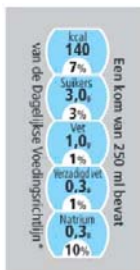

Samenvatting

Voedingsmiddelenbedrijven hebben verschillende manieren om consumenten erop te attenderen dat bepaalde producten goed zouden zijn voor de gezondheid. Sinds enkele jaren worden daar in Nederland ook logo's voor gebruikt.



Het Ik Kies Bewust logo is een initiatief van Unilever, Friesland Foods en Campina. Inmiddels nemen meer dan honderd bedrijven deel aan dit initiatief en hebben veel van deze bedrijven producten met het Ik Kies Bewust logo. Het Gezonde Keuze Klavertje is een initiatief van Albert Heijn. Alleen de Eigen Merk-producten van deze supermarktketen komen in aanmerking voor het Gezonde Keuze Klavertje. Deze logo's worden elk op basis van eigen criteria toegekend.



Een andere manier om mensen te informeren over de gezondheidkundige waarde van voedingsmiddelen is door de gehalten van voedingsstoffen (voedingswaarde-informatie) op de productverpakking te plaatsen. Die informatie wordt sinds kort in een nieuwe vorm, het zogeheten GDA-systeem, op de voorkant van het etiket gepresenteerd. Dit systeem is ontwikkeld door de Europese koepelorganisatie van de voedingsmiddelenindustrie.

Het gebruik van logo's biedt kansen voor de verbetering van het voedingspatroon en de volksgezondheid. Of dat daadwerkelijk gebeurt, hangt echter af van drie zaken. Deugen de criteria op basis waarvan de logo's worden toegekend?

Gebruiken consumenten deze informatie op een goede manier bij de productkeuze? Worden producenten door de logo's gestimuleerd tot het verbeteren van hun productassortiment? In dit advies worden de twee bestaande Nederlandse logo's op deze punten beoordeeld op basis van de stand van de wetenschap.

In dit advies wordt ook het GDA-systeem beoordeeld. Dat verschilt fundamenteel van de logo's, omdat voedingswaarde-informatie op ieder product mag staan en door de consumenten nog geïnterpreteerd moet worden, terwijl logo's direct de boodschap geven dat het product kan bijdragen aan een gezond voedingspatroon: die staan namelijk alleen op producten die aan de criteria voor dat logo voldoen.

De logocriteria sluiten onvoldoende aan bij de voedingsvoorlichting

In Nederland wordt de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding verzorgd door het Voedingscentrum. Deze is gebaseerd op de Richtlijnen goede voeding 2006 van de Gezondheidsraad. De commissie vindt dat de boodschap die de logo's uitdragen consistent moet zijn met die algemene voedingsvoorlichting. Daarom heeft zij de criteria voor het toekennen van de logo's vergeleken met de gezondheidkundige beoordeling van voedingsmiddelen door het Voedingscentrum.

De voedingsvoorlichting door het Voedingscentrum is gebaseerd op een indeling van alle voedingsmiddelen in drie categorieën: 'bij voorkeur', 'middenweg' en 'bij uitzondering'; de criteria op basis waarvan die indeling tot stand komt, zijn beschreven in een rapport getiteld Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Zo valt volkorenbrood in de 'bij voorkeur' categorie, bruinbrood in de 'middenweg' categorie en witbrood in de 'bij uitzondering' categorie. Gegeven het feit dat de huidige logo's de voedingsmiddelen niet over drie maar over twee categorieën verdelen (producten hebben het logo wel of niet), vindt de commissie dat de criteria voor de logo's consistent moeten zijn met de 'bij voorkeur' categorie van het Voedingscentrum. Op dit moment kunnen ook bepaalde 'middenweg' producten of zelfs producten die slechts bij uitzondering moeten worden gegeten, een logo dragen. Op basis van dat uitgangspunt concludeert de commissie dat bij de toekenning van de logo's een aanscherping van de huidige criteria noodzakelijk is.

Ten aanzien van het Ik Kies Bewust logo is vooral een aanscherping nodig van de criteria voor voedingsvezel, de criteria voor de gehaltes van verzadigd vet

en toegevoegd suiker in zuivelproducten, en de criteria voor het calorieëngehalte van onder meer soepen, sauzen, snacks en koekjes.

