
Gezonde voeding: logo's onder de loep

G



Aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Onderwerp : aanbieding advies *Gezonde voeding: logo's onder de loep*
Uw kenmerk : VGP/VV 2773456
Ons kenmerk : I-786/07/CS/cn/830-D1
Bijlagen : 1
Datum : 2 december 2008

Geachte minister,

Op 5 juni 2007 vroeg u de Gezondheidsraad om advies over logo's op voedselproducten. Een speciale commissie van de raad heeft zich het afgelopen jaar gebogen over de vraag in hoeverre de bestaande logo's bijdragen aan een gezonder voedingspatroon. De bevindingen van de commissie, die ik heb voorgezeten, zijn getoetst door twee vaste colleges van deskundigen binnen onze raad: de Beraadsgroep Voeding en de Beraadsgroep Maatschappelijke Gezondheidszorg. Graag bied ik u hierbij het advies aan. Ik zend het vandaag ook naar uw ambtgenoot van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Eenduidige voedingsvoorlichting is voor de consument van het allergrootste belang, zegt de commissie. Op dit moment ontbreekt die consistentie. Zo wordt het Ik Kies Bewust logo toegekend op basis van een andere set criteria dan het Gezonde Keuze Klavertje en in beide gevallen sluiten de criteria onvoldoende aan bij de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding.

De commissie doet daarom concrete aanbevelingen ter verbetering. Zij is voorstander van één logo, dat wordt toegekend op basis van criteria die consistent zijn met de voorlichting door het Voedingscentrum. De producten met de beste samenstelling zouden daarbij een andere markering moeten krijgen dan de producten met een redelijk goede samenstelling.

Het gebruik van logo's als manier om te attenderen op gezonde producten is een interessante ontwikkeling, die mogelijk van belang is voor de volksgezondheid. Op basis van de huidige stand van wetenschap is echter niet aan te geven of logo's werkelijk bijdragen aan een verbetering van het voedingspatroon en aan de ontwikkeling van gezondere producten. Wel is het plausibel dat de logo's invloed hebben op de productontwikkeling. Ook de

Bezoekadres
Parnassusplein 5
2511 VX Den Haag
Telefoon (070) 340 58 22
E-mail: caroline.spaaij@gr.nl

Postadres
Postbus 16052
2500 BB Den Haag
Telefax (070) 340 75 23
www.gr.nl



Onderwerp : aanbieding advies *Gezonde voeding: logo's onder de loep*

Ons kenmerk : I-786/07/CS/cn/830-D1

Pagina : 2

Datum : 2 december 2008

wetenschappelijke kennis over de effecten van de logo's op consumentengedrag is op dit moment nog zeer beperkt. Veel relevante vragen zijn niet onderzocht.

Een regelmatige update van de kennisontwikkeling op dit gebied is dan ook gewenst, ook in het licht van de huidige Europese discussie over de uitwerking van de regelgeving over gezondheidsclaims en voedingswaarde-informatie op producten. Vanwege de grote belangstelling voor deze problematiek in Europa wordt dit rapport gelijktijdig in een Nederlands-talige en een Engelstalige versie uitgebracht.

Ik vertrouw erop dat u met dit advies inzicht krijgt in de manier waarop logo's op dit moment worden toegekend. Ook biedt het u handreikingen voor het inpassen van logo's in een consistente voorlichting over gezonde voeding.

Met vriendelijke groet,

prof. dr. ir. D. Kromhout,
vice-voorzitter

Gezonde voeding: logo's onder de loep

aan:

de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Nr. 2008/22, Den Haag, 2 december 2008 (Gecorrigeerde versie 5 december 2008)

De Gezondheidsraad, ingesteld in 1902, is een adviesorgaan met als taak de regering en het parlement ‘voor te lichten over de stand der wetenschap ten aanzien van vraagstukken op het gebied van de volksgezondheid’ (art. 22 Gezondheidswet).

De Gezondheidsraad ontvangt de meeste adviesvragen van de bewindslieden van Volksgezondheid, Welzijn & Sport; Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening & Milieubeheer; Sociale Zaken & Werkgelegenheid en Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit. De raad kan ook op eigen initiatief adviezen uitbrengen, en ontwikkelingen of trends signaleren die van belang zijn voor het overheidsbeleid.

De adviezen van de Gezondheidsraad zijn openbaar en worden als regel opgesteld door multidisciplinaire commissies van – op persoonlijke titel benoemde – Nederlandse en soms buitenlandse deskundigen.



De Gezondheidsraad is lid van het European Science Advisory Network for Health (EuSANH), een Europees netwerk van wetenschappelijke adviesorganen.



INAHTA

De Gezondheidsraad is lid van het International Network of Agencies for Health Technology Assessment (INAHTA), een internationaal samenwerkingsverband van organisaties die zich bezig houden met *health technology assessment*.

U kunt het advies downloaden van www.gr.nl.

Deze publicatie kan als volgt worden aangehaald:
Gezondheidsraad. Gezonde voeding: logo's onder de loep. Den Haag: Gezondheidsraad, 2008; publicatienr. 2008/22.

Preferred citation:
Health Council of the Netherlands. Healthy nutrition: a closer look at logos. The Hague: Health Council of the Netherlands, 2008; publication no. 2008/22E.

auteursrecht voorbehouden

all rights reserved

ISBN: 978-90-5549-733-1

Inhoud

Samenvatting 9

- 1 Inleiding 15
 - 1.1 Nederlandse logo's en voedingswaarde-informatie 16
 - 1.2 Buitenlandse logo's en informatiesystemen 18
 - 1.3 Adviesaanvraag en commissie 19
 - 1.4 Opzet van het advies 20
-
- 2 De criteria voor de toekenning van logo's aan producten 21
 - 2.1 Richtlijnen Goede Voedselkeuze 22
 - 2.2 Ik Kies Bewust logo 29
 - 2.3 Gezonde Keuze Klavertje 33
 - 2.4 Conclusies 36
-
- 3 De Guideline Daily Allowance en het GDA-systeem 39
 - 3.1 Richtlijnen goede voeding 2006 39
 - 3.2 Het GDA-systeem 40
 - 3.3 Conclusies 43
-
- 4 Bevorderen van de keuze voor gezondere producten 45
 - 4.1 Empirische gegevens en een denkkader 45
 - 4.2 Waarneming 47
-

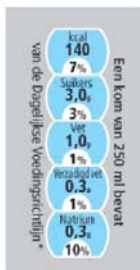
4.3	Begrip	49
4.4	Aantrekkelijkheid en geloofwaardigheid	51
4.5	Productkeuze	53
4.6	Mogelijke misverstanden bij de interpretatie van de logo's	54
4.7	Conclusies	55
<hr/>		
5	Effecten op de productontwikkeling	57
5.1	Gebrek aan wetenschappelijke gegevens	57
5.2	Op weg naar gezondere producten	57
5.3	Conclusies	60
<hr/>		
6	Conclusies en aanbevelingen	61
6.1	Belangrijkste bevindingen	61
6.2	De ideale situatie	66
6.3	Aanbevelingen op weg naar de ideale situatie	66
<hr/>		
	Literatuur	69
<hr/>		
	Bijlagen	73
A	De adviesaanvraag	75
B	De commissie	77
C	Verklarende woordenlijst	79
D	Criteria gebruikt bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze en bij de beide logo's	85
E	Procedure om te bepalen of een product thuishoort in de beoogde basisproductgroep	97
F	Achtergrondinformatie bij de criteria van Richtlijnen Goede Voedselkeuze Stichting Ik Kies Bewust	101
G	Hoorzittingen met producenten, betrokken organisaties en deskundigen	107
H	Aanbevelingen voor de vertaling van de Richtlijnen goede voeding naar de Richtlijnen Goede Voedselkeuze	111

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.

Inleiding

Voeding is belangrijk voor de gezondheid: het kan mensen gezonder maken, maar het kan ook juist schaden. In 2006 publiceerde de Gezondheidsraad het advies Richtlijnen goede voeding, waarin de belangrijkste aandachtspunten op een rij zijn gezet en ook het belang van voldoende lichaamsbeweging wordt onderstreept.^{1,2} De richtlijnen met betrekking tot het voedingspatroon gaan deels over voedingsmiddelen (groenten, fruit, volkoren graanproducten en vis), maar deels ook over voedingsstoffen (ongezonde vetten, keukenzout, suikers, voedingszuren en alcohol). Consumenten kopen echter geen voedingsstoffen, maar voedingsmiddelen. Voor de voedingsvoorlichting aan consumenten worden de richtlijnen over voedingsstoffen daarom vertaald naar richtlijnen over een gezonde productkeuze. De voedingsvoorlichting beschrijft de gewenste hoeveelheden en samenstelling van de geconsumeerde voedingsmiddelen.

Consumenten worden op diverse manieren over de gezondheidsaspecten van voedingsmiddelen geïnformeerd. Zo doen producenten via zogenoemde 'claims' op productverpakkingen – meestal een korte zin – uitspraken over de samenstelling ('bevat extra calcium') of een effect ('verhoogt de weerstand') van producten. Een relatief nieuwe ontwikkeling zijn logo's: sinds enkele jaren wordt in Nederland op bepaalde producten via het Ik Kies Bewust logo en het Gezonde Keuze Klavertje aangegeven dat het voedingsmiddel een relatief gunstige samenstelling heeft. Een andere nieuwe ontwikkeling is, dat bij een toenemend aantal voedingsmiddelen op de voorkant van de productverpakking vereenvoudigde

informatie is te vinden over gehalten van bepaalde voedingsstoffen (de voedingswaarde van het product). Dit advies gaat over deze beide nieuwe ontwikkelingen.

Hoewel logo's* en voedingswaarde-informatie** hetzelfde doel hebben, zijn er twee fundamentele verschillen. Ten eerste bevatten logo's geen productspecifieke informatie, terwijl de voedingswaarde-informatie dat juist wel doet. Ten tweede worden logo's alleen geplaatst op producten die aan bepaalde criteria voldoen, terwijl voedingswaarde-informatie op alle producten gegeven kan worden.

In dit advies beoordeelt de Gezondheidsraad de logo's en de nieuwe vorm van voedingswaarde-informatie op basis van de stand van de wetenschap. Logo's bieden een kans om de voeding te verbeteren, maar hoe waarschijnlijk is zo'n effect bij de huidige Nederlandse logo's? Het gaat om een complex samenspel van factoren. En wat kan voedingswaarde-informatie hieraan bijdragen?

1.1 Nederlandse logo's en voedingswaarde-informatie

In dit advies staan de drie gezonde keuze bevorderende systemen die in Nederland het meest worden gebruikt centraal: het Gezonde Keuze Klavertje, het Ik Kies Bewust logo en het zogeheten GDA-systeem.

Het Gezonde Keuze Klavertje



In september 2005 heeft Albert Heijn het Gezonde Keuze Klavertje geïntroduceerd om consumenten te helpen bij de keuze voor gezondere producten. De gehanteerde criteria betreffen de gehalten van verzadigd vet^{***}, toegevoegd suiker, natrium (keukenzout), calorieën en voedingsvezel of groenten/fruit. Albert Heijn gebruikt het logo alleen op haar Eigen Merk-artikelen en wil het logo niet delen met andere bedrijven.

* Overall waar in dit advies de term 'logo' zonder verdere specificatie wordt gebezigd, heeft deze betrekking op de gezonde keuze bevorderende logo's.

** De term voedingswaarde heeft betrekking op de gehalten van voedingsstoffen in producten.

*** Verzadigde vetzuren worden in dit advies aangeduid met de verkorte term 'verzadigd vet'.

Het Ik Kies Bewust logo



Het Ik Kies Bewust logo is in mei 2006 geïntroduceerd door drie voedingsmiddelenproducenten: Unilever, Friesland Foods en Campina. Inmiddels nemen ruim 100 bedrijven deel aan dit initiatief. Dit logo wordt beheerd door de Stichting Ik Kies Bewust. De wetenschappelijke commissie van deze stichting stelt de criteria op waaraan producten moeten voldoen om het logo te kunnen dragen. De criteria betreffen de gehalten van calorieën, verzadigd vet, transvet* natrium (keukenzout), toegevoegd suiker, en voedingsvezel of groenten/fruit. Het logo mag onder bepaalde voorwaarden door ieder bedrijf worden toegepast. Dat gebeurt inmiddels bij merkartikelen van diverse producenten en bij Eigen Merk-artikelen van sommige supermarkten. Ook enkele cateringorganisaties passen het toe.

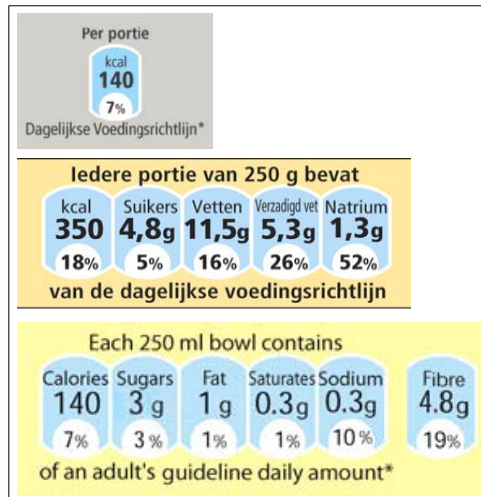
Tijdens de tiende *European Nutrition Conference* in Parijs, juli 2007, werd het officiële startsein gegeven van de internationalisering van het Ik Kies Bewust logo en is de stichting Choices International in het leven geroepen om de introductie van het Choices logo wereldwijd mogelijk te maken. Inmiddels heeft deze stichting een internationale wetenschappelijke commissie ingesteld die zich over de logocriteria buigt.

Het GDA-systeem

Het GDA-systeem is ontwikkeld door de Europese koepelorganisatie van de voedingsmiddelenindustrie CIAA. GDA staat voor *Guideline Daily Amount*. De Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) gebruikt ook de Nederlandse term Dagelijkse Voedingsrichtlijn met de afkorting DVR. Het GDA-systeem kan op de verpakking van ieder voedingsmiddel geplaatst worden.

Een GDA-icoon geeft voor een bepaalde voedingsfactor de hoeveelheid per portie weer én diezelfde hoeveelheid maar dan uitgedrukt als GDA-percentag (percentage van de voor dit systeem gehanteerde dagwaarde). Bij toepassing van het GDA-systeem kan een bedrijf kiezen uit drie hoofdopties: enkel een GDA-icoon met het calorieëngehalte of een uitgebreidere versie met vijf (energie, suiker, vet, verzadigd vet en natrium) of zes iconen (idem plus voedingsvezel). De hierna gepresenteerde afbeeldingen zijn voorbeelden van deze drie opties.

* Enkelvoudig trans-onverzadigde vetzuren worden in dit advies aangeduid met de verkorte term 'transvet'.



De voedingswaarde informatie op de achterzijde van de productverpakking moet voldoen aan de Europese regelgeving. De handleiding van de FNLI over het GDA-systeem betreft niet alleen de voedingswaarde-informatie via iconen op de voorzijde van de productverpakking, maar ook de wijze waarop de voedingswaarde op de achterkant van de verpakking kan worden weergegeven. Waar het in dit advies over het GDA-systeem gaat, betreft het steeds de informatie via de weergave met iconen op de voorzijde van de productverpakking.

1.2 Buitenlandse logo's en informatiesystemen

Ook in andere landen zijn logo's in gebruik. Verschillende logo's zijn ontwikkeld of worden uitgedragen door collectebusfondsen zoals hartstichtingen of door overheidsorganisaties, maar andere systemen zijn door en voor specifieke bedrijven ontwikkeld. Waar relevant is onderzoek naar buitenlandse logo's en voedingswaarde-informatiesystemen bij de beschouwingen in dit advies betrokken. Het overzicht in tabel 1 is gebaseerd op een rapport van het European Heart Network.³

Tabel 1 Voorbeelden van buitenlandse logo's en voedingswaarde-informatiesystemen.³

Logo's	Voedingswaarde-informatiesystemen
<i>Systemen ontwikkeld door collectebusfondsen of overheden</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - Het groene sleutelgat van de Zweedse <i>National Food Administration</i>, dat model heeft gestaan voor het Gezonde Keuze Klavertje van Albert Heijn. - Het <i>Protects Health</i> logo van de Sloveense Hartstichting. - Het hartlogo van de Finse Hartstichting en de Finse Diabetes Organisatie. - Het <i>Health Check</i> logo van de Candese Heart and Stroke Foundation. - Het <i>Health Check</i> logo van de American Heart Association. - Het <i>Pick the Tick</i> logo van de Hartstichting van Australië en Nieuw Zeeland. 	<ul style="list-style-type: none"> - Het stoplicht van de Britse <i>Food Standards Agency</i>, waarbij de achtergrondkleur van iedere voedingsfactor in combinatie met de termen 'high', 'med' en 'low' aangeeft of de waarde gunstig (groen), neutraal (oranje) of ongunstig (rood) is.
<i>Systemen ontwikkeld door en voor specifieke bedrijven</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - Het <i>Balanced Choices</i> logo van Selecta. - Het <i>Sensible Solution</i> logo van Kraft. - Het <i>Smart Choices made easy</i> logo van de Pepsi company in de VS. - Het <i>Healthy Eating</i> logo van de Britse supermarktketen Tesco. - Het <i>Healthy Balance</i> logo van de Britse supermarktketen Sainsbury. 	<ul style="list-style-type: none"> - Het <i>Be Good To Yourself</i> logo / <i>Wheel of Health</i> label van de Britse supermarkt-keten Sainsbury's, waarbij de achtergrondkleur van iedere voedingsfactor aangeeft of de waarde gunstig (groen), neutraal (oranje) of ongunstig (rood) is.

1.3 Adviesaanvraag en commissie

Op 5 juni 2007 ontving de Gezondheidsraad een adviesaanvraag over de logo's en het GDA-systeem van de minister van VWS (bijlage A). Omdat de FNLI sinds de zomer van 2007 aanbeveelt om in plaats van het Energielogo het GDA-systeem toe te passen, is besloten om ook bij de beantwoording van de vraagstelling deze vervanging door te voeren.

De minister vraagt een wetenschappelijk oordeel over:

- de gehanteerde criteria, ook in relatie tot productgroepen
- de interpretatie van de logo's en het GDA-systeem door de consument
- de effectiviteit van logo's en het GDA-systeem bij het bevorderen van een gezonde keuze door consumenten
- de mate waarin de logo's en het GDA-systeem de voedingsmiddelenindustrie stimuleren tot de ontwikkeling van gezondere producten.

De minister schrijft in zijn aanvraag dat dit advies kan bijdragen aan de huidige Europese discussie over de zogeheten voedingsprofielen. Volgens de Europese verordening voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen, die sinds 1 juli 2007 van kracht is, zijn claims alleen toegestaan op producten die aan een (nog op te stellen) voedingsprofiel voldoen. Dat betekent dat ze voor één of enkele voedingsfactoren aan bepaalde grenswaarden moeten voldoen. Deze voedingsprofielen moeten er in de toekomst voor zorgen dat claims niet meer geplaatst kunnen worden op producten met een ongunstige samenstelling. Ook

de logo's worden door de Europese Unie als claims gezien. De voedingsprofielen zijn op dit moment in ontwikkeling en de uitwerking is nog niet bekend.

Ter beantwoording van de adviesaanvraag is op 11 juli 2007 een commissie geïnstalleerd. Haar samenstelling is vermeld in bijlage B.

1.4 Opzet van het advies

Het volgende hoofdstuk is gewijd aan de criteria voor de toekenning van de logo's, ook in relatie tot productgroepen. Hoofdstuk 3 gaat over de voedingsfactoren die in het GDA-systeem zijn verwerkt en de referentiewaarden op basis waarvan de percentages in het GDA-systeem worden berekend. In hoofdstuk 4 staan de vragen rond de consumenten centraal: begrijpen zij de logo's en het GDA-systeem en in hoeverre beïnvloeden deze systemen hun keuzegedrag? Hoofdstuk 5 betreft de effecten op productverbetering en productinnovatie. In hoofdstuk 6 beantwoordt de commissie de vragen van de minister en formuleert zij haar aanbevelingen. Bijlage C omvat een verklarende woordenlijst.

