCLL)	

Assumpties:

- Door de Award krijgen retailers zichtbaarheid wat bijdraagt aan hun marketing (award)
- Retailers vinden het belangrijk om duurzaamheid in hun marketingstrategie op te nemen (win-winsituatie)
- Druk/signaal vanuit de consumenten is voldoende sterk om retailers in beweging te zetten

Resultaten tot nu toe: Met de campagne werd het thema van duurzame voeding op de agenda gezet van de deelnemende middenveldorganisaties en de retailers. De campagne werd versterkt door een mediacampagne opgebouwd door een Award uitreiking. Om de Award voor te bereiden werd door Rikolto, in samenwerking met experts uit de academische wereld en enkele middenveldorganisaties (waaronder het Algemeen Boeren Syndicaat dat de belangen van de familiale boeren verdedigt), een lijst van beoordelingscriteria opgesteld waaraan duurzaamheidsinitiatieven dienen te voldoen. Deze criteria hebben de interne reflectie bij de retailers gevoed. De retailers hebben sterke voorbeelden van inspanningen om 'duurzame voeding

mainstream te maken' ingestuurd voor deelname aan de Award; de genomineerden kregen uitgebreid aandacht in de media (via partnerschap met deStandaard). De Award biedt retailers een platform om te tonen *welke* inspanningen ze al doen om duurzame consumptie te stimuleren en wil – dankzij een lijst criteria – ook onderscheid maken tussen doordachte initiatieven of eerder PR gerichte projecten of greenwashing. De uitreiking van de Award zal plaatsvinden na de evaluatie, dus een effect van de wedstrijd kon nog niet mee worden opgenomen in de interviews met de retailers en geranten, die uitgevoerd werden in november 2019.

De *outputs* zijn in grote mate gerealiseerd. Een groep consumenten heeft het signaal gegeven voor de noodzaak tot verduurzaming van het aanbod bij de retailers (5.860 intekeningen op de website 'kassaticket' per eind 2019 en 3.260 mensen brachten hun stem uit voor de award). Dit is een groot bereik, maar de groep vertegenwoordigt vanzelfsprekend maar een fractie van de consumenten. Dit bereik (en het feit dat de Award gecoverd werd door de Standaard met een lezerspubliek van 715.100 abonnees) is echter voldoende om de retailers ervan te overtuigen om aan de Award mee te doen, en zodoende wordt het debat over duurzame voeding bij de retailers warm gehouden. Rikolto slaagde erin om de vijf grote retailers te laten deelnemen aan de wedstrijd. Zij stuurden in totaal 11 inzendingen van duurzaamheidsinitiatieven (Colruyt groep 3, Delhaize 2, Lidl 2, Aldi 2 en Carrefour 1).

Op nationaal niveau zijn de retailers al langer bezig met het thema duurzaamheid, hierbij gevoed door verschillende actoren waaronder ook Rikolto. Het is moeilijk om onze bijdrage via deze campagne te claimen, maar we zien toch wel cases of initiatieven waar we vermoedelijk inspiratie voor geleverd hebben. In 2019 lanceerde Carrefour bijvoorbeeld een 'seizoensgroente-challenge', zeer gelijkend op de gelijknamige campagne die wij in 2018 hebben opgezet. De indicatoren geven niet aan wanneer Rikolto de campagne als succesvol beoordeelt, met name hoeveel en wat voor soort initiatieven men van de retailers verwacht.[4] De campagne spoort alleszins retailers aan om hun goede initiatieven verder te zetten. Het is nog te vroeg om veranderingen op *outcome niveau* waar te nemen.

[4] Voorbeeld: baseline indicator: aantal bestaande producten of acties die voldoen aan de lijst van beoordelingscriteria voor duurzaamheidsinitiatieven per retailer; indicator op output of outcome niveau: aantal nieuwe producten of acties die voldoen aan de beoordelingscriteria per retailer. Of volgens outcome mapping: expect to see: x retailers nemen deel aan de award; like to see: x retailers implementeren een nieuwe actie of lanceren een nieuw product dat voldoet aan de lijst van beoordelingscriteria; love to see: x retailers evolueren in hun duurzaamheidsinitiatieven van eenvoudigere acties en 'low hanging fruit' naar meer complexe productenketens.

Verklarende factoren:

- De vertrouwensrelatie tussen de retailers en Rikolto die doorheen de jaren werd opgebouwd zorgt voor dialoog en bereidheid om aan de campagne deel te nemen, naast het feit dat de campagne voor media-aandacht zorgt. Het risico is dat de samenwerking vooral vanuit marketingstandpunt wordt gezien. Rikolto heeft vooralsnog moeilijk toegang tot andere afdelingen van de retailers om druk uit te oefenen op het beleid.
- Retailers moeten al hun klanten tevreden houden en niet alleen de milieubewuste, kritische consument. Het proces van verduurzaming van het aanbod zal bijgevolg langzaam verlopen. Retailers hebben alvast lange termijndoelstellingen, maar die worden nog onvoldoende vertaald naar concrete acties op kortere termijn. Via de award kunnen de retailers tonen wat ze al doen. De award heeft echter nog geen aanleiding gegeven om nieuwe initiatieven uit te testen. De groep van kritische consumenten is nog te klein om effectief door te wegen op de besluitvorming van de retailers.
- Duurzame voeding wordt nog niet beschouwd als dominante factor in de onderlinge concurrentiestrijd.

Bijdrage Rikolto: de campagne, m.i.v. het signaal van een groep consumenten en de media-aandacht, draagt ertoe bij dat het thema van duurzame voeding warm wordt gehouden bij de retailers. Door het ter beschikking stellen van de beoordelingscriteria voor duurzaamheidsinitiatieven draagt Rikolto bij tot het vergroten van kennis en het realiseren van een consensus hierover bij de verschillende stakeholders (retailers, experten, middenveldorganisaties).

Conclusie: Geranten en retailers denken na over duurzame consumptie en evolueren van het verkopen van PR-praatjes naar het opzetten van initiatieven voor de verduurzaming van hun aanbod. Alle retailers hebben concrete duurzaamheidsinitiatieven laten screenen op de duurzaamheidscriteria en deelgenomen aan de Award.[5] De campagne kreeg veel weerklank in de media (bereik overstijgt de geplande targets op de meeste kwantitatieve indicatoren). We stellen vast dat de aanpak van Rikolto effectief was, met name door druk uit te oefenen op retailers via

[5] De indicator verwijst naar een 4-puntsschaal, maar niveau 4 “nieuwe” initiatieven i.k.v. kassaticket in niet duidelijk. Wanneer is er sprake van een ‘nieuw’ initiatief. Of niveau 3: ze communiceren transparant, er is sprake van een eerlijke dialoog: hoe wordt dit beoordeeld?

een consumenten- en mediacampagne, hebben alle retailers duurzaamheidsinitiatieven opgezet i.k.v. de campagne.

3.2. Duurzaamheid

Aangezien dit een tussentijdse evaluatie is en het programma halfweg is, zijn er vanzelfsprekend nog een aantal uitdagingen om duurzame resultaten te bereiken. Duurzaamheid werd ingebouwd in de strategie door de samenwerking met de middenveldorganisaties. Het thema sluit aan bij beleid en programma's van deze middenveldorganisaties. Het komt erop aan om de strategie aan te passen zodat de middenveldorganisaties blijvend aandacht zullen besteden aan duurzaam consumeren en duurzame voeding in hun werking, waardoor een groeiende groep van consumenten door haar consumptiepatroon een signaal geeft aan de retailers om hun aanbod aan te passen.

Het feit dat Rikolto erin slaagt om het thema van duurzame voeding op de agenda te houden van de retailers is op zich al een belangrijk resultaat. Dit soort lobbytrajecten zijn langdurig en de evoluties zijn moeilijk te voorspellen. De vraag stelt zich welke 'triggers' nodig zijn om het voedingsaanbod geleidelijk aan te doen opschuiven ten voordele van duurzame consumptie. Druk vanuit een kleine, reeds geëngageerde maar niet representatieve consumentengroep zorgt ervoor dat retailers in debat blijven gaan, al was het maar om ook deze consumenten te bedienen, maar zorgt voor onvoldoende druk voor fundamentele veranderingen. Contextfactoren zoals een voedingsschandaal of een economische crisis kunnen triggers zijn. Het komt erop aan om klaar te staan om opportuniteiten te grijpen wanneer ze zich zullen voordoen. Om die reden is het belangrijk om de kennis van de retailers over duurzame voeding en mogelijke initiatieven te blijven voeden.

In het verleden heeft Rikolto al succesvolle samenwerking opgezet met retailers in de vorm van pilootprojecten. Het is heel ambitieus te verwachten dat, in de korte doorlooptijd van de campagne, retailers zowel op nationaal als lokaal niveau initiatieven nemen in functie van het verduurzamen van hun aanbod. Dit is een proces dat beïnvloed wordt door verschillende belangen (belangen inkoop, druk op duurzaamheid, omzet, marketingstrategieën, enz.). De beoordelingslijst met duurzaamheidscriteria, uitgewerkt met medewerking van academici, zorgt alvast voor een stevige onderbouwing van het debat en voor een evolutie naar een gemeenschappelijk en gedeeld kader

wat betreft duurzame voeding. Deze lijst met criteria zal vermoedelijk het debat verder ondersteunen.

3.3. Conclusies, geleerde lessen en exit-strategieën

De IBMDMK-campagne is een goed ontworpen campagne, met relevante strategieën. Sterk is de combinatie van bottom-up en top-down benaderingen, het aanspreken van een bepaalde consumentenpubliek en het combineren van de dialoog met een grootschalige mediacampagne. De campagne is zeer professioneel opgezet en uitgevoerd, en Rikolto wordt door de verschillende stakeholders erkend in haar expertise en haar innoverende aanpak.

De targets die gesteld werden zijn misschien wel ambitieus. Het feit dat het debat warm gehouden wordt en Rikolto als 'waakhond' fungeert, kan al een belangrijk resultaat op zich zijn. Rikolto zou 'tussenstappen' kunnen identificeren per retailer om op te volgen in welke richting een bepaalde retailer evolueert (op basis van een realistisch stappenplan) en welke acties er nodig zijn, eventueel aangepast per retailer.

Uit de evaluatie blijkt dat een aantal assumpties niet bevestigd konden worden, waardoor een aantal aanpassingen in de strategie nodig zijn. De suggesties werden telkens geformuleerd door de consultant, de aanpassingen door Rikolto.

Transversale strategie: Het hanteren van een dialoogmodel zorgt voor constructief-kritische benadering van het thema duurzame consumptie

Uit de evaluatie blijkt dat we geapprecieerd worden voor de constructief-kritische toon die we hanteren. We zullen dit blijven doen: niet provoceren, maar verschillende actoren uitnodigen om met elkaar in gesprek te gaan, steeds vanuit een kritische houding, een zekere alertheid en met een duidelijke vraag.

Pathway 1: Draagvlak voor duurzame consumptie versterken bij middenveld door samen te werken op concrete acties en hen te ondersteunen

Uit de evaluatie blijkt dat de samenhang van verschillende onderdelen niet altijd duidelijk is voor de partners en dat er nog geïnvesteerd kan worden in een krachtige stuurgroep. Daarnaast moet

de samenwerking met de middenveldorganisaties afgestemd worden op de plannings- en besluitvormingsprocessen van elke organisatie. De juiste personen binnen elke organisatie dienen geïdentificeerd te worden.

- ➔ We hebben gekozen voor een andere aanpak in de samenwerking met middenveldorganisaties. We zullen in 2020 op meer regelmatige basis bijeen te komen om acties meer in co-creatie uit te werken *from scratch*. Dit kan mogelijks het ritme vertragen, maar komt het eigenaarschap van partners en inzicht in de campagne ten goede. Zo kunnen we ook beter op opportuniteiten inspelen van partners en beter verankeren in eigen organisaties. Concreet zullen we ook meer verantwoordelijkheden uitbesteden aan partners.
- ➔ We zullen nog meer inspelen op hun reguliere aanbod, inhaken waar mogelijk. In 2019 geven we bv. weekmenu's mee aan consumenten (via ons nieuwsbrief) om makkelijk duurzaam en gezond te consumeren. Hier vragen we nu input van onze partners; die stuk voor stuk interessante *content* met ons kunnen delen. We geven hen de gelegenheid om hun expertise te delen en zo via het kassaticket-platform draagvlak te vergroten.
- ➔ We bekijken opnieuw of we andere contacten bij onze partners al dan niet moeten betrekken bij het proces. Dit hebben we reeds gevraagd nav. een eerste brainstorm rond het gemeenschappelijk aanbod. We merken dat dit moeizaam verloopt. We zullen indien nodig opnieuw stappen moeten zetten om bilateraal terug een *buy-in* te krijgen hogerop bij bepaalde partners – omdat we zien dat de motivatie terugloopt.
- ➔ Daarnaast hebben we ook de timing mbt. het gemeenschappelijk aanbod aangepast aan de binnenkort verschijnende feedback voor structurele financiering (SCVW). We merken namelijk momenteel een terughoudendheid voor samenwerking bij de partners en een rigide focus op *hun* aanpak – wat een open co-creatieve houding belemmert. We vermoeden dat enkele partners een onzekere financiële situatie vertoeven. Daarom hebben we beslist onze co-creatie sessies uit te stellen tot mei, wanneer men meer informatie heeft en men duidelijker kan communiceren welke engagementen wel of niet aangegaan kunnen worden.

