

Positioning Paper - Voedselkeuzelogo's

Versie juni 2019

Achtergrond

Het ministerie van VWS is begin van dit jaar begonnen met een project dat gaat over de acties in het Nationaal Preventie Akkoord gericht op de totstandkoming van een systeem van productverbetering en een voedselkeuzelogo.

Daarnaast zijn FNLI, SGF, Consumentenbond, CBL, samenwerkende gezondheidsfondsen (Hartstichting, Diabetesfonds, Nierstichting...), Veneca, KHN, RIVM en VCN betrokken.

Nationaal Preventie Akkoord, hoofdstuk Overgewicht, onderdeel Gezonde voeding:

Het Akkoord Verbetering Productsamenstelling loopt af in 2020, maar de inzet op verbetering van het productaanbod stopt niet. Bedrijven zullen ook na 2020 blijven werken aan een verbeterd productaanbod. Zo stromen veel geherformuleerde producten na 2020 in en zal voor 2020 de rijksoverheid, in samenspraak met relevante betrokkenen, waaronder partijen verbonden aan het Nationaal Preventieakkoord, een nieuw nationaal systeem voor productverbetering publiceren, dat moet leiden tot een gezonder voedselaanbod in alle kanalen. Binnen dit Nationaal Preventieakkoord worden best practices en andere initiatieven die bijdragen aan een gezondere productsamenstelling als voorbeeld genomen.

Consumenten willen zelf ook bewust gezonde keuzes kunnen maken. Om hierin te faciliteren wil de rijksoverheid uiterlijk in 2020 een nieuw breed gedragen voedselkeuzelogo introduceren, op basis van een gedegen en onafhankelijk consumentenonderzoek. Dat moet nadrukkelijk aansluiten bij de manier waarop mensen hun keuzes maken, begrijpelijkheid voor de consument is leidend. Bij de ontwikkeling van het nieuwe logo worden de criteria van de Schijf van Vijf uitdrukkelijk verwerkt. De Europese ontwikkelingen met betrekking tot voedselkeuzelogo's zullen ook worden meegenomen.

Inspraak

In mei zijn wij gevraagd op gesprek te komen bij het Ministerie van VWS om onze mening hierover te geven. Dat gesprek heeft plaatsgevonden op 24 juni 2019. Voorafgaand heeft de BGN een standpunt bepaald inzake het akkoord en specifiek: een eventueel nieuw voedselkeuzelogo.

Hoe staat de BGN tegenover een potentieel voedselkeuzelogo?

- De BGN begrijpt het en **juicht het toe dat consumenten gezonde(re) keuzes willen maken** en dat de Nederlandse overheid hierin een actieve rol neemt.
- De BGN vindt dat **duidelijke, onafhankelijke informatie** over de samenstelling van een product van groot belang is.
- De BGN is van mening dat **een voedselkeuzelogo kan helpen** bij het maken van een gezondere voedselkeuze. Echter, de verwachtingen van de BGN inzake de resultaten zijn niet zo hoog. Het aanpassen van de voedingskeuze is een complexe zaak, waarbij meerdere factoren een rol spelen (sociale factoren, mentale factoren). Gewichtsproblemen en/of minder gezonde voedselkeuze hangt vaak niet alleen samen met onvoldoende voedingskennis. Het zijn juist vaak de omstandigheden die een minder goede keuze tot gevolg hebben, ondanks dat men weet dat het geen goede keuze is.
- De BGN vindt dat **het belang van de consument bovenaan moet staan** in de ontwikkeling van een voedselkeuzelogo en dat de invloed van de voedselproducerende industrie beperkt moet blijven tot de uitvoerbaarheid / implementatie van een voedselkeuzelogo.
- De BGN meent dat de voorwaarden van het logo direct gerelateerd moeten zijn **aan de Richtlijnen goede voeding** van de Gezondheidsraad (en/of Schijf van Vijf), deze richtlijnen dus als basis / uitgangspunt hebben. BGN-gewichtsconsulenten hebben deze richtlijnen ook als basis in de voedseladvisering en kunnen zodoende een voedselkeuzelogo gebruiken om hun cliënten te informeren en adviseren.
- De BGN vindt het voedselkeuzelogo alleen van toegevoegde waarde als het **direct en eenvoudig weergeeft** hoe (on)gezond het product in kwestie is. Het logo moet daarom prominent - bijvoorbeeld op de voor- of bovenkant van een product - worden geplaatst en de classificatie / “uitslag” moet in één oogopslag te zien en te begrijpen zijn.
- Het voedselkeuzelogo wordt (waarschijnlijk) toegekend aan producten binnen een productgroep. Dat betekent dat ook producten die een minder goede keuze zijn een groen of A-logo kunnen krijgen. De BGN heeft zorgen over het feit dat mensen wellicht **niet goed**

begrijpen op basis waarvan iets een groen / “goed” logo krijgt. Communicatie en PR daaromtrent is uitermate belangrijk. De vraag is of het systeem begrepen gaat worden, met name door een groep mensen die minder vaardig is in het maken van gezondheidskeuzes.

- De BGN vindt het zeer wenselijk dat er voor iedereen **24-7 online aanvullende informatie** te vinden is over de totstandkoming van het voedselkeuzelogo (in het algemeen) en over de classificatie van een bepaald product.
- De BGN is van mening dat **alle producten een logo moeten krijgen** om duidelijkheid te creëren bij de consument en verwarring te voorkomen. Het is voor de consument niet begrijpelijk of een product al dan niet een goede keuze is, als daar geen logo op te vinden is. Het feit dat een product geen logo heeft hoeft niet te betekenen dat het geen goede keuze is. Dat kan namelijk komen doordat de fabrikant het logo niet kan/mag voeren.
- De BGN hecht het meeste waarde aan **één systeem voor alle producten** / productgroepen.
- De BGN heeft **geen voorkeur** voor één van de voorgestelde voedselkeuzelogo's, zoals de Nutri-Score, het Britse stoplichtsysteem of het Keyhole-systeem uit Scandinavië. Alle geboden systemen hebben hun voor- en nadelen. Er is gedegen onderzoek nodig naar de effectiviteit en inzetbaarheid voor de Nederlandse consument en Nederlandse markt.
- De BGN meent dat één systeem wat informatie geeft over **zowel de duurzaamheid als de gezondheid** van een product niet wenselijk is. Deze informatiestromen zijn te divers en moeten gescheiden blijven om overzichtelijk en relevant te kunnen zijn voor de consument.