De criteria voor de toekenning van logo's aan producten

De toekenning van het Ik Kies Bewust logo of het Gezonde Keuze Klavertje aan producten gebeurt op basis van de gehalten van bepaalde voedingsfactoren. Welke voedingsfactoren dat zijn en welke grenswaarden worden gehanteerd, hangt af van de productgroep waar dat voedingsmiddel in valt. Bij de beoordeling van deze logocriteria wil de commissie nagaan in hoeverre ze aansluiten bij de Richtlijnen goede voeding 2006.^{1,2} Er is brede consensus dat *Food Based Dietary Guidelines*, zoals de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, evenals de daaruit voortvloeiende algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding, op nationaal niveau tot stand moeten komen en hun beslag moeten krijgen.⁴ In Nederland heeft het Voedingscentrum de taak om de Richtlijnen goede voeding te vertalen naar richtlijnen op het niveau van voedingsmiddelen. De wijze waarop is beschreven in het rapport getiteld Richtlijnen Goede Voedselkeuze, dat via internet beschikbaar is.⁵ Deze Richtlijnen Goede Voedselkeuze zijn het enige objectieve vergelijkingsmateriaal dat voor de beoordeling van de criteria van de Nederlandse logo's beschikbaar is. Bovendien vormt dit rapport de basis van de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding in Nederland en vindt de commissie dat de boodschap die de logo's uitdragen consistent moet zijn met de voedingsvoorlichting.

In dit hoofdstuk schetst de commissie eerst de belangrijkste aspecten van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Vervolgens vergelijkt zij de toekenningscriteria

voor beide logo's met de criteria die in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze worden gehanteerd. De criteria zijn naast elkaar gezet in bijlage D.

2.1 Richtlijnen Goede Voedselkeuze

De Richtlijnen Goede Voedselkeuze⁵ vormen de basis van de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding. Ze bevatten aanbevelingen op twee niveaus: het totale voedingspatroon en voedingsmiddelen. Op beide niveaus vormt het onderscheid tussen basisproductgroepen en niet-basisproductgroepen een belangrijk uitgangspunt:

- *Basisproductgroepen*
De basisproductgroepen zijn in het Nederlandse voedingspatroon van belang voor de voorziening met essentiële voedingsstoffen (vitamines, mineralen, essentiële vetzuren en essentiële aminozuren), voedingsvezel en water. Het betreft groenten, fruit, brood, aardappelen, pasta, rijst, peulvruchten, vis, vlees(waren), gevogelte, eieren, vleesvervangers, zuivel, smeervetten, bereidingsvetten en dranken. Maaltijdproducten zijn vervangers voor basisproducten.
- *Niet-basisproductgroepen*
De niet-basisproductgroepen leveren weinig of geen bijdrage aan de voedingsstofvoorziening. Voorbeelden van niet-basisproducten zijn snacks, koekjes, snoepjes, sauzen en soepen die als voorgerecht of tussendoortje bedoeld zijn.

Voor sommige producten is niet direct duidelijk in welke productgroep ze thuishoren. De productgroep is relevant omdat deze bepalend is voor: ten eerste, de aanbeveling met betrekking tot de dagelijks te gebruiken hoeveelheid, ten tweede, de voedingsfactoren op basis waarvan de gezondheidskundige kwaliteit van het product wordt beoordeeld, en ten derde, de grenswaarden die voor deze voedingsfactoren gehanteerd worden. Bijlage E beschrijft de procedure om te bepalen of een product in een bepaalde basisproductgroep thuishoort.

De Richtlijnen Goede Voedselkeuze zijn van toepassing op mensen met een gemiddeld Nederlands voedingspatroon. Voor mensen met andere voedingsgewoonten kunnen andere keuzes nodig zijn bij de vertaling van een gezond voedingspatroon naar een gezonde productkeuze. Dat is bijvoorbeeld het geval voor veganisten en voor allochtonen met een voedingspatroon uit het land van her-

komst. Dat geldt ook voor groepen met een afwijkende behoefte, zoals mensen met voedselallergieën of mensen die intensief sporten.

2.1.1 *Richtlijnen met betrekking tot het voedingspatroon*

De 'basisvoedingen' geven aanbevolen hoeveelheden per basisproductgroep

De Richtlijnen Goede Voedselkeuze specificeren basisvoedingen voor diverse leeftijds- en geslachtsgroepen. Die basisvoedingen geven hoeveelheden per basisproductgroep waarmee de betreffende groepen voldoende vitamines, mineralen, voedingsvezel, linolzuur, alfa-linoleenzuur en visolievetten kunnen binnenkrijgen. Uitgangspunten bij het opstellen van de basisvoedingen zijn de streefwaarden uit de Richtlijnen goede voeding 2006 voor groenten, fruit en vis, het streven naar een groter aandeel van brood en aardappelen in het voedingspatroon, het gebruik van een hoeveelheid halvarine/bereidingsvet die aansluit bij de aanbevelingen voor vitamine A en het gebruik van een hoeveelheid zuivelproducten die aansluit bij de aanbevolen inname van calcium. De hoeveelheid kaas en de hoeveelheid vlees/vis/eieren in de basisvoedingen is gelijkgesteld aan de huidige gemiddelde consumptie.

De "vrije ruimte" zijn de calorieën die voor niet-basisproducten beschikbaar zijn

De basisvoedingen komen tegemoet aan een groot deel van de gemiddelde energiebehoefte. In iedere leeftijds- en geslachtsgroep is er echter nog een zekere 'vrije ruimte' over. Dat is de maximale hoeveelheid calorieën die beschikbaar is voor de consumptie van niet-basisproducten, zoals snacks, koekjes, snoepjes, sauzen en soepen die als voorgerecht of tussendoortje bedoeld zijn.

Deze informatie kan niet via de logo's worden overgedragen

De commissie merkt op dat de richtlijnen met betrekking tot het voedingspatroon (de dagelijkse hoeveelheden per basisproductgroep en de 'vrije ruimte') niet kunnen worden overgedragen via de logo's: die hoeveelheden zijn afhankelijk van leeftijd en geslacht en kunnen daardoor niet in een beeldmerk worden verwerkt. In dat opzicht verschillen de logo's dus van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

2.1.2 Richtlijnen met betrekking tot de productkeuze

Het aspect van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze dat wel overeenkomt met de logo's is de beoordeling van voedingsmiddelen binnen de productgroepen. Bij de logo's leidt deze beoordeling al dan niet tot de toekenning van het logo en is dus sprake van een tweedeling van producten. In de Richtlijnen Goede Voedselkeuze zijn alle voedingsmiddelen (zowel de basis- als niet-basisvoedingsmiddelen) over drie categorieën verdeeld:

A-categorie	'bij voorkeur'	Binnen de productgroep is de keuze voor deze producten gunstig voor het realiseren van een gezond voedingspatroon.
B-categorie	'middenweg'	Binnen de productgroep is de keuze voor deze producten neutraal voor het realiseren van een gezond voedingspatroon.
C-categorie	'bij uitzondering'	Binnen de productgroep is de keuze voor deze producten ongunstig voor het realiseren van een gezond voedingspatroon.

Productgroepen en voedingsfactoren

De indeling is gebaseerd op de gehalten verzadigd vet, transvet, natrium, toegevoegd suiker en voedingsvezel (en/of groenten en fruit). De samenstelling van voedingsmiddelen is in het algemeen anders dan de gemiddelde samenstelling van het totale voedingspatroon en wordt voor een groot deel bepaald door de aard van het product of van de ingrediënten. Voorbeeld: in producten van dierlijke oorsprong, zoals kaas, vlees of vis, zit per definitie geen voedingsvezel. De mogelijkheden tot aanpassing van de samenstelling van voedingsmiddelen kunnen daarnaast begrensd zijn door de rol van voedingsfactoren voor:

- de structuur van het product
voorbeeld: verzadigd vet maakt koekjes knapperig
- de voedselveiligheid of het voorkomen van bederf
voorbeeld: keukenzout in vleesproducten zorgt er onder meer voor dat de bacterie die botulisme veroorzaakt geremd wordt in haar groei

- de smaakacceptatie door de consument
voorbeeld: Nederlanders vinden brood niet lekker als er te weinig zout in zit.

Daarom is een indeling in productgroepen nodig. De indeling in basisproducten, niet-basisproducten en maaltijdproducten bepaalt op welke voedingsfactoren een product wordt beoordeeld (zie tabel 2), maar de grenswaarden kunnen tussen de productgroepen verschillen.

De vorming van een aparte productgroep betekent doorgaans dat de beoordeling voor ten minste één voedingsfactor is verscherpt of versoepeld. Daarom is de wijze waarop de producten zijn gegroepeerd van belang voor de kwaliteit van het beoordelingssysteem. De productgroepindeling sluit idealiter aan bij de plaats van de producten in het voedingspatroon. Om voedingskundige en voorlichtingskundige redenen spelen de volgende aspecten hierbij een rol:

- *Uitwisselbaarheid in gebruik en voedingswaarde*
Producten die qua gebruikstoepassing uitwisselbaar zijn en op essentiële punten een overeenkomstige bijdrage aan de voorziening met voedingsstoffen kunnen leveren, horen gewoonlijk in dezelfde productgroep thuis. Het is belangrijk dat consumenten deze producten met elkaar kunnen vergelijken. Daartoe moeten ze op basis van dezelfde criteria beoordeeld worden. Zo behoren vlees, kip en eieren tot dezelfde productgroep. Een ander voorbeeld zijn de soepen die gebruikt worden als hoofdgerecht: de maaltijdsoepen. Deze worden bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze ingedeeld in de productgroep van hoofdgerechten en niet in de productgroep van soepen.

Tabel 2 De beoordelingssystematiek bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.⁵

Voedingsfactor	Wordt deze voedingsfactor wel of niet beoordeeld?		
	Basisproducten ^a	Niet-basisproducten	Maaltijdproducten
Verzadigd vet	Wel	Wel	Wel
Transvet	Wel	Wel	Wel
Natrium (keukenzout)	Wel	Wel	Wel
Calorieën	Niet	Wel	Wel
Toegevoegd suiker	Wel	Niet	Wel
Voedingsvezel	Indien van plantaardige oorsprong	Niet	Wel
Groenten/fruit	Niet	Niet	Wel

^a De tabel is niet van toepassing op groenten en fruit zonder toevoegingen (vers, diepvries en conserven) en vis zonder toevoegingen (vers of diepvries inclusief zoute en zure haring): deze producten komen altijd in de A-categorie, omdat de consumptie van de gehele productgroep volgens de Richtlijnen goede voeding 2006 gestimuleerd moet worden.

- *De waarde van specifieke voedingsmiddelen voor een gezond voedingspatroon*

Als er gezondheidkundige redenen zijn om de consumptie van bepaalde producten specifiek te bevorderen, kan dat aanleiding vormen om voor die producten een aparte productgroep met versoepelde criteria in te stellen.

Een voorbeeld is vis. Vis zou op basis van het eiwitgehalte en de gebruikstoepassing in een productgroep met vlees, kip en eieren passen. Volgens de Richtlijnen goede voeding 2006 van de Gezondheidsraad dient de consumptie van vis echter specifiek bevorderd te worden.¹ Daarom valt vis bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze in een aparte productgroep.

- *Culturele aspecten (voedingsgewoonten)*

Producten met een minder gunstige samenstelling kunnen bij gebruik van beoordelingscriteria die op een bredere productgroep gericht zijn, categorisch het oordeel ‘minder gezond’ krijgen. Als die producten traditioneel een belangrijke plaats hebben in het voedingspatroon, kan het beter zijn voor de volksgezondheid om een aparte productgroep met versoepelde criteria in te stellen. Alleen dan kan immers zichtbaar worden gemaakt wat de gezondere en minder gezonde varianten zijn.

Een voorbeeld is kaas. Op basis van de uitwisselbaarheid in het gebruik en de voedingswaarde past kaas in dezelfde productgroep als vleeswaren. In dat geval, zouden alle kaassoorten door het hoge gehalte verzadigd vet in de C-categorie vallen. Dat zou leiden tot de voorlichtingsboodschap om kaas – ongeacht welke soort – bij uitzondering te gebruiken. Op basis van de plaats die kaas traditioneel in het Nederlandse voedingspatroon inneemt, is ingeschat dat een voorlichtingsboodschap gericht op de keuze van kaassoorten met een relatief gunstige samenstelling meer effect heeft op het voedingspatroon dan een voorlichtingsboodschap gericht op de vermindering van de consumptie van kaas. Daarom is een aparte productgroep voor kaas ingesteld.

Het vaststellen van de grenswaarden

Het Voedingscentrum heeft in detail beschreven op welke basis en op welke wijze zij de grenswaarden voor de productbeoordeling afleidt.⁵ Een korte beschrijving hiervan is te vinden in bijlage F. Het uitgangspunt is het huidige voedingspatroon in Nederland: de B/C grenswaarden sluiten zoveel mogelijk aan bij de huidige gemiddelde inname van de betreffende voedingsstof uit de betreffende productgroep. De A/B grenswaarden sluit aan bij de voor die voedingsstof

gewenste verandering (voor verzadigd vet is dat een verlaging met 30 procent, voor voedingsvezel een verhoging met 30 procent). Voor transvet en natrium zijn er echter onvoldoende gegevens om deze aanpak uit te voeren en zijn de grenswaarden gebaseerd op de gehalten in het huidige productassortiment.

Soms wordt in een productgroep aan de ene voedingsfactor meer belang toegerekend dan aan de andere. In die gevallen is uitgegaan van de volgende rangorde tussen de voedingsfactoren (ingegeven door de Richtlijnen goede voeding 2006 van de Gezondheidsraad):

- 1 verzadigd vet en transvet
- 2 voedingvezel inclusief groenten en fruit
- 3 visolievetten
- 4 natrium (keukenzout)
- 5 toegevoegd suiker.

Zo valt volkorenbrood vanwege het belang van dit product voor de vezelconsumptie en de bijdrage aan de consumptie van bepaalde microvoedingsstoffen in de A-categorie (de 'bij voorkeur' categorie), hoewel dit brood – net als alle andere broodsoorten – relatief veel natrium bevat.

Voor sommige voedingsfactoren worden in het algemeen of in specifieke productgroepen relatief soepele grenswaarden gehanteerd. Die keuzes hebben te maken met voorlichtingskundige afwegingen en hebben te maken met de voedingsgewoonten in Nederland en de samenstelling van het huidige productassortiment. Dit geldt voor:

- *De grenswaarden voor natrium*
De natriumcriteria sluiten aan bij de gemiddelde gehalten in het huidige productassortiment, waardoor er minder uitdaging tot productontwikkeling vanuit gaat.
 - *De grenswaarde voor verzadigd vet in kaas*
De grenswaarde voor het gehalte verzadigd vet in kaas is sterk versoepeld ten opzichte van andere productgroepen op basis van de hoeveelheid verzadigd vet die Nederlanders gemiddeld via het huidige gebruik van deze producten consumeren (18 gram per 100 gram; dit is de B/C grenswaarde) en de gewenste verbetering daarvan met 30 procent (12 gram per 100 gram; dit is de A/B grenswaarde).
-

- *De grenswaarde voor transvet in dierlijke producten*
Deze grenswaarden zijn van toepassing op een deel van de transvetten in deze producten (namelijk op de transvetten van plantaardige oorsprong die tijdens het productieproces in bepaalde dierlijke producten terecht komen), terwijl de grenswaarden zijn afgeleid van de bovengrens voor alle transvetten.

In enkele productgroepen liggen de A/B-grenswaarden om voedingskundige redenen juist op een relatief scherp niveau. Dit geldt voor:

- *de A/B grenswaarde voor voedingsvezel in de productgroep brood en de productgroep aardappelen, peulvruchten, rijst, pasta*
Voedingsvezel zit alleen in plantaardige producten. Om de vezelrichtlijn te kunnen realiseren moeten consumenten van producten die een belangrijke bron van voedingsvezel vormen vezelrijke varianten kiezen. De A/B-grenswaarde voor voedingsvezel ligt in de productgroep van brood op 2,4 gram per 100 kcal en in de productgroep van aardappels, peulvruchten, rijst en pasta op 4 gram per 100 kcal. De B/C-grenswaarde ligt in beide productgroepen, evenals de A/B-grenswaarde voor hoofdgerechten, op het beoogde gemiddelde gehalte in de totale dagvoeding ligt, namelijk 1,3 gram per 100 kcal.
- *de A/B grenswaarde voor verzadigd vet in melk en melkproducten*
Bij de beoordeling van zuivelproducten vormt het gehalte verzadigd vet de primaire maatstaf. De aanbevolen dagconsumptie van melk(producten) is hoog in vergelijking tot andere bronnen van verzadigd vet in de voeding: afhankelijk van de leeftijdsgroep varieert die tussen de 300 en 650 ml per dag. Voor verzadigd vet wordt daarom in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze de relatief strikte A/B-grenswaarde van 0,5 gram verzadigd vet per 100 gram gebruikt. De B/C grenswaarde bedraagt 1,4 gram per 100 gram. Hierdoor komen alleen magere zuivelproducten in aanmerking voor de ‘bij voorkeur’ categorie en vallen de halfvolle zuivelproducten in de ‘middenweg’ categorie.

In alle hierboven gespecificeerde gevallen (zowel de relatief soepele als de relatief scherpe A/B-grenswaarden) acht de commissie het ongewenst als de grenswaarden bij de toekenning van de logo's op een soepeler niveau liggen dan de A/B-grenswaarde in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

2.2 Ik Kies Bewust logo

De Stichting Ik Kies Bewust heeft beschreven op welke wijze de toekenningscriteria voor het gelijknamige logo tot stand zijn gekomen.^{6,7} Een korte beschrijving hiervan is te vinden in bijlage F. De commissie bespreekt nu de belangrijkste verschillen ten opzichte van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

2.2.1 Productgroepindeling en voedingsfactoren

De productgroepindeling bij Ik Kies Bewust wijkt op verschillende punten af van die van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (zie bijlage D). Zo vormen vruchtensappen een aparte productgroep en zijn sauzen over drie productgroepen verdeeld, waarbij (deels) sprake is van versoepelde toekenningscriteria. De Stichting Ik Kies Bewust beoordeelt de meeste productgroepen op dezelfde voedingsfactoren als in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Er zijn echter een paar uitzonderingen. In de Richtlijnen Goede Voedselkeuze wordt het vezelgehalte van maaltijdproducten beoordeeld op basis van zowel het totale vezelgehalte als de hoeveelheid groenten/fruit per portie, terwijl bij de toekenning van het Ik Kies Bewust logo slechts één van deze twee aspecten wordt beoordeeld. Bovendien ontbreekt bij de toekenning van het Ik Kies Bewust logo aan “overige producten” de beoordeling van calorieën. Anderzijds worden in enkele productgroepen voor dit logo meer voedingsfactoren beoordeeld dan bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Dat geldt (onder meer) voor het gehalte toegevoegd suiker.

Basisproducten

Net als het Voedingscentrum heeft de Stichting Ik Kies Bewust een procedure vastgesteld om te bepalen of een product in een bepaalde basisproductgroep thuishoort. In bijlage E wordt deze beschreven en vergeleken met die van het Voedingscentrum.

2.2.2 Grenswaarden

Verse groenten, fruit en vis zonder toevoegingen en maaltijdsauzen met een Ik Kies Bewust logo worden in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze altijd als ‘bij voorkeur’ product aangemerkt (bijlage D). In alle overige productgroepen is niet gegarandeerd dat de logoproducten ook volgens de Richtlijnen Goede Voedsel-

keuze tot de 'bij voorkeur' categorie behoren. In die productgroepen is sprake van één van de volgende situaties:

- In sommige productgroepen kunnen producten die het Ik Kies Bewust logo dragen volgens de Richtlijnen Goede Voedselkeuze in de 'bij voorkeur' of 'middenweg' categorie vallen, maar nooit in de 'bij uitzondering' categorie.

