

Een gezonder productaanbod over de hele breedte



De ambities van het Akkoord Verbetering Productsamenstelling zijn soms hoog en soms laag. Ook het verbeteren van producten kent z'n grenzen. Maar er worden resultaten geboekt. Een overzicht van productverbetering in Nederland.

TEKST STEPHAN PETERS EN PETER WOLFS (NZO) ILLUSTRATIES FNLI

In Europa is Nederland een van de voorlopers als het gaat om productverbetering. Al sinds 2006 wordt er gewerkt aan het verlagen van de hoeveelheid zout in brood, groenteconserven en kaas. Sinds de start van het Akkoord Verbetering Product-

samenstelling in 2014 werkt de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie aan het structureel en stapsgewijs terugdringen van zoutgehaltes, verzadigd vet en calorieën (vet en suiker) in een breed scala aan levensmiddelen. Dankzij de inspanningen van minister Schippers (zie pagina 10)

staat productverbetering sinds 2016 ook op de Europese agenda.

Minder zout

Voordat het Akkoord in werking trad, werd er bij drie productgroepen al gewerkt aan zoutverlaging. Sinds 2009 is de hoeveel-

heid zout in Nederlands brood met een kwart verlaagd en sinds 2006 is de hoeveelheid zout in Goudse 48+ kaas met 22% gereduceerd. Bij beide productgroepen is de zoutverlaging in een langzaam tempo doorgevoerd, waarbij dit niet gecommuniceerd is aan de consument. Dankzij deze strategie is de consument stapsgewijs gewend geraakt aan een minder zoute smaak en is men automatisch minder zout gaan eten, zonder over te stappen op een ander product. Sinds 2011 is ook de hoeveelheid toegevoegd zout in groenteconserven met ongeveer een derde teruggebracht.

Akkoord Verbetering Productsamenstelling

Het Akkoord Verbetering Productsamenstelling (hierna: het Akkoord) kan gezien worden als voortzetting van de succesvolle productherformuleringen sinds 2006. 'Gezondere producten kiezen, kan en moet makkelijker worden voor consumenten' luidt de eerste zin van het Akkoord. De doelstelling is dan ook om in de periode 2014-2020 het productaanbod in de hele breedte gezonder te maken. Het Akkoord werd in 2014 ondertekend door verschillende partijen die een belangrijke rol spelen in het voedselaanbod:

- Het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL)
- De Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI)
- Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
- Vereniging Nederlandse Cateringorganisaties (Veneca)
- Minister van Volksgezondheid Welzijn en Sport (VWS).

Stand van zaken

Op de website www.akkoordverbetering-productsamenstelling.nl staat de stand van zaken en de voortgang van productverbetering door verschillende productgroepen. Alle sectoren uit de voedingsmiddelenindustrie zetten zelf hun ambities op de website, waarna ze worden getoetst door een onafhankelijke wetenschappelijke adviescommissie (WAC) die door de minister is aangesteld. Het is de taak van de WAC om de ambities van de keten-brede afspraken te toetsen op ambitieniveau en relevantie. De meeste afspraken die productgroepen op de website hebben

geplaatst, worden door de WAC beoordeeld als 'matig ambitieus'. Dit betekent dat bij de meeste productgroepen nog aanvullende stappen gemaakt zouden moeten worden. Positieve uitzonderingen zijn de ambities voor zoutverlaging in groenteconserven en vleesconserven; deze krijgen een betere waardering van de WAC. Over de zoutverlagingen in brood en Goudse kaas heeft de WAC geen uitspraak gedaan, wellicht omdat deze reducties al voor de start van het Akkoord zijn geformuleerd en in gang gezet.

Lopende herformuleringen

Op de genoemde website van het Akkoord zijn alle ambities per productgroep uitgebreid omschreven en in een aantal gevallen kan men voortgangsrapportage vinden. Sinds de ondertekening van het Akkoord worden de volgende voedingsmiddelen geherformuleerd (percentages ten opzichte van 2015):

- Sauzen: verlaging zout met gemiddeld 5-10%
- Soepen en bouillons: verlaging zout met gemiddeld 5%
- Vla, yoghurt, kwart, zuiveldranken en

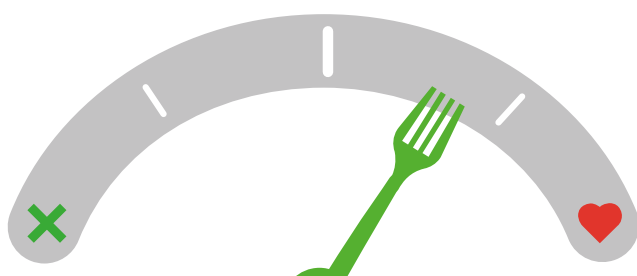
Positieve uitzonderingen zijn de ambities voor zoutverlaging in groenteconserven en vleesconserven

toetjes: verlaging toegevoegd suiker met gemiddeld 5%

- Margarine in cake: afname verzadigd vet met gemiddeld 6,7%
- Vleesconserven: afname zout en verzadigd vet met 5-10%
- Vers vleesbereidingen (zoals gepaneerde schnitzels en worstjes): afname zout met gemiddeld 10%
- Chips, noten en zoutjes: afname zout met gemiddeld 10%
- Kant-en-klaarmaaltijden: afname verzadigd vet en zout met gemiddeld 10%

De frisdrankenindustrie heeft aangegeven dat zij voornamelijk via gerichte marketing de inname van de hoeveelheid suikers via frisdranken in de periode 2015-2020 met 10% wil doen afnemen. Sinds dit jaar wordt gewerkt aan voorstellen voor productherformulering bij productgroepen en -categorieën die gericht zijn op:

- de afname van zout in diepvriessnacks, hartige broodjes, groenteconserven, smeerkaas en pizza's
- de afname van verzadigd vet in diepvriessnacks en hartige broodjes
- de afname van toegevoegd suiker in ontbijtgranen



Deze plannen worden beoordeeld door de WAC. Er zijn nog geen concrete plannen ingediend voor het terugdringen van portiegrootten.