Pathway 2 = Handelsperspectieven geven aan de 'imperfecte' consument via de burgerbeweging "ik ben meer dan mijn kassaticket" om van DZ voeding het nieuwe normaal te maken

Uit de evaluatie blijkt dat er een vraag is naar concrete handelingsperspectieven en eenvoudigere acties die gepromoot kunnen worden bij de doelgroepen van de verschillende organisaties.

➔ We zullen in 2020 met de partners een gemeenschappelijke activiteit ontwikkelen, dat vanaf 2021 door de partners elk individueel in hun activiteitenaanbod kan opgenomen worden. Dit kan een lezing, een activiteitenreeks,… zijn. Zo verankeren we het thema duurzame voeding en zorgen we voor een unieke samenwerking.

➔ We werken aan verschillende pistes om diverse consumentensegmenten te bereiken. We letten hier op verschillende *levels of involvement*.

- Een communicatie-campagne "*kassaticket confessions*" moet aan consumenten / leden van verschillende middenveldpartners de mogelijkheid geven om op een laagdrempelige manier hun kassaticket voor te stellen; hun ambities voor verbetering te signaleren en zo retailers op te roepen het voor hen gemakkelijker te maken.
- Via het aanleveren van menu's, tips & tricks, delen van interessante initiatieven in nieuwbrieven, social media, website,.. blijven we onze communicatie voeden en geven we handelsperspectieven voor iedereen mee.
- We zullen nog steeds enkele kassaticket-ateliers organiseren, met een geëngageerde consumentengroep. We zullen echter meer inspanningen leveren om de interessante inzichten door te vertalen naar retailers toe.

Pathway 3: Retailers (op constructieve wijze) onder druk zetten richting meer duurzaamheid door a/ signaal van de burger tot bij hen te brengen en b/ setting te creëren waar zij goede praktijken kunnen tonen en laten evalueren

Uit de evaluatie blijkt dat de druk van huidige burger-deelnemers onvoldoende is om effectief impact te hebben op de retailers. De groep is niet representatief en te klein; toch blijft het relevant om deze kritisch en geëngageerde consument verder te informeren en handelingsperspectieven aan te reiken, maar ook te investeren in het betrekken van mainstream. Daarnaast verschilt de

invloed van lokale geranten op het nationale beleid, tussen de retailers – dit maakte dat inzichten uit de ateliers niet zomaar doorstroomden naar nationaal niveau. Per retailer kan een strategie ontwikkeld worden in functie van het opschalen van pilootprojecten geïnitieerd door het nationale niveau of van de initiatieven van lokale geranten. Rikolto dient hiermee rekening te houden.

- ➔ Zoals hierboven beschreven: een mix van verschillende acties, met verschillende levels of involvement moet zorgen voor een meer divers bereik resulterend in een meer representatief 'signaal'.
- ➔ De award wordt herbekeken in functie van doel; bereik; opvolging. We merken dat dit niet het beste instrument is om een mainstream publiek te bereiken, maar dat het wel de nodige aandacht bij retailers opwekt. Om meer aandacht te krijgen en meer kans op verandering in praktijken, kijken we het om het meer te focussen, bv. op een bepaalde categorie, product.
- ➔ Samen met Testaankoop exploreren we hoe we een gerichte lobbycampagne kunnen opzetten naar retailers toe. Hun 'retail-enquête' die momenteel slechts op prijzenvergelijkingen focust, kan een belangrijk vehikel zijn om retailers te stimuleren richting meer duurzaamheid. We bekijken samen met hen hoe duurzaamheid geïntegreerd kan worden. Idealiter zouden consumenten hier ingezet werden als bv. mystery shoppers (cfr. Citizen science). We bekijken deze optie ook ism. Universiteit Antwerpen.
- ➔ We onderzoeken de piste van *citizen science* samen met Testaankoop en Universiteit Antwerpen. Kunnen we een tool ontwikkelen waarmee we veel burgerconsumenten aanspreken, hun eigen gedrag in kaart kunnen brengen, een sterk signaal sturen naar supermarkten, etc. Bv. een zelftest?
- ➔ Zoals reeds hierboven gezegd zullen we nav. de ateliers die nog georganiseerd worden beter analyseren welke geranten uitgenodigd kunnen worden; hoe we hun *stem* kunnen versterken zodat we op nationaal niveau ook meer impact kunnen bereiken.
- ➔ Momenteel wordt een duurzaamheidsanalyse op basis van jaarverslagen van retailers uitgevoerd bij Rikolto. Dit moet enkele zwakke punten identificeren bij duurzaamheidsinspanningen van retailers. "marketing en mainstreamen van duurzaamheid" is een aspect dat onder de loep wordt genomen. Bij het verspreiden van deze bevindingen, kan kassaticket hier met zijn community op inspelen:

alternatieven aanreiken, een debat op gang trekken, etc. Deze hiaten zullen ook duidelijk maken welke prioriteiten er zijn, en in welke mate geranten hier een rol in kunnen spelen.

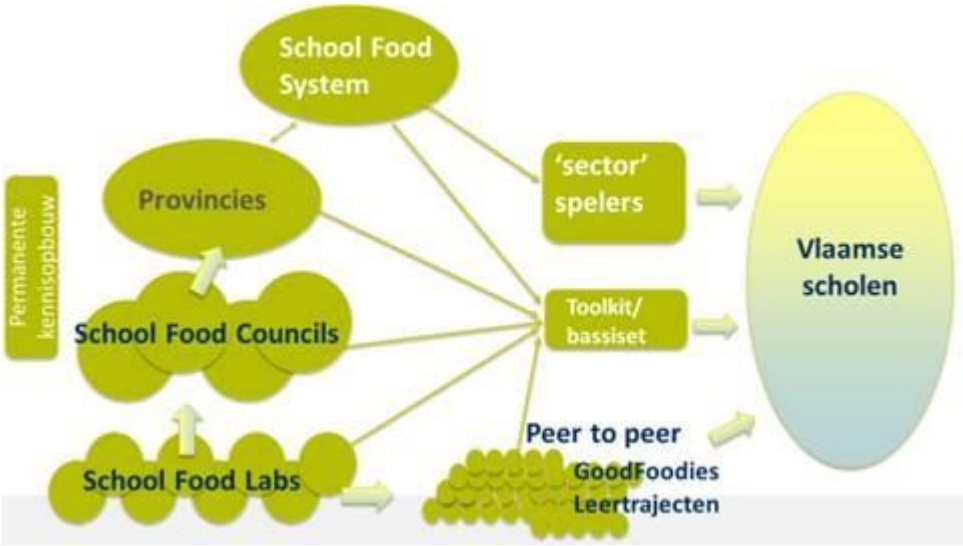
➔ In het kader van de Rikolto campagne 2020 zullen 4 events in 4 steden organiseren rond de vraag "hoe zorgen we voor duurzame en gezonde voeding voor toekomstige generaties – in scholen bijvoorbeeld". We kunnen hierbij ons netwerk van geranten aanspreken om in dialoog te gaan met een groter publiek. We kunnen initiatieven van lokale geranten linken aan initiatieven genomen in het kader van School Food Councils – zo kunnen deze elkaar versterken.

4. ANALYSE VAN CASE 2: GOODFOOD@SCHOOL

De ambitie van het GoodFood@Schoolprogramma is dat alle Vlaamse scholen werk maken van een gezond en duurzaam voedingsbeleid. Er wordt ingezet op 3 niveaus:

- Het niveau van de scholen: in 4 steden/provincies (Leuven, Antwerpen, Gent, West-Vlaanderen) worden een aantal *School Food Labs* of pilootscholen geselecteerd, die concrete acties uittesten, vertrekkende vanuit de 'whole school approach' of integrale schoolaanpak: er wordt samengewerkt met leerkrachten, leerlingen, ouders, directie en de schoolomgeving op verschillende aspecten van een beleid (educatie, catering, tussendoortjes, ...). Geleerde lessen worden gedeeld met de School Food Councils en vertaald naar best practices voor de toolkit.
- Het niveau van de steden: in elke stad werd een *School Food Councils* opgericht, een samenkomst van alle spelers die op een of andere manier te maken hebben met gezondheid, duurzaamheid, onderwijs en/of voeding. De councils bekijken welke strategieën en acties er nodig zijn om ervoor te zorgen dat alle scholen van die stad/provincie werken aan een gezond en duurzaam voedingsbeleid.
- Het Vlaams niveau: op Vlaams niveau probeert Rikolto belangrijke stakeholders samen te brengen om een aanpak op *sectorniveau* uit te werken.

De theorie van verandering wordt als volgt voorgesteld:



Voor de evaluatie van deze case werden interviews en focusgroep discussie georganiseerd met scholen, leden van de SchoolFoodCouncils en met stakeholders die op sectorniveau deelnemen aan een aantal werkgroepen, waaronder voornamelijk deelnemers aan de werkgroep cateraars. De resultaten van deze bevraging worden in volgende hoofdstukken beschreven.

4.1. Effectiviteit

Voor elk van de drie niveaus waarop het Schoolfood@school programma zich richt, werd een "pathway of change" uitgewerkt: School Food Labs, School Food Councils en School Food system. Deze strategieën zijn vanzelfsprekend aan elkaar gelinkt. Ze worden hieronder eerst apart geëvalueerd en vervolgens in hun samenhang beoordeeld.

Pathway 1: School Food Labs

Input:

<u>Schoolniveau</u>

- Begeleidingstrajecten op maat van pilootscholen voor de implementatie van een duurzaam voedingsbeleid.
- Opstarten van een werkgroep met diverse samenstelling op elke school
- Algemene engagementen formaliseren (via charter)
- Ism. werkgroep algemene engagementen vertalen naar concrete doelstellingen en methodieken
- Documenteren acties

<u>Leerlingen</u>

- Acties ontwikkelen op scholen ism. werkgroep (bv. voedselafvalmeting, veggiedag introduceren, …) die gericht zijn op het verduurzamen van de voedingsconsumptie op school[6]
- Sensibiliserende initiatieven voor de leerlingen, gaande van algemene infosessies tot engageren van jongeren-ambassadeurs.

Leerkrachten
- Acties ontwikkelen om leerkrachten te ondersteunen bij hun educatieve opdracht (bv. stand in lerarenkamer met leermiddelen, toegespitst op voeding (werkte niet en wordt dus niet meer toegepast)
- Sensibiliserende initiatieven voor leerkrachten
- Vanaf 2019-2020: focus op vorming van leerkrachten *extra muros*, v.b. vormingen georganiseerd i.s.m. de School Food Councils voor een groep van gemotiveerde leerkrachten. Tijdens die vormingen worden cases besproken en opportuniteiten geïdentificeerd voor acties op school

Directie
- Evalueren van gerealiseerde acties en vertalen hiervan naar structurele aanpassingen op school (bijvoorbeeld aanpassingen in het cateringaanbod, thema opnemen in schoolvisie, aanpassingen in het schoolreglement o.a. rond tussendoortjes, …)

Verwachte output:
- Werkgroepen opgericht in scholen (School Food Labs), samenstelling afhankelijk van de dynamiek in de school (leerlingen, leerkrachten, directie, andere personeelsleden en eventueel ook ouders): deze werkgroepen trekken het traject om te evolueren naar een duurzaam voedingsbeleid
- Praktische aanbevelingen voor schoolrefters
- Jongeren-consumententrajecten: in elke school worden een vijftal leerlingen uit het 5de secundair geïdentificeerd, die uitgroeien tot ambassadeurs voor duurzaam voedingsbeleid in de school en binnen de stad
- Jongeren-ambassadeurs hebben kennis verworven over duurzame voeding en zijn gemotiveerd om acties op te zetten in hun school
- Kennis en bewustmaking bij leerkrachten en handvaten om hierrond te werken in de klas/school
- Ondertekening charter met 10 concrete engagementen
- School Food Labs delen ervaringen in de School Food Councils

Verwachte outcome:
- Concrete acties in scholen (rond de zes thema's: minder vlees, meer seizoengroenten, duurzame vis, duurzame landbouw, eerlijke prijs, minder voedselverspilling)
- Toolkit met methodiek voor zelfbegeleiding richting duurzaam voedselbeleid – gebaseerd op *best practices* van de begeleidingstrajecten in pilootscholen, m.i.v.
    - Verduurzaming van het voedingsaanbod in de refter (vb. zichtbaar in aanbestedingsdossiers)
    - Educatief aanbod rond duurzame voeding

[6] Een overzicht van de acties in de pilootscholen is in de maak

Indicatoren: (kwantitatieve indicatoren in annex)

Schoolniveau:

1	*Aantal pilootscholen die een volledig 2-jarentraject doorlopen*	Baseline: 0 Sept 17- Jun 19: 4 Sept 18 – Jun 20: +4 Sept 19 – Jun 21: +4 Totaal = 12	Juni **2018**:1 Juni **2019**: +4 Juni **2020**: +4 (9) **2021**: +2 (11) → re opgestart, maar nog r voltooid
2	*Vooruitgang van pilootscholen richting een structureel geïntegreerd voedingsbeleid (bepaald na kwalitatieve veranderingsmeting)* *0: er is nog geen aandacht voor gezonde en duurzame voeding* *1: er zijn al losstaande acties rond gezonde en duurzame voeding* *2: er is een charter ondertekend - een actieve werkgroep die het kadert van gezonde en duurzame voeding begrijpt.* *3: geïntegreerd voedingsbeleid*	Baseline: 0 2021: 0: 0 1: 4 2: 4 3: 8	**2018**: 0 Jun 2019: 0: 0 1: 2 2: 12 3: 0
3	*Ontwikkeling online toolkit* *+* *Aantal actiefiches op basis van de geleerde lessen en good practices uit School Food Labs*	Baseline: 0 2021: 200	**2018**: 0 **2019**: 1 (toolkit) + 10 actiefiches
4	*Aantal jongerenambassadeurs in een stad die draagvlak voor gezonde & duurzame voeding onder jongeren vergroten (goodfoodies)* *Verspreid over #Aantal scholen*	Baseline: 0 2020: 30 Leuven 10 Brugge 10 Gent 2021: 80	<u>2018: totaal 16</u> Leuven: 16/ 1 sch <u>2019: + 9 (totaal 25)</u> Brugge: 9/1sch <u>2020:+41 (totaal 66)</u> vanaf jan 2020= +41 (werving december 201 Leuven: 30/3 sch Gent: 11/2sch
5	*Aantal leerlingen bereikt via lessenreeks en acties georganiseerd op scholen (draagvlak – FON).*	2021: 30.000	2019: <u>totaal: 15.086</u> via FON 6126 lln in 60 scholen via SFL: 8000 lln via Goodplanet: 960 lln 48 scholen

Opschalingpraktijken uit School Food Labs

6	*Aantal schoolmedewerkers die inschrijven op de nieuwsbrief*	Baseline: 0 2019: 750 2021: 2.000	2018: 650 2019: 750 (+100)
7	*Aantal lighttrajecten (bedoeld zijn om de good practices in de SFL's op te schalen naar andere scholen en nog meer input te krijgen voor de toolkit & testen of je met mindere begeleiding ook resultaten krijgt)*	2021: 60	2019: <u>totaal: 58</u> = trajecten met GoodPlanet (48) + het traject met de Steinerschool Gent (1) trajecten met GO (9)

8	*Aantal scholen die online toolkit downloaden*	Baseline: 0 2020: 300 2021: 700	2018: 0 2019: 125 downloads van 101 scholen	
9	*Aantal testscholen (= scholen waar we nu de ontwikkelde toolkit willen gaan uittesten, om die verder te verfijnen.)*	2020: 50	2019: 0	
10	*Aantal scholen met meer duurzame en gezonde voeding op school, geïnspireerd door good practices in de piloten (= aantal scholen bereikt via nieuwsbrief, via toolkit, events, goodfoodies…)* *→ nieuwe suggestie: vermelden als % (totaal 3300 scholen in Vlaanderen)*	Baseline: 0 2019: 40 (1%) 2021: 160 (5%)	2019: 198 scholen 101 (toolkit) + 42 goodplanet + 1 (goodfoodies – andere 5 zijn pilootscholen) + 1 steiner + 9 go + 40 (events)	

Assumpties:

- Gevormde en gemotiveerde leerkrachten krijgen de ruimte en het mandaat van de school om acties te organiseren op schoolniveau (dus niet alleen onderwerp aankaarten in de eigen lessen)
- Leerkrachten slagen erin opportuniteiten te identificeren in school voor acties rond duurzame voeding
- Jongerenambassadeurs krijgen de ruimte en het mandaat om in de school acties te organiseren en worden hierbij gesteund door leerkrachten en directie
- Ambassadeurs en leerkrachten die de acties trekken krijgen steun van andere leerkrachten en ouders.
- Ambassadeurs kunnen hun medeleerlingen beïnvloeden
- Op basis van concrete acties ontstaat er een draagvlak bij leerlingen, leerkrachten en ouders voor de ontwikkeling en uitvoering van een duurzaam voedingsbeleid
- Op basis van concrete acties en geleerde lessen wordt een duurzaam voedingsbeleid uitgewerkt op schoolniveau
- Directie heeft de kennis en middelen om het duurzaam voedingsbeleid in de school uit te voeren

Resultaten tot nu: de *outputs* zijn in grote mate gerealiseerd. Het project startte met een analyse van het huidige voedingsaanbod in de scholen (obv een uitgebreide vragenlijst). In 11 scholen werden begeleidingstrajecten op maat van de school uitgewerkt, waarmee een kleine 8000 leerlingen werden ondergedompeld in gezonde en duurzame voeding en er namen 49 leerkrachten deel aan de vormingen die door Rikolto en de School Food Councils werden georganiseerd. In de vier steden, Gent, Brugge, Antwerpen en Leuven werden School Food Labs opgericht. Dat zijn scholen die zich engageren om met gezonde en duurzame voeding aan de slag te gaan en te experimenteren met wat wel en niet werkt. Zij tekenen het charter met 10 engagementen rond gezonde en duurzame voeding op school en gaan hiermee aan de slag. In totaal tekenden 12 scholen het charter. In elke SFL werd een werkgroep opgericht met geïnteresseerde leerkrachten, directie en geëngageerde leerlingen. Deze werkgroep gaat op basis van het charter met de

engagementen aan de slag met een actieplan voor voeding op hun school. 66 jongeren uit 5 scholen hebben zich bovendien geëngageerd als ambassadeur voor duurzame voeding (tegen de target van 80 jongeren tegen 2021). Ze worden door Rikolto opgeleid tot voedingsexperts en helpen mee om gezonde en duurzame voeding uit te dragen op school.

Deze outputs droegen bij tot het realiseren van de verwachte outcomes, met name concrete acties in scholen en het ontwikkelen van een toolkit met methodieken voor zelfbegeleiding richting duurzaam voedselbeleid. Pilootscholen hebben geëxperimenteerd met tal van acties. De acties waren meestal eenmalig, en getrokken door een beperkte groep van enthousiaste leerkrachten. Een aantal acties keren wel terug, zoals leerlingen die jaarlijks een alternatieve of *vegetarische* maaltijd bereiden (1 school), het opnemen van *principes* rond gezonde, duurzame voeding in het schoolreglement, opgenomen in de schoolagenda's (1 school), het promoten van *gezonde lunchboxen* via een gratis brooddoos, gevuld met gezonde, duurzame recepten tijdens de opendeurdag (1 school). In één school worden nu *gezonde tussendoortjes* aangeboden i.s.m. de schoolcateraar Scolarest. Er werd ook een *eetcommissie* opgericht en er wordt gewerkt rond afvalbeperking en tegengaan van voedselverspilling. Op een andere school is er meer aandacht voor het aanbieden van *gezondere voeding* op events zoals recepties of het schoolontbijt. In één school gaf Rikolto input in de voorbereiding van een *nieuwe aanbesteding* voor warme schoolmaaltijden, waarbij een visie rond schoolmaaltijden werd ontwikkeld en een aantal duurzaamheidscriteria werden opgenomen. Kwaliteit en duurzame inspanningen werden naast prijs als het belangrijkste gunningscriterium voorzien. De nieuwe cateringopdracht loopt vanaf september 2019 voor een periode van minstens 3 jaar.

De samenwerking met Rikolto heeft in de scholen geleid tot een aantal concrete acties rond duurzame voeding, maar deze acties zijn nog niet overal ingebed in een coherente visie of een beleid, of in een stappenplan voor de verduurzaming van het voedingsaanbod op school. Dat was ook niet het prioritair doel aangezien deze scholen als "labs" fungeerden en vooral gevraagd werden om concrete acties en tools uit te testen. Op basis van de concrete ervaringen in de pilootscholen werd een toolkit ontwikkeld met best practices en tips hoe in de school gewerkt kan worden richting duurzaam voedingsbeleid. De online toolkit werd 125 keer gedownload door 101 scholen (data tot december 2019). De geformuleerde indicatoren zijn onvoldoende afgestemd op de beoogde output en outcome van dit project. De indicatoren die peilen naar evolutie van scholen

naar een geïntegreerd voedingsbeleid zijn in deze fase veel te ambitieus en liggen buiten de verwachtingen van het project. De indicator die peilt naar gedragswijziging van jongeren is ook te ambitieus aangezien het nog maar om beperkte acties gaat. Bovendien vereist dergelijke indicator een baseline meting.

Verklarende factoren:

- In scholen waar er al aandacht wordt besteed aan duurzaamheid en er al een bepaalde dynamiek bestaat bij de leerkrachten (vb. gezondheidsteam) of bij de leerlingen (in het leerlingenparlement), heeft een project rond duurzame voedsel meer handvaten om aan te sluiten op een bestaande dynamiek.
- Voor een aantal scholen waren de doelstellingen van het project niet duidelijk. Leerkrachten en directies hadden in sommige gevallen te hoge verwachtingen op vlak van methodieken, terwijl het de bedoeling was om deze methodieken via de trajecten in de pilootscholen vorm te geven. Bij de start vertrokken we van de gezondheidsmatrix, ontwikkeld door het Vlaams Instituut Gezond Leven als kadermethodiek voor 'Gezonde School' (handleiding voor het ontwikkelen van een schoolbeleid rond gezondheid). In nauw overleg met het VI Gezond Leven werd deze matrix aangepast aan het thema "gezonde, duurzame voeding op school" als tool om het huidige voedingsbeleid op school alsmede de verbeteringspunten in kaart te brengen. De methodiek was interessant maar bleek, net zoals de gezondheidsmatrix, veel te moeilijk en werd bijgevolg niet gebruikt voor het identificeren van opportuniteiten of het opmaken van een actieplan. Voor de school liet deze methodiek niet voldoende toe om concrete stappen richting een beleid uit te werken. Ook het charter met de 10 algemene engagementen bleek niet voldoende hiervoor. Tijdens de volgende trajecten in pilootscholen werd de methodiek dan ook grondig herbekeken.
- Leerkrachten hebben nood aan goede voorbeelden. Leerkrachten die deelnamen aan het lerend netwerk (inspiratiecyclus georganiseerd door Rikolto, waar leerkrachten met elkaar in discussie gaan rond een case op hun school en waar men elkaar inspireert) geven aan dat ze in de vormingen van dit netwerk een aantal goede ideeën hebben opgedaan (vb. aankoopkaart voor fruit, promoten van herbruikbare drinkflessen).

Een aantal belemmerende context factoren:

- Zowel in de scholen als in het team van Rikolto waren er verschillende personeelswissels wat de continuïteit van het project belemmerde.
- Scholen hebben meerjarige contracten met de cateraar die ze niet zomaar kunnen aanpassen. Sommige cateraars zijn weinig bereid mee na te denken over een duurzaam voedingsaanbod en in elk geval zien cateraars zichzelf als uitvoerders en vinden ze bijgevolg dat het initiatief tot verduurzaming bij de scholen of aanbestedende overheden ligt (via duurzame aanbestedingen).
- Het aanbod van maaltijden (warme maaltijden, broodjes etc.) behoort niet tot de kernopdracht van scholen en wordt gezien als louter dienstverlening voor de ouders. Bijgevolg willen de meeste scholen niet te belerend optreden bij de invulling van dit aanbod en zijn ze beducht voor kritieken van ouders, ook al zijn die niet altijd zinvol (bijv. "mijn dochter vindt het eten niet lekker" leidt tot meer frietjes en pasta, en gaat dus ten koste van kwaliteit, gezondheid en duurzaamheid)
- Om dezelfde reden zijn er weinig incentives vanuit de koepels om rond dit thema te werken; ze dragen dit niet actief mee uit. Het departement onderwijs wil graag meer richting geven en werkte in die zin zeer actief mee aan de nieuwe leerlijn "voeding" en de richtlijnen voor warme maaltijden, opgesteld door het Vlaams Instituut Gezond Leven, in samenwerking met o.a. Rikolto, waarbij ook heel wat duurzame aspecten in rekening werden genomen. Het departement Onderwijs dringt echter aan op een nauwere samenwerking met andere departementen zoals 'Gezondheid en Welzijn', 'Omgeving' en 'Landbouw' om tot een meer algemeen gedragen visie rond gezonde, duurzame voeding te komen die breed kan uitgedragen worden naar de brede bevolking (en dus ook de ouders).

Uit de evaluatie blijkt dat aan een aantal assumpties niet voldaan werd, die ook een invloed hebben op het realiseren van een evolutie op schoolniveau richting van een duurzaam voedselbeleid:

- Leerkrachten zijn overbevraagd, staan onder een enorme werkdruk en hebben weinig tijd voor extra engagementen. De trekkersgroep binnen een school blijft meestal beperkt tot een kleine groep gemotiveerde leerkrachten. Het is heel moeilijk voor deze individuele leerkrachten om de collega's te betrekken in acties van een concreet project. De betrokken leerkrachten voelden zich onvoldoende gesteund in hun acties, zowel door directie als door collega's. In de school waar er meer bereikt werd, met name de onderhandelingen met de

cateraar i.f.v. een duurzamer voedingsaanbod, speelde de geëngageerde directeur een belangrijke rol. De rol van de directeur blijkt cruciaal te zijn (zowel in positieve als in negatieve zin).