Bij de criteria die voor het Ik Kies Bewust logo worden toegepast vormt het bestaande productassortiment het belangrijkste uitgangspunt* en niet – zoals bij de voedingsvoorlichting – het huidige voedingspatroon in Nederland en de gewenste verbeteringen daarin. Waarschijnlijk is dat de belangrijkste oorzaak van de verschillen.

Bij de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje wringt de schoen vooral bij de criteria voor natrium (keukenzout), transvet en maaltijdproducten en het ontbreken van criteria voor het calorieëngehalte van soepen en sauzen.

Het GDA-systeem sluit onvoldoende aan bij de Richtlijnen goede voeding 2006

Het GDA-systeem geeft informatie over de gehalten van een of meerdere voedingsfactoren in een portie van het product. Op dit moment kan een producent die het GDA-systeem op de verpakking van een voedingsmiddel wil zetten, kiezen uit drie opties: presentatie van uitsluitend het calorieëngehalte, presentatie van de gehalten van calorieën, totaal vet, verzadigd vet, totaal suiker en natrium, of presentatie van deze vijf gehalten plus het vezelgehalte.

Naar het oordeel van de commissie horen voedingsfactoren in het GDA-systeem thuis, als zij volgens de Richtlijnen goede voeding 2006 van belang zijn voor de gezondheidskundige beoordeling van producten. Het totale vetgehalte en het totale suikergehalte zijn van belang voor de gezondheid omdat vetten en suikers calorieën leveren. Het GDA-systeem vermeldt echter al hoeveel calorieën in een portie van het voedingsmiddel zitten. Wie minder calorieën wil eten, dient zich vooral te richten op de ongezonde vetten (verzadigd vet en transvet) en op de vrije suikers. De commissie bepleit dat het GDA-systeem standaard de volgende zes voedingsfactoren gaat bevatten: calorieën, verzadigd vet, transvet, vrije suikers, natrium en vezel. Voedingsvezel is de enige van deze vijf waarvan de consumptie bevorderd moet worden. De consumptie van verzadigd vet, transvet, vrije suikers en natrium moet beperkt worden. Dat is bij mensen met overgewicht ook het geval voor calorieën.

* De criteria voor het Ik Kies Bewust logo zijn erop gericht dat ongeveer 20 procent van de basisvoedingsmiddelen en ongeveer 10 procent van de niet-basisvoedingsmiddelen dit logo moet kunnen krijgen. De basisproducten zijn groenten, fruit, brood, aardappelen, pasta, rijst, peulvruchten, vis, vlees(waren), gevogelte, eieren, vleesvervangers, zuivel, smeervetten, bereidingsvetten en dranken. Ze zijn belangrijk voor de voorziening met voedingsstoffen zoals vitamines en mineralen, dit in tegenstelling tot niet-basisproductgroepen zoals snacks, koekjes, snoepjes, sauzen en soepen die als voorgerecht of tussendoortje bedoeld zijn.

De commissie onderschrijft de referentiewaarden die gebruikt worden om de GDA-percentages voor calorieën, verzadigd vet en natrium te berekenen. Zij bepleit de referentiewaarde voor voedingsvezel te verhogen tot het niveau van de Nederlandse vezelrichtlijn en doet een voorstel voor de referentiewaarden voor vrije suikers en transvet.

Over het gebruik van de logo's en het GDA-systeem door consumenten is nog weinig bekend

De schaarse gegevens die beschikbaar zijn, wijzen erop dat de meeste consumenten weten dat de logo's iets met gezondheid te maken hebben. Of consumenten gezonder gaan eten door de logo's, is door het ontbreken van peer-reviewed onderzoek niet vast te stellen. Daarvoor is dus meer onderzoek nodig, bijvoorbeeld naar potentiële misvattingen.

Bij voedingswaarde-informatie moet de consument zelf beoordelen hoe gezond of ongezond een product is. Er zijn aanwijzingen dat niet meer dan de helft van de consumenten vragen over specifieke waarden in het GDA-systeem goed kan beantwoorden; de begrijpelijkheid van het gehele GDA-systeem is echter nauwelijks onderzocht. Wel blijkt uit wetenschappelijk onderzoek dat consumenten voedingswaarde-informatie beter begrijpen en aantrekkelijker vinden, als met stoplichtkleuren is aangegeven of de betreffende waarden gunstig, neutraal of ongunstig zijn.

