



## GPA – BELEIDSPLAN 2024

### STARTPUNT: (MEER) EEN VERENIGING ZIJN

De GPA is een vereniging. Net als een sportvereniging faciliteert de GPA haar leden. In ons geval bij het groeien als mens en organisatie, ten dienste van de eiwittransitie. Vanuit een gedeelde visie – samen op weg naar 50/50 - en met teamwork. Om in de sportanalogie te blijven: de GPA biedt trainingen, wedstrijden, toernooien aan en heeft het een clubhuis om samen te komen. Ze heeft partners, sponsors, die ondersteunen om de doelen van de vereniging bereiken.

Het speelveld van de eiwittransitie groeit, er komen steeds meer spelers bij. Dat maakt dat het belangrijk is om onze rol in deze belangrijke transitie aan te scherpen om waarde toe te blijven voegen, vanuit onze sterktes. In 2023 is daarom onderstaande nieuwe propositie ontstaan, als basis voor inhoudelijke interventies en onze way-of-working.

### DE ROL VAN DE GPA, ONZE POSITIONERING

*Wij activeren en **begeleiden** onze leden en partners in de eiwittransitie. Wij zijn als eerste in staat om barrières en kansen te signaleren, elkaar te inspireren en de stem te zijn van de makers, aanbieders en partners van de **voedselomgeving**. Als gids hierin stellen we concrete doelen en **monitoren** we de voortgang van de eiwittransitie. Door het **aanjagen** van nieuwe samenwerkingen stimuleren we **marktontwikkeling** waarmee we een verschil kunnen maken. Zo versnellen we samen de eiwittransitie op weg naar 50/50.*

### WAT WE DOEN

Bij de Green Protein Alliance versnellen we al sinds 2017 de weg naar een 50/50 eiwitbalans in het Nederlandse consumptiepatroon, sinds 2022 ook vastgesteld als de nationale doelstelling. Met **monitoring**, slimme keuzes voor plantaardige (gezonde) innovaties, de juiste **communicatie over plantaardig**, en advies over het **inrichten van de voedselomgeving** gaan we samen de uitdaging aan.

### WAAR WE OP INZETTEN

We zetten dus in op vier onderdelen [bouwstenen];

1. **Monitoring**
2. **Consumentengedrag**
3. **Woordvoerderschap**
4. **Clubhuis (verbinden en verenigen)**



## **DIT DOEN WE IN DE VORM VAN**

*om in de sport analogie te blijven*

- 'Trainingen'[activiteiten gericht op of geïnitieerd vanuit het individu]:
  - o 1 op 1 consultatie voor ondersteuning bij monitoring, gedrag en woordvoerderschap en vraagstukken van eigen organisatie;
  - o GPA workouts: centrale vraag van lid om in gezamenlijkheid op te pakken.
- 'Wedstrijden'[binnen of vanuit de vereniging georganiseerde activiteiten]:
  - o GPA bijeenkomsten: ALV, GPA café, bestuursvergaderingen, verenigingsbureauoverleggen;
  - o Woordvoerderschap: externe publicaties, (media)zichtbaarheid, LinkedIn;
  - o Partnership met Eatertainment – receptinspiratie.
- 'Toernooien'[initiëren van of aanhaken bij samenwerkingen met partijen in de voedselomgeving binnen én buiten de vereniging]:
  - o Gebiedspilot CHIEF;
  - o Eiweet/The Protein Tracker;
  - o Food Inspiration Outdoor Days (voorbeeld 2023: Back to the Bean);
  - o Bean Deal.
- 'Clubhuis'[creëren van de optimale omstandigheden om goed te kunnen presteren]:
  - o Interne communicatie: nieuwsbrief, whatsappgroep;
  - o Ledenbeheer
  - o Financiële en ledenadministratie;
  - o Faciliteren van verbinding tussen leden en partners.

## **VOORKOMEN**

- Custom made projectuitvoering: identificeren van kansen en samen met andere projecten en samenwerkingen realiseren
- Directe consumentenactivatie: kunnen leden en partners zelf beter
- Proactief werven van nieuwe leden: juiste aantrekkingskracht realiseren door relevant te zijn in relatie tot eiwittransitie en voedselomgeving
- Inzet op alle relevante raakvlakken met eiwittransitie: barrières bij kennisinstellingen en overheid wel signaleren, focus vanuit B2B behouden.