Een grenswaarde voor het Ik Kies Bewust logo ligt dan op een soepeler niveau dan de A/B-grenswaarde, maar komt overeen met (of is strikter dan) de B/C grenswaarde van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Dat is het geval voor bewerkte aardappelen, rijst, pasta, voor granen en graanproducten, voor vetten en oliën, voor soepen die bedoeld zijn als voorgerecht of tussendoortje, voor sauzen op waterbasis waarvan de portiegrootte hooguit 35 gram is, en van snacks.

- In andere productgroepen zouden producten die het Ik Kies Bewust logo dragen, volgens de Richtlijnen Goede Voedselkeuze in de 'bij uitzondering' categorie kunnen vallen.

Deze situatie kan worden veroorzaakt doordat een voedingsfactor niet wordt beoordeeld terwijl dat in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze wel gebeurt, of doordat een grenswaarde op een soepeler niveau ligt dan de B/C-grenswaarde van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Dit is het geval voor bewerkte groenten, bewerkt fruit, bewerkte peulvruchten, groentesappen, voor vruchtensappen, voor vlees, gevogelte, eieren (onbewerkt), voor bewerkt vlees, vleeswaren en vleesvervangers, voor melk(producten), voor kaas(producten), voor dranken, voor sauzen met emulgator of een vetgehalte hoger dan 10 gram per 100 gram waarvan de portiegrootte hooguit 35 gram is, voor overige producten, voor hoofdgerechten en voor belegde broodjes. Voor twee andere productgroepen zijn de beide hiervoor genoemde oorzaken niet van toepassing, maar heeft een grenswaarden voor het Ik Kies Bewust logo een andere eenheid dan in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze: voor brood en broodvervangers, voor bewerkte vis en visproducten. Ook in die productgroepen is het mogelijk dat bepaalde producten die volgens de Richtlijnen Goede Voedselkeuze in de 'bij uitzondering' categorie vallen wel een Ik Kies Bewust logo kunnen krijgen.

Waarschijnlijk zijn de meeste verschillen het gevolg van de verschillen in uitgangspunten bij het vaststellen van de grenswaarden. De grenswaarden in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze zijn waar mogelijk gebaseerd op de gemiddelde consumptie van de voedingsfactor via producten uit de betreffende productgroep

(dit is het niveau van de B/C grenswaarde) en op de verbetering daarvan met 30 procent (op dat niveau ligt de A/B grenswaarde). De Stichting Ik Kies Bewust baseert de criteria niet op consumptiegegevens maar op de samenstelling van het bestaande productassortiment: het uitgangspunt is dat ongeveer 20 procent van de bestaande basisproducten en ongeveer 10 procent van de bestaande niet-basisproducten het Ik Kies Bewust logo moet kunnen krijgen.

De meest in het oog springende punten van zorg met betrekking tot de grenswaarden bij het Ik Kies Bewust logo zijn naar het oordeel van de commissie:

- *Voedingsvezel*

Voor vruchtensappen ligt het vezelcriterium op een aanzienlijk soepeler niveau dan de B/C grenswaarde in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (0,75 gram in plaats van 1,3 gram per 100 kcal).

Voor (bewerkte) aardappelen, rijst, pasta, noedels, brood komen de criteria voor voedingsvezel overeen met de B/C criteria in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, die een stuk soepeler zijn dan de A/B grenswaarden. Ook voor hoofdgerechten en sandwiches sluiten de vezelcriteria (in deze productgroepen uitgewerkt tot de criteria voor het vezelgehalte en voor de hoeveelheid groenten per portie) aan bij de B/C criteria uit de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

- *Calorieën*

Voor dranken ligt de grenswaarde voor het calorieëngehalte op een aanzienlijk soepeler niveau dan de B/C grenswaarde in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (32 kcal in plaats van 20 kcal per 100 milliliter). De A/B grenswaarde in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze is nog scherper en bedraagt 4 kcal per 100 milliliter. Het calorieëngehalte wordt niet beoordeeld bij de toekenning van het Ik Kies Bewust logo aan 'overige producten', terwijl dat wel wordt beoordeeld in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

De grenswaarde voor het calorieëngehalte van soepen, sauzen op basis van een emulsie, snacks, ligt op of rond het niveau van de B/C grenswaarden in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, en zijn een stuk soepeler dan de A/B grenswaarden.

- *Verzadigd vet*

Voor melk en melkproducten ligt de grenswaarde voor verzadigd vet op hetzelfde niveau als de B/C grenswaarde in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (1,4 gram per 100 gram product), terwijl de A/B grenswaarde aanzienlijk

strikter is (0,5 gram per 100 gram). Voor kaas en kaasproducten ligt de grenswaarde halverwege tussen de A/B en de B/C grenswaarden van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

- *Toegevoegd suiker*

Voor melkproducten ligt de grenswaarde op hetzelfde niveau als de B/C grenswaarde in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (5 gram per 100 gram product), terwijl producten uit de A-categorie volgens de Richtlijnen Goede Voedselkeuze geen toegevoegd suiker mogen bevatten.

- *Natrium*

De natriumcriteria voor het Ik Kies Bewust logo komen grotendeels overeen met de A/B grenswaarden in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Alleen voor sauzen die in porties kleiner dan 35 gram worden gebruikt, voor hoofdgerechten en voor belegde broodjes ligt de grenswaarde bij Ik Kies Bewust op de B/C grens van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. De Stichting Ik Kies Bewust concludeert echter op basis van een eigen analyse dat natrium de voedingsfactor is waarvoor de doelstellingen met de huidige criteria het minst worden gerealiseerd.* De commissie is het daarmee eens en memoreert dat zij in paragraaf 2.1.2 al heeft aangegeven dat de natriumcriteria in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze weinig uitdagen tot productontwikkeling.

2.2.3 Hoe informatief is de afwezigheid van het Ik Kies Bewust logo?

Als een product geen Ik Kies Bewust logo draagt, kan dat twee redenen hebben: het product voldoet niet aan de criteria voor de betreffende productgroep, of het product is niet beoordeeld. Daarom geeft het ontbreken van het Ik Kies Bewust logo geen zekerheid over de gezondheidskundige waarde van het product.

* De Stichting Ik Kies Bewust heeft dagmenu's bestaande uit gangbare producten (gangbare dagmenu's) en dagmenu's bestaande uit producten met een Ik Kies Bewust logo (logomenu's) doorgerekend, om na te gaan in hoeverre met logoproducten een gezonder voedingspatroon kan worden gerealiseerd. Voor verzadigd vet, transvet en toegevoegd suiker was het beeld voor de logomenu's gunstig. De commissie plaatst wel de kanttekening dat de logomenu's aanzienlijk minder calorieën bevatten dan de gangbare dagmenu's en daarom een geflatteerd beeld kunnen bieden. Voor natrium werd de doelstelling met de logomenu's niet gehaald, hoewel het natriumgehalte wel lager lag dan in de gangbare menu's. De Stichting Ik Kies Bewust stelt op basis van deze analyse dat natrium het belangrijkste punt van zorg is.

2.3 Gezonde Keuze Klavertje

2.3.1 Productgroepindeling en voedingsfactoren

De beoordelingsprocedure voor het Gezonde Keuze Klavertje is in vrijwel alle productgroepen op minder voedingsfactoren gebaseerd dan die van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Een belangrijk verschil is, dat het gehalte transvet nooit een rol speelt bij de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje. Albert Heijn meldt dat de hoeveelheid transvetten in alle Eigen Merk-producten is teruggebracht tot minder dan 1 gram per 100 gram product, uitgezonderd producten die voor het grootste gedeelte van dierlijke oorsprong zijn.⁸ De commissie merkt op dat die grenswaarde erg hoog is in het licht van de voedingsrichtlijn voor transvet: een volwassen vrouw zou op basis van die richtlijn dagelijks ten hoogste 2,2 gram transvet moeten gebruiken, dat getal betreft transvet uit plantaardige én dierlijke producten.* Het maximumgehalte transvet in de Eigen Merk-producten van Albert Heijn is vele malen hoger dan het insignificantieniveau 0,14 gram per 100 gram dat in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (en ook door de Stichting Ik Kies Bewust) wordt gehanteerd voor transvet van plantaardige oorsprong.

Soepen, sauzen en dressings worden bij de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje niet op het calorieëngehalte beoordeeld, terwijl dat bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze wel gebeurt. Verder worden de meeste (maar niet alle) maaltijdproducten wel op de hoeveelheid groenten per portie, maar niet op het vezelgehalte beoordeeld. Ook ontbreekt de beoordeling van toegevoegd suiker bij lunchgerechten.

Bij de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje aan sandwiches en tosti's wordt een afwijkende aanpak gevolgd. De beoordeling betreft niet de gehalten in het totale product, maar die in de ingrediënten, waarbij ingrediënten die samen maximaal 10 procent van het productgewicht leveren, buiten beschouwing mogen blijven. De procedure schiet tekort om de gezondheidskundige waarde van het totale product te kunnen beoordelen, ten eerste, omdat de ingrediënten die buiten beschouwing mogen blijven een ongunstige samenstelling kunnen hebben, en ten tweede, omdat maaltijdproducten zoals sandwiches en tosti's

* De bovengrens van 1 energieprocent transvet^{1,9} leidt bij een dagvoeding met 2000 kilocalorieën (dat is de gemiddelde calorieëninname van een volwassen vrouw; deze waarde wordt ook voor andere voedingsfactoren als referentiewaarde gehanteerd) tot een maximale dagelijkse consumptie van $0,01 \times 2000 = 20$ kcal uit transvet. Gezien het calorische gehalte van vet (9 gram per kcal) komt dat overeen met een maximale dagelijkse consumptie van $20/9 = 2,2$ gram transvet.

volgens de Richtlijnen Goede Voedselkeuze op meer voedingsfactoren beoordeeld moeten worden dan ingrediënten (basisproducten en niet-basisproducten).

Bij het Gezonde Keuze Klavertje leiden de verschillen in productgroepindeling ten opzichte van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze vaak tot versoepelde grenswaarden voor natrium. Voor de extra productgroep 'pizza's en quiches' is bovendien het criterium ten aanzien van de hoeveelheid groenten per portie geschrapt.

Basisproducten

Zoals gezegd hebben zowel het Voedingscentrum als de Stichting Ik Kies Bewust procedures om te bepalen of een product in een bepaalde basisproductgroep thuishoort. Voor het Gezonde Keuze Klavertje ontbreekt zo'n specificatie.

2.3.2 Grenswaarden

De beoordelingsprocedure voor het Gezonde Keuze Klavertje geeft alleen voor verse groenten, fruit en vis zonder toevoegingen de garantie dat de logoproducten volgens de Richtlijnen Goede Voedselkeuze een voorkeursproduct zijn (zie bijlage D). In alle overige productgroepen kunnen de producten met een Gezonde Keuze Klavertje in de A-, B- of C-categorie van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze vallen, doordat een of meer voedingsfactoren niet voor het Gezonde Keuze Klavertje, maar wel in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze worden beoordeeld. Het logo geeft dan geen zekerheid dat het product in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze als voorkeursproduct of middenwegproduct wordt aangemerkt. Bovendien zijn bepaalde grenswaarden voor het Gezonde Keuze Klavertje minder strikt dan bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

Voor verzadigd vet zijn de grenswaarden van het Gezonde Keuze Klavertje in de meeste productgroepen gelijk aan de A/B grenswaarden in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Voor hoofdgerechten en voor pizza's en quiches liggen de grenswaarden echter op het niveau van de B/C grenswaarde van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze en voor sandwiches en tosti's geldt een ontoereikende alternatieve beoordelingsprocedure. Dranken worden bij de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje niet op het gehalte van verzadigd vet beoordeeld, terwijl dat wel het geval is in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Dat vindt de commissie echter weinig problematisch omdat dranken in het algemeen geen verzadigd vet bevatten.

De meest in het oog springende punten van zorg zijn volgens de commissie de volgende:

- *Transvet*
Omdat voor het transvetgehalte van alle Eigen Merk producten van Albert Heijn een maximum geldt van 1 gram per 100 gram product, wordt deze voedingsfactor niet beoordeeld om onderscheid te maken tussen producten met en zonder logo. De commissie heeft in paragraaf 2.3.1 echter al beschreven dat de grenswaarde van 1 gram per 100 gram product vele malen hoger ligt dan de grenswaarden in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.
 - *Natrium*
De natriumcriteria zijn voor groenteproducten, fruitproducten, visproducten, onbewerkt vlees, kip en eieren soepeler dan de B/C grenswaarden voor natrium in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (zie bijlage D). Het natriumcriterium voor slasauzen ligt op het niveau van de B/C grenswaarde van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Het natriumcriterium voor alle maaltijdproducten en voor vetten is niet goed te beoordelen als gevolg van het gebruik van een andere eenheid en daarom niet optimaal.
 - *Voedingsvezel*
Het criterium voor het vezelgehalte van aardappelen, peulvruchten, pasta, rijst en dergelijke is als gevolg van het gebruik van een andere eenheid dan in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze niet goed te beoordelen en daarom niet optimaal. Maaltijdproducten hoeven niet aan een vezelcriterium te voldoen om het Gezonde Keuze Klavertje te kunnen krijgen. Wel geldt een criterium voor de hoeveelheid groenten per portie, maar als op de verpakking de aanbeveling staat om het product te combineren met groenten, ligt de grenswaarde op een soepeler niveau dan de B/C grenswaarde voor het groentegehalte in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.
 - *Calorieën*
Het calorieëngehalte van soepen en sauzen wordt bij de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje niet beoordeeld.
 - *Maaltijdproducten*
Met betrekking tot maaltijdproducten heeft de commissie zorgen over de gehalten van verzadigd vet, transvet, natrium en voedingsvezel.
Voor hoofdgerechten, pizza's en quiches ligt de grenswaarde voor verzadigd
-

vet op het niveau van de B/C grenswaarde van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, kunnen de natriumcriteria als gevolg van het gebruik van een andere eenheid niet vergeleken worden met de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, is de beoordeling van de hoeveelheid transvet en groente ontoereikend, en wordt het gehalte van voedingsvezel niet beoordeeld.

Voor lunchgerechten ligt de grenswaarde voor verzadigd vet op het niveau van de A/B grenswaarde van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, maar gelden dezelfde bezwaren als voor hoofdgerechten ten aanzien van de criteria voor natrium, transvet, vezel en groenten. Verder ontbreekt voor lunchgerechten de beoordeling van toegevoegd suiker.

Voor sandwiches en tosti's geldt een ontoereikende alternatieve beoordelingsprocedure (zie paragraaf 2.3.1).

2.3.3 *Hoe informatief is de afwezigheid van het Gezonde Keuze Klavertje?*

Voor alle Eigen Merk-producten van Albert Heijn wordt beoordeeld of ze in aanmerking komen voor het Gezonde Keuze Klavertje (uitgezonderd de Eigen Merk-producten uit productgroepen die per definitie niet in aanmerking komen voor dit logo, zoals snacks). Daarom geeft in principe zowel de aanwezigheid als de afwezigheid van dit logo informatie over de gezondheidskundige waarde van deze producten.

De commissie merkt echter op dat in de Albert Heijn winkels naast de Eigen Merk-producten ook andere merken verkocht worden die niet voor het Gezonde Keuze Klavertje worden beoordeeld. Om de betekenis van de afwezigheid van het logo te begrijpen moet de consument zich er dus bewust van zijn of het product dat hij bekijkt van het Eigen Merk of van een ander merk is. De commissie verwacht niet dat veel consumenten dat inzicht hebben, maar onderzoek hiernaar is niet beschikbaar.

2.4 **Conclusies**

De commissie vindt dat de criteria voor de logo's consistent moeten zijn met de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding in Nederland. Zij heeft ze daarom vergeleken met de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Haar conclusies zijn als volgt:

- De belangrijkste punten van zorg ten aanzien de toekenning van het Ik Kies Bewust logo betreffen de vezelcriteria in het algemeen en de criteria voor het calorieëngehalte van producten die weinig waarde hebben voor de voorzie-
-

ning met voedingsstoffen (vooral dranken, maar ook soepen, snacks, koekjes en bepaalde sauzen). Verder sluit de beoordeling van zuivelproducten niet aan bij de voorkeurscategorie van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, maar bij de middenwegcategorie. Waarschijnlijk zijn de verschillen voornamelijk het gevolg van het feit dat niet de voedselconsumptie in Nederland, maar de samenstelling van het Nederlandse productassortiment centraal staan bij het vaststellen van de grenswaarden voor dit logo.

- De criteria voor de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje zijn niet toereikend voor maaltijdproducten. De grenswaarde voor het transvetgehalte is voor alle producten veel te soepel. Voor soepen en sauzen ontbreekt ook de beoordeling van het calorieëngehalte. De grenswaarden voor natrium liggen in verschillende productgroepen op een relatief soepel niveau. In bepaalde productgroepen die belangrijk zijn voor de voorziening met voedingsvezel zijn de vezelcriteria niet optimaal.

De Guideline Daily Allowance en het GDA-systeem

In dit hoofdstuk bespreekt de commissie de voedingsfactoren die in het GDA-systeem (zouden moeten) voorkomen en de referentiewaarden die gebruikt worden voor de berekening van de GDA-percentages. Anders dan bij de logo's vormt bij het GDA-systeem het totale voedingspatroon het referentiekader. Gelet daarop beoordeelt de commissie het GDA-systeem en de referentiewaarden aan de hand van een vergelijking met de Richtlijnen goede voeding 2006.

3.1 Richtlijnen goede voeding 2006

De Richtlijnen goede voeding 2006^{1,2}, die de wetenschappelijke grondslag vormen voor de in het vorige hoofdstuk besproken Richtlijnen Goede Voedselkeuze, beschrijven het gewenste voedingspatroon van Nederlanders. De aanbevelingen hebben betrekking op de energiebalans, de vetzuursamenstelling van de voeding, de consumptie van voedingsstoffen en van enkele specifieke voedingsmiddelen (groenten, fruit, vis) en de beperking van de inname van natrium. Voor het GDA-systeem zijn de volgende richtlijnen relevant:

- Gebruik minder dan 10 energieprocent verzadigd vet
 - Gebruik minder dan 1 energieprocent transvet
 - Gebruik minder dan 6 gram keukenzout per dag
 - Gebruik dagelijks 30 tot 40 gram voedingsvezel uit groenten, fruit en volkoren graanproducten.
-

De Richtlijnen goede voeding 2006 geven geen streefwaarde voor de hoeveelheid calorieën, omdat de behoefte aan calorieën sterk verschilt tussen mensen (onder meer door verschillen in lichaamsgewicht en lichamelijke activiteit). De hoeveelheid calorieën moet in principe afgestemd zijn op de eigen behoefte.

Evenmin zijn streefwaarden geformuleerd voor het totale vetgehalte en het totale suikergehalte van de voeding. Op basis van de wetenschappelijke kennis over de invloed van het voedingspatroon op het lichaamsgewicht, ligt bij de richtlijnen de nadruk op de energiebalans. Mensen met overgewicht of bij wie het lichaamsgewicht ongewenst toeneemt, krijgen de aanbeveling om de consumptie te beperken van suikerhoudende dranken en de zogenoemde 'kale calorieën': verzadigd vet en toegevoegd suiker, vooral als die voorkomen in producten met weinig essentiële voedingsstoffen.

3.2 Het GDA-systeem

3.2.1 Voedingsfactoren

Bij toepassing van het GDA-systeem heeft een bedrijf de keuze uit drie opties: de presentatie van uitsluitend het calorieëngehalte of de presentatie van een uitgebreidere versie die altijd de gehalten van calorieën, totaal vet, verzadigd vet, totaal suiker en natrium bevat, maar waarin voedingsvezel facultatief is.

Voor het GDA-systeem is gekozen voor het totale suikergehalte in plaats van het gehalte aan toegevoegd suiker. Drie argumenten worden daarvoor gegeven: er is geen eenduidige definitie van toegevoegd suiker, toegevoegd suiker kan moeilijk worden gemeten, en de Europese wetgeving behelst etikettering van de totale hoeveelheid suiker.