Grenzen aan herformulering

Het terugbrengen van zout, verzadigd vet of suiker uit producten kan niet onbegrensd plaatsvinden. Vet en suiker hebben nog andere functies in voedingsmiddelen dan alleen smaak. Ze zorgen ook voor volume en spelen een belangrijke rol bij de textuur van een product. Suiker in jam kun je bijvoorbeeld niet vervangen door intensieve zoetstoffen, omdat deze in tegenstelling tot suiker geen volume hebben. Een ander voorbeeld is de vulling van een koek. Als je het verzadigd vet in koek vervangt door onverzadigd vet, zou de vulling er uitlopen. Zout speelt een rol bij de houdbaarheid van veel producten, onder andere omdat het een bacterieremmende werking heeft. Dat geldt bijvoorbeeld voor kaas. Een verdere zoutverlaging in Goudse kaas is niet te verwachten wegens ongewenste effecten op de samenstelling, textuur en houdbaarheid.

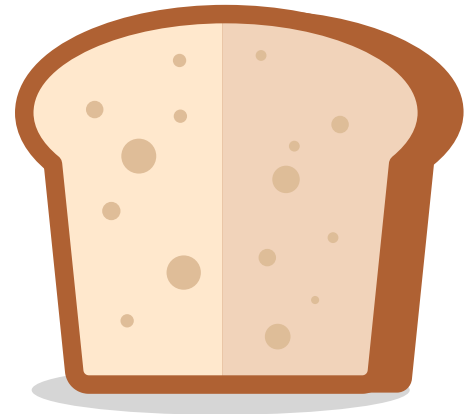
Acceptatie consument

De acceptatie van een 'geherformuleerd' product door de consument is een belangrijk aspect bij productherformulering. Als de smaak van een bekend merk verandert, is dat voor veel consumenten reden om voor andere (zoetere of zoutere) merken te kiezen. In het verleden hebben verschillende producenten in grote stappen geherformuleerd. Zij zagen vervolgens dat hun producten niet meer werden verkocht. Dat gebeurde onder andere bij zuivelproducten na een te snelle suikerverlaging en bij instant soepen na een grote zoutverlaging. Een te snelle productherformulering kan er ook toe leiden dat consumenten zelf

suiker of zout aan producten gaan toevoegen. De meest succesvolle productherformuleringen zijn de trajecten waarbij in kleine stapjes en over een langere periode de verlaging is doorgevoerd, zoals bij zout in brood en Goudse kaas.

Effect op inname zout

Een belangrijke vraag is of de productherformuleringen een significant effect hebben op het verlagen van de dagelijkse inname van zout, verzadigd vet en suiker. De zogenaamde herformuleringsmonitor



Het effect van alle productherformuleringen samen is een zoutverlaging van 0,5 gram per dag

houdt het effect bij van de herformuleringen en meet de voortgang. De berekeningen worden uitgevoerd door het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) en de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) en zijn gebaseerd op metingen in producten en etiketinformatie. Van twee gerealiseerde productherformuleringen is het effect berekend, namelijk van zoutverlaging in brood en Goudse kaas. Het RIVM heeft een schatting gemaakt van het effect van zoutverlaging in brood op de gemiddelde zoutinname in de afgelopen 6 jaar. Bij de berekeningen is uitgegaan van een gemiddelde zoutinname van 8,7 gram per kilogram lichaamsgewicht. Hiervan komt 6,9 gram voor rekening van voedingsmiddelen; 1,8 gram komt uit het zoutpotje van de consument zelf. Volgens het RIVM krijgt de Nederlander dankzij de zoutver-

laging in brood 0,4 gram minder zout binnen per dag ten opzichte van NEVO 2011. Tellen we volgens dezelfde berekeningen de gerealiseerde zoutverlaging in Goudse kaas hierbij op, dan zorgen de gerealiseerde productherformuleringen in brood en kaas dat de Nederlander gemiddeld 0,47 gram minder zout per dag binnen krijgt ten opzichte van de NEVO 2011. Dit aandeel is 7% van het totaal van de 6,9 gram zout die we gemiddeld via voedingsmiddelen binnenkrijgen. Een significante afname dus.

Resultaten 2017

Het is nog te vroeg om voor suiker en verzadigd vet berekeningen te maken van de effecten van productherformuleringen. Maar voor zout zijn naast de zoutverlaging in brood en Goudse kaas ook andere productherformuleringen in gang gezet die resultaat laten zien. Omdat brood en kaas tot de grootste leveranciers van zout in ons voedingspatroon behoren – respectievelijk 28% en 10% van de dagelijkse zoutinname – blijven de effecten van andere productherformuleringen relatief klein. De herformuleringsmonitor 2017 laat zien dat het effect van alle productherformuleringen samen – in brood, kaas, vleeswaren, vlees(bereidingen), hartige snacks, sauzen en soepen – een zoutverlaging is van gemiddeld 0,5 gram per dag. <