- In de meeste scholen is het moeilijk om de ouders bij werkgroepen of projecten te betrekken. Het informeren en sensibiliseren van ouders blijkt wel nodig om een draagvlak te creëren voor de keuzes van de school, zoals aangetoond in volgend voorbeeld: In één school kreeg de directie vragen van ouders n.a.v. de beslissing van de school om, in overleg met de cateraar, kleinere vleesporties aan te bieden. Anderzijds willen scholen doorgaans geen belerende houding aannemen tegenover ouders. In de werkgroep cateraars werd ook het belang benadrukt van een goede informatie- en communicatiecampagne om leerlingen, ouders en personeel te informeren over de wijzigingen in het voedingsaanbod en het belang hiervan.[7]

Bijdrage Rikolto: Rikolto wordt erkend in haar expertise. Haar meerwaarde bestaat erin dat het thema gezondheid, dat door de Vlaamse Overheid als prioritair naar voor wordt geschoven maar dat voor scholen moeilijk op de agenda te plaatsen is, gekoppeld werd aan het thema duurzame voeding. Door het linken van beide thema's aan de klimaatproblematiek, dierenwelzijn en andere topics waardoor jongeren zich aangesproken voelen, kunnen scholen hier gemakkelijker aandacht voor vragen. Omwille van tijdsdruk en dagelijkse routine slagen leerkrachten er meestal niet in om opportuniteiten in de school te identificeren voor acties rond duurzame voeding. Door het betrekken van een expert van buitenaf, in dit geval Rikolto, kan er wel het een en ander op gang gebracht worden en werden een aantal ideeën versneld in de praktijk gebracht. Rikolto heeft een belangrijke rol gespeeld in het ondersteunen van de gesprekken met de schoolcateraar (1 school). Het lerend netwerk is een platform om ideeën op te doen. De rol van Rikolto in het realiseren van de resultaten is deze van 'trigger', het aanzetten tot het experimenteren rond duurzaam voedselbeleid op school. Rikolto heeft ook bijgedragen in het vergroten van kennis over duurzaam voedselbeleid op school bij de verschillende betrokkenen.

Conclusie: 11 pilootscholen hebben concrete initiatieven uitgetest om een draagvlak te creëren voor een duurzaam voedingsbeleid en hebben het charter ondertekend en een actieve werkgroep

[7] Om die reden heeft Rikolto er steeds op aangedrongen dat de oudervereningingen ook vertegenwoordigd zijn in de werkgroep catering (zie verder).

opgericht. Alle scholen hebben dus niveau 2 op de vier-punt schaal bereikt (0-3 score) waardoor de target voor 2021 al bereikt is – we ambiëren echter een verdere evolutie richting geïntegreerd voedingsbeleid. Dit heeft bijgedragen tot het verkrijgen van meer inzicht bij Rikolto in de mogelijkheden om te werken aan een duurzaam voedselbeleid op schoolniveau en het ontwikkelen van een toolkit voor scholen (target bereikt). We stellen vast dat de aanpak van Rikolto, met name de combinatie van coaching van de scholen en vormingen van leerkrachten en leerlingen, effectief was om op school het één en ander in beweging te krijgen. De acties zijn voorlopig nog te beperkt om te spreken van een evolutie naar een geformaliseerd voedingsbeleid op school, niveau 3 op de schaal (target set op 8 scholen).[8] Er zijn heel wat belemmerende contextfactoren die het realiseren van het uiteindelijk doel bemoeilijken en waarop met een aangepaste strategie een antwoord gezocht moet worden.

Pathway 2: School Food Councils

Input:
- Faciliteren van multi-stakeholderproces: lokale multidisciplinaire werkgroepen (gemeentelijke en provinciale ambtenaren, leerkrachten/directies, cateraars) die in een co-creatief proces voorstellen doen of acties ontwikkelen ter ondersteuning van duurzaam voedingsbeleid op alle scholen in de stad.
- Organiseren inspiratiemomenten leerkrachten
- Faciliteren goodfoodies (leerlingen ambassadeurs)

Output:
- De School Food Councils zijn multidisciplinair samengesteld en functioneren goed (schaal van 0 tot 3)
- De School Food Councils hebben een strategie ontwikkeld en omgezet in een actieplan
- School Food Councils organiseren leermomenten/events voor directies, leerkrachten en leerlingen van alle scholen in en om de stad
- School Food Councils delen de ervaringen met andere School Food Councils en met de provincie/Vlaamse overheid

Outcome:
- Concrete acties voor directies, leerkrachten en leerlingen van alle scholen in en om de stad
- Stappenplan richting duurzaam voedselbeleid in scholen

Indicatoren: (zie kwantitatieve indicatoren in bijlage)

11	*Aanwezigheid en functioneren van School Food Council (SFC)* ***0**.geen* ***1**.enkele bilaterale consultaties van stakeholders*	Baseline: 0 **2019**: Gent: 2	**2018**: Gent: 2 Brugge: 2

[8] De indicator "Geïntegreerd voedselbeleid" dient te worden gespecificeerd. Wanneer is er sprake van een geïntegreerd voedselbeleid?

	(raadpleging)- geen council ***2.****gemotiveerde leden, council komt regelmatig samen, maar leden zijn weinig proactief - trekkersrol van Rikolto is nog noodzakelijk.* ***3.*** *dynamische council waar alle leden actief betrokken zijn bij deelprojecten en zich mede-eigenaar voelen (co-creatief proces); meedenken over uitrolstrategieën en meewerken aan concrete activiteiten*	Brugge: 2 Leuven: 2 Antwerpen: 1 **2020**: Gent: 3 Brugge: 2 Leuven: 3 Antwerpen: 2 **2021**: Alle steden: 3	Leuven: 0 Antwerpen:0 **2019**: Gent: 2 Brugge: 3 Leuven: 2 Antwerpen: 1
12	*Aantal (leer)events voor scholen om draagvlak voor GDV op school te vergroten* *Aantal deelnemers – aantal scholen*	Baseline: 0 2019: 2 2020: 4 (in elke stad) 2021: ?	2019: 2 Totaal aantal deelnemers: 49 van 40 scholen 2020:
13	*Aantal én percentage scholen die betrokken zijn bij events in stad om draagvlak te vergroten voor DZ & gezonde voeding op scholen (inspiratiedag, leertraject, goodfoodies,..)*	Baseline: 0 Leuven: 65 (sec/lag) Antwerpen: Gent: Brugge: 2020: Alle steden: 40% 2021: Alle steden: 100%	2018: 0 2019: nog niet gemeten

Assumpties:

- Goede opzet en faciliteren van de multi-stakeholderprocessen zorgen voor goed functionerende councils, met aandacht voor diversiteit, relaties, flexibiliteit, dynamiek en rolverdeling, legitimiteit en organisatie (zie leerpunten uit Gezocht: Voedsel voor de toekomst)
- Verschillende partners in de council stellen personele en financiële middelen ter beschikking voor het uitvoeren van het actieplan/opschalingsstrategie
- Voorstellen en acties van de School Food Council zijn relevant (haalbaar, realistisch, beantwoorden aan behoeftes) voor scholen
- School Food Councils genieten legitimiteit bij de scholen
- Leden van School Food Councils kunnen scholen overtuigen
- Leerkrachten en leerlingen uit niet-pilootscholen hebben toegang tot informatie en actiemodellen/tools en passen deze toe in de eigen school (zie ook assumpties niveau School Food Labs)
- Er zijn good practices aanwezig in de pilootscholen die opgepikt worden door de School Food Councils

Resultaten tot nu toe: De *outputs* werden gedeeltelijk gerealiseerd, waarbij er vooral resultaten werden behaald op het oprichten van de School Food councils, waarbij er een aantal concrete acties

hebben georganiseerd door scholen in de regio. In 3 provincies werden School Food Councils (SFC) opgericht, waarvan er 3 (Gent-Leuven-Brugge) al operationeel zijn en 1 nog in opstart is (Antwerpen). De geïnterviewde deelnemers vinden de SFC goede fora voor het uitwisselen van ideeën en het leggen van contacten voor eventuele gezamenlijke acties. De eerste twee jaren werden gebruikt voor het voeren van gesprekken met verschillende actoren op stadsniveau, het samenstellen van de council, het vormen van de deelnemers en het uitwerken van een visie of plan voor deze SFC.

In eerste instantie werd een poging ondernomen om alle scholen binnen de stad en hun huidige inspanningen met betrekking tot het thema gezonde, duurzame voeding in kaart te brengen. Binnen de Gentse SFC werden bijv. door de NZ-dienst van de stad stagiairs ter beschikking gesteld om de scholen te bevragen. Het bleek echter in de verschillende steden een onmogelijke taak om de inspanningen van de scholen, zowel op educatief vlak als op vlak van voedingsconsumptie op school, in kaart te brengen omdat de werkingen rond onderwijs en voeding enorm versnipperd zijn en de kennis hiervan ook binnen de scholen verdeeld zit bij veel verschillende mensen. Deelnemers van de Councils gaven aan dat er in de steden in de afgelopen jaren al heel wat good practices werden gerealiseerd. Stadsdiensten, onderwijsactoren en lokale organisaties hebben hier echter geen overzicht van. Bijgevolg werd ernaar gestreefd om zoveel mogelijk relevante lokale organisaties te betrekken in de council zodat zij zelf hun ervaringen en good practices kunnen binnenbrengen.

Één van de SFC (Brugge) oriënteerde zich provinciaal, mede dankzij de ondersteuning van de provincie West-Vlaanderen, en organiseerde concrete acties, o.a. leermomenten voor de leden van de council (bijv. bezoek aan een duurzaam project van schoolcateraar De Wijngaard in Blankenberge) en de organisatie van een leertraject voor leerkrachten. In Gent werd de SFC geïnstitutionaliseerd. Het vroegere onderwijsnetwerk werd vervangen door de School Food Council, die binnen het netwerk STOEMP de opdracht heeft om, vertrekkende vanuit de richtlijnen van de lokale voedselstrategie Gent en garde, voeding in het lokale onderwijs te coördineren. In dit kader organiseerde de Gentse Council inspiratiedagen voor de lokale scholen. De Gentse SFC wordt gecoördineerd door Rikolto en de lokale Logo-afdeling. De Leuvense SFC werd na een mislukte poging in 2017 in 2019 opnieuw opgestart. De leden van de SFC geven aan dat ze voorlopig nog weinig inzicht hebben in wat haalbare acties zijn voor scholen, rekening houdend met de beperkte tijd die leerkrachten beschikbaar hebben. Er is dus slechts beperkte informatiedoorstroming naar de lokale scholen vanuit de pilootscholen die door Rikolto begeleid worden.

Functioneren van de SFC:

De Councils zijn goed samengesteld, met name multidisciplinair en met aanwezigheid van experten, maar de vertegenwoordiging van de scholen ontbreekt, omdat directies hier geen tijd voor kunnen vrijmaken (in de Gentse Council neemt één scholengroep deel). Relevante actoren werden aangesproken en hebben zich geëngageerd. Verschillende actoren nemen deel omdat ze verwachten dat de Councils een holistisch aanbod voor scholen kunnen ontwikkelen, verschillende thema's aan elkaar gekoppeld en de krachten gebundeld kunnen worden. Tot op heden heeft het accent vooral gelegen op uitwisseling en elkaar leren kennen. De Councils zijn een nog groeiend netwerk. Het doel en de strategie moeten nog verder uitgewerkt worden. De leden vinden dat er een visie ontwikkeld moet worden op gezonde en duurzame voeding op school, prioriteiten gesteld moeten worden en acties geïnitieerd. De verschillende leden geven anderzijds zelf aan dat ze weinig tijd en middelen hebben om hier zelf actief mee aan de slag te gaan.

De Councils hebben een functie in het opschalen van good practices. De huidige samenstelling kan werken om beleid lokaal te vertalen, maar in functie van opschalen geven de deelnemers aan dat er nog andere actoren en partners bij betrokken moeten worden (vb. Brede School, media, andere stadskanalen, onderwijspartners). Het is nog te vroeg om good practices op te schalen vanuit de School Food Labs, die zelf in dit stadium nog aan het experimenteren zijn. De Councils zijn nog onvoldoende gekend bij de scholen. Er komen nog geen vragen van scholen. Op sommige leertrajecten (bijv. meerdaags traject voor leerkrachten in Gent) tekenden weinig scholen in, vooral omwille van de te grote tijdsinvestering.

Tijdens de interviews werden een aantal **verklarende factoren** geïdentificeerd die de trage opstart van de Councils verklaren (en dus de gedeeltelijke realisatie van de verwachte outputs):

- Er is nog geen duidelijk mandaat of verdeling van taken en verantwoordelijkheden en het doel is niet duidelijk.
- De aanpak van de Council is vooralsnog te weinig concreet en te veel conceptueel, waardoor de motivatie om deel te nemen verzwakt. De Councils lijken zich te veel op de School Food Labs te concentreren en zouden volgens de deelnemers breder moeten kijken. De Councils hebben ook niet de middelen noch het mandaat om lokale scholen te ondersteunen.
- De Councils vragen veel inzet van de deelnemers.

- De Councils hebben nog geen legitimiteit bij scholen, ze zijn nog niet gekend en kunnen dus nog geen aanjager zijn van acties op scholen.
- De samenstelling van de Councils is goed maar nog te beperkt en met onvoldoende gewicht.
- Stadsdiensten werken vaak nog op hun eiland en kunnen dus moeilijk breder mobiliseren. Maar er is een trend naar meer transversaal werken in verschillende steden en gemeenten.

De trage opstart van de Councils is typisch voor multi-stakeholder processen. De MSP guide ontwikkeld door CDI[9] beschrijft vier fasen in MSP: een initiërende fase, een fase van adaptieve planning, een fase van actie en een fase van reflectieve monitoring. We kunnen stellen dat de SFC zich in de beginnende fase bevinden. Voor succesvolle MSPs is het belangrijk voldoende te investeren in de opstartfase. Daarbij kan aandacht besteed worden aan volgende acties: (i) het expliciteren van de aanleiding voor het MSP; (ii) een analyse maken van stakeholders, visies, instituten, power dynamics, beleid; (iii) het opzetten van een 'interim steering body'; (iv) het werken aan stakeholder support; (v) het bepalen van scope en mandaat; (vi) het proces van werken bepalen. Dit proces heeft tijd nodig. Een aantal elementen lijken te zijn opgepakt door Rikolto en de SFC, maar verschillende van bovenbeschreven punten verdienen nog extra aandacht. Rikolto heeft vooral aandacht gegeven aan het vormen van de deelnemers, het in kaart brengen van de huidige inspanningen rond duurzame en gezonde voeding in de stad en het brainstormen rond mogelijke acties. Een meer systematische analyse van de bovengenoemde punten (i) tot (vi) lijkt aangewezen.

