

Herformuleren: verplichten of niet?



Herformuleren van voedingsmiddelen is een van de mogelijkheden om het **voedingsaanbod gezonder te maken**. Zou dat verplicht moeten worden? Hogeschool Inholland organiseerde samen met het Lectorenplatform Voedsel & Gezondheid het Food Trendcollege *Herformuleren, verplicht of niet?* Maartje Poelman (WUR) en Christine Grit (FNLI) gaven hun visie op deze discussie vanuit het perspectief van respectievelijk de volksgezondheid en de voedingsmiddelensector.

Verhouding moet veranderen

Dr. Maartje Poelman is universitair hoofddocent bij de leerstoelgroep **Consumptie en Gezonde Leefstijl** aan Wageningen Universiteit.

Onbalans

We eten te veel suiker, zout en verzadigd vet, en te weinig groente en fruit en vezels. Hoe gaan we dat nu eindelijk eens oplossen? Is het aan de consumenten om gezonder eten te kopen? Of aan de industrie om gezonder eten te produceren? En wat is de rol van de overheid hierin? Voor Maartje Poelman is één ding duidelijk: blootstelling aan een gezonde voedselomgeving is veel belangrijker voor gezond eten dan inzetten op promotie, voorlichting en adviezen over gezond eten. En daar wringt de schoen al gelijk, want slechts twintig procent van het aanbod in supermarkten valt binnen de Schijf van Vijf. Tachtig procent van het aanbod in de supermarkt voldoet dus niet aan de eisen zoals de Gezondheidsraad die stelt aan gezonde voeding. Kortom, de voedselomgeving is totaal uit balans.

Nova-classificatie

Gezondheid hangt onder andere nauw samen met de mate van bewerking van producten. Om dit te duiden, wordt bijvoorbeeld de NOVA-classificatie gebruikt. Daarbij is categorie 1 het meest onbewerkt (zoals groente en fruit) en categorie 4 het sterkst bewerkt (zoals frisdrank, koek en chips). Veel productgroepen in de supermarkt zitten voornamelijk in NOVA-categorie 4. Dat zijn bijvoorbeeld (non-)alcoholische dranken, snoep en chocola en ijs, koek en gebak. Die categorieën beslaan meer dan een kwart van het totale productaanbod in de supermarkt. Maar slechts 2,6% hiervan komt voor in de Schijf van Vijf (en dat zijn allemaal niet-alcoholische dranken, zoals bruiswater).

Ingrijpen

Een en ander betekent dus dat 80% van het voedselaanbod, in elk geval in de gemiddelde supermarkt, ongezond is. Poelman pleit ervoor dat die verhouding minstens 'fifty-fifty' wordt. Naast duizend andere ideeën die ze hierover heeft (zoals het invoeren van een suikertaks of een verbod op

kindermarketing op niet-Schijf-van-Vijf-producten) ligt er in haar ogen een belangrijke rol voor de levensmiddelenproducenten om via herformulering in te grijpen in de fysieke voedselomgeving.

Overheid

Vanuit het Policy Evaluation Network deed Poelman met collega's onderzoek naar beleidsmaatregelen om het voedselaanbod te optimaliseren, aan de hand van de zogenoemde Food Environment Policy Index (Food-EPI). Hiervoor bevroegen zij experts over haalbare en efficiënte maatregelen die de Rijksoverheid hiervoor kan inzetten.

"Stapsgewijs is het voor iedereen haalbaar"

Drs. Christine Grit is manager Health en Nutrition Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI)

Gezonde consument

Er wordt vaak gezegd, of op z'n minst gedacht, dat producenten van levensmiddelen 'alleen maar zijn gericht op geld verdienen'. Dit wordt niet onderschreven door de deelnemers van het congres. De algemene opvatting is dat producenten primair lekkere producten willen maken. En natuurlijk wil de industrie geld verdienen, zegt Grit. Het is niet hun primaire taak om de volksgezondheid te bevorderen, maar ook zij hebben er alleen maar belang bij om consumenten zo lang mogelijk gezond te houden.

Factoren

In de keuze van de consument spelen prijs, kwaliteit, gemak en veiligheid een rol. En dat geldt ook voor producenten. Maar zij hebben daarnaast te maken met houdbaarheid, textuur, wetgeving, kosten en duurzaamheid. En de concurrentie. Al deze factoren moeten bij eventueel verplichte maatregelen meegewogen worden. Blijft een product goed

Conclusie

De algemene conclusie is dat iedereen de, in elk geval morele, verplichting heeft om het voedingsaanbod gezonder te maken. Of dat nu gebeurt door herformuleren, door maatregelen zoals Nutri-Score of door het verhogen of verlagen van btw-tarieven: dat mogen en moeten de partijen zelf invullen. De kracht van de maatregelen ligt in het totaalpakket. Dus ook de consument moet z'n verantwoordelijkheid nemen. Maar met wat druk hier en daar zal de gezonde keuze toch écht iets makkelijker (moeten) worden.

Op nummer één stond de aanbeveling dat het nieuwe systeem voor productverbetering moet voldoen aan ambitieuzere doelstellingen. Maar volgens haar is het dan wel zaak dat de overheid de juiste prikkels gebruikt en voedingsmiddelenproducenten ondersteunt om hiermee aan de slag te gaan. Alles valt binnen een totaalpakket van maatregelen, waarbij de gezonde keuze makkelijker (en niet duurder!) is dan de ongezonde keuze. Dus de nadruk op verse en gezonde voedingsmiddelen. En accepteren dat sommige producten nu eenmaal nooit in de Schijf van Vijf zullen vallen, hoeveel je er ook aan herformuleert.

van uiterlijk, smaak en consistentie? Hoe beïnvloeden aanpassingen de houdbaarheid? En zijn er dan niet meer additieven in een product nodig? Additieven zijn goed onderzocht en veilig voor gebruik, maar de consumentenacceptatie is laag. Bovendien benadrukt Grit dat het belangrijk is dat als aanpassingen verplicht worden, deze gelden voor de hele productgroep. En op internationaal niveau, anders is er sprake van oneerlijke concurrentie.

Partijen

Concurrentie bestaat overigens ook op nationaal niveau, bijvoorbeeld tussen grotere en kleinere bedrijven. Want benodigde technische aanpassingen zijn voor grotere bedrijven makkelijker dan voor kleinere ondernemingen. Een andere afweging is: wie moeten zich allemaal conformeren aan de aanpassingen? Alleen de industrie, of geldt het ook voor de horeca, supermarkten, kantines, restaurants en cateraars? Dat zou wel zo eerlijk zijn. En geldt het alleen voor verpakte producten of ook de onverpakte? Goed doordacht, eerlijk en stapsgewijs, dat zijn sleutelwoorden in dit proces, volgens Christine Grit. Alleen dan is het te behappen voor de industrie en merkt de consument er relatief weinig van.

AUTEUR

WENDY VAN KONINGSBRUGGEN

Literatuur en leestips zijn te vinden op www.nvdietist.nl

Het webinar is te volgen op:

