

Naar gezondere producten...



HANS KRAAK
HOOFDREDACTEUR

Er bestaan geen gezonde of ongezonde producten is de opvatting in voedingsland, want het gaat om het voedingspatroon of het voedingsgedrag dat iemand heeft. Producten ongezond noemen is min of meer taboe, want ook niet aardig voor de producent. Er zijn wel binnen een productgroep qua samenstelling (on)gezondere producten te benoemen. Inmiddels spreekt de overheid, bij monde van het ministerie van VWS, in de nieuwe landelijke nota over het gezondheidsbeleid *Gezondheid Dichtbij* over een 'herkenbaar aanbod van gezonde producten in de supermarkt en kantines' als het gaat om de intentie van het beleid dat erop gericht is, 'dat mensen zo min mogelijk drempels ondervinden wanneer ze ervoor kiezen om gezond te leven'. Gezondere producten horen daar dus bij, het aanbod moet aantrekkelijk en beschikbaar zijn; de gezonde keuze, de makkelijke keuze. Logo's die de gradaties tussen ongezond en gezond aangeven, kunnen de consument daarbij helpen. Gezondheid loont, want steeds meer bedrijven spannen zich in om producten gezonder te maken, waardoor ze mogelijk gebruik kunnen maken van een 'gezonde keuze logo'.

De vraag naar gezondere producten stimuleert innovatie en aanbod. In vakjargon hebben we het dan over de herformulering van producten,

het thema van dit nummer. Volgens de analyse van Innova Market Insights (p. 22-24) lijkt er echter een verschuiving te zijn van productintroducties met een 'actieve gezondheidspositionering' (bijvoorbeeld verrijkte voedingsmiddelen met een specifiek gezondheidsdoel) naar 'passieve gezondheidspositionering' (producten met bijvoorbeeld minder vet of suiker). Het afgelopen jaar was er respectievelijk een daling van 4 procent en een stijging van 25 procent te zien. Ook was er ten opzichte van 2009 een toename van producten met minder zout.

Als het gaat om een gezondere samenstelling signaleert het kabinet in de nota *Gezondheid Dichtbij* dat er nog een extra stap gezet moet worden bij het terugdringen van verzadigd vet, transvet en zout in producten. Als het gaat om een betere vetzuursamenstelling, dan is 'resultaat halen goed mogelijk gebleken', als het gaat om zout 'is het beoogde resultaat nog niet gehaald'. Door publiek-private samenwerking wil het kabinet meer vaart zetten achter het halen van resultaten. Gezondere producten lonen, zeker als de vraag toeneemt, maar die gaat niet meer gestimuleerd worden door massamediale campagnes, omdat twijfel heerst over de effectiviteit ervan. Informatie zou van dichtbij moeten komen, uit de leefwereld van de consument zelf.

COLOFON

MYbusinessmedia

Postbus 8632, 3009 AP Rotterdam
Molenbaan 19, 2908 LL Capelle aan den IJssel
Tel. 010-2894075, Fax 010-2894076
www.voedingnu.nl
redactie.voedingnu@mybusinessmedia.nl

Uitgever

Suzanne Wanders

Redactie

Hans Kraak, hoofdredacteur,
tel. 010-2894035;
h.kraak@mybusinessmedia.nl
Marjolein Spek, eindredacteur,
tel. 010-2894042;
m.spek@mybusinessmedia.nl
Maurice de Jong,
tel. 010-2894041;
m.jong@mybusinessmedia.nl
Josien Hillen (webredactie)
tel. 010-2894001;
j.hillen@mybusinessmedia.nl
Chantal Gnocchi (stagiaire)

Redactieraad

Prof. dr. J.J. van Binsbergen, dr. H. van den Berg, ir. W. Bosman, dr. ir. C.D. de Gooijer, mw. prof. dr. ir. L.C.P.G.M. de Groot, mw. drs. I. Huybrechts, mw. M. Jansen, mw. dr. ir. E.J. Kok, mw. dr. ir. M.C. Ocké, dr. J. Plat, dr. J. Schrijver, drs. A. Siemensma, mw. dr. ir. A. Stafleu, prof. dr. H. Verhagen, mw. B. van Wezel.

Media-adviseur

Ilona van Zuidam
tel. 010-2894018
i.zuidam@mybusinessmedia.nl

Marketing

Marjan Leenders
tel. 010-2894094
m.leenders@mybusinessmedia.nl

Vormgeving en opmaak

De Opmaakredactie

Abonnementen

Postbus 8632, 3009 AP Rotterdam
tel. 010-2894034; fax 010-2894076
voedingnu@mybusinessmedia.nl

Prijzen: Per jaar Nederland €61,50; studenten €35,50; digitaal abonnement €47,50; losse nummers €7,50. België €67,00; studenten €54,50; losse nummers €8,50. Proefabonnement: drie nummers voor €13,50 (prijzen zijn excl. btw.).
Het abonnement wordt geacht gecontinueerd te zijn voor een jaar, tenzij twee maanden voor het einde van de abonnementsperiode schriftelijk wordt opgezegd.

Voeding Nu: de laatste ontwikkelingen in de voedingswetenschap, vertaald naar de praktijk
Abonnees profiteren van de volgende voordelen:

- Het vakblad 9 keer per jaar
- Digitale bladerversie op

www.voedingnu.nl

- Extra vakinformatie op www.voedingnu.nl
- Korting op de Voeding Nu Bijeenkomsten

Druk

Drukkerij Tesink, Zutphen

ISSN 1389-7608



Het auteursrecht op de inhoud wordt uitdrukkelijk voorbehouden. Publicaties geschieden uitsluitend onder verantwoordelijkheid van de auteurs. Alle daarin vervatte informatie is zorgvuldig gecontroleerd. De auteurs kunnen echter geen verantwoordelijkheid aanvaarden voor de gevolgen van eventuele onjuistheden.