## **VERSTERKEN**

- Clubgevoel. We willen een standaard aantal momenten in het jaar waarop we individueel met een lid contact hebben.
- Verbindingen leggen tussen de leden en partners onderling. Ze aan elkaar verbinden.
- Clubhuis: meer inzet op voedselaanbieders in onze vereniging: retailers, cateraars, FMCG. Partijen die de voedselomgeving invullen.
- Kennisoverdracht als keynote speaker, beschikbaar stellen van blauwdrukken, persoonlijk advies, op weg helpen bij design/concept.
- Autoriteit: GPA heeft – in het verenigingsbureau – de experts op deelgebieden retail & monitoring, foodservice & (consumenten)gedrag, eiwittransitie & woordvoerderschap. Zie onder rollen.

## **VERWERVEN**

- Communicatie. We willen ons laten gelden en een communicatieplan opstellen waarbij we op regelmatige basis naar buiten toe van ons laten horen. We valoriseren de opgedane kennis en ervaring als autoriteit in de eiwittransitie; profileren.
- Extra financiering van buitenaf.
- We profileren ons als kennisleider op monitoring en gedragsinterventies

## **ONZE BESLISBOOM**

*Wat doen we wel, waarbij verwijzen we door, wat doen we niet?*

Wel:

- Wedervraag stellen zodat ze zelf gaan nadenken
- Blauwdruk delen
- Validatie van autoriteit: monitoring en consumentengedrag i.r.t. plantaardige eiwitten
- Acquisitie voor lidmaatschap en publiciteit/bekendheid van onze doelen en vereniging
- Return on investment: impact realisatie, heeft het nut om capaciteit en middelen erin te steken?
- Bedienen de activiteiten het bedrijfsleven? Draagt inzet direct bij aan een verschuiving van consumptie naar meer plantaardige eiwitten.

## **VERENIGINGSROLLEN**

- Nationale eiwitcommissaris, stand der eiwittransitie, woordvoerder, publicatie: Jeroen Willemsen
- Retail eiwit monitoring autoriteit: Jessie van Hattum
- Consumentengedrag irt plantaardige eiwitten autoriteit: Marianne Karstens

## **BOUWSTENEN**

- *Monitoring:* Eiweet (The Protein Tracker), retailers en foodservice; eiweet, we meten de verhouding; richt je hierop...
- *Consumentengedrag:* verzamelen van ontwikkelingen en praktisch toepasbaar maken voor de vereniging, positie van meedenken en consultancy versterken, anderen in actie zetten en vanuit hun eigen kracht. Verbindingen met andere organisaties opzetten om gedragskennis door te laten vloeien.
- *Communiceren over de eiwittransitie:* ondersteuning in effectieve communicatie, aanzwengelen van communicatie, kennisdeling, publiciteit, intern, extern, keynotes,
- *Clubhuis*

## **INZET VERENIGINGSBUREAU:**

We voelen steeds meer het momentum om de vereniging naar een volgend niveau te tillen. We missen betrokkenheid en het clubhuis kan voller. Ook willen we onze leden en partners meer betrekken en activeren. Dit kost tijd. En niet alleen projectmatige tijd, maar veel tijd in de vereniging zelf. Voor specifieke projecten zoals de Eiweet methodiek zien we dat financiering ophalen mogelijk is. Daarom willen we vooral de contributie van de leden inzetten voor de vereniging en de uren daaraan wijdden.

## ACTIVITEITEN 2024

### MONITORING

Door zicht te hebben op de stand van zaken van de Eiwittransitie krijgen wij, de leden, partners, én de bedrijven zelf inzicht in de werkelijke verhouding van hun eiwittransitie. Door te verdiepen in de verhouding identificeren we de grootste kansen voor onze partners en inrichters van de voedselomgeving om te consumenten te helpen naar een meer gebalanceerd voedselpatroon. Weer meer plantaardig en minder dierlijk, net als voor 1950. We weten wat er speelt bij bedrijven (wat ze al doen, wat ze kunnen doen, en welke barrières nog te overkomen zijn). Met deze informatie kunnen we de eiwittransitie nog effectiever vormgeven en een krachtig product van de GPA aanbieden voor leden & partners, nationaal en hopelijk internationaal.