In het GDA-systeem wordt de voedingswaarde-informatie per portie gepresenteerd. Dat gebeurt op twee manieren: als absolute hoeveelheid en als percentage van de referentiewaarde. Uitgangspunten bij de vaststelling van de referentiewaarde zijn dat deze:

- overeenkomt met de huidige wettelijke eisen zoals vastgelegd in Richtlijn 90/496/EEC inzake de etikettering van de voedingswaarde van levensmiddelen
- van toepassing is op de gemiddelde volwassene van 18 jaar en ouder met een normaal, gezond gewicht
- wordt afgerond om het gebruik en het onthouden van de getallen door consumenten te vergemakkelijken en om te voorkomen dat de getallen een nauwkeurigheid suggereren die in werkelijkheid niet bestaat.

Beschouwing van de commissie

De commissie vindt dat voedingswaarde-informatie die op de voorkant van productverpakkingen wordt gepresenteerd, zoals bij het GDA-systeem, relevant moet zijn voor de gezondheidskundige beoordeling van producten. Op basis van dat uitgangspunt is zij het ermee eens dat energie, verzadigd vet, natrium en voedingsvezel in het GDA-systeem staan. De consumptieniveaus van deze voedingsfactoren zijn volgens de Richtlijnen goede voeding 2006 belangrijk voor de volksgezondheid.

Het totale vetgehalte en het totale suikergehalte is relevant in verband met de problematiek van overgewicht omdat vetten en suikers bijdragen aan de totale hoeveelheid calorieën in de voeding. De Richtlijnen goede voeding 2006¹ stellen dat mensen met overgewicht en mensen waarbij het gewicht ongewenst toeneemt, vooral de inname van de zogeheten ‘kale calorieën’ en suikerhoudende dranken moeten beperken.* Met ‘kale calorieën’ worden toegevoegd suiker en verzadigd vet bedoeld, en dan vooral als die voorkomen in producten met weinig nuttige voedingsstoffen. Wie de calorieëninname via vetten wil verlagen, dient zich te richten op de vetten met een ongunstig effect op de gezondheid (verzadigd vet en transvet). Een kwalitatief goede samenstelling van het voedingsvet is namelijk van groot belang voor de preventie van hartziekten. Wie de calorieëninname via suikers wil verminderen, kan zich het beste richten op de vrije suikers, omdat vooral die suikers aanleiding kunnen geven tot een te hoge inname van calorieën. Vrije suikers zijn alle monosacchariden en disacchariden die aan voedingsmiddelen worden toegevoegd door producent, kok of consument, plus de suikers die van nature aanwezig zijn in honing en siropen en vruchtensappen.⁹ Dit alles in overweging nemende en mede omdat het calorieëngehalte per portie apart in het GDA-systeem wordt vermeld, bepleit de commissie om totaal vet en totaal suiker niet in het GDA-systeem op te nemen, en in plaats daarvan de gehalten van verzadigd vet, transvet en vrije suikers te presenteren.

3.2.2 Referentiewaarden voor de berekening van de GDA-percentages

Tabel 3 geeft een overzicht van de referentiewaarden op basis waarvan de percentages in het GDA-systeem worden berekend.

* Met de Richtlijnen Goede Voedselkeuze heeft het Voedingscentrum ervoor gekozen om de aanbeveling tot beperking van de consumptie van ‘kale calorieën’ en suikerhoudende dranken door te voeren in de voedingsvoorlichting aan de gehele bevolking, en dus niet specifiek te richten op de mensen met overgewicht en mensen waarbij het lichaamsgewicht ongewenst stijgt. Gezien de stijgende prevalentie van overgewicht in Nederland vindt de commissie dat een gerechtvaardigde keuze.

Tabel 3 De GDA-waarden zijn gebaseerd op de EURODIET-richtlijnen voor deze voedingsfactoren.

Voedingsfactor	EURODIET-richtlijn	Richtlijnen goede voeding 2006	GDA-waarde	Type richtlijn
Energie	-	-	2000 kcal	Gemiddelde
Totaal vet	< 30 energieprocent	-	70 gram	Bovengrens
Verzadigde vetten	< 10 energieprocent	< 10 energieprocent	20 gram	Bovengrens
Totaal suikers	-	-	90 gram	Optelsom van onderen bovengrenzen.
Keukenzout	< 6 gram per dag	< 6 gram per dag	6 gram (2,4 gram natrium)	Bovengrens
Voedingsvezel	≥25 gram per dag	1,4 gram per 100 kcal (dit komt voor volwassenen overeen met 30 tot 40 gram per dag)	25 gram	Richtlijn/aanbeveling

Voor de verwerking van energie in het GDA-systeem en voor de omrekening van energiepercentages vet, verzadigd vet en koolhydraten naar grammen is de dagelijkse energiebehoefte nodig. De energiebehoefte varieert echter sterk tussen mensen en is onder meer afhankelijk van het lichaamsgewicht en de mate van fysieke activiteit. Ook geslacht en leeftijd spelen een rol. De CIAA is uitgegaan van een gemiddelde calorieënbehoefte van 2000 kcal per dag; dat is de gemiddelde behoefte van vrouwen. De gemiddelde man heeft meer calorieën nodig, het gemiddelde kind minder. Daarom luidt het advies van de CIAA om op het etiket aan te geven dat actieve mannen een grotere en jonge kinderen een lagere energiebehoefte hebben.

De CIAA is bij het opstellen van de referentiewaarden voor totaal vet, verzadigd vet, vezel en zout uitgegaan van voedingsrichtlijnen opgesteld in het EURODIET-project in 2001 (*Nutrition and Diet for Healthy Lifestyles in Europe*).¹⁰ Bij omrekening naar energiepercentages is uitgegaan van de referentiewaarde voor energie.

De referentiewaarde voor totaal suiker baseert de CIAA op een inschatting van de suikerconsumptie uit verschillende bronnen.

Beschouwing van de commissie

De commissie onderschrijft de referentiewaarden die de CIAA heeft gekozen voor het berekenen van de GDA-percentages voor energie, verzadigd vet en natrium. De waarden voor verzadigd vet en natrium komen overeen met de bovengrenzen voor deze voedingsfactoren in de Richtlijnen goede voeding 2006. Hoewel de Richtlijnen goede voeding 2006 geen streefwaarde voor de hoeveelheid calorieën per dag bieden, wordt in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze

dezelfde waarde gehanteerd als door de CIAA, namelijk 2000 kilocalorieën per dag.

Voor voedingsvezel bepleit de commissie een verhoging van de referentiewaarde naar 28 gram per dag, dit op basis van de Nederlandse vezelrichtlijn van 1,4 gram per 100 kilocalorieën en de in het GDA-systeem gehanteerde energiebehoefte van 2000 kilocalorieën.

De commissie bepleitte in paragraaf 3.2.1 om vrije suikers in het GDA-systeem op te nemen. Als referentiewaarde voor de berekening van het GDA-percentage kan worden uitgegaan van de WHO-bovengrens voor vrije suikers van 10 energieprocent. Bij een energiebehoefte van 2000 kilocalorieën per dag mag dan maximaal 200 kilocalorieën door vrije suikers worden geleverd. Bij een energetische waarde van 4 kilocalorieën per gram suiker, bedraagt de maximale hoeveelheid vrije suikers 50 gram per dag.

Volgens de commissie moet ook transvet in het GDA-systeem worden opgenomen. Voor de referentiewaarde kan worden uitgegaan van de bovengrens van een energieprocent. Bij een voeding van 2000 kilocalorieën gaat het dan om 20 kilocalorieën uit transvet, ofwel 2,2 gram per dag.

3.3 Conclusies

- De commissie vindt dat voedingswaarde-informatie die op de voorkant van productverpakkingen wordt gepresenteerd, zoals bij het GDA-systeem, voldoende relevantie moet hebben voor de gezondheidskundige beoordeling van producten. Vier van de zes voedingsfactoren in het GDA-systeem voldoen aan die voorwaarde: calorieën, verzadigd vet, natrium en voedingsvezel. De andere voedingsfactoren (het totale suikergehalte en het totale vetgehalte) zouden volgens de commissie vervangen moeten worden door vrije suikers en transvet, omdat die meer waarde hebben voor de gezondheidskundige beoordeling van producten.
- De commissie onderschrijft de referentiewaarden die gebruikt worden om de GDA-percentages te berekenen voor calorieën, verzadigd vet en natrium. Zij bepleit de referentiewaarde voor voedingsvezel te verhogen tot het niveau van de Nederlandse richtlijn. De commissie doet een voorstel voor de referentiewaarden voor vrije suikers en transvet.

Bevorderen van de keuze voor gezondere producten

Tot nu toe ging het over de voedingskundige criteria waaraan logo's en voedingswaarde-informatie naar het oordeel van de commissie moeten voldoen. Even belangrijk is echter dat consumenten de gezondere producten ook daadwerkelijk kiezen. In dit hoofdstuk richt de commissie haar aandacht op factoren die deze productkeuze beïnvloeden en kunnen bevorderen.

4.1 Empirische gegevens en een denkkader

Wetenschappelijk onderzoek is schaars

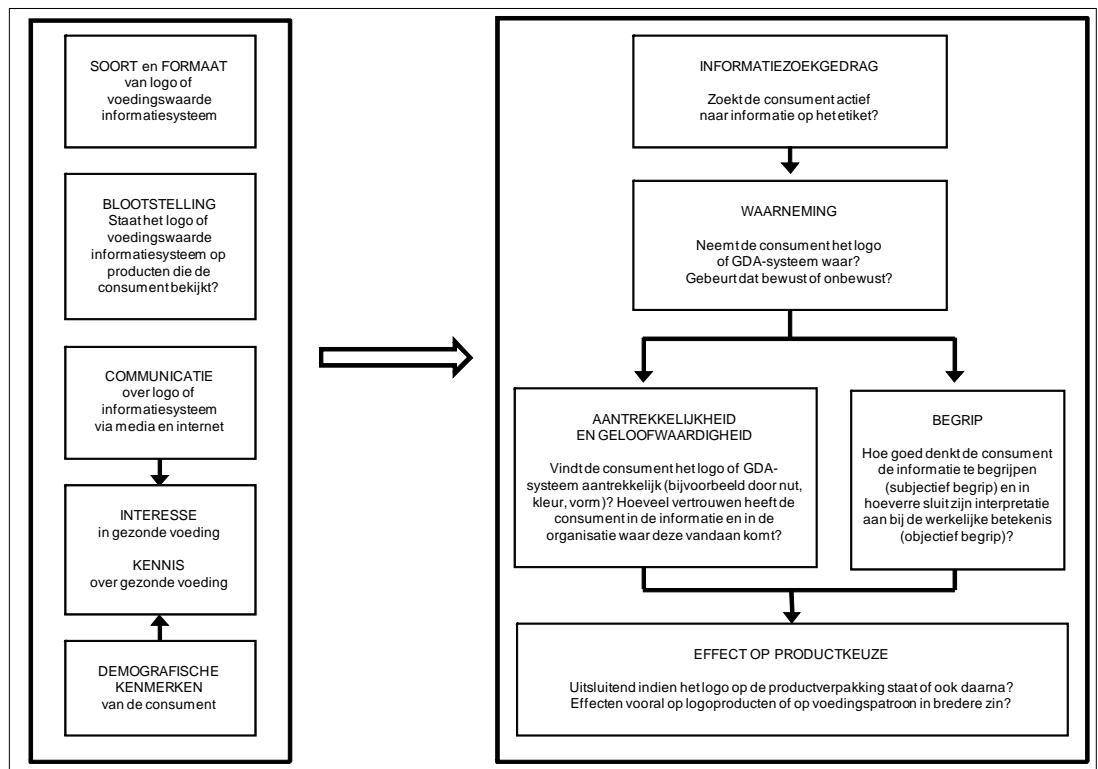
Gaan mensen gezonder eten omdat er logo's op producten staan of omdat voedingswaarde-informatie wordt gegeven? De commissie heeft vastgesteld dat naar deze vraag slechts weinig wetenschappelijk onderzoek gedaan is. De schaarse onderzoeksgegevens hebben bovendien, op een enkele uitzondering na, niet rechtstreeks betrekking op de Nederlandse logo's en het GDA-systeem die in dit advies centraal staan.^{9,21}

Wel kreeg de commissie tijdens een hoorzitting diverse gegevens van Nederlandse bedrijven en andere organisaties onder ogen. Het betreft vooral uitkomsten van enquêtes onder consumentenpanels. Die uitkomsten verschaffen weliswaar enig inzicht, maar de wetenschappelijke zeggingskracht ervan is gering. Ze zijn daarom slechts als aanvullende informatie en op hoofdlijnen bij

de beschouwingen van de commissie betrokken. Bijlage G beschrijft welke onderzoeken dat waren.

Een theoretisch model biedt aanknopingspunten

Om de beschikbare gegevens goed te kunnen interpreteren en lacunes in kennis scherp te kunnen identificeren, is een conceptueel kader waardevol. Bruikbaar in dit verband is volgens de commissie het theoretische model van Grunert en Wills.⁹ Het rechter deel van figuur 1 geeft schematisch aan via welke stappen logo's en voedingswaarde-informatie de productkeuze kunnen beïnvloeden. In de linkerkolom staan de kenmerken van het logo en van consumenten die, al dan niet rechtstreeks, van invloed zijn op het gebruik van de informatie bij de productkeuze. In de volgende paragrafen gaat de commissie op de afzonderlijke onderdelen nader in.



Figuur 1 Theoretisch model dat beschrijft via welke stappen de logo's en voedingswaarde-informatie de productkeuze beïnvloeden (rechter deel) en welke kenmerken van logo en consument op dat proces van invloed kunnen zijn (linker deel).

De commissie heeft in figuur 1 twee elementen aan het model van Grunert en Wills toegevoegd. In de rechterkolom is dat 'geloofwaardigheid'. De commissie vindt het plausibel dat een logo of voedingswaarde-informatie een grotere rol zal spelen bij de productkeuze naarmate het geloofwaardiger is. In de linkerkolom is 'communicatie' toegevoegd. Publiciteit via internet of media over de betekenis van het logo of de voedingswaarde-informatie en over de betekenis van aanpassingen van de leefstijl voor de gezondheid kan volgens de commissie leiden tot meer kennis over en interesse in die informatie en tot een toename van het gebruik van deze systemen bij de productkeuze.

4.2 Waarneming

Wetenschappelijke gegevens

Hoe zit het met het waarnemen van informatie over de voedingswaarde? Volgens Grunert en Wills is de kans dat die informatie een rol speelt bij de productkeuze groter als consumenten de informatie bewust waarnemen dan als dit onbewust gebeurt. Zij concluderen op basis van onderzoek dat de voedingswaarde-informatie op het etiket vaker wordt gelezen wanneer een product voor de eerste keer wordt gekocht dan wanneer dat al vaker is gebeurd.¹¹ Hoewel de meeste consumenten rapporteren dat ze soms of vaak naar de traditionele voedingswaarde-informatie op de achterkant of zijkant van productverpakkingen kijken, wijzen de resultaten van onderzoek tijdens het winkelen er niet op dat consumenten deze informatie verwerken.¹²

In een Brits/Australisch onderzoek is de bewuste waarneming van logo's tijdens het winkelen in een supermarkt onderzocht.¹³ De uitkomsten hebben overigens betrekking op slechts 44 personen. De deelnemers, die niet wisten dat het onderzoek over logo's ging, droegen tijdens twee winkelsessies een opnameapparaat waarmee zij hun overwegingen bij de productkeuze opnamen. De logo's werden genoemd door slechts drie (eerste winkelsessie) en zes (tweede winkelsessie) personen. Dat betekent dat de bewuste waarneming van de logo's laag was of dat de logo's geen overweging vormden bij de productkeuze. Op een vragenlijst, afgenomen na de tweede winkelsessie, gaven 37 deelnemers aan het logo te herkennen.

In een ander Brits onderzoek werden oogbewegingen gemeten tijdens de presentatie van voedingswaarde-informatie op een computerscherm.¹⁴ Dat onderzoek gebeurde in een onderzoekscentrum en geeft dus geen rechtstreekse informatie over de waarneming tijdens het winkelen. Twee manieren om voedingswaarde-informatie te presenteren werden vergeleken: de eerste was een

monochrome presentatie van de voedingswaarde van acht voedingsfactoren, de tweede betrof de voedingswaarde van vier voedingsfactoren waarbij via stoplichtkleuren werd aangegeven of de waarden gunstig, neutraal of ongunstig waren. De oogbewegingen werden gemeten terwijl de 92 deelnemers aan het onderzoek de gezondheidskundige waarde van de producten beoordeelden. De toevoeging van het *traffic light* label leidde tot meer aandacht voor de voedingsstoffen die daarop voorkwamen; het verschil was niet groot maar wel statistisch significant. De onderzoeksopzet maakt het niet mogelijk vast te stellen of het effect kwam door de beperking van de voedingswaarde-informatie (vier in plaats van acht voedingsfactoren) dan wel door het toepassen van stoplichtkleuren. Vrouwen lezen voedingswaarde-informatie vaker dan mannen. Verder is de aandacht voor deze informatie gemiddeld groter bij een hoger inkomen, een hoger opleidingsniveau of meer belangstelling voor het effect van voeding op gezondheid.^{11,12}

Belang van bewuste waarneming is onduidelijk

Pas als een logo of de voedingswaarde-informatie – bewust of onbewust – wordt waargenomen, kan het een rol spelen bij de productkeuze. De bevindingen uit het onderzoek waarin de deelnemers hun overwegingen bij de productkeuze op een geluidsdrager inspraken,¹³ doen vermoeden dat de bewuste waarneming van logo's zeer beperkt is, temeer omdat het hardop uitspreken van overwegingen bij de productkeuze ertoe kan leiden dat men overwegingen noemt die normaliter geen rol spelen bij de productkeuze.

Verder komt uit dit onderzoek naar voren dat gerapporteerde herkenningpercentages weinig zeggen over bewuste waarneming. Als de veronderstelling van Grunert en Wills juist zou zijn dat vooral bewuste waarneming de productkeuze beïnvloedt, kan men dus niet eenvoudigweg op zulke gerapporteerde percentages afgaan. Tegelijk blijkt uit ander sociaal psychologisch onderzoek dat onbewuste waarneming wel degelijk effect kan hebben.¹⁵ Het is mogelijk dat onbewuste waarneming voor het gebruik van de logo's belangrijker is dan Grunert en Wills veronderstellen.

Nader onderzoek zal uitsluitsel moeten bieden over de mate waarin de logo's en het GDA-systeem worden waargenomen en over de rol van bewuste en onbewuste waarneming voor de productkeuze.

4.3 Begrip

Wetenschappelijke gegevens

Hoe goed begrijpen consumenten voedingskundige informatie? Uit onderzoek blijkt dat consumenten de traditionele voedingswaarde-informatie op de achter- of zijkant van productverpakkingen soms moeilijk kunnen vinden, lezen en begrijpen.^{11,12} Sommige termen zeggen hun meer dan andere. Vaak geven consumenten aan dat zij de termen calorieën, vet, suiker, vitamines en zout begrijpen, terwijl ze moeite hebben met de relaties tussen calorieën en energie, natrium en zout, suikers en koolhydraten, met de termen cholesterol, vetzuren, energiepercentage en met de omrekening van hoeveelheden per 100 gram product naar hoeveelheden per portie. In verschillende onderzoeken is geconcludeerd dat het gebruik van referentiewaarden bevorderlijk is voor de interpretatie van voedingswaarde-informatie.¹²

Logo's en vormen van vereenvoudigde voedingswaarde-informatie op de voorkant van productverpakkingen vinden consumenten in het algemeen gemakkelijker te begrijpen.^{11,16} De verschillen in gerapporteerde begrijpelijkheid tussen diverse *front of pack* systemen zijn klein.¹¹ In een vragenlijstonderzoek werd een logo (de *healthier choice tick*) iets begrijpelijker gevonden dan het GDA-systeem, maar werd geen verschil gevonden in het objectieve begrip (de juistheid van de inschatting van de gezondheidskundige waarde van voedingsmiddelen op basis van deze informatie).¹⁷

Consumenten zeggen voedingswaarde-informatie begrijpelijker te vinden als met stoplichtkleuren is aangegeven of waarden gunstig, neutraal of ongunstig zijn. Ook het objectieve begrip lijkt daarmee te verbeteren: consumenten schatten de gezondheidskundige waarde beter in als de voedingswaarde-informatie van een kleurcodering is voorzien.^{11,14}

De resultaten van een onderzoek uit Nieuw Zeeland wijzen erop dat de tekst op een logo ook tot misvattingen kan leiden over de betekenis. De vermelding van de *National Heart Foundation* op het logo leidde onder 20 tot 30 procent van de respondenten tot de foutieve veronderstelling dat de logoproducten speciaal bedoeld waren voor mensen met hartziekten.¹⁸

Niet iedereen weet zaken even goed te interpreteren. Zo wordt voedingswaarde-informatie minder goed begrepen door consumenten die minder vertrouwd zijn met die informatie, door oudere consumenten en door consumenten met een lager opleidingsniveau of inkomen.^{11,12} Naarmate consumenten hun eigen kennis

en belangstelling voor deze informatie hoger inschatten, vinden ze logo's en voedingswaarde-informatie begrijpelijker.¹⁷

In een Zweeds onderzoek was de betekenis van het Groene Sleutelgat logo beter bekend onder inwoners met de Zweedse nationaliteit dan onder inwoners met een andere nationaliteit. Ook weten niet-rokers gemiddeld iets meer over dit logo dan rokers. Ten slotte zijn vrouwen die de betekenis van Zweedse Groene Sleutelgat logo beter kennen jonger en zwaarder dan de vrouwen die daar weinig over weten.¹⁹ Dat zou kunnen komen door een grotere belangstelling voor gezonde voeding vanwege pogingen tot gewichtscntrole.

