



Persbericht

## **Resultaat eerste editie Nationale Soepdag: 200.000 schoolmaaltijden voor kinderen in de derde wereld**

**Rotterdam, 4 november 2009 – De Nationale Soepdag op 16 oktober jongstleden heeft al ruim 200.000 schoolmaaltijden voor het World Food Programme van de Verenigde Naties opgeleverd. Tijdens de eerste editie van de Nationale Soepdag ontvingen gasten in bedrijfsrestaurants, horecalocaties en zorginstellingen een gratis kom soep. Hierbij kregen zij de mogelijkheid de soepprijs – of meer – vrijwillig te doneren aan het World Food Programme.**

De betrokkenheid van Nederlanders blijkt groot, en het enthousiasme overweldigend. Op Nationale Soepdag aten alle gasten in totaal 20.000 liter soep voor het goede doel. Boudewijn van Nieuwenhuijzen, Commercieel manager van Unilever Foodsolutions: “De Nationale Soepdag is voor ons nu al een succes. We zijn heel trots op dit resultaat, een voorlopige uitkomst want de donaties stromen nog steeds binnen. Honger en ondervoeding bij kinderen is een probleem dat continu onder de aandacht moet blijven. Het feit dat één dag extra aandacht al zo’n resultaat oplevert, stimuleert ons om de lat voor nieuwe initiatieven in de toekomst nog hoger te leggen.”

### **Een gratis kom soep voor jou, een gratis schoolmaaltijd voor een kind**

Elke zes seconden sterft een kind op deze wereld aan honger of aan een daaraan gerelateerde ziekte. Tijdens Wereldvoedseldag wordt jaarlijks wereldwijd aandacht gevraagd voor honger en ondervoeding bij kinderen. Onder het motto ‘Een gratis kom soep voor jou, een gratis schoolmaaltijd voor een kind’ steunde Unilever Foodsolutions het World Food Programme. De gratis schoolmaaltijden zijn vaak een reden voor arme ouders om hun kinderen naar school te sturen. Unilever droeg zijn steentje bij door de opbrengst van de Nationale Soepdag aan het World Food Programme te doneren. Voor meer informatie: [www.nationalesoepdag.nl](http://www.nationalesoepdag.nl).

### **Onderzoek: samenwerken tegen armoede en honger**

Uit onderzoek van Ruigrok|Netpanel (oktober 2009) onder 881 respondenten blijkt dat de meerderheid van de Nederlanders (58%) bereid is extra te betalen voor een product, als zij weten dat een deel of het gehele bedrag zou worden gebruikt om de armsten in de wereld van een maaltijd te voorzien. Ondanks dat niet alle Nederlanders van mening zijn dat zij zelf iets kunnen doen om de honger te bestrijden, heeft ruim vier op de vijf (83%) dit jaar een goed doel financieel gesteund. Ongeveer de helft (47%) steunde afgelopen jaar een organisatie die zich bezighoudt met mensen en hongerbesteding.

Einde bericht

### **\*\* Noot voor de redactie\*\***

Voor algemene vragen, interviewverzoeken of het opvragen van de onderzoekssamenvatting:

PR Stunt, Nynke van den Broek: [nynke@prstunt.nl](mailto:nynke@prstunt.nl) of 020 – 626 14 38.

Voor inhoudelijke vragen over het initiatief: Unilever Foodsolutions, Boudewijn van Nieuwenhuijzen, [boudewijn-van.nieuwenhuijzen@unilever.com](mailto:boudewijn-van.nieuwenhuijzen@unilever.com) of 010 – 439 51 04.

### **Over het onderzoek**

Ter gelegenheid van de Nationale Soepdag heeft Ruigrok|Netpanel in opdracht van Unilever Foodsolutions onderzoek uitgevoerd onder 881 respondenten over Nederlanders en hun kennis en mening over voedsel, voedselproblematiek en ontwikkelingshulp. Centraal staat het bewustzijn van de Nederlander van het wereldvoedselprobleem, omgang met voedsel en ontwikkelingshulp en oplossingen voor het voedseltekort.