Er is volgens de commissie behoefte aan nader onderzoek naar de begrijpelijkheid van de logo's en het GDA-systeem en naar de wijze waarop de consument deze informatie benut bij de productkeuze.

Een gunstig effect op de productontwikkeling is wel plausibel voor de logo's, maar niet voor het GDA-systeem

Het is onduidelijk of de mogelijkheid om een logo op de verpakking van voedingsmiddelen te plaatsen de industrie stimuleert om de samenstelling van hun producten te verbeteren of gezonde producten te ontwikkelen, omdat wetenschappelijk onderzoek hiernaar ontbreekt. Op basis van informatie uit hoorzittingen met producenten en betrokken organisaties acht de commissie deze stimulans wel plausibel voor de logo's. De hoorzittingen leverden geen consistente aanwijzingen voor een effect van het GDA-systeem op de productontwikkeling.

Een schets van de ideale situatie

De ideale situatie ziet er volgens de commissie als volgt uit. In Nederland wordt dan één logo gebruikt voor de bevordering van de gezonde voedselkeuze, dat naadloos aansluit op de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding. Alle producten die aan de criteria voldoen dragen dit logo, zodat niet alleen de aanwezigheid, maar ook de afwezigheid van het logo informatie geeft over de gezondheidkundige waarde van het product. Bovendien staat op de voorkant van de verpakking van alle producten (ongeacht of er een logo op staat) de voedingswaarde-informatie waarmee de gezondheidkundige waarde van voedingsmiddelen beoordeeld kan worden.

Pleidooi voor één logo met twee verschijningsvormen

Consistentie van de logo's met de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding is volgens de commissie een eerste vereiste om helderheid voor de consumenten te creëren. Zolang niet overtuigend is aangetoond dat consumenten kunnen omgaan met logo's die aangeven dat het product binnen de eigen productgroep relatief gezond is, vindt de commissie dat logo's alleen moeten staan op gezonde producten.

Bij handhaving van de bestaande logo's waarmee producten in twee groepen (met en zonder logo) verdeeld worden, vindt de commissie dat alleen producten die volgens de voedingsvoorlichting de voorkeur verdienen in aanmerking horen te komen voor de logotoekenning. Die keuze sluit het beste aan bij de Richtlijnen goede voeding 2006. Dit zou een substantiële aanscherping van de logocriteria betekenen en heeft als bezwaar dat een groot aantal producten het logo zal verliezen. Dat kan het consumentenvertrouwen in de logo's aantasten, is slecht voor het potentiële effect op de productontwikkeling en is bovendien ongunstig voor consumenten omdat er dan binnen het logoassortiment minder te kiezen valt.

Daarom bepleit de commissie om een logo met twee verschijningsvormen te ontwikkelen, waarbij de ene vorm wordt gebruikt voor voedingsmiddelen die volgens de voedingsvoorlichting bij voorkeur gegeten moeten worden, en de andere voor de producten in de middencategorie. Voorwaarde is daarbij wel dat via onderzoek wordt vastgesteld dat zo'n logo met twee verschijningsvormen voor de consumenten voldoende begrijpelijk is. In dat geval kan het assortiment logoproducten door toepassing van het logo met twee verschijningsvormen breed worden gehouden, zonder dat dit ten koste gaat van de voorlichtingsboodschap.

Het GDA-systeem behoeft aanpassing

De commissie vindt dat het GDA-systeem standaard informatie moet bevatten over de gehaltes van calorieën, verzadigd en transvet, vrije suikers, natrium en voedingsvezel. De commissie beveelt aan om in dit systeem met kleuren aan te geven of gehaltes in het product gunstig, neutraal of ongunstig zijn. Zonder zo'n kleurcodering acht de commissie de begrijpelijkheid van het GDA-systeem te laag. De commissie beveelt aan om te onderzoeken op welke wijze de toepassing van kleuren de begrijpelijkheid van het GDA-systeem kan verbeteren.

De informatie over logo's en het GDA-systeem aan de consument moet beter

De commissie beveelt aan dat ten behoeve van de consumenten een nieuw informatiesysteem wordt opgezet waarin de logo's en het GDA-systeem worden toegelicht tegen de achtergrond van de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding. In een dergelijk systeem zou ook aandacht moeten worden gegeven aan het belang van een gezond voedings- en beweegpatroon. Het systeem moet voor iedereen toegankelijk zijn en centraal worden beheerd.