Omdat een aantal outputs nog niet zijn gerealiseerd, waaronder goed functionerende SFC, ontwikkeling van een strategie en het delen van ervaringen met andere SFC, is het nog te vroeg om de *outcome* te beoordelen. Een aantal scholen deed al inspiratie op voor concrete acties, maar de resultaten zijn voorlopig anekdotisch, en een stappenplan richting duurzaam voedselbeleid in scholen blijft voorlopig een ambitieuze doelstelling (zie ook pathway 2).

[9] Brouwer, H. et al. (2016) The MSP guide. How to design and facilitate multi-stakeholder partnerships. The Netherlands: Wageningen University, CDI.

Bijdrage Rikolto: volgens de deelnemers van de Councils is Rikolto een goede organisator en trekker en verzorgt ze goed de communicatie. Er is nood aan duidelijkere doelstellingen, een strakkere agenda, meer strategische aanpak. De meerwaarde van Rikolto is de koppeling tussen de thema's gezondheid, milieu, jeugd, onderwijs, voeding en duurzaamheid. De deelnemers zien een belangrijke trekkende rol voor Rikolto, met name in het sensibiliseren van scholen en het samenwerken met de onderwijskoepels. Rikolto kan ook bestaande processen versnellen, zoals bijvoorbeeld de initiatieven bij de stad Gent om een beleid rond duurzaamheid verder te ontwikkelen en te implementeren. Bijvoorbeeld, de stad Gent beseft dat verschillende actoren moeten betrokken worden in het uitwerken van een duurzaam beleid.

Conclusie*:* School Food Councils werden opgezet op stadsniveau, maar bevinden zich nog in de initiërende fase (niveau 2 op de vierpuntschaal, conform de target). Geen enkel council bereikte al het niveau 3 van een dynamische council (alle vier de councils gepland tegen 2021). Er werden nog geen actieplannen en opschalingsstrategieën ontwikkeld voor scholen in de stad. We stellen vast dat de aanpak van Rikolto, met name de keuze voor het opzetten van School Food Councils een goede keuze is geweest, maar dat een meer systematische en gestructureerde aanpak van het faciliteren van deze councils is nodig.

Pathway 3: School Food System

Input:

- Good practices van pilootscholen worden gedeeld met de onderwijskoepels, de Vlaamse overheid en de cateringbedrijven,
- Advocacy traject Green Deal Gezonde duurzame voeding op school (zie kader)
- Opzet en faciliteren van drie multi-actorwerkgroepen (catering, retail en educatie)
- Opstart "Snack 'n Chill" pilootproject (en uitrollen)
- Bundeling relevante leermiddelen voor Vlaamse scholen voor opstart nieuwe pagina van KlasCement
- Advocacy t.a.v. Vlaamse overheid (informeren, terugkoppelen uit werkgroepen, deelname aan overlegmomenten, betrekken in multi-actor werkgroepen, …)
- Bilaterale gesprekken met belangrijkste contractcateraars

Output:

- Onderwerp op de agenda gezet van koepels, onderwijsadministratie en Vlaamse overheid (verschillende ministeries)
- Vlaamse overheid begrijpt het belang van duurzame criteria als noodzakelijke bijkomende dimensie van een gezonde voeding op school
- Contractcateraars zijn overtuigd van het belang van duurzame voeding

- Vlaamse overheid (departementen Onderwijs; Gezondheid en Welzijn en Omgeving), onderwijskoepels, middenveldorganisaties, koepels van oudervereningingen, Horecasector, sector van Belgische cateraars en 7 belangrijkste contractcateraars voor onderwijs hebben charter duurzame voeding ondertekend

Outcome:
- Vlaamse overheid verlaagt drempels voor het uitrollen van een duurzaam voedingsbeleid via wetgeving en ondersteunende maatregelen (politiek niveau)
- Koepels en Vlaamse onderwijsadministratie nemen ondersteunende maatregelen voor het uitrollen van een duurzaam voedingsbeleid (integratie duurzaamheidscriteria in aanbestedingsdossiers en aandacht voor gezondheidseducatie dat ook aandacht geeft aan duurzame voeding)
- Contractcateraars passen hun werking en aanbod aan en moedigen hun klanten aan om ook stappen te zetten richting duurzame voeding
- Vlaamse scholen zetten stappen in de richting van duurzaam voedingsbeleid op school

Indicatoren: (zie kwantitatieve indicatoren in bijlage)
- Drie multi-actor werkgroepen: catering, retail en educatie
- Regelmatige terugkoppeling vanuit de werkgroepen naar de overheid

15	*# betrokken departementen/kabinetten*	2021: 4 Onderwijs Gezondheid Omgeving Landbouw	**2019**: 3 Onderwijs Gezondheid Omgeving
16	*# initiatieven*	2021: 3 mogelijkheden: nieuwe Green Deal, label, voedingstraject	**2019**: 2 Catering charter Snack&Chill
17	*# organisaties die beleid van de Vlaamse Overheid uitvoeren nemen gezonde en duurzame voeding op school op in hun aanpak en beleid*	2021: 3 Mogelijkheden: GO!	**2019**: 2 MOS Gezond Leven

Assumpties:
- Scholen (en hun koepels) zijn meer gemotiveerd om een duurzaam voedingsbeleid uit te werken als de Vlaamse overheid hen hiertoe stimuleert en ondersteunt en/of wanneer cateraars zelf ook met voorstellen komen
- Koepels hebben kennis verworven over duurzame voeding en zijn bereid om hierrond acties te ondernemen
- Scholen zijn meer gemotiveerd om een duurzaam voedingsbeleid uit te werken als ze hierin ondersteund worden door hun koepels
- Het debat over gezondheid op school zorgt voor een “window of opportunity” om duurzame voeding op de agenda te krijgen van de overheid
- Cateraars passen hun aanbod aan ten gevolge van duidelijk beleid van de Vlaamse overheid
- Good practices gerealiseerd in scholen worden gedeeld met de hoofdzetels van de contractcateraars en deze delen de good practices met hun andere klanten

- Contractcateraars passen hun aanbod aan ten gevolge van good practices in scholen
- Good practices (evidence) is nodig om de Vlaamse overheid, koepels en cateraars te overtuigen van het belang van en de mogelijkheden voor een duurzaam voedingsbeleid

Resultaten tot nu toe: doel van het programma is op systeemniveau, met verschillende betrokken actoren, een gezamenlijke aanpak uit te werken ter bevordering van duurzaam voedingsbeleid in scholen. De geplande *outputs* werden al in grote mate gerealiseerd. Het onderwerp duurzame voeding werd op de agenda gezet van de koepels, onderwijsadministratie en Vlaamse overheid (verschillende ministeries), via het vorige traject Green Deal (2017-2018, zie box op volgende pagina) en op de agenda gehouden via de werkgroepen. Men vindt de koppeling van gezondheid

en duurzaamheid interessant. De aandacht voor gezonde voeding op school is ook een 'window of opportunity' om het thema duurzame voeding te introduceren.

Green Deal

Op initiatief van Rikolto werkten vanaf begin 2018 verschillende partners (Boerenbond, Fairtrade Belgium, Fevia Vlaanderen, GoodPlanet, Rikolto, The Shift, het Vlaams Instituut Gezond Leven, het departement Omgeving, het departement Landbouw en Visserij, het departement Onderwijs en Vorming en het Agentschap Zorg en Gezondheid) intensief samen om gezonde en duurzame voeding in het onderwijs op de kaart te zetten. Hiertoe wilden ze een Green Deal "Gezonde en duurzame voeding op school" afsluiten.

Een Green Deal is een vrijwillige overeenkomst tussen (privé)partners en de Vlaamse overheid om samen een groen project te starten. De overeenkomst bevat een duidelijke rolverdeling, een omschrijving van de verwachte resultaten, de hieraan gekoppelde acties en de tijdsplanning.

Dit proces werd getrokken door Rikolto, die (gedeeltelijk gefinancierd door de partners) een coördinator had aangeworven om het MSP in goede banen te leiden.

Een Green Deal was een geschikt instrument om een breder kader te bieden om in dialoog te kunnen gaan met verschillende initiatiefnemers, die elk vanuit hun deskundigheid en expertise in grote mate kunnen bijdragen tot gezondere en duurzamere voeding voor kinderen en jongeren in scholen. Een Green Deal laat toe om van onderuit dingen te laten groeien en ruimte te laten om bepaalde maatregelen uit te proberen vooraleer het te vertalen in een breder beleid.

Eind 2018 liet Joke Schauvliege, minister van Omgeving en Landbouw, wiens departement het instrument Green Deal uitdraagt, weten dat ze niet verder wenste in te zetten op deze Green Deal. De minister was van mening dat de Green Deal onvoldoende versterkend was ten aanzien van reeds lopende initiatieven van de beleidsdomeinen "Onderwijs en Vorming" en "Welzijn, Volksgezondheid en Gezin".

De initiatiefnemers bekeken vervolgens hoe de aandacht voor gezonde en duurzame voeding kan worden behouden en versterkt, los van een Green Deal en hoe ze hun ambitie verder kunnen waarmaken.

Deze impulsen en dynamieken, die vanuit alle maatschappelijke hoeken komen en vanuit een intrinsieke motivatie worden gevoed, konden en mochten niet afgebroken worden. Met het wegvallen van het instrument Green Deal is de drive bij (de meeste) betrokken partners allesbehalve verdwenen om hier verder werk van te maken. Rikolto neemt de begeleiding van de opgestarte werkgroepen verder in handen en bereikt via deze werkgroepen een aantal concrete realisaties in 2019.

Ondanks het feit dat de vorige minister voor leefmilieu, minister Schauwvliege, de Green Deal heeft afgeblazen in 2018, blijven een aantal departementen en kabinetten wel geïnteresseerd en nemen ze deel aan de werkgroepen (zoals het kabinet onderwijs en omgeving, welzijn en volksgezondheid). De Vlaamse overheid begrijpt het belang van duurzame criteria als noodzakelijke bijkomende dimensie van een gezonde voeding op school en neemt deel aan de werkgroepen om mee na te denken hoe dit gerealiseerd kan worden. Het departement onderwijs verwacht van de werkgroepen concrete tools om duurzaamheidsinspanningen te versnellen. De Vlaamse overheid, de cateraars en verschillende andere actoren hebben het charter duurzame voeding ondertekend (30/04/2019). Drie multi-actorwerkgroepen, die in de loop van 2018 werden opgestart, vergaderden 12x in de periode 2017-2019: 3 x retail, 4 x catering, 3 x educatie. De werkgroep catering is de meest actieve en deze werd als case voor de tussentijdse evaluatie geselecteerd.

Outcome: In de werkgroep cateraars werd de voorbije periode het thema onderzocht. Cateraars deelden de knelpunten waar ze tegenaan lopen als ze hun aanbod naar scholen willen aanpassen. Er werden good practices uit het buitenland toegelicht en een aantal ideeën geëxploreerd (brainstorming). Cateraars voelen de druk vanuit het publieke en politieke debat om meer aandacht te geven aan duurzaamheid. Ze voelen dit ook maar in mindere mate bij de scholen: de aanbestedingen voor schoolmaaltijden omvatten stilaan meer duurzame criteria maar het ontbreken van een gedragen definitie van en standaardisering in duurzaamheidscriteria en het gebrek aan kennis bij aanbestedende overheden over het aanbod en het correct opstellen van een lastenboek maakt dat de vereisten in de opdrachten vaak tegenstrijdig en/of onrealistisch zijn. Bovendien blijft de prijs nog steeds het belangrijkste gunningscriterium. Dit gebeurt vanuit een bezorgdheid om de warme maaltijden toegankelijk te maken voor kansarme gezinnen maar gaat in de praktijk vaak ten koste van de algemene kwaliteit en de duurzame kenmerken in het bijzonder. Cateraars hebben het charter ondertekend, maar dit heeft tot nog toe slechts bij sommigen geleid tot aanpassingen in hun aanbod. Dit heeft naast de prijzendruk door scholen en aanbestedende overheden ook te maken met de werkwijze van de cateraar. Cateraars zoals 'Agape' die per dag meer dan 30.000 maaltijden op een industriële manier op één locatie bereiden, kunnen iets gemakkelijker ingrijpen in het productieproces dan cateraars die in de verschillende scholen en lokale keukens koken. 'Agape' paste bepaalde recepturen aan, gebruikt uitsluitend gelabelde vis en onderzoekt de mogelijkheden om duurzamer aan te kopen. (Het lag buiten de mogelijkheden van deze evaluatie om op dit resultaat een contributie-analyse te doen).[10] Cateraars nemen deel aan de werkgroep omdat deze een level playing field creëert waarbinnen de toegepaste basisstandaarden op vlak van kwaliteit en duurzaamheid kunnen stijgen zonder dat dit een invloed heeft op de onderlinge concurrentie. Cateraars willen, onder andere, meer uniformiteit in duurzaamheidscriteria, gedragen definities en gelijke meetinstrumenten in functie van een eerlijke concurrentie. Ze willen mee nadenken hoe een draagvlak gecreëerd kan worden.

