

הקמפיין של משרד החקלאות ומועצת הצמחים מסייע בשינוי תזונתי בישראל

מאת: אלון ברקן

ל

לאחרונה, בוודאי לא יכולתם להתעלם מפריחתו המחודשת של השיר הקלאסי "הו, תן לי כוח!" ששר במקור אריאל זילבר. הסיבה: השיר, בביצוע מחודש של עודד מנשה ומקהלת ילדים, מוביל קמפיין פרי יוזמת משרד החקלאות ומועצת הצמחים שמעודד את הציבור לצרוך יותר ירקות ופירות ולהקפיד לגוון בצריכה בין הסוגים השונים. וכשעודד אומר – הציבור מקשיב: הקמפיין מסייע ליצור שינוי בהרגלי הצריכה, במקביל כמובן לפעילות הנרחבת של תכנית כוח הצבע שפועלת בבתי הספר היסודיים וזוכה להצלחה רבה.

אפילו החיילים משתפים

דודי חברון, ממשרד הפרסום חברון זלצמן שיצר את הקמפיין, מסביר: "בדקנו ומצאנו שעודד פונה הן להורים, האחראים על הקניות הביתיות, והן לילדים, שמהווים

סוכני שינוי ומשפיעים על התזונה המשפחתית. שמחנו גם לגלות שעודד ואשתו עדן, הורים לשישה ילדים, מאמינים מאוד בתזונה של פירות וירקות לחיים בריאים – ונוהגים

כך גם בביתם. הקמפיין הזכיר לכל מי ששכח את החשיבות של תזונה בריאה בכל גיל ואת הכוח הטמון בפירות וירקות, ואני בטוח שהוא יתרום להעלאת הצריכה של פירות וירקות בקרב הורים וילדיהם."

"מהרגע שהקמפיין עלה לאוויר", ממשיך **חברון**, "קיבלנו מאות תגובות אוהדות מהורים שהודו לנו שהזכרנו להם מדוע כדאי לאכול פירות וירקות בחמישה צבעים. הקמפיין גם זכה לתגובות חיוביות ברשת החברתית ובפורומים מצד האימהות, ההפתעה הכי מרגשת הייתה כאשר הקבוצה הגדולה ביותר של חיילי צה"ל בפייסבוק שיתפה את הסרטון שלנו בדגש על 'תן לי כוח', כאשר הכוונה הייתה ליום ראשון בשבוע."

חינוך מגיל צעיר

שינוי הרגלי צריכה הינו תהליך ארוך וממושך, המצריך

התמדה ועקביות וטוב להטמיע אותו כבר מגיל צעיר. סקר שבוצע לקראת השקת הקמפיין על ידי "נתיב יועצים", בקרב מדגם של 500 משקי בית עם ילדים בגילאי 7-18, העלה כי מרבית ההורים סבורים כי האמצעים היעילים ביותר להטמעת הרגלי צריכת ירקות ופירות בקרב ילדים הם חינוך מגיל צעיר (87%), שילוב פירות וירקות במאכלים שהילדים אוהבים (60%) ושילוב הנושא בתכניות לימוד בבתי הספר (45%).

"הציבור הישראלי, כמו גם מרבית כלי התקשורת, מכירים בחשיבות הרבה של אורח חיים בריא, ובכלל זה צריכה קבועה של ירקות ופירות. יחד עם זאת, הדור המבוגר יותר, כמו גם עובדי ההוראה במערכת החינוך, חשים כי יש צורך קבוע בחינוך הדור הצעיר לצריכת פירות וירקות כמרכיב קבוע בתפריט. חשובה לא פחות החשיפה למגוון גדול יותר של פירות וירקות, ולא להסתפק רק בפירות והירקות הפופולריים יותר. במקביל לקמפיין הפרסומי ולפעילות במערכת החינוך מתקיימת פעילות תקשורתית עניפה, בכלי התקשורת השונים וברשתות החברתיות. לשמחתנו, ההיענות מצד הציבור הרחב חוצה גילאים, אזורים גיאוגרפיים ומשטחים נוספים", מציין **תומר המבורסקי ממשד רימון כהן ושות'**, יועץ התקשורת שملווה את מועצת הצמחים.

הרחבת ההשפעה

לאחר שנתיים של פעילות מוצלחת בבתי ספר ברחבי הארץ, תכנית "כוח הצבע" מרחיבה גם השנה את נוכחותה בבתי ספר יסודיים ומפעילה את התכנית ב-250 בתי ספר בכול המגזרים. **צבי אלון, מנכ"ל מועצת הצמחים**, מסכם: "אנו גאים לומר כי מאז תחילתה – תכנית כוח הצבע, שפעלה עד כה בבתי הספר היסודיים, הצליחה מעבר למשוער. כעת, לאחר שבזכות התכנית ילדים ממגוון בתי ספר ברחבי הארץ התנסו וטעמו פירות וירקות תוצרת הארץ ואף החלו לצרוך אותם, רצינו להרחיב את ההשפעה ולהגיע באמצעות הקמפיין למשפחות רבות נוספות. אנחנו שמחים כי הקמפיין השיג את מטרותו: תזונה נכונה קריטית לבריאותנו, וחשוב שהציבור הרחב יידע זאת."



מועצת הצמחים
The Plants Production and Marketing Board



מתוך קמפיין של משרד החקלאות ומועצת הצמחים בהשתתפות עודד מנשה ומקהלת ילדים

”
הסקר העלה כי מרבית ההורים סבורים כי האמצעים היעילים ביותר להטמעת הרגלי צריכת ירקות ופירות בקרב ילדים הם חינוך מגיל צעיר (87%), שילוב פירות וירקות במאכלים שהילדים אוהבים (60%) ושילוב הנושא בתכניות לימוד בבתי הספר (45%)”