#### 1.1 EIWEET RETAIL NL

- Doel: Het doel van *Eiweet Retail NL* project is om in 2024 de eerste nulmeting uit te voeren en landelijk onder de aandacht te brengen.
- Opleveringen:
  - Eiweet nulmeting is gepubliceerd met 85% marktaandeel. (publicatie online, en via landelijke nieuwsmedia)
  - 4/5 grote retailers in Nederlands heeft naast de Eiweet ook een doel gestel op de eiwittransitie
  - Inzicht in meet uitvoeringen individuele retailers
  - Betrekken nieuwe retailers of online retailers (e.g. heel superunie en/of picnic)
  - Doorontwikkeling fase 2

#### 1.2 EIWEET FOODSERVICE NL

- Doel: Het doel van *Eiweet Foodservice NL* project is om in 2024 een pilot te draaien met 5 cateraars nulmeting uit te voeren en landelijk onder de aandacht te brengen.
- Opleveringen:
  - Pilot meeting met cateraars
  - Nieuwe Eiweet versie voor cateraars

#### 1.3 THE PROTEIN TRACKER

- Doel: Om de Eiweet te borgen willen we deze ook implementeerbaar maken op internationaal niveau voor retailers om naar het hele winkelassortiment te kijken buiten alleen de core-groepen om. We doen dat onder de noemer The Protein Tracker.
- Opleveringen:
  - Projectgroep bij elkaar die internationaal The Protein Tracker wil gaan uitproberen.
  - Draft voor The Protein Tracker in bijvoorbeeld Duitsland.

#### 1.4 DE STAND DER EIWITTRANSITIE

- Doel: leden en partners van de vereniging voorzien van actuele kwantitatieve (supermarkt-)verkoopdata in relevante dierlijke en plantaardige segmenten. Zodat

trends inzichtelijk worden en daarop, door de GPA en individuele leden op kan worden ingespeeld. En daarnaast kwalitatief, voorbeelden uit de praktijk delen met onze partners en leden. Van pilots bij retailers tot gemeentes die hun reclame-uitingen aanpassen.

- Opleveren:
  - Elk kwartaal een powerpoint-rapportage, in samenwerking met Circana, met trends/data, gedeeld met de GPA partners en leden;
  - Op verzoek: verdieping van data op specifieke segmenten/categorieën. (kosten voor 2 extra verzoeken meegenomen in de begroting).

## **CONSUMENTEN GEDRAG**

Met de focus op het stimuleren van de plantaardige eiwitconsumptie vervult actuele en toegepaste kennis over (consumenten)gedrag een sleutelrol in de activiteiten van de vereniging. Door het initiëren en analyseren van onderzoek, het ontwerpen van vernieuwende gedragsinterventies en samenwerking met ketenpartijen voor concrete toepassing om inzichten te valideren en opgedane kennis met betrokkenen te delen. Via online (zokanhetook/eatertainment) en offline (50+ beurs, margriet winterfair, huishoudbeurs, retailpilot Regio Foodvalley, gebiedspilot CHIEF) interventies komen we in direct contact met de consument en spelers in haar voedselomgeving, waardoor de GPA invloed kan uitoefenen op een duurzame gedragsverandering. Na ruim vijf jaar praktijkervaring en pionieren zetten we nu in op het valideren en verzilveren van de opgedane kennis en inzichten.

### **2.1 GEDRAGSLAB EIWITTRANSITIE**

- Doel: opgedane gedragskennis makkelijker toepasbaar maken voor leden en partners van de vereniging en actuele gedragsinzichten en onderzoek in relatie tot de eiwittransitie overzichtelijk beschikbaar maken.
- Opleveren:
  - Gedragsslab kennisbank met overzichtelijke papers (inzichten/kennis) en tools (zelf aan de slag met gedragsverandering in de praktijk)
  - Toegang tot netwerk van gedragsveranderaars in Nederland onder andere door samenwerking met kennisinstellingen zoals WeCR (PPS Gebiedspilot CHIEF), Universiteit Utrecht (Plantbased Protein Transition), Radboud Universiteit (Behavioral Change Academy), Erasmus Universiteit en HAS (SIA RAAK Plenty)
  - Gedragsslab bijeenkomsten gericht op 1-op-1 advies op maat en/of groepsverband rondom centraal ingebrachte casus (GPA workout).