Tot mei 2019 werd de werkgroep catering geleid door Rikolto. Met de ondertekening van het charter engageerde het departement onderwijs van de Vlaamse overheid zich om deze werkgroep aan te sturen (al blijft de praktische organisatie bij Rikolto). Tot op heden zijn er nog geen concrete

[10] Hiertoe moet dan een tijdslijn uitgewerkt worden, en verschillende stakeholders bevraagd worden, wat een intensieve medewerking van Agape zou vragen in deze evaluatie. Aangezien dit een tussentijdse evaluatie is werd hier niet voor gekozen.

aanbevelingen uit de werkgroep cateraars gekomen en er is vooralsnog weinig beweging bij de Vlaamse overheid om een beleid rond duurzame voeding uit te rollen. Departement onderwijs is gemotiveerd, maar botst op andere visies bij andere departementen. Er is nood aan een algemene aanpak binnen de Vlaamse Overheid. Met ondersteuning van Rikolto werd door Gezond Leven de leerlijn voeding, nieuwe richtlijnen voor warme maaltijden en broodjes richtlijnen en de nieuwe voedingsdriehoek opgesteld. Deze documenten geven aan hoe schoolmaaltijden idealiter samengesteld worden in de richting van een duurzamer voedingsbeleid. De documenten zijn echter nog niet voldoende vertaald naar bruikbare richtlijnen voor het opstellen van bestekken.

Onderwijskoepels kunnen niets opleggen aan scholen (autonomie van de scholen), ze kunnen enkel oriënteren. De katholieke koepel sloot raamovereenkomsten af voor catering in warme lijn en in koude lijn, waarin reeds verschillende duurzame criteria werden opgenomen. Katholieke scholen kunnen desgewenst van deze raamovereenkomsten gebruik maken om specifieke cateraars te selecteren (looptijd tot 13 november 2021).

Er is nog meer nood aan sensibilisering van leerkrachten, leerlingen en ouders. Deelnemers aan de werkgroep catering willen op termijn graag de onderwijskoepels in de werkgroep vertegenwoordigd zien. Alle betrokken partijen wijzen naar het beleid. Er is nood aan een goed beleidskader, met duidelijke richtlijnen.

De deelnemers aan de werkgroep vinden de strategie van pilootprojecten goed. Als deze effectief blijken, kunnen ze gemakkelijk opgeschaald worden, omdat er niet meer getest moet worden. De uitdaging is wel om een representatieve staal van pilootscholen te hebben, zodat beleid dat uitgerold zal worden, haalbaar is voor alle scholen.

Functioneren van de werkgroep cateraars: Aan de werkgroep nemen verschillende actoren deel vanuit de politiek, de administratie, onderwijs en de private sector, "*maar de grote cateraars ontbreken alsook scholen of koepels*" beweren enkele geïnterviewde cateraars. Nochtans zitten de 7 grootste contractcateraars voor het onderwijs aan tafel. Er zit spanning op de samenwerking tussen de verschillende cateraars, die volgens uiteenlopende principes catering aanbieden, bijv. industriële keukens die uitsluitend met diepvriesproducten en halffabricaten werken, cateraars die in warme lijn werken en maaltijden die 's ochtends vroeg werden geproduceerd warm houden tot

ze ’s middags geserveerd worden, cateraars die in koude lijn werken waardoor maaltijden een 2de maal opgewarmd moeten worden, etc. Cateraars die een schoolkeuken ter plaatse uitbaten hebben meer mogelijkheden om dagvers te werken en maaltijden meteen na bereiding te serveren. Het aantal scholen dat een eigen schoolkeuken heeft daalt echter jaar na jaar.

De verschillende cateraars vertonen ook verschillende niveaus van engagement. Sommige cateraars zijn bang voor reputatieschade. Er is weinig openheid tussen cateraars omwille van de grote onderlinge competitie.

Het doel van de werkgroep is niet duidelijk voor alle leden. Er is geen duidelijke taakverdeling. Rikolto trekt de werkgroep, maar vraagt volgens sommige cateraars te weinig input wat zorgt voor een eerder passieve houding. De discussies zijn vooralsnog te theoretisch. Er is te weinig uitwisseling over good practices, er zijn veel ideeën maar weinig wordt uitgewerkt. Dit wordt aangehaald door de cateraars die de grootste achterstand hebben op vlak van duurzaamheid en die op dit vlak graag van hun concurrenten willen leren. De koplopers zijn echter niet zonder meer bereid om hun verworven kennis, inzichten en duurzame aanpak te delen. Zij zien hierin immers een mogelijkheid om zich te onderscheiden.

Verschillende actoren hebben elkaar leren kennen, hebben inspiratie opgedaan en elkaars standpunten leren kennen. Het charter wordt beschouwd als een belangrijk startpunt maar heeft nog geen concrete invulling gekregen. Het gebrek aan een goede definitie van gezonde voeding en een gedeelde definitie over duurzaamheid maakt dat alle concrete acties voorlopig vastlopen.

Uit de interviews blijkt dat aan een aantal assumpties nog niet voldaan is. Daarnaast zijn er een aantal assumpties die nog niet konden worden onderzocht omdat deze vertrekken van resultaten in de scholen, die nog beperkt zijn (zie School Food Labs):

- Cateraars:
    - Er is nog geen beleid vanuit de Vlaamse overheid, dus initiatieven van cateraars hangen af van de vraag of van hun eigen initiatief. Dat is niet vanzelfsprekend in een zeer competitieve context met een grote prijzendruk vanwege de aanbestedende overheden. Een aantal cateraars die in opdracht van de aanbestedende overheid (bijvoorbeeld de stad) hun aanbod aanpassen, stoten dan op weerstand bij de scholen die niet voldoende betrokken werden bij de vraag tot verduurzaming in aanbestedingen. Cateraars volgen de wensen van de klanten en zullen zelf niet met voorstellen komen.

    - Er bestaat geen modellastenboek voor aanbestedingsdossiers met aandacht voor duurzaamheidscriteria in Vlaanderen. Er bestaat geen eenduidige definitie van deze duurzaamheidscriteria. De prijs primeert en is te laag voor schoolmaaltijden. Het is moeilijk om binnen die lage prijs te beantwoorden aan duurzaamheids-criteria.
- Onderwijskoepels:
    - Onderwijskoepels hebben kennis verworven over duurzame voeding (ze hebben het charter ondertekend), maar de koepels zijn overbevraagd en moeten hun prioriteiten kiezen. Ze nemen (voorlopig) niet deel aan de werkgroepen. In Vlaanderen hebben de scholen een grote autonomie. Koepels kunnen niets opleggen. Pedagogische begeleiders hebben meer invloed op het schoolniveau. Hen betrekken is niet gelukt, gezien het feit dat ook deze groep overbevraagd is en dat duurzame en gezonde voeding geen prioriteit heeft bij hen.
- Vlaamse overheid:
    - De leden van de werkgroepen verwachten een initiatief van de Vlaamse overheid. Het nieuwe kabinet van dept. onderwijs heeft deelgenomen aan de werkgroep van januari 2020 en lijkt bereid om hieraan mee te werken.
- Good practices in de ene school zijn niet altijd overdraagbaar op andere scholen. Maar volgens de geïnterviewden helpen 'good practices' wel om een theoretisch debat meer concreet te maken.

Een aantal contextfactoren die invloed hebben op het al dan niet realiseren van output of outcomes:

- Er zijn wel heel wat opportuniteiten. Een aantal steden en gemeenten zijn voortrekker op het gebeid van duurzaam beleid. Hierbij kan aangesloten worden. Steden zouden een voortrekker kunnen zijn in het opnemen van duurzaamheidscriteria in hun aanbestedingen.
- Er wordt een nieuwe beheersovereenkomst afgesloten tussen de onderwijskoepels en de oudervereningingen. Daarin zou het thema duurzaamheid gekoppeld kunnen worden aan het thema gezondheid.
- De katholieke koepel zal voor de katholieke scholen nieuwe raamcontracten afsluiten vanaf 2021, waarbij gezonde en duurzame aspecten nog meer op de voorgrond kunnen gehaald

worden. Door het gebrek aan kennis over aanbestedingen en gebrek aan tijd maken meer en meer scholen en scholengroepen gebruik van deze raamcontracten.

- Er is een veelheid aan initiatieven uit het middenveld rond gezonde voeding en rond duurzaamheid. Er is nood aan een geïntegreerd educatief aanbod.

Bijdrage Rikolto: Rikolto heeft een belangrijke rol als initiator en facilitator van deze werkgroepen. Rikolto heeft het debat over gezondheid en duurzaamheid in gang getrokken. Rikolto zorgt voor een veilige omgeving voor overleg en uitwisseling. Volgens de geïnterviewden zou Rikolto meer mogen sturen. Voor enkele geïnterviewden is er nood aan een duidelijke agenda en er mag aan de deelnemers meer voorbereiding gevraagd worden. Ook hier speelt concurrentie een rol: degene die nog minder ver staan qua duurzaamheidsinspanningen zullen het proces van kennisdeling in deze werkgroep meer stimuleren dan anderen. Algemeen wordt er voorgesteld om ook bilateraal overleg te organiseren met cateraars, om in een veilige omgeving vrij van gedachten te wisselen. Rikolto brengt expertise in en is een inspirator. Het is echter niet in elke werkgroep duidelijk wie de trekker is.

We stellen vast dat ook m.b.t. de aanpak van de werkgroepen er meer aandacht kan gaan naar het faciliteren van dergelijke multi-actor processen. Verschillende suggesties verwijzen naar de noodzaak om de werking van de werkgroep meer te systematiseren. Er is nood aan een duidelijk kader, afspraken omtrent het functioneren en het samenwerkingsproces, rolverdeling, aan het afbakenen van de scope en bepalen van het mandaat, e.d. Om te vermijden dat de werkgroepen een praatbarak worden is een duidelijke agenda en stappenplan nodig. Verder is het nodig om na te gaan hoe met verschillende belangen en mogelijke conflicten tussen deelnemers omgegaan kan worden.

Conclusie: De geformuleerde ambitie m.b.t. de Vlaamse overheid, koepels en contractcateraars die initiatieven nemen ter ondersteuning van het uitrollen van een duurzaam voedingsbeleid, blijkt zeer ambitieus.[11] Er is wel vooruitgang gerealiseerd in de richting van dit doel. Het thema staat op

[11] Deze ambitie werd niet vertaald in meetbare indicatoren. De indicatoren verwijzen alleen naar het output niveau. Er kunnen een aantal indicatoren geformuleerd worden die de evolutie van het Vlaamse beleid gradueel kunnen opvolgen, verwijzend naar bereidheid tot dialoog, bereidheid tot samenwerking en uitwisseling, politieke wil bij verschillende departement, politieke wil bij koepels en oudervereningingen, concrete acties, ontwikkeling van richtlijnen, enz. Op basis van deze indicatoren kan een lobby logboek worden bijgehouden.

de agenda van verschillende stakeholders, verschillende stakeholders ondertekenden het charter duurzame voeding, verschillende multi-stakeholder werkgroepen functioneren, ervaringen en good practices worden gedeeld, en het onderwerp krijgt steun vanuit het Vlaamse departement onderwijs. Dit heeft nog niet geleid tot concrete initiatieven vanuit de overheid en onderwijskoepels, waardoor de opschaling naar een bredere groep scholen nog maar beperkte resultaten bereikt, die voornamelijk gerealiseerd worden door de acties van Goodplanet (48 van de geplande 50 in 2019) scholen zetten acties op rond duurzame en gezonde voeding op school, geïnsipreerd door good practices in de pilootscholen). Zonder een goede opschalingstrategie zal de uiteindelijke target van 200 scholen moeilijk bereikt worden. Er zijn heel wat belemmerende contextfactoren, maar er zijn ook opportuniteiten. Het opzetten en faciliteren van multi-actorwerkgroepen en beleidsbeïnvloeding uitgevoerd door Rikolto lijkt een goede keuze, maar een meer systematische en gestructureerde aanpak van het faciliteren van deze werkgroepen is nodig, aangevuld met een mix aan aangepaste beleidsbeïnvloedingsstrategieën.

4.2. Duurzaamheid

Gezien de voorlopig beperkte realisaties op outcome niveau is het te vroeg om de duurzaamheid van dit project te beoordelen. De School Food Councils kunnen een belangrijke factor zijn in het realiseren van duurzame resultaten op school. Zij zullen op termijn immers de scholen kunnen ondersteunen en aanjagen. Dit veronderstelt dat de Councils verder evolueren en overgaan tot de fase van planning en gezamenlijke actie. De slaagkansen verhogen significant wanneer deze School Food Councils geïnstitutionaliseerd worden en verankerd in het lokale beleid.

De strategie van GoodFood@School is een relevante strategie omdat het ‘top-down’ en ‘bottom-up’ strategieën combineert, en de School Food Councils daartussen inzet als facilitator van het uitrollen van een duurzaam voedingsbeleid. Resultaten in scholen (bottom-up) en op beleidsniveau (top-down) zullen bijdrage tot duurzame initiatieven op schoolniveau. Er is echter nog een lange weg af te leggen. Er moet gezocht worden naar een aangepaste aanpak om scholen te ondersteunen en om leerlingen, leerkrachten en ouders te sensibiliseren over duurzame en gezonde voeding. Dit draagvlak is nodig opdat scholen stilaan kunnen evolueren naar een duurzaam voedingsbeleid, zonder dat goede initiatieven van cateraars en directies op weerstand botsen bij leerlingen en ouders. Duidelijk overheidsbeleid met goede richtlijnen voor duurzame en gezonde

voeding op school kan bijdragen tot het creëren van dit draagvlak. Beleidsbeïnvloeding dient dus verdergezet te worden t.a.v. de nieuwe Vlaamse regering. De multi-actorwerkgroepen zijn interessante en relevante fora om de knelpunten en opportuniteiten in kaart te brengen en concrete voorstellen te doen, zowel naar overheid als naar de scholen. Een duidelijk plan van aanpak voor deze werkgroepen is daartoe nodig.