Interpretatie van Nederlandse logo's en het GDA-systeem

Publiciteit via media en internet over de betekenis van de logo's en het GDA-systeem is belangrijk voor het begrip van deze informatie. De website over het Ik Kies Bewust logo verschaft bredere informatie dan die over het Gezonde Keuze Klavertje. Nadere informatie moet eenvoudig te vinden zijn, bijvoorbeeld doordat op verpakking met een logo of het GDA-systeem wordt verwezen naar een website. Dat laatste gebeurt standaard bij producten met het Ik Kies Bewust logo, niet altijd bij het GDA-systeem en nooit bij het Gezonde Keuze Klavertje. De commissie vindt dat de naam van het logo bij voorkeur een specifieke associatie met gezondheid moet oproepen (zoals bij het Gezonde Keuze Klavertje). 'Ik Eet Gezond' zou voor de consument helderder zijn dan 'Ik Kies Bewust', omdat bewust kiezen bij voedingsmiddelen ook betrekking kan hebben op andere zaken, zoals milieuvriendelijkheid, dierenwelzijn en eerlijke handel.

Gegevens die tijdens en na de hoorzittingen (zie bijlage G) van Nederlandse bedrijven en belangenorganisaties zijn ontvangen, leren dat het merendeel van de consumenten het Ik Kies Bewust logo en het Gezonde Keuze Klavertje met gezondheid associëren. De logo's staan enkel op producten met een relatief goede samenstelling en maken die producten dus op een heldere en directe manier zichtbaar.

Het GDA-systeem mag daarentegen op ieder voedingsmiddel staan. De consument moet via een interpretatie van de getallen zelf bepalen of de samenstelling van het product relatief gunstig of ongunstig is. Dat is niet eenvoudig, temeer omdat de mogelijkheid bestaat dat het beeld voor de ene voedingsfactor gunstig, maar voor de andere ongunstig is. Op basis van informatie die tijdens en na de hoorzittingen van bedrijven en betrokken organisaties is verkregen, lijkt de helft van de mensen de informatie op het GDA-systeem niet (helemaal) goed te interpreteren. De commissie vindt het plausibel dat het GDA-systeem minder goed wordt begrepen dan de logo's. Zij concludeert op basis van het beschikbare

onderzoek dat de begrijpelijkheid van het GDA-systeem waarschijnlijk verbeterd kan worden door met stoplichtkleuren aan te geven of de waarden gunstig, neutraal of ongunstig zijn.

Bij beide logo's speelt het Voedingscentrum een rol bij het vaststellen van de toekenningscriteria. De publiciteit over deze logo's vermeldt "Ik Kies Bewust wordt ondersteund door het Voedingscentrum" en "de normen voor het Gezonde Keuze Klavertje zijn in samenspraak met het Voedingscentrum opgesteld". De commissie acht het plausibel dat hierdoor de indruk kan ontstaan dat de logocriteria aansluiten bij de voedingsvoorlichting door het Voedingscentrum. In hoofdstuk 2 is echter gebleken dat dit slechts deels het geval is.

Er blijven nog vragen

Zoals de commissie in de vorige hoofdstukken uiteenzette, hebben logo's een plaats binnen het bredere veld van voedingsvoorlichting. Bezien vanuit dat perspectief komen onder meer de volgende vragen voor nader onderzoek in aanmerking:

- Denken consumenten dat een product met een logo een goede samenstelling heeft, of dat het logoproduct binnen de eigen productgroep een *relatief* gunstige samenstelling heeft?
- Veel logoproducten dragen naast het logo ook andere voedingskundige informatie op de verpakking die inhoudelijk niet met het logo te maken heeft, bijvoorbeeld "rijk aan calcium", "verbetert de darmwerking". Hebben logo's invloed op de interpretatie en de geloofwaardigheid van eventuele claims op hetzelfde product?
- Weten consumenten van ieder van de voedingsfactoren in het GDA-systeem of de consumptie beperkt dan wel bevorderd moet worden? Begrijpen ze de betekenis van de referentiewaarden op basis waarvan de GDA-percentages worden berekend? Kunnen ze de gezondheidskundige waarde van voedingsmiddelen inschatten op basis van deze informatie?

4.4 Aantrekkelijkheid en geloofwaardigheid

Wetenschappelijke gegevens

Logo's en voedingswaarde-informatie kunnen worden waargenomen en begrepen, maar vinden consumenten ze ook aantrekkelijk en geloofwaardig? Consumenten blijken in het algemeen positief te staan tegenover logo's en vereenvoudigde voedingswaarde-informatie. Eenvoud spreekt aan. Tijdens het winke-

len moet vaak snel worden gekozen tussen producten. Maar ook zijn er aanwijzingen dat consumenten willen weten waar dat logo of die informatie voor staat. Ze lijken het onprettig te vinden als een beslissing buiten hen om wordt genomen. Het kan weerstand oproepen als men zich tot een bepaalde keuze gedwongen voelt. Logo's en *single traffic lights* worden daarom doorgaans iets minder aantrekkelijk gevonden dan voedingswaarde-informatie. Ze zijn weliswaar eenvoudig, maar sluiten minder aan bij de beide andere wensen van consumenten: inhoudelijke toelichting en keuzevrijheid. Voedingswaarde-informatie waarin stoplichtkleuren worden toegepast wordt aantrekkelijker gevonden dan een presentatie met één kleur. De stoplichtkleuren maken de informatie namelijk eenvoudiger.¹¹

In een vragenlijstonderzoek onder 1630 respondenten uit Duitsland, Groot-Brittannië, Italië en Nederland scoorde voedingswaarde-informatie iets beter op aantrekkelijkheid en geloofwaardigheid dan logo's. De score voor geloofwaardigheid nam toe als de informatie werd ondersteund door één of andere organisatie, waarbij steun van de Wereldgezondheidsorganisatie WHO of van een nationale organisatie op het gebied van de voeding hoger werd gewaardeerd dan steun van de Europese Unie of Europese koepelorganisatie van levensmiddelenfabrikanten.¹⁷ Dat ondersteuning door een gezaghebbende organisatie de geloofwaardigheid kan bevorderen, is ook vastgesteld voor gezondheidsclaims.²⁰

Met betrekking tot claims zijn er aanwijzingen dat de combinatie van een korte boodschap op de voorzijde van een verpakking en meer informatie elders op die verpakking bevorderlijk is voor de geloofwaardigheid.²¹ Of dit ook voor logo's en voedingswaarde-informatie opgaat, is niet onderzocht.

Informatie over de geloofwaardigheid van Nederlandse logo's is beperkt beschikbaar

Op basis van gegevens die tijdens en na de hoorzittingen (zie bijlage G) van bedrijven en betrokken organisaties zijn verkregen, lijkt de geloofwaardigheid van het Ik Kies Bewust logo redelijk groot te zijn, hoewel weinig consumenten kunnen aangeven van welke organisatie dit logo afkomstig is. De commissie heeft geen informatie over de geloofwaardigheid van het Gezonde Keuze Klavertje. Uit het gepresenteerde onderzoek blijkt dat de betrokkenheid van het Voedingencentrum bij het vaststellen van de toekenningscriteria de geloofwaardigheid van de logo's kan bevorderen.

De commissie acht het plausibel dat de mate waarin de logo's aansluiten bij de algemene voedingsvoorlichting van belang is voor die geloofwaardigheid.

Volgens die redenering zou de toekenning van logo's aan producten die volgens de voedingsvoorlichting met mate gebruikt moeten worden, zoals snoepgoed of snacks, de geloofwaardigheid van zulke logo's kunnen schaden. Dat is echter niet onderzocht.

4.5 Productkeuze

Wetenschappelijke gegevens

Uiteindelijk zijn logo's en voedingswaarde-informatie bedoeld om consumenten gezonder te laten eten. In hoeverre lukt dat? Om een eventueel effect op het voedingspatroon aan logo's toe te kunnen schrijven, moet men de situatie met en zonder logo vergelijken. Voor logo's en voedingswaarde-informatiesystemen die landelijk worden ingevoerd, is dat onderzoek echter niet haalbaar. Dat geldt dus ook voor de Nederlandse logo's en het GDA-systeem. Wel kan enige informatie worden verkregen door de volledige (gemiddelde) dagvoeding te bepalen, het aandeel van logoproducten daarin en de rol die logo's tijdens het winkelen spelen als argument bij de productkeuze. Ook dat type onderzoek is echter niet of nauwelijks voorhanden. Verkoopcijfers van logoproducten geven geen informatie over het voedingspatroon en zijn daarom weinig informatief.

Het enige onderzoek waarin het totale voedingspatroon werd onderzocht is het eerste onderzoek met betrekking tot het Zweedse Groene Sleutelgat logo. Mensen die dit logo beter begrepen, hadden een gezonder voedingspatroon.¹⁹ Of dat verband oorzakelijk is, is echter onduidelijk: beide factoren kunnen het gevolg zijn van een meer bewuste voedselkeuze. Mensen die waarde hechten aan gezonde voeding zouden wellicht ook kiezen voor de gezondere varianten als daar geen logo op stond. In het tweede onderzoek naar het Groene Sleutelgat logo werd het totale voedingspatroon niet onderzocht, maar was een beter begrip van het logo wel geassocieerd met de consumptie van meer logoproducten.²²

Nader onderzoek kan meer duidelijkheid verschaffen

Er is grote behoefte aan objectief wetenschappelijk onderzoek over de mate waarin en de wijze waarop consumenten de logo's en het GDA-systeem benutten bij de productkeuze en over de effecten op het voedingspatroon. Vragen die volgens de commissie aandacht verdienen zijn onder meer:

- Gebruiken consumenten de logo's en het GDA-systeem bij de productkeuze? Als het GDA-systeem een effect heeft op de productkeuze: hangt dit dan af van de hoogte van de GDA-percentages?

- Zijn consumenten de keuze voor gezondere producten belangrijker gaan vinden als gevolg van de introductie van de logo's en het GDA-systeem?
- Is er sprake van mogelijk ongunstige effecten op de productkeuze? Gaan consumenten bijvoorbeeld meer van een product eten als er een logo op staat? Gebruiken consumenten de logo's om 'ruimte' te maken voor consumptie van (meer) producten met ongunstige samenstelling? Een recente publicatie over light-producten, uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK, wekt de suggestie dat dit soort ongewenste mechanismen kunnen optreden.²³ Gaan consumenten basisproducten zonder logo vervangen door niet-basisproducten met logo?

4.6 Mogelijke misverstanden bij de interpretatie van de logo's

Op dit moment valt niet uit te sluiten dat de interpretatie van logo's aanleiding kan geven tot misverstanden bij consumenten. Hieronder worden enkele voorbeelden gegeven. Een verbetering van het voedingspatroon treedt alleen op als binnen de productgroepen wordt verschoven van producten zonder logo naar producten met logo en als de geconsumeerde hoeveelheden daarbij ongewijzigd blijven. Of de consumenten zich daar op dit moment van bewust zijn is niet onderzocht, maar de commissie acht dit onwaarschijnlijk. Of deze boodschap via gerichte voorlichting kan worden overgebracht aan consumenten is eveneens onduidelijk.

Producten die ondanks overeenkomsten in verschillende productgroepen vallen

Een verwarrende boodschap voor de consument kan ontstaan als producten die duidelijke overeenkomsten vertonen in verschillende productgroepen vallen. Een voorbeeld hiervan zijn kaas en vleeswaren. Beide producten worden als hartig broodbeleg gebruikt, maar ze vallen in een andere productgroep met andere criteria. De grenswaarde voor verzadigd vet ligt bij kaas op 12 gram per 100 gram product, en bij vleeswaren op 4 gram per 100 gram. Mensen die gewend zijn om vleeswaren met relatief veel vet op hun brood te doen, kunnen op basis van de logo's besluiten om over te gaan op een andere soort hartig broodbeleg. Als zij de magere vleeswaren (met logo) niet lekker vinden en daarom overstappen op 30+ kaas (met logo), denken ze dat ze hun voeding verbeteren, terwijl ze in werkelijkheid kiezen voor producten met een ongewijzigd of zelfs hoger gehalte verzadigd vet dan in de uitgangssituatie.

De productgroep van snacks, koekjes, ijsjes en snoep

De commissie heeft geen principiële bezwaren tegen de toekenning van logo's aan snacks, zoals zoutjes, chips, koekjes en ijs, mits de criteria voor die producten voldoende scherp zijn gesteld. Wel merkt de commissie op dat het toekennen van logo's aan deze producten tot een verwarrende boodschap aan de consumenten kan leiden. Dit speelt niet bij het Gezonde Keuze Klavertje, omdat snacks niet in aanmerking komen voor dat logo.

- *Snacks zonder positieve voedingswaarde*
Op dit moment komt het Ik Kies Bewust logo ook voor op enkele soorten snoep en ijs die geen enkele bijdrage leveren aan de voorziening met voedingsstoffen als vitamines en mineralen. Voor de consument is dat moeilijk te begrijpen, omdat de informatie over dit logo uitdraagt dat producten met het logo aan internationale voedingsrichtlijnen voldoen. De commissie meent dat het voor de geloofwaardigheid van het logo goed zou zijn om voor alle niet-basisproductgroepen een voorwaarde met betrekking tot de positieve voedingswaarde van logoproducten te formuleren. Voor basisproducten is dat niet nodig, omdat die producten per definitie al een positieve voedingswaarde hebben. Dit probleem speelt niet bij het Gezonde Keuze Klavertje, omdat snacks niet in aanmerking komen voor dat logo.
- *Producten die stoffen* bevatten met een bewezen ongunstig effect*
Op dit moment is er een dropsoort met het Ik Kies Bewust logo op de markt. Vanwege de aanwezigheid van het bloeddrukverhogende glycyrrhizinezuur in drop, vindt de commissie dat ongewenst. Nagegaan zou moeten worden voor welke andere specifieke stoffen uitsluiting logisch en wenselijk zou zijn en op welke wijze dit uitgewerkt zou kunnen worden.

4.7 Conclusies

De commissie concludeert het volgende:

- De centrale vraag of consumenten gezonder gaan eten door de logo's of het GDA-systeem, kan op grond van de stand van de wetenschap niet worden beantwoord.
- Het theoretische model gaat ervan uit dat consumenten eerder voor logoproducten kiezen naarmate ze logo's beter waarnemen en begrijpen en deze aan-

* Hier worden andere stoffen dan verzadigd vet, transvet, natrium en toegevoegd suiker bedoeld.

trekkelijker en geloofwaardiger vinden. Ook hierover zijn weinig onderzoeksgegevens beschikbaar.

- Er zijn aanwijzingen uit wetenschappelijk onderzoek dat consumenten voedingswaarde-informatie beter begrijpen en aantrekkelijker vinden als daarin met stoplichtkleuren is aangegeven of de betreffende waarden gunstig, neutraal of ongunstig zijn.
- Er is onderzoek nodig naar de effecten van de logo's op de consument. De commissie wijst erop dat er bij logo's, net als bij merken, tijd nodig is om naamsbekendheid en een goede reputatie op te bouwen. De logo's bestaan pas relatief kort, mogelijk te kort om te weten waar ze toe kunnen leiden.

Effecten op de productontwikkeling

Bij logo's en voedingswaarde-informatie zijn niet alleen de consumenten in beeld, maar ook de producenten. In hoeverre worden die gestimuleerd om gezondere producten te ontwikkelen? Daarover gaat het in dit hoofdstuk.

5.1 Gebrek aan wetenschappelijke gegevens

Wetenschappelijke publicaties over de effecten van logo's en het GDA-systeem op de productontwikkeling zijn niet beschikbaar. Om toch een beeld daarvan te kunnen krijgen heeft de commissie vertegenwoordigers van een aantal grote producenten en belangrijke organisaties op dit terrein voor een hoorzitting uitgenodigd. Bijlage G bevat een overzicht van de personen die daarbij aanwezig waren. De tijdens de hoorzitting gerapporteerde gegevens over hoeveel zout, verzadigd vet, suiker en transvet per jaar minder wordt toegevoegd aan voedingsmiddelen door productverbeteringen als gevolg van de logo's zijn door de commissie buiten beschouwing gelaten omdat er geen informatie is over hoeveel producten geproduceerd zijn.

5.2 Op weg naar gezondere producten

Productontwikkeling in relatie tot het verkrijgen van een logo of van een gunstiger beeld in het GDA-systeem betreft het realiseren van relatief gunstige gehalten van bepaalde voedingsfactoren. Daarbij doet zich een breed scala aan mogelijk-

heden voor, variërend van relatief eenvoudige aanpassingen van bestaande productieprocessen of producten (herformulering van receptuur) tot de ontwikkeling van volledig nieuwe processen of producten (innovatie).

Het effect van de logo's op productontwikkeling is onduidelijk, maar wel plausibel

Bij de mogelijke invloed van logo's op de productontwikkeling spelen de geanticipeerde effecten op de verkoopcijfers een rol. Tijdens de hoorzitting maakten verschillende woordvoerders melding van gunstige verkoopcijfers voor logoproducten; sommigen voegden daar aan toe dat onduidelijk is of dit door het logo komt. Zij gaven aan dat steeds meer consumenten belang hechten aan gezonde voeding en dat bedrijven via productontwikkeling op deze trend inspelen om in hun sector succesvol te kunnen blijven. Ook vóór de introductie van de logo's werden er al gezondere producten ontwikkeld. Of de logo's deze trend hebben versterkt, kan op basis van de beschikbare gegevens niet worden bepaald.

Niettemin vindt de commissie het aannemelijk dat de logo's commercieel gezien een toegevoegde waarde hebben. Wordvoerders van verschillende bedrijven gaven tijdens de hoorzitting aan dat hun bedrijf liever positief gestelde formuleringen (zoals "hoog in calcium") op productverpakkingen plaatst dan negatief gestelde formuleringen (zoals "laag in verzadigd vet"). Verlaagde gehalten van ongunstige voedingsfactoren kunnen door de logo's nu ook via een positieve boodschap (ik kies bewust, gezonde keuze klavertje) onder de aandacht van de consument worden gebracht. Verder moeten de gehalten van meerdere voedingsfactoren op een relatief gunstig niveau liggen om een logo te kunnen krijgen. Op basis van die constatering vindt de commissie het plausibel dat de logo's een richtinggevend effect op de productontwikkeling hebben. Dat potentiële effect is overigens beperkt tot de producten die de producent als gezond(er) willen positioneren. Een (groot) deel van het totale productassortiment is niet of slechts deels gericht op gezondheid.