### **2.2 GEBIEDSPILOT CHIEF – KANTINE TAKE OVER**

- Doel: blauwdruk van de gebiedspilot chieff en onderdelen daarvan zoals de Kantine Take Over toepasbaar maken voor opschaling naar andere regio's.
- Opleveren:
  - Q1 2024 onderzoeksrapport Gebiedspilot CHIEF door Wageningen Universiteit (WeCR)

- Genereren van publiciteit op belangrijkste inzichten en call to action richting relevante partijen. Leads voor follow up richting: Ministerie LNV, Voedingscentrum, Regio Foodvalley, Burgemeesters van Noord-Brabant.

### 2.3 BEAN MEAL

- Doel: in gezamenlijkheid vanuit betrokken partijen bij de Bean Deal en de vereniging Green Protein Alliance een activatie realiseren van 3 t/m 10 februari 2024 (wereldpeulvruchtendag) gericht op het stimuleren van de consumptie van peulvruchten, in pure of 'vermomde' vorm.
- Opleveren:
  - Activatie van het netwerk van 109 partijen: Bean Deal 60, GPA 49 en partijen uit hun directe netwerk
  - Gezamenlijke, geloofwaardige boodschap #BeanMeal: landingspagina, communicatie toolkit
  - Bereik en zichtbaarheid van #BeanMeal: mogelijk organisatie ludiek PR-evenement
  - Blauwdruk en draagvlak voor volgende edities
  - GPA is budgethouder en projectleider van de activatie

### 2.4 EATERTAINMENT

- Doel: zo veel mogelijk Nederlanders inspireren met plantaardige recepten via het receptenplatform Eatertainment en leren van A/B testen in online omgeving
- Opleveren:
  - Leden leveren tenminste 4 inspirerende plantaardige recepten per jaar
  - Zokanhetook.nu ontmanteld (website, facebook & instagram)
  - GPA en Eatertainment bepalen jaaractiviteiten voor het testen van effectieve manieren om Nederlanders te stimuleren vaker plantaardige recepten te bereiden

## WOORDVOERDERSCHAP

De GPA is een erkende autoriteit op het gebied van de eiwittransitie, een positie opgebouwd sinds haar start in 2017. Overheden, ondernemers, journalisten, studenten, vragen vaak om onze mening en input. Hiermee hebben we de mogelijkheid om onze standpunten te delen, richting te geven aan beleid, ondernemers te inspireren, goede voorbeelden en prestaties van onze leden en partners te delen. We vinden het onze verantwoordelijkheid om gehoor te geven aan dit woordvoerderschap voor de eiwittransitie. Gevraagd én ongevraagd; ook via onze eigen kanalen kunnen we ons geluid laten horen en de talking points adresseren die wij belangrijk achten op weg naar 50 - 50.

### 3.1 OVERZICHT IN DE DYNAMIEK VAN DE EIWITTRANSITIE

- Doel: leden en partners van de vereniging overzicht geven in het groeiende bos van programma's, activiteiten en actoren in het domein van de eiwittransitie. Zodat ze kunnen afwegen waarop in te zetten, welke actoren te steunen, vanuit een eigen kracht/belang.
- Opleveren:
  - Twee maal per jaar (Q2, Q4) een visualisatie met belangrijkste actoren/programma's in Nederland, verspreid over de productieketen (grond

tot mond) en/of de innovatieketen (van onderzoeksinstituut tot supermarkt). Inclusief programma's vanuit de overheid en NGO's

- Mogelijkheid tot reflectie/interactie met leden en partners over blinde vlekken of her-overweging van focus/speerpunten.
- Op basis van data (trendrapporten, Eiweet) bepalen en delen we via passende media (B2B en B2C) onze onderbouwde visie over de stand van de eiwittransitie alsook de vooruitzichten/scenario's voor de toekomst.

### 3.2 GREEN PROTEIN TALKING POINTS [LINKED IN, WEBSITE GPA]

- Doel: extern reflecteren/delen van de positie en mening van de GPA op (nader te bepalen) talking points. Opdat dit geluid wordt verankerd in beleid, in het publieke domein wordt gehoord.
- Opleveren:
  - Selectie/omschrijving van maximaal 5 Green Protein Talking Points (thema's). Te denken valt aan actuele cijfers (als tegenhanger van onjuiste/sturende cijfers die in de media verschijnen). Te selecteren en toetsen met het bestuur en onze leden/partners;
  - Verwerking van de talking points in externe communicatie-uitingen, bv. via linked-in posts, op onze website.