4.3. Conclusies, geleerde lessen en exit-strategieën

De combinatie van de drie strategieën is een relevante aanpak en, indien goed uitgevoerd, kunnen ze bijdragen tot duurzame resultaten. Uit de evaluatie blijkt dat heel wat assumpties niet bevestigd konden worden. Dit heeft tot gevolg dat de 'Pathways of Change' of strategieën herbekeken moeten worden. Hieronder volgen enkele belangrijke conclusies uit de midtermevaluatie, geformuleerd door de ondersteunde consultant, met bijhorende strategie-aanpassingen, geformuleerd door Rikolto.

Pathway 1: School Food Labs

De eerste School Food Labs leken moeilijk van de grond te komen en stootten op een aantal hinderpalen, waaronder de werkdruk bij de leerkrachten. Uit eerdere evaluaties van NGO-schoolprojecten komt naar boven dat NGO's veel inspanningen vragen van scholen, waar de werkdruk al heel hoog ligt. Evaluaties tonen aan dat de mogelijkheden van werkgroepen van leerkrachten beperkt zijn. Directeurs gaven in eerdere evaluaties al aan dat ze de steun van een externe expert nodig hebben om dingen in gang te zetten in de school. Een langdurige en intensievere begeleiding van de schoolteams is nodig. Dit overstijgt de capaciteiten van het team van Rikolto.

- ➔ Aanbevelingen consultant: Rikolto kan haar strategie herbekijken en nagaan welke rol ze kan opnemen. Een mogelijkheid zou erin kunnen bestaan om verschillende actoren die scholen begeleiden bij elkaar te brengen en na te gaan wie het thema duurzame voeding kan integreren in het eigen aanbod. Een andere piste is om een samenwerking aan te gaan met één of meerdere NGO's (bv. in het domein van educatie) die dergelijke langdurige begeleiding van scholen kunnen opnemen.

Daarnaast is de keuze van pilootscholen belangrijk. Als de pilootscholen gebruikt worden als *evidence* om invloed uit te oefenen op beleid of om andere scholen te overtuigen - de zogenaamde opschaling - dan is een diversiteit aan scholen nodig, waaronder ook scholen die een divers publiek aantrekken of leerlingen uit de kansengroepen. Bij voorkeur worden scholen gekozen waar de directie een medestander is.

Het opzetten van acties rond duurzame voeding is nog niet in alle pilootscholen ingebed in een coherente visie of een beleid voor de verduurzaming van het voedingsaanbod op school. Dat was ook niet het prioritair doel aangezien deze scholen als "labs" fungeerden om een methodologie te ontwikkelen waarmee alle scholen vervolgens zelfstandig aan de slag kunnen gaan (verwerkt in een toolkit).

➔ Aanpassing: In 2020 zal Rikolto geen intensieve schoolbegeleiding (labs) meer opzetten aangezien we op basis van de aanpak in de verschillende pilootscholen (verschillend qua grootte; cateringaanbod; studierichtingen) een eerste methodologie hebben ontwikkeld, die -aangevuld met tal van praktijkvoorbeelden, achtergrondinformatie, actiefiches en ondersteunend materiaal zoals seizoenskalender, receptenbundels,- werd opgenomen in een online toolkit. Deze toolkit zal in een eerste fase in 50 testscholen grondig geëvalueerd worden en op basis van deze evaluatie verder bijgeschaafd worden. In het voorjaar van 2020 zal het gebruik van de toolkit breed gepromoot worden bij alle Vlaamse scholen, o.a. via publicaties op Klascement, nieuwsbrief ed. In de 4 centrumsteden zullen in samenwerking met de stad bijkomende 'light trajecten' worden aangeboden aan alle lokale scholen die extra hulp wensen bij het gebruik van de toolkit. Ook zullen inspiratie-events georganiseerd worden om kennis breed te delen met leerkrachten en directies van niet-pilootscholen.

Ondanks het feit dat het Vlaams Instituut voor Gezond Leven in samenwerking met Rikolto een nieuwe Leerlijn rond voeding ontwikkelde waarin de duurzame thema's opgenomen werden, tonen evaluaties aan dat het structureel inpassen van het thema gezonde, duurzame voeding in het lessenaanbod van leerkrachten zeer moeilijk is. Directeurs gaven in eerdere evaluaties al aan dat ze de steun van een externe expert nodig hebben om educatie rond het thema te voorzien. Ook meer in het algemeen is een trajectbegeleiding op maat van de school vaak wenselijk. Dit overstijgt de capaciteiten van het team van Rikolto.

- ➔ Rikolto bekijkt met de centrale coördinatie Milieuzorg op School van de Vlaamse Overheid hoe zij het thema voeding een centrale plaats kunnen geven in hun algemene en educatieve aanbod voor leerkrachten en scholen. Daarnaast onderzoekt Rikolto de piste om een samenwerking aan te gaan met één of meerdere NGO's die op permanentere basis de begeleiding van scholen kunnen opnemen.

In de meeste scholen is het moeilijk om de ouders bij werkgroepen of projecten te betrekken. Het informeren en sensibiliseren van ouders blijkt wel nodig om een draagvlak te creëren voor de keuzes van de school.

- ➔ In 2020 willen we een samenwerking opzetten met de koepel van oudervereniging voor het GO! Onderwijs van de Vlaamse Gemeenschap om samen met hen te communiceren naar de ouders binnen het gemeenschapsonderwijs. Daarnaast willen we in enkele scholen via de contractcateraar (meer bepaald Agape en Hannsens Catering) een inspiratiemoment met ouders organiseren om hen beter te betrekken in mogelijke veranderingen van het voedselaanbod. Indien deze aanpak blijkt te werken, zal dit als praktijkvoorbeeld in de toolkit worden opgenomen en als case worden gedeeld met de overige contractcateraars die met scholen werken. Rikolto overweegt om een grotere publiekscampagne te organiseren rond het thema 'gezonde, duurzame voeding voor kinderen & jongeren', die ook met de partners van andere Rikoltoprojecten kan worden gedeeld. Specifiek denken we bijvoorbeeld aan Gezinsbond, partner bij IBMDMK, via wie we ouders kunnen bereiken.

Pathway 2: School Food Councils

In de praktijk blijkt dat de huidige councils geen echte rol opnemen in het opschalen van de good practices in de pilootscholen. Ze fungeren eerder als netwerk om methodieken en good practices in het algemeen uit te wisselen (niet alleen van de labs maar bijv. ook van andere organisaties zoals EVA vzw o.a. rond deelaspecten zoals eiwittransitie). In functie van opschalen dienen nog andere actoren en partners betrokken te worden (vb. scholen – brede school, media, andere stadskanalen,

onderwijspartners). Daarenboven moet de SFC voldoende verbanden hebben met de relevante stadsdiensten, of personen met de juiste (beslissings-)macht.

- ➔ We streven ernaar dat SFC nog meer vorm krijgt als netwerk van spelers die zinvol werk verrichten rond het thema; de SFC verbindt hen waardoor er mogelijks extra initiatieven worden opgezet en clustert het aanbod van deze specifieke spelers. Bovendien kan elk van hen de SFC ook gebruiken als klankbord om bepaalde issues in scholen neer te leggen ter advies. Het doel wordt bijgestuurd om ervoor te zorgen dat zij in de toekomst onze methodologie gebruiken om ook hun specifieke inzichten en good practices te delen en dat zij bij het benaderen van de scholen steeds het brede kader brengen (bijv. Eiwittransitie past binnen het bredere kader van gezonde duurzame voeding). Daarnaast zullen we meer aandacht besteden aan het bereiken en betrekken van de juiste personen binnen de stad. Gerichte contacten werden gelegd met de schepenen van onderwijs in Leuven en Antwerpen die bereid zijn gezonde, duurzame voeding op school op te nemen in hun beleidsplan en de Council te betrekken bij het uitvoeren van hun beleid.

Zowel bij de School Food Councils als in de sectorale werkgroepen bevinden de multi-actor groepen zich nog in de beginnende fase.

- ➔ <u>Aanbevelingen consultant:</u> Deze initiële fase moet op een meer systematische manier uitgevoerd en begeleid worden, zodat er geen moeheid optreedt en deelnemers zich gaan afmelden. De eerste fase wordt gevolgd door de planningsfase. Sommige SFC en werkgroepen kunnen al evolueren naar deze planningsfase. Er moet een visie uitgewerkt worden en opportuniteiten geïdentificeerd. Scenario's kunnen worden verkend, vooraleer tot een strategische planning te komen. Het risico bestaat dat deze groepen praatbarakken worden of in actiemodus komen (ideeën van losstaande acties), zonder dat het onderwerp voldoende geanalyseerd en een gezamenlijk plan van actie ontwikkeld wordt.

- ➔ Rikolto zal in 2020 meer investeren in kennisopbouw rond het begeleiden van MSP's, zodat het proces kan geëvalueerd worden en op het juiste moment op de juiste manier kan worden bijgestuurd. Volgende elementen verdienen daarbij aandacht:

- (i) het expliciteren van de aanleiding voor het MSP
- (ii) een analyse maken van context, stakeholders, visies, instituten, power dynamics (binnen onderwijs, cateraars, beleid), beleid;

  (iii) het opzetten van een 'interim steering body;

  rekening houdend met belangen en machtsrelaties; duidelijk bepalen wie de werkgroep trekt. Dit hoeft niet Rikolto te zijn. Dit kan ook een stuurgroepje zijn bestaande uit een aantal deelnemers.
- (iv) het werken aan stakeholder support

  Investeren in elk van de deelnemers zodat ze gemotiveerd blijven (eventueel ook via bilateraal en/of informeel overleg)
- (v) het bepalen van scope en mandaat;

  Oa. het krijgen van een goed en gedeeld begrip van het thema, probleem. Bijvoorbeeld: er is nood aan een gedeelde definitie van duurzaamheid.
- (vi) het proces van werken bepalen

  duidelijk bepalen van het werkproces en functioneren van de groep; verdelen van taken en verantwoordelijkheden

Pathway 3: School Food Systems

Voor beleidsbeïnvloeding is het belangrijk om bij aanvang van de nieuwe regering een goede 'political economy analysis' te doen, om opportuniteiten te identificeren en de strategie verder aan te passen.

- ➔ Rikolto zal de nieuwe schepenen van onderwijs in de betrokken centrumsteden persoonlijk betrekken bij het werk van de Council en samen met hen een schrijven richten aan de nieuwe minister van Onderwijs om hun gezamenlijke bezorgdheid uit te drukken over het belang van gezonde voeding, geplaatst in een duurzaam kader, voor kinderen en de noodzaak om het thema een vaste plaats te geven in het onderwijs.

Opschaling naar een bredere groep scholen heeft nog maar beperkte resultaten bereikt. De voorlopige resultaten werden voornamelijk gerealiseerd door de acties van Good Planet (48 van de geplande 50 in 2019 scholen zetten acties op rond duurzame en gezonde voeding op school, geïnspireerd door good practices in de pilootscholen). Daarnaast werd voor de ontwikkeling en

aanpassing van de leerplannen gekeken naar de verschillende experten op het veld, o.a. het Vlaams Instituut voor Gezond Leven, dat een nieuwe leerlijn voor voeding ontwikkelde. Rikolto werd hierbij betrokken, waardoor de verschillende duurzame criteria wel mooi zijn opgenomen. Dit heeft echter nog niet geleid tot een duidelijk verbeterde voedingseducatie.

- ➔ Rikolto zal opgenomen worden in de educatieve kaart, ontwikkeld voor uitgeverijen om hun weg vinden naar experten voor verschillende vakgebieden.

Ook het charter heeft nog niet geleid tot concrete initiatieven vanuit de overheid en de onderwijskoepels naar scholen toe. Er is overigens ook een grote autonomie bij de scholen (specifiek voor Vlaanderen) en de invloed van het departement onderwijs en de koepels op scholen is eerder beperkt.

- ➔ Suggestie consulent: Er kunnen verschillende scenario's uitgewerkt worden om scholen te bereiken. Die zal anders zijn voor scholen uit het katholieke net dan voor scholen uit het gemeenschapsonderwijs; voor scholen die deel uitmaken van een scholengroep dan voor kleinere scholen. Wie of wat kan hefboom zijn tot verandering?
- ➔ Aanpassing

  In 2020 zullen we focussen op eenmalige inspiratiedagen ('straffe kost events') waar zowel leerkrachten, leerlingen en directie inspiratie kunnen opdoen. Integratie in het schoolbeleid blijft wel onderdeel van onze events (niet louter inspiratie rond losstaande acties). Rikolto zal opgenomen worden in de educatieve kaart, ontwikkeld voor uitgeverijen om hun weg vinden naar experten voor verschillende vakgebieden. Daarnaast bekijken we samen met andere (educatieve) partners (waaronder Gezond Leven) of we een klankbordgroep kunnen oprichten voor uitgeverijen om hun concrete vragen rond voeding gerichter te kunnen beantwoorden. In 2020 zullen we ook een nauwere samenwerking opstarten met het gemeenschapsonderwijs (GO!) (aangestuurd vanuit de Vlaamse overheid en bijgevolg homogener gestructureerd dan het vrije onderwijs) om via de leerlijn 'actief burgerschap' gezonde, duurzamer voeding een centralere plaats te geven.