Verschillen tussen logo's zullen een rol spelen

Als meer producten in aanmerking kunnen komen voor het logo, heeft dat logo potentieel een groter effect op de productontwikkeling. Het Ik Kies Bewust logo heeft meer potentie om de productontwikkeling te stimuleren dan het Gezonde Keuze Klavertje, omdat het gebruikt kan worden door alle voedingsmiddelenproducenten, cateraars en supermarkten, terwijl het Gezonde Keuze Klavertje exclusief is voor de Eigen Merk-artikelen van Albert Heijn. Bovendien komen

producten uit alle productgroepen in aanmerking voor het Ik Kies Bewust logo, terwijl snacks en 'overige producten' per definitie geen Gezonde Keuze Klavertje kunnen krijgen.

Mogelijk spelen de toekenningscriteria een rol bij de effecten op de productontwikkeling. Als een product wordt verbeterd om een logo te verkrijgen, zal het doel zijn om de gehalten van de voedingsfactoren die als criterium dienen voor de toekenning van dat logo over de betreffende grenswaarde(n) heen te tillen. Om die reden is denkbaar dat bij soepelere toekenningscriteria meer producten verbeterd worden maar minder grote stappen in de goede richting plaatsvinden dan bij scherpere toekenningscriteria. Dat is niet onderzocht. Soepele toekenningscriteria bieden voor producten met een gunstige samenstelling ruimte voor veranderingen in ongunstige richting. Ook over de mogelijkheid van ongunstige effecten van soepele toekenningscriteria op de productontwikkeling is geen onderzoek beschikbaar.

Of het GDA-systeem een effect heeft op de productontwikkeling is onduidelijk

De hoorzitting leverde geen consistent beeld op met betrekking tot de vraag of het GDA-systeem productverbeteringen of innovaties stimuleert. Sommige woordvoerders stelden dat deze informatie een stimulans kan opleveren tot verbetering van de meest ongunstige GDA-percentages, omdat hoge GDA-percentages meer opvallen dan lage GDA-percentages. Maar volgens een andere woordvoerder had het GDA-systeem geen effect op de productontwikkeling in zijn bedrijf. De commissie acht effecten op de verkoopcijfers bij het GDA-systeem minder waarschijnlijk dan bij de logo's. Het GDA-systeem brengt namelijk een meer complexe boodschap over aan de consument. Daarom verwacht de commissie dat het potentiële effect op de productontwikkeling voor het GDA-systeem minder groot is dan voor de logo's. Een voedingswaarde-informatiesysteem waarin met een kleurcode wordt aangegeven of gehalten gunstig, neutraal of ongunstig zijn, heeft mogelijk meer effect op de productontwikkeling dan een systeem waarin de informatie op monochrome wijze is gepresenteerd.

Transvet illustreert de mogelijkheden van productontwikkeling

De situatie met betrekking tot transvet is om verschillende redenen illustratief. Transvet was op het moment van de introductie van de logo's al grotendeels uit de voeding geëlimineerd. Schattingen voor de gemiddelde dagelijkse consumptie

bedroegen 25 gram in 1960, 11 gram in 1988, 4 gram in 1998 en 2 gram in 2003.^{24,25} Productontwikkeling heeft bij de verlaging van de consumptie van transvet een belangrijke rol gespeeld.²⁵ De vermindering van de consumptie van transvet is bereikt zonder gerichte voorlichting over de ongunstige effecten van transvet voor de gezondheid en zonder communicatie van de verlaging van transvetzuurgehaltes van producten naar de consument.²⁵ De logo's hebben de bedrijven een middel gegeven om deze relatief moeilijke boodschap – op een impliciete wijze – aan de consument over te brengen.

5.3 Conclusies

De commissie concludeert het volgende:

- Het is niet mogelijk om een wetenschappelijk onderbouwd antwoord te geven op de vraag in welke mate logo's de voedingsmiddelenindustrie stimuleren tot de ontwikkeling van gezondere producten.
- De commissie vindt het op basis van de informatie uit de hoorzittingen en de aard van de logo's plausibel dat van de logo's een stimulans uitgaat om producten te verbeteren of ontwikkelen. De hoorzittingen hebben geen duidelijke aanwijzingen opgeleverd voor een effect van het GDA-systeem op de productontwikkeling.

Conclusies en aanbevelingen

In dit slothoofdstuk zet de commissie haar belangrijkste bevindingen kort op een rij. Daarmee beantwoordt zij de vragen van de minister. In het verlengde daarvan doet zij enkele aanbevelingen.

6.1 **Belangrijkste bevindingen**

Bij beide logo's sluiten de huidige criteria onvoldoende aan bij de voedingsvoorlichting

Naar het oordeel van de commissie is het van groot belang dat de criteria voor de toekenning van de logo's consistent zijn met de voedingsvoorlichting door het Voedingscentrum en dus met de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.⁵ Een complicerende factor daarbij is wel dat de logo's een tweedeling betreffen (voedingsmiddelen hebben wel of niet een logo), terwijl de voedingsvoorlichting een driedeling hanteert:

- A-categorie of 'bij voorkeur' producten zijn gunstig voor het voedingspatroon
 - B-categorie of 'middenweg' producten zijn neutraal voor het voedingspatroon
 - C-categorie of 'bij uitzondering' producten zijn ongunstig voor het voedingspatroon.
-

De commissie is van mening dat de logo's in de huidige vorm uitsluitend op de 'bij voorkeur' (A-categorie) producten zouden moeten staan. De criteria voor het Ik Kies Bewust logo en het Gezonde Keuze Klavertje bieden daar echter slechts in enkele productgroepen garantie voor. In de meeste productgroepen kunnen ook 'middenweg' (B-categorie) of zelfs 'bij uitzondering' (C-categorie) producten aan de logocriteria voldoen en dus een logo dragen. De commissie vindt dit ongewenst, omdat de logo's dan een onjuiste suggestie kunnen wekken bij de consument.

Voor de voedingsvoorlichting worden de grenswaarden voor de productbeoordeling zoveel mogelijk vastgesteld op basis van gegevens over de voedselconsumptie in Nederland: de B/C grenswaarden sluiten dan aan bij de huidige inname van de voedingsfactor uit de betreffende productgroep en de A/B grenswaarden bij de voor de betreffende voedingsfactor gewenste verbetering. De criteria voor de toekenning van het Ik Kies Bewust logo zijn niet gebaseerd op gegevens over voedselconsumptie, maar op de samenstelling van het huidige productassortiment: ongeveer 20 procent van de basisproducten* en ongeveer 10 procent van de niet-basisproducten** moet in aanmerking kunnen komen voor het Ik Kies Bewust logo. De verschillen tussen de criteria voor het Gezonde Keuze Klavertje en de criteria van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, zijn niet te herleiden tot een verschil in uitgangspunten. Wel is duidelijk dat voor het Gezonde Keuze Klavertje in veel productgroepen minder voedingsfactoren worden beoordeeld.

De commissie vindt eenduidigheid in de voedingsvoorlichting van groot belang om verwarring bij consumenten te beperken. Daarom vindt zij het ongewenst dat de criteria van beide logo's verschillen ten opzichte van elkaar en ten opzichte van de criteria die het Voedingcentrum voor het opstellen van de voedingsvoorlichting hanteert: Nederlandse consumenten krijgen op dit moment met drie verschillende systemen voor de gezondheidskundige beoordeling van voedingsmiddelen te maken.

Het uitgangspunt van de commissie dat de logo's volledig moeten aansluiten bij de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding, stelt hoge kwali-

* Basisproductgroepen zijn de productgroepen die van belang zijn voor de voorziening met essentiële voedingsstoffen (vitamines, mineralen, essentiële vetzuren en essentiële aminozuren), voedingsvezel en water. De basisproductgroepen omvatten groenten, fruit, brood, aardappelen, pasta, rijst, peulvruchten, vis, vlees(waren), gevogelte, eieren, vleesvervangers, zuivel, smeervetten, bereidingsvetten en dranken.

** Niet-basisproductgroepen dragen weinig of niet bij aan de voorziening met essentiële voedingsstoffen, voedingsvezel en water. Voorbeelden van niet-basisproductgroepen zijn snacks, koekjes, snoepjes, sauzen en soepen die bedoeld zijn als voorgerecht of tussendoortje.

teitseisen aan de uitvoering van deze taak door het Voedingscentrum. De commissie doet in bijlage H enkele aanbevelingen met betrekking tot de transparantie van de totstandkoming, het creëren van draagvlak en de borging van de kwaliteit van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Ook noemt zij in deze bijlage enkele aandachtspunten met betrekking tot de huidige beoordelingssystematiek. De commissie merkt op dat de Richtlijnen Goede Voedselkeuze een dynamisch systeem vormen dat voortdurend in ontwikkeling is. Zij acht het van belang dat de logo's die ontwikkelingen volgen.

De voedingsfactoren in het GDA-systeem sluiten onvoldoende aan bij de Richtlijnen goede voeding 2006

Net als de logo's is ook het GDA-systeem bedoeld om consumenten te helpen bij de keuze voor relatief gezonde producten. Maar anders dan de logo's moet de consument zelf – op basis van de gepresenteerde waarden – het oordeel vellen over de gezondheidskundige waarde van het product. De commissie vindt dat de GDA-iconen op de voorkant van de productverpakking alleen informatie moeten geven die er gezondheidskundig toe doet. Voor zover de Europese regelgeving over voedingswaarde-etikettering betrekking heeft op voedingsfactoren die weinig waarde hebben voor de gezondheidskundige beoordeling van voedingsmiddelen, pleit de commissie ervoor dat deze informatie uitsluitend op de achterkant van de verpakking komt te staan.

Op basis van de Richtlijnen goede voeding 2006¹ concludeert de commissie dat vier van de zes voedingsfactoren die in het GDA-systeem kunnen voorkomen, van belang zijn voor de gezondheidskundige beoordeling van voedingsmiddelen: calorieën, verzadigd vet, natrium en voedingsvezel. Informatie over de gehalten van deze voedingsfactoren verdient volgens de commissie een plaats op de voorkant van de productverpakking. Het totale vetgehalte en het totale suikergehalte hebben vooral relevantie in verband met de problematiek van overgewicht. Het calorieëngehalte per portie wordt echter al apart in het GDA-systeem vermeld. Wie het totale vetgehalte van de voeding wil verlagen, zal zich – in verband met de preventie van hartziekten – moeten richten op de vetten met een ongunstig effect op de gezondheid (verzadigd vet en transvet). Wie het risico van een te hoge inname van calorieën via suikers wil verminderen, dient zich te richten op de vrije suikers. Dit alles in overweging nemende bepleit de commissie om totaal suiker en totaal vet niet in het GDA-systeem op te nemen, en vrije suikers en transvet juist wel.

De commissie is het niet eens met de keuzevrijheid die bestaat ten aanzien van het aantal voedingsfactoren dat in het GDA-systeem wordt gepresenteerd.

De zes voedingsfactoren die voor de gezondheidskundige beoordeling van producten van belang zijn, zouden daar altijd in moeten staan: calorieën, verzadigd vet, transvet, natrium, vrije suikers en voedingsvezel. Als deze informatie consequent wordt gegeven, wordt de consument goed geïnformeerd en heeft het systeem educatieve waarde.

In het GDA-systeem wordt de hoeveelheid per portie ook weergegeven als percentage van de bovengrens, gemiddelde behoefte of aanbeveling op dagbasis. De commissie is het eens met de daarbij gehanteerde referentiewaarden voor calorieën, verzadigd vet en natrium. Voor de voedingsfactoren die op dit moment niet in het GDA-systeem staan, maar daar volgens de commissie wel een plaats in verdienen, is op dit moment nog geen referentiewaarde in gebruik. Voor transvet zou de referentiewaarde volgens de commissie gebaseerd moeten worden op de Nederlandse bovengrens van één energieprocent¹; voor vrije suikers op de WHO-bovengrens van 10 energieprocent²⁷, en voor voedingsvezel op de Nederlandse richtlijn van 1,4 gram voedingsvezel per 100 kcal¹.

Of consumenten de logo's goed interpreteren is onduidelijk

De ontwikkeling van de logo's is interessant omdat consumenten hiermee in één beeld de boodschap krijgen dat het product in een gezond voedingspatroon past. De commissie vindt het plausibel dat logo's de consument kunnen helpen om tijdens het winkelen snel de keuze te maken voor relatief gezonde producten. Het merendeel van de mensen lijkt het Ik Kies Bewust logo en het Gezonde Keuze Klavertje te herkennen en te weten dat deze logo's iets met de gezondheidskundige waarde van het product te maken hebben, maar er is weinig wetenschappelijk onderzoek naar de vraag of consumenten de logo's goed interpreteren en naar de vraag of bepaalde misvattingen die de commissie mogelijk acht, al dan niet optreden. Onderzoek naar de interpretatie van de logo's is daarom noodzakelijk.

Slechts een deel van de consumenten heeft voldoende voedingskennis om de informatie uit het GDA-systeem te kunnen interpreteren.

Vergeleken met de logo's biedt het GDA-systeem extra informatie: het geeft de gehalten per portie weer voor één of meerdere (vijf of zes) voedingsfactoren. Het gebruik van dat systeem bij de productkeuze vraagt echter meer tijd en aandacht. Uit het beschikbare onderzoek blijkt dat ongeveer de helft van de consumenten

* De bovengrenzen en de vezelrichtlijn betreffen de totale dagvoeding (en niet de gehalten in het product). Bij het omrekenen naar grammen per dag wordt uitgegaan van een voeding met 2000 kilocalorieën.

afzonderlijke waarden in het GDA-systeem niet goed interpreteert, bijvoorbeeld omdat ze van (een deel van) de voedingsfactoren niet weten of die gunstig of ongunstig zijn voor de gezondheid. Er is nauwelijks *peer-reviewed* onderzoek naar de interpretatie van het gehele GDA-systeem. Wel zijn er aanwijzingen uit wetenschappelijk onderzoek dat het toepassen van stoplichtkleuren in het GDA-systeem gunstig is voor de begrijpelijkheid. Het GDA-systeem is vooral interessant voor consumenten die specifieke belangstelling voor voeding en voldoende kennis van zaken hebben.

Of de logo's en het GDA-systeem effectief zijn bij het bevorderen van een gezonde keuze door consumenten is niet bekend

In zijn adviesaanvraag wijst de minister op het belang van een gezondere voedselkeuze in verband met de strijd tegen overgewicht en de preventie van chronische ziekten. Vanwege de aard van de logo's hebben deze meer potentie voor de preventie van hart- en vaatziekten dan voor de strijd tegen overgewicht, maar er is te weinig wetenschappelijk onderzoek voor conclusies over de effecten op het voedingspatroon, het lichaamsgewicht en het risico van chronische ziekten. Als consumenten kiezen voor logoproducten biedt dat geen zekerheid dat het voedingspatroon verbetert. Dat is alleen het geval als consumenten niet-logoproducten vervangen door dezelfde hoeveelheid logoproducten uit dezelfde productgroep. Hoeveel consumenten zich daarvan bewust zijn is niet bekend. Ook over de effectiviteit van het GDA-systeem is weinig bekend. Nader onderzoek moet meer licht op de zaak werpen. Wel blijkt uit consumentenonderzoek dat de ondersteuning van de logo's door een betrouwbare organisatie goed is voor het vertrouwen van de consumenten in dat logo.

Effecten op de productontwikkeling zijn voor de logo's plausibel, maar voor het GDA-systeem zijn daar geen duidelijke aanwijzingen voor

Omdat logo's een integrale samenvatting geven van een gezondheidkundige beoordeling van een product, worden producenten door de logo's gestimuleerd om producten voor verschillende voedingsfactoren tegelijkertijd aan te passen aan de criteria. De commissie vindt het plausibel dat logo's de productontwikkeling stimuleren. Voor het GDA-systeem zijn daar onvoldoende aanwijzingen voor.

6.2 De ideale situatie

In de ideale situatie wordt in Nederland 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 logocriteria voldoen dragen dit logo, zodat niet alleen de aanwezigheid, maar ook de afwezigheid van het logo informatie geeft over de gezondheidskundige waarde van het product. Dat is in het belang van de helderheid van de boodschap aan de consumenten. Bovendien staat op de voorkant van de verpakking van ieder product (ongeacht of het een logo heeft) de voedingswaarde-informatie waarmee de gezondheidskundige waarde van dat voedingsmiddel beoordeeld kan worden.

6.3 Aanbevelingen op weg naar de ideale situatie

Ontwikkel één logo met twee verschijningsvormen

Om de huidige logo's naadloos te laten aansluiten bij de voedingsvoorlichting dienen de criteria overeen te komen met die voor de A-categorie van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Die keuze sluit het beste aan bij de Richtlijnen goede voeding 2006. Dit betekent echter dat de logocriteria dan substantieel aangescherpt moeten worden 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 stelt de commissie voor om een logo met twee verschijningsvormen te ontwikkelen. Daarbij kan de ene vorm worden gebruikt voor de 'bij voorkeur' (A-categorie) producten, en de andere voor de 'middenweg' (B-categorie) producten. Voorwaarde is wel dat de begrijpelijkheid van het onderscheid voor de consument via onderzoek wordt aangetoond.

Verbeter het GDA-systeem

De commissie vindt dat het GDA-systeem standaard informatie moet bevatten over de gehaltes van calorieën, verzadigd vet, transvet, vrije suikers, natrium en voedingsvezel. De begrijpelijkheid van het GDA-systeem is een punt van zorg. In Groot-Brittannië worden stoplichtkleuren toegepast op gehaltes van verzadigd vet en natrium, om aan te geven of de waarden gunstig, neutraal of ongunstig zijn. De commissie beveelt aan om te onderzoeken op welke wijze de toepassing

van kleuren in het GDA-systeem de begrijpelijkheid van deze informatie kan verbeteren.

Zet een breed informatiesysteem op

Op dit moment hebben de beide logo's en het GDA-systeem ieder hun eigen internetsites. Voor de consument is niet helder hoe goed deze systemen op elkaar en op de algemene voedingsvoorlichting aansluiten. De commissie acht het voor de consument van belang dat er een internetsite komt, waarin de logo's en het GDA-systeem worden toegelicht tegen de achtergrond van de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding. Aspecten van de algemene publieksvoorlichting over gezonde voeding die niet of onvoldoende door de logo's en het GDA-systeem worden overgebracht, moeten in dat informatiesysteem prominent worden aangegeven: het belang van het gebruik van basisproducten, de gewenste hoeveelheden per productgroep, het belang van een gezonde en gevarieerde voeding en het belang van lichaamsbeweging.