### 3.3 GREEN PROTEIN PREFORMANCES

- Doel: op passende podia/media in gesprek gaan over het thema Eiwittransitie, de standpunten, way of working van onze vereniging, de concrete bijdragen van onze vereniging en onze leden/partners. Het verenigingsbureau wordt hiertoe regelmatig gevraagd door overheden, provincies, gemeentes, studenten, journalisten, evenementen.
- Opleveren:
  - Presentaties/artikelen/interviews. Schatting: 12 per jaar;
  - Best practices/goede voorbeelden van onze leden en partners, hen betrekken bij/naar voren schuiven indien opportuun.

## CLUBHUIS

De GPA is een vereniging. Net als bij een sportvereniging wil de GPA haar leden faciliteren in het optimaal kunnen presteren in het (plantaardige) eiwitdomein. Door vanuit het clubhuis de randvoorwaarden te scheppen om slagvaardig en up to date in het werkveld aan de slag te zijn. Andersom zorgen leden en partners voor een stimulerende dynamiek, door inbreng van kennis en ervaring uit eigen praktijk en bieden toegang tot netwerk en de voedselomgeving.

### 4.1 TEAMMEETINGS

- Doel: samenbrengen van leden en partners om waardevolle inzichten met elkaar te delen en verbindingen te creëren die bijdragen aan de verenigingsdoelstellingen
- Opleveren:
  - Algemene Leden Vergadering: 2x per jaar in Juni en November

- GPA café's en workout: 2-4 per jaar, gericht op relevante thema's en actualiteiten
- Bestuursvergaderingen: 4x per jaar door het bestuur en verenigingsbureau
- Verenigingsbureau meetings: elke 2 weken door het verenigingsbureau

## 4.2 CLUBCOMMUNICATIE

- Doel: informeren en inspireren van leden en partners met relevante en actuele informatie gericht op interne communicatie binnen de vereniging
- Opleveren:
  - GPA update: 4 per jaar, inclusief kwartaalcijfers 'stand der eiwittransitie'
  - GPA uitnodigingen: voor bijeenkomsten van de GPA + evenementkalender met relevante bijeenkomsten om te bezoeken.
  - GPA whatsappgroep: aankondigingen, actualiteiten en oproepen 'binnen de club' [openstellen voor inbreng van een ieder?]
  - Up to date leden/partnerbestand met naw gegevens [CRM systeem overwegen]

## 4.3 CLUBKAS

- Doel: vergaren van inkomsten voor toekomstige uitvoering van onze activiteiten.
- Opleveren:
  - Selectie van externe fondsen, opvolging fondsenwerving;
  - Ledenwerving, met in 2024 een speciale focus op voedselaanbieders (retail, catering, FMCG)
  - Innen contributie leden;
  - Administratie, inclusief bijhouden reis- en onkosten van leden van VB.

## 4.4 INDIVIDUELE TRAINING: ADVIESGESPREKKEN MET LEDEN & SAMENWERKING MET PARTNERS (1OP1)

- Doel: Om beter grip te krijgen op wat er speelt bij onze partners & leden gaan we in gesprek met ze en geven we ze individuele terugkoppeling. Op die manier winnen wij informatie, en kunnen we leden & partners beter verbinden en verder helpen.
- Opleveringen:
  - 2x per jaar gesprek met elk lid & individueel advies (3 uur per lid)
  - 2x per jaar gesprek met elk partner voor inwinning stand van zaken (2 uur per partner)
  - Overzicht van waar alle leden & partners mee bezig zijn

## 5.1 DE DERDE HELFT (ONVOORZIEN)

- Doel: opvangen van onvoorziene kosten/uitgaven zonder dat de vereniging in financieel gevaar komt.
- Opleveringen:
  - Reserveren middelen, ca. 3% van de totale begroting voor onvoorziene uitgaven;
  - Melden van onvoorziene uitgaven bij de penningmeester, vragen om akkoord indien nodig.