We stellen vast dat de evolutie naar een ander voedingspatroon geleidelijk moet verlopen en gecombineerd moet worden met een goede sensibilisatie en informatiecampagne. Ook het

betrekken van ouders is belangrijk, want zij kunnen de inspanningen van scholen tegenwerken of tenietdoen. Wie zijn de actoren die hier een rol in kunnen opnemen?

- ➔ Rikolto zal voor 2020 en 2021 een grote publiekscampagne opzetten die focust op gezonde, duurzame voeding bij kinderen en jongeren, die via alle mogelijke kanalen en alle partners met het grote publiek zal gedeeld worden.

We stellen vast dat ook m.b.t. de aanpak van de werkgroepen er meer aandacht kan gaan naar het faciliteren van dergelijke multi-actor processen. Omwille van de verschillen in standpunten, visies, ritmes, openheid tot kennis delen,.. is er nood aan een duidelijk kader, afspraken omtrent het functioneren en het samenwerkingsproces, rolverdeling, aan het afbakenen van de scope en bepalen van het mandaat, e.d. Om te vermijden dat de werkgroepen een praatbarak worden is een duidelijke agenda en stappenplan nodig. Verder is het nodig om na te gaan hoe met verschillende belangen en mogelijke conflicten tussen cateraars omgegaan kan worden zodat in de werkgroepen de juiste discussie kan aangegaan worden.

- ➔ <u>Aanpassing</u>

  Cateraars zijn goed geplaatst om drempels in kaart te brengen voor het opnemen van duurzame criteria in aanbestedingen. Daarnaast belemmeren onduidelijke en/of tegenstrijdige eisen hen in openbare aanbestedingen. Het afspreken van een gezamenlijk te hanteren terminologie rond duurzame principes en de achterliggende betekenis zorgt voor een *level playing field* dat een eerlijke concurrentie tussen de cateraars bevordert. Bovendien kunnen deze afspraken bijdragen aan het proces dat momenteel transversaal binnen de Vlaamse Overheid werd opgestart om tot een eensluidend en algemeen gedragen begrippenkader te komen rond gezonde duurzame voeding voor alle betrokken sectoren.

5. ALGEMENE CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

Het programma van Rikolto is een sterk programma, met relevante en goed uitgewerkte campagnes en strategieën, gebaseerd op een combinatie van een top-down en bottom-up aanpak, en een relevante keuze voor het faciliteren van multi-stakeholder processen. In grote

lijnen zit de uitvoering van het programma op schema en worden de vooropgestelde targets gehaald. Er werden ook een aantal belemmerende factoren geïdentificeerd en een aantal assumpties waarop het programma gebaseerd is, blijken onjuist te zijn. Hierdoor is een bijsturing van een aantal interventieonderdelen nodig om de geplande targets en doelstellingen tegen 2021 te halen.

Ik ben meer dan mijn kassaticket-campagne

Rikolto slaagde erin een goede samenwerking op te zetten met een zestal middenveldorganisaties waardoor deze organisaties partners zijn in het verbinden van gezonde voeding aan het duurzaamheidsdebat en onderzoeken hoe ze deze thema's in hun programmatie en communicatie beter kunnen opnemen. Het komt erop aan de juiste aanpak te vinden opdat deze thema's op een meer structurele manier ingebed worden in de programmatie en communicatie van deze partners. Om de duurzaamheid van deze interventie te borgen is een verdere samenwerking met deze organisaties wenselijk. De middenveldorganisaties moeten dan meer als gelijkwaardige partners betrokken worden in het programma, zodat de co-creatie en het gevoel van eigenaarschap versterkt worden. Verder kan Rikolto meer rekening houden met het afstemmen van de interventies op de planningscyclus van elke organisatie en het identificeren van de juiste 'agents of change' binnen elke organisatie. Er is ook nog behoefte aan tools en methodieken over duurzaam consumeren die in de eigen programmatie kunnen worden opgenomen.

De samenwerking met retailers en geranten is relevant en houdt op zijn minst het thema van duurzaam voedselbeleid op hun agenda. De mediacampagne lijkt hierin meer bij te dragen dan de lokale ateliers waar geranten in dialoog gaan met consumenten. De vraag stelt zich welke "triggers" er nodig zijn om het voedingsaanbod in de winkels geleidelijk aan te doen opschuiven in de richting van duurzame consumptie. Dit is een proces dat beïnvloed wordt door verschillende belangen (belangen inkoop, druk op duurzaamheid, omzet, marketingstrategieën, enz.). De beoordelingslijst met duurzaamheidscriteria, zorgt alvast voor een stevige onderbouwing van het debat en voor een evolutie naar een gemeenschappelijk en gedeeld kader wat betreft duurzame voeding. Druk vanuit een kleine, reeds geëngageerde maar niet representatieve consumentengroep zorgt ervoor dat retailers in debat blijven gaan, al was het maar om ook deze consumenten te bedienen, maar zorgt voor onvoldoende druk voor fundamentele veranderingen. Het komt erop aan om klaar te staan om opportuniteiten te grijpen wanneer ze zich zullen voordoen. Om die reden is het belangrijk om

de kennis van de retailers over duurzame voeding en mogelijke initiatieven te blijven voeden; en geregeld het debat via een mediacampagne onder de aandacht van het bredere publiek te brengen. Voor elke retailer dient ook een aangepaste strategie uitgewerkt te worden die rekening houdt met de structuur en wijze van werken binnen elke retail-keten.

GoodFood@School

De systeembenadering in het GoodFood@School project is een relevante strategie om veranderingen in scholen te realiseren. De praktijk toont het belang van deze systeembenadering aan. De uitdagingen waarmee scholen geconfronteerd worden om te evolueren naar een geïntegreerd voedselbeleid overstijgen het schoolniveau. Als gevolg blijft de evolutie naar een geïntegreerd voedselbeleid in de meeste scholen voorlopig beperkt tot het organiseren van losstaande acties. Het was een goede keuze van Rikolto om te starten met pilootscholen, om zo de praktijk en de mogelijkheden te verkennen. De uitdaging ligt in de opschaling. De toolkit kan één antwoord zijn, maar uit de praktijk blijkt dat scholen vooral nood hebben aan externe begeleiding/ondersteuning, bij voorkeur geflankeerd door specifieke beleidsmaatregelen vanuit de overheid en de onderwijskoepels. De samenwerking met andere NGO's die in scholen komen lijkt dan ook een juiste en efficiënte keuze. Rikolto kan zich dan verder focussen op beleidsbeïnvloeding.

Rikolto heeft een relevante keuze gemaakt voor het begeleiden van multi-stakeholder processen, als onderdeel van haar strategie voor beleidsbeïnvloeding. De School Food Councils kunnen een belangrijke factor zijn in het realiseren van duurzame resultaten op school. Zij zullen op termijn immers de scholen kunnen ondersteunen en aanjagen. Dit veronderstelt dat de Councils verder evolueren en overgaan tot de fase van planning en gezamenlijke actie. De slaagkansen verhogen significant wanneer deze School Food Councils geïnstitutionaliseerd worden en verankerd in het lokale beleid.

Rikolto profileert zich op het faciliteren van multi-stakeholder processen, maar meer kennis en competenties moeten verworven worden om dergelijke multi-stakeholder processen op een meer gestructureerde manier aan te pakken, zowel op het niveau van de School Food Councils als in de verschillende multi-actorwerkgroepen opgericht op Vlaamse niveau. Deze fora hebben het risico om praatbarakken te worden waardoor het enthousiasme om deel te nemen zal afnemen. Daarbij kan aandacht besteed worden aan volgende acties: (i) het expliciteren van de aanleiding voor het

MSP; (ii) een analyse maken van stakeholders, visies, instituten, power dynamics, beleid; (iii) het opzetten van een 'interim steering body'; (iv) het werken aan stakeholder support; (v) het bepalen van scope en mandaat; (vi) het proces van werken bepalen. Dit proces heeft tijd nodig. Een aantal elementen lijken te zijn opgepakt door Rikolto, maar verschillende van bovenbeschreven punten verdienen nog extra aandacht. Het begeleiden van MSP vraagt een combinatie aan competenties, die versterkt en uitgebreid zouden kunnen worden via een specifieke training over MSP aan het personeel dat betrokken is in deze processen.

Het begeleiden van dergelijke multi-actorwerkgroepen kan gecombineerd worden met andere strategieën voor beleidsbeïnvloeding, formeel of informeel. Rikolto kan verder bouwen op de ervaringen, netwerken en de contacten die opgedaan werden via het Green Deal project. Een nieuwe political economy analysis is daarbij aangewezen.

Ambities en indicatoren

Voor een aantal beoogde veranderingen werden zeer hoge ambities geformuleerd, zoals vertaald in de indicatoren. Daarnaast zijn een aantal indicatoren onvoldoende specifiek of meetbaar (vb. jongeren gedrag, geïntegreerd voedselbeleid, nieuwe duurzaamheidsinitiatieven bij retailers) en ontbreken er indicatoren om bepaalde processen goed op te volgen (evolutie Vlaams beleid). Voor het lopende programma is het aanbevolen om de indicatoren die moeilijk meetbaar zijn, verder te expliciteren of 'uit te pakken'. Voor een volgend programma is het aanbevolen om na te gaan hoe evoluties van beleidsbeïnvloeding, maar ook van multi-actor werkgroepen, beter opgevolgd zouden kunnen worden, aangezien het hier over langlopende en complexe programma's gaat. Een optie zou kunnen zijn om te werken met de opdeling "expect to see, like to see, love to see", zoals wordt toegepast in outcome mapping.

6. BIJLAGEN

6.1. Overzicht geconsulteerde personen

Stakeholders	*Geconsulteerde personen + organisaties*
“ik ben meer dan mijn kassaticket	**Middenveld** Lotte Van Boxem (KVLV) Gwendolyn Maertens (Testaankoop) Chris Crabbé (Gezinsbond) Marc Demeyer (Landelijke Gilden) Charles Snoeck (Fairtrade Belgium) **Retail** Anita Devos en Eva Biltereyst (Colruyt) Roel Dekelver (Delhaize) Regi Vandepoorte (Delhaize Gent)
GoodFood@School	**School Food Labs** Nathalie Van Hoecke (TIHF Brugge) David Van Vlierbergen (Stroom Leuven) Peter Wallays (Paridaens Leuven) Bart Burggraeve (deelnemer Lerend netwerk – school Oostende) **SFC Gent**: Charlotte Hoemakers (Logo Gezondheid) Inge De Roose (stoemp) Katrien De Vuyst (Brede school) Lieta Goethijn (stad Gent) **SFC Brugge**: Eline De Pelsmaeker (MOS) Donald Dupon (MOS) Stefan Lannoo (Wereldhuis) Laura Vandeweghe (Gezond Leven) Lode Tanghe (Provincie) Jan Van Winghem (Provincie) **Werkgroep catering** Arthur Hanssens (Hanssens catering) Lies Walcarius (culinor) Henk Heyerick (Compass) Dennis Christiaen (Compass) Tom Horemans (Delimeal) Jolien Plaete (gezond leven) Rita Van Durmen (departement onderwijs)

6.2. Resultaten enquête in één school

Resultaten van een enquête bij leerlingen en leerkrachten in één school

Leerlingen:

- Leerlingen hebben een goede kennis van wat seizoengroenten zijn, belang van vegetarisch eten en lokale producten. De acties die zijn opgevallen waren het aanbieden van water i.p.v. frisdrank en van vegetarische maaltijden. Dit zijn ook acties die de leerlingen het belangrijkst vinden. Andere acties zoals het geven van richtlijnen voor dranken, inhoud van brooddoos en tussendoortjes vinden weinig enthousiasme bij de leerlingen.
- Wat betreft het eigen gedrag geeft 35% van de leerlingen aan dat ze zelf letten op vleesconsumptie, respectievelijk 70% en 45% probeert voedselverspilling en verpakkingen te vermijden.
- Slecht 30% van de leerlingen was op de hoogte van de inspanningen die de school doet rond duurzame voeding; 30% van de leerlingen geeft aan dat ze les hebben gekregen over duurzame voeding. 76% van de leerlingen vindt het wel belangrijk dat de school hierrond werkt.
- 47% van de leerlingen wist dat er een Rikolto project liep op school, maar slechts 20% wist dat hier ook leerlingen bij betrokken waren.

Leerkrachten:

- Leerkrachten hebben een goede kennis van wat seizoengroenten zijn, belang van vegetarisch eten en lokale producten. De acties die zijn opgevallen waren het aanbieden van water i.p.v. frisdrank en van vegetarische maaltijden. Dit zijn ook acties die ze het belangrijkst vinden.
- Wat betreft het eigen gedrag geven 87% van de leerkrachten aan dat ze zelf letten op vleesconsumptie, voedselverspilling, kopen van seizoengroenten en gezonde voeding. Ze staan open voor het proberen van nieuwe producten. De leerkrachten zijn vertrouwd met Fair Trade.
- Bijna alle leerkrachten weten dat de school belang hecht aan gezonde en duurzame voeding en dit wordt ook opgenomen in de lessen. 90 van de leerkrachten vindt het belangrijk dat dit aan bod komt in de school en in de lessen.
- 60% van de leerkrachten gelooft dat acties op school het eigen consumptiegedrag kunnen doen veranderen.
- Het Rikolto project was goed gekend bij de leerkrachten, slechts de helft wist dat er ook leerlingen bij betrokken waren.