Literatuur

- 1 Gezondheidsraad. Richtlijnen goede voeding 2006. Den Haag: Gezondheidsraad; 2006: GR2006/21.
 - 2 Gezondheidsraad. Richtlijnen goede voeding 2006 - achtergronddocument. Den Haag: Gezondheidsraad; 2006: A06/08.
 - 3 European Heart Network. Review of 'front of pack' nutrition schemes. European Heart Network; 2007.
 - 4 WHO/FAO. Preparation and use of food-based dietary guidelines. Report of a joint FAO/WHO expert consultation. Geneva: World Health Organisation; 1998: 880.
 - 5 Voedingscentrum. Richtlijnen Goede Voedselkeuze; oktober 2007. Den Haag: Voedingscentrum; 2007.
 - 6 Wetenschappelijke commissie van de Stichting Ik Kies Bewust. Ontwikkeling criteria Ik Kies Bewust, versie 3.3, april 2008.
 - 7 Wetenschappelijke commissie van de Stichting Ik Kies Bewust. The Choices Stamp: development of criteria.
 - 8 Albert Heijn. Criteria Gezonde Keuze Klavertje augustus 2008. 20-9-2008. Internet: http://cmgtcontent.ahold.com.kpnis.nl/cmgtcontent/media/000464200/000/000464260_004_Criteria_GKK_aug_2008.pdf.
 - 9 WHO/FAO. Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases. Report of a joint WHO/FAO expert consultation. WHO; 2003: 916.
 - 10 Kafatos AG, Codrington CA. Nutrition and diet for healthy lifestyles in Europe: the EURODIET project. Public Health Nutr 2001; 4: 265-273.
 - 11 Grunert KG, Wills JW. A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. J Public Health 2007; 15: 385-399.
-

- 12 Cowburn G, Stockley L. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutr* 2005; 8(1): 21-28.
- 13 Rayner M, Boaz A, Higginson C. Consumer use of health-related endorsements on food labels in the United Kingdom and Australia. *J Nutr Educ* 2001; 33(1): 24-30.
- 14 Jones G, Richardson M. An objective examination of consumer perception of nutrition information based on healthiness ratings and eye movements. *Public Health Nutr* 2007; 10(3): 238-244.
- 15 Dehaene S, Naccache L, Le CG e.a. Imaging unconscious semantic priming. *Nature* 1998; 395(6702): 597-600.
- 16 Kleef E.van, van TH, Paeps F, Fernandez-Celemin L. Consumer preferences for front-of-pack calories labelling. *Public Health Nutr* 2008; 11(2): 203-213.
- 17 Feunekes GI, Gortemaker IA, Willems AA, Lion R, van den KM. Front-of-pack nutrition labelling: Testing effectiveness of different nutrition labelling formats front-of-pack in four European countries. *Appetite* 2007; 50(1): 57-70.
- 18 Scott V, Worsley AF. Ticks, claims, tables and food groups: a comparison for nutrition labelling. *Health Promotion International* 1994; 9(1): 27-37.
- 19 Larsson I, Lissner L. The 'Green Keyhole' nutritional campaign in Sweden: do women with more knowledge have better dietary practices? *Eur J Clin Nutr* 1996; 50(5): 323-328.
- 20 Leathwood PD, Richardson DP, Strater P, Todd PM, van Trijp HC. Consumer understanding of nutrition and health claims: sources of evidence. *Br J Nutr* 2007; 98(3): 474-484.
- 21 Wansink B. How do front and back package labels influence beliefs about health claims? *J Consumer Affairs* 2003; 38(2): 305-316.
- 22 Larsson I, Lissner L, Wilhelmsen L. The 'Green Keyhole' revisited: nutritional knowledge may influence food selection. *Eur J Clin Nutr* 1999; 53(10): 776-780.
- 23 Luijten T, de Boer M, Temminghoff M. Draagt consumptie van lichtproducten bij aan het bestrijden van overgewicht? *Voeding Nu* 2008; 4: 20-22.
- 24 Gezondheidsraad. Enkele belangrijke ontwikkelingen in de voedselconsumptie. Den Haag: Gezondheidsraad; 2002: 2002/12. Internet: www.gr.nl.
- 25 Katan MB. Alle transvetzuren de wereld uit. *Ned Tijdschr Geneesk* 2008; 152(6): 302-307.
- 27 Nishida C, Uauy R, Kumanyika S, Shetty P. The joint WHO/FAO expert consultation on diet, nutrition and the prevention of chronic diseases: process, product and policy implications. *Public Health Nutr* 2004; 7(1A): 245-250.
- 28 Gezondheidsraad. Voedingsmiddelen en -supplementen met claims over gezondheidseffecten. Den Haag: Gezondheidsraad; 2003: 2003/09. Internet: www.gr.nl.
- 29 Gezondheidsraad. Richtlijn voor de vezelconsumptie. Den Haag: Gezondheidsraad; 2006: 2006/03. Internet: www.gr.nl.
- 30 Voedingscentrum. Nederlands voedingsstoffenbestand: NEVO-tabel 2006. Den Haag: Voedingscentrum; 2006.
- 31 GfK. Ik Kies Bewust 1-meting: 24 augustus - 3 september 2007. 1-30. 2007. GfK.
-

- 32 TNS NIPO. Powerpoint presentatie over uitkomsten van onderzoek in opdracht van Albert Heijn naar Gezonde Keuze Klavertje en Ik Kies Bewust logo. 1-16. 2007. TNS NIPO.
- 33 TNS NIPO. File met uitkomsten van onderzoek in opdracht van Albert Heijn naar GKK/IKB-logo. 1-11. 2007. TNS NIPO.
- 34 TNS NIPO. Vragenlijst Ik Kies bewust logo. 1-2. 2007. TNS NIPO.
- 35 TNS NIPO. Vragenlijst Gezonde Keuze Klavertje. 1-2. 2007. TNS NIPO.
- 36 Consumentenbond. Logoland. Vereenvoudigde voedingswaarde etikettering in Nederland. Den Haag: Consumentenbond; 2007.
- 37 Consumentenbond afdeling onderzoek. Onderzoeksverslag: etikettering vereenvoudigde voedingswaarde. Verantwoording.
- 38 MillwardBrown. Awareness, comprehension and usage of GDA labelling. What effect has recent advertising had on these measures? 2007. MillwardBrown.
- 39 MillwardBrown. GDA labelling report - data confidence. 2007. MillwardBrown.
- 40 MillwardBrown. Questionnaire. 2007. MillwardBrown.
- 41 Chardigny JM, Destailats F, Malpuech-Brugere C e.a. Do trans fatty acids from industrially produced sources and from natural sources have the same effect on cardiovascular disease risk factors in healthy subjects? Results of the trans Fatty Acids Collaboration (TRANSFACT) study. *Am J Clin Nutr* 2008; 87(3): 558-566.
- 42 Motard-Belanger A, Charest A, Grenier G e.a. Study of the effect of trans fatty acids from ruminants on blood lipids and other risk factors for cardiovascular disease. *Am J Clin Nutr* 2008; 87(3): 593-599.
- 43 Willett W, Mozaffarian D. Ruminant or industrial sources of trans fatty acids: public health issue or food label skirmish? *Am J Clin Nutr* 2008; 87(3): 515-516.

-
- A De adviesaanvraag
-
- B De commissie
-
- C Verklarende woordenlijst
-
- D Criteria gebruikt bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze en bij de beide logo's
-
- E Procedure om te bepalen of een product thuishoort in de beoogde basis-productgroep
-
- F Achtergrondinformatie bij de criteria van Richtlijnen Goede Voedselkeuze Stichting Ik Kies Bewust
-
- G Hoorzittingen met producenten, betrokken organisaties en deskundigen
-
- H Aanbevelingen voor de vertaling van de Richtlijnen goede voeding naar de Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Bijlagen

De adviesaanvraag

Op 5 juni 2007 ontving de Voorzitter van de Gezondheidsraad van de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport de onderstaande adviesaanvraag over gezonde keuze bevorderende logo's op voedingsmiddelen:

In de strijd tegen overgewicht en de preventie van chronische ziekten is het belangrijk om mensen te helpen bij het maken van gezonde keuzes in eten. Ook moet de voedingsindustrie geprikkeld worden om hun producten gezonder samen te stellen. Mijn ambtsvoorganger heeft daarom begin 2005 aangegeven voorstander te zijn van een eenvoudig, positief en vrijwillig keuze bevorderend logo voor gezonder eten en drinken dat breed wordt gebruikt in Nederland. Inmiddels zijn er drie initiatieven op de Nederlandse markt die beogen de consument te helpen bij het maken van een gezondere keuze: het energielogo, het 'Klavertje' en het 'Ik Kies Bewust' logo.

In mei 2006 hebben een drietal voedingsmiddelenproducenten het 'Ik Kies Bewust' logo en een achterliggend systeem aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport gepresenteerd. Bij die presentatie heeft mijn ambtsvoorganger het initiatief in beginsel ondersteund en aangegeven het advies van uw raad te willen horen over de gehanteerde criteria.

De stichting 'Ik kies bewust' wordt ondersteund door een commissie van onafhankelijke experts (waaronder het Voedingscentrum Nederland) die het raamwerk en de criteria voor het logo de afgelopen maanden heeft geëvalueerd en verder heeft ontwikkeld. Daarbij zijn de actuele richtlijnen goede voeding meegenomen. De stichting heeft aangegeven vanaf nu met de nieuwe criteria te werken. Het lijkt mij daarom nu een goed moment om uw advies te vragen over deze criteria.

Zoals aangegeven zijn er meer gezonde keuzebevorderende logo's op de markt, zoals het 'klavertje' van Albert Heijn en het energielogo van de Nederlandse voedingsmiddelen industrie. Ik wil u vragen ook die logo's mee te nemen in uw advies.

Vanaf 1 juli 2007 is verordening voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen van toepassing. Daarin is geregeld dat alleen producten die aan een (nog op te stellen) profiel voldoen, een claim mogen dragen. Uw advies kan bijdragen aan de discussie over deze profielen.

Adviesaanvraag

Onder verwijzing naar paragraaf 4.12 van het werkprogramma 2007 van uw raad, en in vervolg op gesprekken die op ambtelijk niveau met uw secretariaat zijn gevoerd, verzoek ik u een advies op te stellen over gezonde keuzebevorderende logo's. Ik vraag u in dit advies een wetenschappelijk oordeel te geven over

- gehanteerde criteria, ook in relatie tot productgroepen,
- de interpretatie van de logo's door de consument,
- de effectiviteit van logo's bij bevorderen van een gezonde keuze door consumenten,
- de mate waarin logo's de voedingsmiddelenindustrie stimuleren tot de ontwikkeling van gezondere producten.

Ik ontvang uw advies graag nog dit jaar.

De Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,
w.g. dr. A. Klink

De commissie

-
- prof. dr. ir. D. Kromhout, *voorzitter*
vice-voorzitter Gezondheidsraad
 - dr. M.A.E. van Bokhorst-de van der Schueren
hoofd diëtetik en voedingswetenschappen, VU medisch centrum,
Amsterdam
 - ir. W. Bosman
voormalig secretaris van de Beraadsgroep Voeding, Gezondheidsraad,
Den Haag
 - drs. J.W. van den Brink, *adviseur*
ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport Den Haag
 - dr. ir. M. Dekker
universitair hoofddocent productontwerpen en kwaliteitskunde, Wageningen
Universiteit en Researchcentrum
 - prof. dr. A.W. Hoes
hoogleraar klinische epidemiologie en huisartsgeneeskunde, Universitair
Medisch Centrum Utrecht
 - dr. J.A. Iestra
stafmedewerker afdeling diëtetik en voedingswetenschappen, Universitair
Medisch Centrum Utrecht
 - prof. dr. ir. F.J. Kok
hoogleraar voeding en gezondheid, Wageningen Universiteit en Research-
centrum
-

- prof. dr. H.P. Sauerwein
hoogleraar energiestofwisseling, Academisch Medisch Centrum, Amsterdam
- prof. dr. N.K. de Vries
hoogleraar gezondheidsvoorlichting en opvoeding, Universiteit Maastricht
- prof. dr. C.M.J. van Woerkum
hoogleraar communicatiestrategieën, Wageningen Universiteit en Researchcentrum
- prof. dr. ir. M.H. Zwietering
hoogleraar levensmiddelenmicrobiologie, Wageningen Universiteit en Researchcentrum
- dr. ir. C.J.K. Spaaij, *secretaris*
Gezondheidsraad, Den Haag
- dr. ir. R. Weggemans, *co-secretaris*
Gezondheidsraad, Den Haag

De Gezondheidsraad en belangen

Leden van Gezondheidsraadcommissies worden benoemd op persoonlijke titel, wegens hun bijzondere expertise inzake de te behandelen adviesvraag. Zij kunnen echter, dikwijls juist vanwege die expertise, ook belangen hebben. Dat behoeft op zich geen bezwaar te zijn voor het lidmaatschap van een Gezondheidsraadcommissie. Openheid over mogelijke belangenconflicten is echter belangrijk, zowel naar de voorzitter en de overige leden van de commissie, als naar de voorzitter van de Gezondheidsraad. Bij de uitnodiging om tot de commissie toe te treden wordt daarom aan commissieleden gevraagd door middel van het invullen van een formulier inzicht te geven in de functies die zij bekleeden, en andere materiële en niet-materiële belangen die relevant kunnen zijn voor het werk van de commissie. Het is aan de voorzitter van de raad te oordelen of gemelde belangen reden zijn iemand niet te benoemen. Soms zal een adviseurschap het dan mogelijk maken van de expertise van de betrokken deskundige gebruik te maken. Tijdens de installatievergadering vindt een bespreking plaats van de verklaringen die zijn verstrekt, opdat alle commissieleden van elkaars eventuele belangen op de hoogte zijn.

Verklarende woordenlijst

Aminoszuren

Aminoszuren zijn de bouwstenen van eiwitten. Sommige soorten aminoszuren kan het lichaam zelf maken, andere niet. Die laatste soorten worden aangeduid met de term 'essentiële aminoszuren' omdat het essentieel is dat deze in de voeding zitten.

Claim

Beweringen – in woorden of plaatjes – op voedingsmiddelen en voedingssupplementen over een gunstige effect op de gezondheid of over een gunstig aspect van de samenstelling van het product.²⁸ Hiervoor is de regelgeving Europese verordening voedings- en gezondheidsclaims van 1 juli 2007 van kracht.

CIAA

De Europese koepelorganisatie van de voedingsmiddelenindustrie.

FNLI

Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie.

GDA-systeem

Een nieuwe vorm om informatie over de voedingswaarde van producten op de voorkant van de productverpakking te presenteren. GDA staat voor Guideline Daily Amount. De voedingswaarde-informatie betreft zowel het aantal grammen per portie als diezelfde hoeveelheid maar dan uitgedrukt als percentage van de voor dit systeem gehanteerde dagwaarde. Het GDA-systeem is ontwikkeld door de Europese

koepelorganisatie van de voedingsmiddelenindustrie. De Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie gebruikt ook de Nederlandse term Dagelijkse Voedingsrichtlijn en de afkorting daarvan tot DVR.

Generieke grenswaarde

Een criterium voor de beoordeling van de gezondheidskundige waarde van voedingsmiddelen. De generieke grenswaarden zijn uitgedrukt als energiepercentage of als het aantal grammen per 100 kilocalorieën.

Voor verzadigd vet, transvet, toegevoegd suiker en natrium is deze grenswaarde gelijkgesteld aan 1,3 maal de bovengrenzen; voor voedingsvezel is de grenswaarde gelijkgesteld aan het aanbevolen gehalte. Zie ook bijlage F.

Insignificantieniveau

Een criterium voor de beoordeling van de gezondheidskundige waarde van voedingsmiddelen. Insignificantieniveaus zijn bedoeld om significante toevoegingen van ongewenste voedingsstoffen te ontmoedigen. Deze grenswaarden zijn uitgedrukt als een hoeveelheid per 100 gram product. In 100 gram product zit bij hantering van het insignificantieniveau maximaal 5 procent van de dagelijkse bovengrens (natrium) of van het generieke criterium (verzadigd vet, transvet, toegevoegd suiker). Zie ook bijlage F.

Logo

Overall waar in dit advies de term ‘logo’ zonder verdere specificatie wordt gebezigd, heeft deze betrekking op de logo’s die bedoeld zijn om de keuze voor gezonde voedingsmiddelen te bevorderen, en in het bijzonder het Ik Kies Bewust logo van de Stichting Ik Kies Bewust en het Gezonde Keuze Klavertje van Albert Heijn.

Natrium

Natrium is één van de twee componenten van natriumchloride (keukenzout). Natrium heeft een bloeddrukverhogend effect.

Richtlijnen goede voeding 2006

Dit is een rapport van de Gezondheidsraad uit 2006^{1,2} over de belangrijkste aandachtspunten met betrekking tot de effecten van voeding en lichaamsbeweging op de gezondheid. Het rapport ligt in Nederland aan de basis van de voedingsvoorlichting door het Voedingscentrum. De voedingsrichtlijnen in dit rapport betreffen het totale voedingspatroon. (Zie ook paragraaf 3.1.)

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Rapport van het Voedingscentrum⁵ waarin de richtlijnen over het totale voedingspatroon (Richtlijnen goede voeding 2006) vertaald zijn

naar richtlijnen over de keuze van individuele voedingsmiddelen. Het rapport gaat zowel in op de samenstelling van voedingsmiddelen als op de hoeveelheden die gemiddeld gebruikt kunnen worden. (Zie ook paragraaf 2.1.)

Toegevoegd suiker

Toegevoegd suiker zijn de monosacchariden en disacchariden die aan voedingsmiddelen worden toegevoegd.

Transvet

In dit advies wordt de term transvet gebruikt als verkorte aanduiding van enkelvoudig trans-onverzadigde vetzuren. Transvetten vergroten het risico van onder meer coronaire hartziekten. Zie ook de toelichting van de term vetzuren.

Verzadigd vet

In dit advies wordt de term verzadigd vet gebruikt als verkorte aanduiding van verzadigde vetzuren. Verzadigde vetzuren vergroten het risico van onder meer coronaire hartziekten. Zie ook de toelichting van de term vetzuren.

Vetzuren

Vet in de voeding bestaat voor het grootste deel uit verbindingen die zijn opgebouwd uit glycerol en vetzuren: de zogeheten triglyceriden. Vetzuren kunnen verzadigd of onverzadigd zijn. Onverzadigde vetzuren bevatten één of meer dubbele bindingen tussen de koolstofatomen. Die dubbele bindingen hebben twee verschijningsvormen: de cis- en de trans-vorm. Verzadigde vetzuren en enkelvoudig trans-onverzadigde vetzuren zijn ongezond: zij vergroten het risico van onder meer coronaire hartziekten. Enkelvoudig cis-onverzadigde vetzuren en meervoudig onverzadigde vetzuren verlagen dat risico juist en zijn dus gezond.

De meeste soorten vetzuren kan het lichaam zelf maken, maar er zijn twee vetzuren waarvoor dat niet het geval is: linolzuur en alfa-linoleenzuur. Die twee vetzuren worden aangeduid met de term 'essentiële vetzuren' omdat het essentieel is dat ze in de voeding zitten.

Voedingsfactor

In dit advies wordt de term voedingsfactor gebruikt als overkoepelende term voor de voedingsmiddelen, voedingsstoffen en calorieën die als criterium voor de logo's dienen of een plaats hebben in het GDA-systeem.

Voedingsmiddel

Een soort voedsel of drank, zoals brood, melk, vleeswaren, groenten, vis, soep, koekjes, ijsjes.

Voedingsprofiel

Volgens de Europese verordening voedings- en gezondheidsclaims (verordening nummer 1924/2006), die sinds 1 juli 2007 van kracht is, moeten producten in de toekomst aan zogenoemde voedingsprofielen voldoen om een claim te mogen dragen. De voedingsprofielen zijn op dit moment in ontwikkeling en de uitwerking is nog niet bekend. De voedingsprofielen moeten er in de toekomst voor zorgen dat claims niet meer geplaatst kunnen worden op producten met een ongunstige samenstelling. De voedingsprofielen zijn in de verordening als volgt beschreven:

(10) Met het hanteren van voedingsprofielen als criterium wordt voorkomen dat een situatie ontstaat waarbij voedings- of gezondheidsclaims de algemene nutritionele status van een voedingsmiddel verhullen, wat de consumenten zou kunnen misleiden bij het maken van een verstandige keuze in het kader van een gezonde, evenwichtige voeding. De voedingsprofielen waarin deze verordening voorziet, zijn uitsluitend bedoeld om te kunnen bepalen onder welke voorwaarden een claim kan worden gedaan. De profielen moeten gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens betreffende de relatie tussen voeding en gezondheid. De profielen moeten evenwel ook productinnovatie mogelijk maken en moeten rekening houden met de veranderlijkheid van voedingsgewoonten en -tradities en met de belangrijke rol die afzonderlijke producten in het totale voedselpakket kunnen spelen.

(11) Bij de vaststelling van een voedingsprofiel dient te worden gekeken naar het gehalte aan verschillende nutriënten en stoffen met een nutritioneel of fysiologisch effect, met name vetten, verzadigde vetten, transvetzuren, zout/natrium en suikers, waarvan een overmatige inname in de totale voeding niet aanbevolen wordt, alsmede enkelvoudig en meervoudig onverzadigde vetten, andere beschikbare koolhydraten dan suikers, vitaminen, mineralen, eiwitten en voedingsvezels. Bij de vaststelling van voedingsprofielen moeten de verschillende categorieën levensmiddelen en het aandeel en de rol van deze levensmiddelen in de totale voeding in aanmerking genomen worden. Voor bepaalde levensmiddelen of categorieën levensmiddelen kan het, afhankelijk van hun rol en betekenis in de voeding van de bevolking, nodig zijn van de inachtneming van de vastgestelde voedingsprofielen af te wijken. Dit zijn complexe technische aangelegenheden en het nemen van de maatregelen terzake moet aan de Commissie worden

overgelaten, rekening houdend met het advies van de Europese Autoriteit voor voedselveiligheid.

