



konna teeb eripäraseks seegi, et selles valdkonnas on info üleküllus ning jääb mulje, et toitumissoovitused muutuvad pidevalt (mis ei ole tõsi). Tänapäeval, mil inimesed ostavad endale sobivaid toitumissoovitusi, võib riiklikel soovitusel (mis põhinevad teaduslikel uuringutel ja arvestavad põhjamaist elustiili) endiselt küll mõningane eelis olla, kuid mitte tingimata.

Puu- ja köögiviljade söömise suurendamisel on hulk takistusi. Teadlikkus õigest kogusest on üks nendest, inimesed alahindavad, kui palju on vaja puu- ja köögivilju süüa. Uuringutega on välja toodud, et need, kes teavad õiget kogust, ka tarbivad seda suurema tõenäosusega. Eestis ei ole tugevaid puu- ja köögiviljade tarbimise traditsioone – õun, porgand, kapsas, kurk ja tomat on meile harjumuspärased viljad, keskmine inimene ei oska enamiku köögiviljadega midagi peale hakata. Oskusi nende kasutamiseks tuleb enamikul õppida ja saada selle juures üle ka eelarvamustest. Mugavus on üks peamisi tervisliku toitumise vaenlasi: „Nojah, see porgandi väljavõtmine ja lõikumine on juba natuke suurem töö kui küpsisepaki väljavõtmine ja lahtitegemine,” ütles üks meessoost sihtrühma liige meie fookusgrupis. Olulise mõjuga on ka tootjate ja kaupluste turundus, sh sooduspakkumised, mis suunavad inimesi töödeldud, suhkru-, rasva- ja soolarikaste toitide poole.

Tähelepanu ka meestele

Kampaaniad on enamikul aastatel olnud suunatud naistele (eelkõige vanuses 18–45 a) ja seda põhjusel, et nende kaudu on kõige reaalsem muutust ellu viia. Kuigi meeste puhul on probleem kõige suurem (ka teadlikkus õigest kogusest on meeste seas kaks korda madalam), mõjutavad just naised enim pere toitumisharjumusi. Möödunud aastal võtsime siiski käsile seni tagaplaanile jäänud meeste sihtrühma. Lähenesime neile humoorikas võtmes tervise ja elujõu sõnumiga, kampaania loosung oli „Mees peab olema alati viljakas!”.

Kuue aasta jooksul avasime puu- ja köögiviljade teemat eri nurkade alt, motiveerides või tegeledes kõikvõimalike barjääridega. 2009. aastal rõhusime tervisemõjudele ja vajadusele süüa mitmekesiselt eri värvi vilju. 2010. aastal panustasime soovitusel lihtsustamisele. Keeruka portsjonite soovitusel tõlkisime peotäiteks – uueks soovitusel sai süüa viis peotäit vilju. 2011. aasta kampaania „Lihtne 5 tervislikult toituda” õpetas, kuidas vajalikud portsjonid toidukordade vahel ära jagades kätte saada. 2012. aasta kampaania „Sööme ära” tuletas meelde, et päevas tuleb süüa vähemalt viis peotäit puu- ja köögivilju, ning kutsus üles aktsiooniga liituma, mille käigus selgitati välja kõige rohkem puu- ja köögivilju sööv paik Eestis.

Fotol: kampaaniakleebis söögikoha uktsel