Voedingsstof

Een voedingsstof is een molecuul dat door het lichaam opgenomen en gebruikt kan worden. Voorbeelden zijn: vitamines, mineralen, vetzuren, aminozuren, vezels, koolhydraten.

Voedingsvezel

Een verzamelnaam voor die delen van plantaardig voedsel die in de dunne darm van de mens niet verteerd of opgenomen worden. Voedingsvezel is nodig voor een goede werking van de darmen. De consumptie van voedingsvezel is geassocieerd met onder andere een lager risico van coronaire hartziekten.²⁹

Voedingswaarde

De gehalten van voedingsstoffen in een voedingsmiddel.

Voedingswaarde-informatiesysteem

De vorm waarin informatie over de voedingswaarde van producten gepresenteerd wordt op productverpakkingen.

Vrije suikers

De WHO definieert vrije suikers als alle monosacchariden en disacchariden die aan voedingsmiddelen worden toegevoegd door producent, kok of consument, plus de suikers die van nature aanwezig zijn in honing en siropen en vruchtensappen. De WHO heeft voor deze vrije suikers een bovengrens van 10 energieprocent vastgesteld.⁹

WHO

De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) is een gespecialiseerde organisatie van de Verenigde Naties gevestigd in Genève met als doel wereldwijde aspecten van de gezondheidszorg in kaart te brengen, activiteiten op het gebied van de gezondheidszorg te coördineren en de gezondheid van de wereldbevolking te bevorderen. De WHO is op 7 april 1948 opgericht door de Verenigde Naties. De afkorting WHO staat voor *World Health Organisation*.

Criteria gebruikt bij de Richtlijnen Goede Voedselkeuze en bij de beide logo's

In de tabellen op de volgende pagina's worden de criteria voor de toekenning van het Ik Kies Bewust logo (versie april 2008) en het Gezonde Keuze Klavertje (versie augustus 2008) gepresenteerd naast de criteria van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze (versie oktober 2007). De volgorde van de productgroepen komt overeen met die in de Richtlijnen Goede Voedselkeuze.

In de Richtlijnen Goede Voedselkeuze is sprake van een indeling in drie categorieën: categorie A bevat de producten die op gezondheidskundige gronden de voorkeur verdienen, categorie B bevat de middenwegproducten en categorie C de producten die op gezondheidskundige gronden slechts bij uitzondering gebruikt zouden moeten worden. De A/B criteria vormen de grens tussen categorie A en categorie B; de B/C criteria vormen de grens tussen categorie B en categorie C. In de tabellen worden de A/B en B/C grenswaarden gepresenteerd en wordt bovendien aangegeven voor welke voedingsfactoren de A/B criteria gelijk zijn aan of verschillen van de B/C criteria.

De tekst van de voetnoten in deze bijlage is zoveel mogelijk overgenomen uit de documenten van het Voedingscentrum, de Stichting Ik Kies Bewust en Albert Heijn.

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Productgroep	A/B-criteria	B/C criteria	Vergelijking A/B en B/C criteria	
			Gelijk	Verschillend
Groente	Alle groenten zonder toevoegingen (vers, gesneden, gehakt, conserven, diepvries) zijn A-categorie producten.	Groenteproducten: ^a Verz. vet: niet toegevoegd Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal		Verzadigd vet Transvet Natrium Toeg. suiker Voedingsvezel
Fruit	Alle vruchten zonder toevoegingen (vers, geschild, gesneden, conserven, diepvries) zijn A-categorie producten.	Fruitproducten: ^a Verz. vet: niet toegevoegd Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal		Verzadigd vet Transvet Natrium Toeg. suiker Voedingsvezel
Brood en graanproducten ^b	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 600 mg / 100 g Vezel ≥ 2,4 g / 100 kcal	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 600 mg / 100 g Toeg. suiker ≤ 3,25 g / 100 g Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal	Verzadigd vet Transvet Natrium	Toeg. suiker Voedingsvezel

- ^a Bewerkte groenten en fruit behoren tot deze productgroep wanneer ze voldoen aan de criteria beschreven in bijlage E.
- ^b Substitutieproducten voor brood en graanproducten behoren tot deze productgroep wanneer ze voldoen aan de criteria beschreven in bijlage E. Substitutieproducten zijn (nieuwe) producten die tot een bepaalde basisvoedingsmiddelengroep worden gerekend, terwijl ze daar gezien hun herkomst en/of samenstelling niet toe behoren. In het geval van brood kan gedacht worden aan de nieuwe koekachtige producten waarvan geclaimd wordt dat ze qua samenstelling en/ of gebruik brood kunnen vervangen.

Ik Kies Bewust		Gezonde Keuze Klavertje	
Productgroep	Criteria	Productgroep	Criteria
Vers, ingevroren of gesneden groente, peulvruchten of fruit zonder toevoegingen. ^a	Deze producten komen altijd in aanmerking voor het Ik Kies Bewust logo.	Verse groente, vruchten en kruiden zonder toevoegingen	Deze producten komen altijd in aanmerking voor het Gezonde Keuze Klavertje.
Bewerkte groenten, peulvruchten of fruit inclusief groentesappen maar uitgezonderd vruchtensappen ^b	Verz. vet: ≤ 1,4 g / 100 g Transvet: ≤ 0,14 g / 100 g Natrium: ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel: ≥ 1,3 g / 100 kcal	Bewerkte groente, kruiden en groentesappen ^c	Verz. vet ≤ 1 g / 100 g Natrium ≤ 0,25 g / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal Foliumzuur ≥ 15 mcg / 100 g Vitamine C ≥ 8 mg / 100 g
Vruchtensappen met minimaal 98% sap.	Verz. vet: ≤ 1,4 g / 100 g Transvet: ≤ 0,14 g / 100 g Natrium: ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel: ≥ 0,75 g / 100 kcal	Bewerkte vruchten, vruchtensappen, vruchtendranken, smoothies, vruchtengroentesappen en vruchtengroentedranken ^c	Verz. vet ≤ 1 g / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal Foliumzuur ≥ 10 mcg / 100 g Vitamine C ≥ 8 mg / 100 g
Brood en broodvervangers, uitgezonderd ontbijtgranen. ^b	Verz. vet: ≤ 1,4 g / 100 g Transvet: ≤ 0,14 g / 100 g Natrium: ≤ 500 mg / 100 g ^d Toeg. suiker: ≤ 13 energie% Vezel: ≥ 1,3 g / 100 kcal	Brood, broodvervangers, broodmixen ^{ce}	Verz. vet ≤ 1 g / 100 g Natrium ≤ 0,5 g / 100 g Vezel ≥ 6 g / 100 g
Granen en graanproducten zoals ontbijtgranen, (rijst-) bloem, paneermeel, bindmiddelen, pannenkoekenmeel. ^b	Verz. vet: ≤ 1,4 g / 100 g Transvet: ≤ 0,14 g / 100 g Natrium: ≤ 120 mg / 100 g Toegev. suiker: ≤ 3,25 g / 100 g Vezel: ≥ 1,3 g / 100 kcal	Ontbijtgranen, kant-en-klare pannenkoeken	Verz. vet ≤ 1 g / 100 g Natrium ≤ 0,5 g / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel ≥ 6 g / 100 g

^a Producten in deze productgroepen hoeven niet getoetst te worden door de toetsende instantie.

^b Producten behoren tot deze productgroep wanneer ze voldoen aan de criteria beschreven in bijlage E.

^c Dit product mag ook andere ingrediënten bevatten. Wanneer een ander ingrediënt 10% aanwezig is, dan heeft dit geen invloed op de beoordeling van dit product. Wanneer dit tussen de 10% en 50% aanwezig is, dan wordt het andere ingrediënt beoordeeld in zijn eigen groep.

^d Binnen twee jaar wordt deze grenswaarde verlaagd.

^e Bij broodmixen gaat het over broodmixen waaraan uitsluitend water (en/of gist) moet worden toegevoegd. De criteria gelden bij deze broodmixen voor het bereid product.

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Productgroep	A/B-criteria	B/C criteria	Vergelijking A/B en B/C criteria	
			Gelijk	Verschillend
Aardappelen, rijst, pasta, peulvruchten	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel ≥ 4 g / 100 kcal	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal	Verz. vet Transvet Natrium Toeg. suiker	Voedingsvezel
Vlees, kip, eieren	Verz. vet ≤ 4 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Verz. vet ≤ 5 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Transvet Natrium Toeg. suiker	Verzadigd vet
Vleeswaren en plantaardige vleesvervangers ^a	Verz. vet ≤ 4 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 1000 mg / 100 g ^b Toeg. suiker ≤ 3,25 g / 100 g	Verz. vet ≤ 5 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 1000 mg / 100 g ^b Toeg. suiker ≤ 3,25 g / 100 g	Transvet Natrium Toeg. suiker	Verzadigd vet
Vis	Alle verse vis zonder toevoegingen en zoute en zure haring zijn A-categorie producten	Bewerkte vis en visproducten: ^a Verz. vet ≤ 5 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 450 mg / 100 g Toeg. suiker: geen.		Verzadigd vet Transvet Natrium Toeg. suiker

^a Substitutieproducten en bewerkte producten behoren tot deze productgroep wanneer ze voldoen aan de criteria beschreven in bijlage E.

^b Voor eieren geldt dat natrium niet mag zijn toegevoegd.

Ik Kies Bewust		Gezonde Keuze Klavertje	
Productgroep	Criteria	Productgroep	Criteria
Onbewerkte rauwe aardappelen zonder toevoegingen (al dan niet geschild of gesneden) ^a	Deze producten komen altijd in aanmerking voor het Ik Kies Bewust logo.	Aardappelen en peulvruchten ^b	Verz. vet ≤ 1 g / 100 g Natrium ≤ 0,12 g / 100 g Vezel ≥ 3 g / 100 g
Aardappelen (bewerkt), rijst, pasta, noedels	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen Vezels ≥ 1,3 g / 100 kcal	Pasta, rijst, meel en bakmixen ^{b,c}	Verz. vet ≤ 1 g / 100 g Natrium ≤ 0,12 g / 100 g Vezel ≥ 3 g / 100 g
Vlees, gevogelte, eieren (onbewerkt)	Verz. vet ≤ 13 energie% ^d Transvet ≤ 0,14 g / 100 g ^e Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	(Bewerkt) vlees, vleeswaren, vleesvervangers en vergelijkbare producten ^b	Verz. vet ≤ 4 g / 100 g Natrium ≤ 1,0 g / 100 g ^f Deze producten mogen niet gepaneerd zijn.
Bewerkt vlees, vleeswaren en vleesvervangers ^g	Verz. vet ≤ 13 energie% ^d Transvet ≤ 0,14 g / 100 g ^e Natrium ≤ 900 mg / 100 g Toegev. suiker ≤ 3,25 g / 100 g	Eieren, rauw of bereid ^b	Verz. vet ≤ 4 g / 100 g
Verse of vers ingevroren vis, schelp- en schaaldieren	Verz. vet ≤ 30% van totaal vet ^d Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Verse of vers ingevroren vis, schaal- en weekdieren zonder toevoegingen	Deze producten komen altijd in aanmerking voor het Gezonde Keuze Klavertje.
Bewerkte vis of visproducten ^g	Verz. vet ≤ 13 energie% ^d Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 450 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Bewerkte vis, visproducten, schaal- en weekdieren ^b	Verz. vet ≤ 4 g / 100 g Natrium ≤ 1,0 g / 100 g Deze producten mogen niet gepaneerd zijn.

^a Producten in deze productgroepen hoeven niet getoetst te worden door de toetsende instantie.

^b Dit product mag ook andere ingrediënten bevatten. Wanneer een ander ingrediënt 10% aanwezig is, dan heeft dit geen invloed op de beoordeling van dit product. Wanneer dit tussen de 10% en 50% aanwezig is, dan wordt het andere ingrediënt beoordeeld in zijn eigen groep.

^c De criteria voor pasta, rijst, meel en bakmixen betreffen de gehalten in het onbereide product.

^d Indien het product minder dan het insignificantieniveau van dit nutriënt heeft, voldoet het voor dit nutriënt ook aan de criteria. De insignificantieniveaus zijn als volgt: verzadigd vet: < 1,4 g/100 g; transvet: < 0,14 g/100 g; natrium: < 120 mg/100 g; toegevoegd suiker: < 3,25 g/100 g. (Zie ook bijlage F.)

^e Natuurlijk transvet afkomstig van vlees of melk telt niet mee.

^f De natriumnorm geldt niet voor runder- en paardenrookvlees met een verlaagd zoutgehalte.

^g Producten behoren tot deze productgroep wanneer ze voldoen aan de criteria beschreven in bijlage E.

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Productgroep	A/B-criteria	B/C criteria	Vergelijking A/B en B/C criteria	
			Gelijk	Versillend
Melk en melkproducten ^a	Verz. vet ≤ 0,5 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker ≤ 5 g / 100 g	Transvet Natrium	Verz. vet Toeg. suiker
Kaas ^a	Verz. vet ≤ 12 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 1000 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Verz. vet ≤ 18 g / 100 g Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 1000 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Transvet Natrium Toeg. suiker	Verz. vet
Vetten en oliën ^a	Verz. vet ≤ 16 g / 100 g Transvet ≤ 1,3 energie% of 1g / 100g ^b Natrium ≤ 1,6 mg / kcal Toeg. suiker: geen	Verz. vet ≤ 30% van totaal vet Transvet ≤ 1,3 energie% of 1 g / 100g Natrium ≤ 1,6 mg / kcal Toeg. suiker: geen	Transvet Natrium Toeg. suiker	Verz. vet

^a Substitutieproducten en bewerkte producten behoren tot deze productgroep wanneer ze voldoen aan de criteria beschreven in bijlage E.

^b Voor de varianten met een laag vetgehalte geldt: transvet ≤ 1 g / 100 g

Ik Kies Bewust		Gezonde Keuze Klavertje	
Productgroep	Criteria	Productgroep	Criteria
Melk en melkproducten ^a	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g ^b Natrium ≤ 120 mg / 100 g Toeg. suiker ≤ 5 g / 100 g ^c	Melkproducten, kwark en vergelijkbare (plantaardige) producten ^{d,e}	Verz. vet ≤ 0,5 g / 100 g ^f Natrium ≤ 0,12 g / 100 g Toeg. suiker: geen
		Producten bedoeld als alternatief voor room ^{d,e}	Verz. vet ≤ 1 g / 100 g ^f Geen toeg. natrium Toeg. suiker: geen
Kaas en kaasproducten ^a	Verz. vet ≤ 15 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g ^b Natrium ≤ 900 mg / 100 g Toeg. suiker: geen	Kaas, smeerkaas en vergelijkbare producten ^{d,e}	Verz. vet ≤ 12 g / 100 g Natrium ≤ 0,9 g / 100 g Toeg. suiker: geen
Vetten en oliën, inclusief smeerbare vetten ^a	Verz. vet ≤ 30% van totaal vet ^c Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 1,6 mg / kcal Toeg. suiker: geen	Vetten of mengsels van vetten (zoals gedefinieerd in de EU verordening nr. 2991/94 van 5-12-94 t.a.v. smeerbare vetten) en vergelijkbare producten ^{d,e}	Verz. vet ≤ 16 g / 100 g ^f Natrium ≤ 0,3 g / 100 g Toeg. suiker: geen
		Andere smeerbare producten bedoeld als broodbeleg die niet vallen in een van beide voorgaande productgroepen, hoofdzakelijk samengesteld uit melk en/of plantaardige oliën en vetten en/of visolie.	Verz. vet ≤ 16 g / 100 g ^f Natrium ≤ 0,6 g / 100 g Toeg. suiker: geen
		Oliën, bak- en braadproducten en frituurproducten ^d	Verz. vet ≤ 16 g / 100 g ^f

^a Producten behoren tot deze productgroep wanneer ze voldoen aan de criteria beschreven in bijlage E.

^b Natuurlijk transvet afkomstig van melk telt niet mee.

^c Binnen twee jaar wordt deze waarde verlaagd.

^d Dit product mag ook andere ingrediënten bevatten. Wanneer een ander ingrediënt ≤ 10% aanwezig is, dan heeft dit geen invloed op de beoordeling van dit product. Wanneer dit tussen de 10% en 50% aanwezig is, dan wordt het andere ingrediënt beoordeeld in zijn eigen groep.

^e Deze producten mogen op smaak gebracht zijn.

^f Voor producten met hoofdzakelijk plantaardig vet geldt dat de criteria voor verzadigd vet altijd kleiner is dan of gelijk is aan de optelsom van verzadigd vet + transvet.

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Productgroep	A/B-criteria	B/C criteria	Vergelijking A/B en B/C criteria	
			Gelijk	Verschillend
Dranken	Energie ≤ 4 kcal/100ml Verz. vet: niet toegevoegd Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g	Energie ≤ 20 kcal/100ml Verz. vet: niet toegevoegd Transvet: niet toegevoegd Natrium ≤ 120 mg / 100 g	Verzadigd vet Transvet Natrium	Energie
Soepen	Energie ≤ 60 kcal/portie Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 350 mg / 100 g	Energie ≤ 110 kcal/portie Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 350 mg / 100 g	Verzadigd vet Transvet Natrium	Energie
Sauzen	Energie ≤ 100 kcal/100g Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 450 mg / 100 g	Energie ≤ 300 kcal/100g Verz. vet ≤ 30% van tot. vet Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 750 mg / 100 g		Energie Verzadigd vet Transvet Natrium
Snacks	Energie ≤ 60 kcal/portie Verz. vet ≤ 13 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 400 mg / 100 g	Energie ≤ 110 kcal/portie Verz. vet ≤ 13 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 400 mg / 100 g	Verzadigd vet Transvet Natrium	Energie
Overig	Energie ≤ 200 kcal/100g Verz. vet ≤ 13 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 1,6 mg / kcal	Energie ≤ 350 kcal/100g Verz. vet ≤ 13 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 1,6 mg / kcal	Verzadigd vet Transvet Natrium	Energie

Ik Kies Bewust		Gezonde Keuze Klavertje	
Productgroep	Criteria	Productgroep	Criteria
Dranken, uitgezonderd zuiveldranken en vruchtensappen	Energie ≤ 32 kcal / 100 ml ^a Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 120 mg / 100 g	Dranken, uitgezonderd vruchten- en/of groentesappen of dranken, smoothies en zuivel	Energie ≤ 4 kcal / 100 ml Natrium ≤ 0,12 g / 100 g
Soepen	Energie ≤ 100 kcal / 100g Verz. vet ≤ 1,4 g / 100g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 350 mg / 100 g ^a Toeg. suiker ≤ 3,25 g / 100 g	Soepen en bouillon (-blokjes) ^b	Verz. vet ≤ 1 g / 100g ^c Natrium ≤ 0,35 g / 100 g
Maaltijdsauzen (sauzen met portiegrootte > 35 gram)	Energie ≤ 100 kcal / 100 g Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 450 mg / 100 g Toeg. suiker ≤ 3,25 g / 100 g	Warme maaltijdsauzen en jus ^b	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g ^c Natrium ≤ 0,45 g / 100 g
Sauzen met portiegrootte < 35 gram op waterbasis	Energie ≤ 100 kcal / 100 g Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g Transvet ≤ 0,14 g / 100 g Natrium ≤ 750 mg / 100 g	Slasauzen en sladressings	Verz. vet ≤ 1,4 g / 100 g ^c Natrium ≤ 0,75 g / 100 g
Sauzen met portiegrootte < 35 gram met emulgator of met vetgehalte > 10% w/w	Energie ≤ 350 kcal / 100 g ^d Verz. vet ≤ 30% van tot. vet ^e Transvet ≤ 1,3 energie% ^c Natrium ≤ 750 mg / 100 g Toeg. suiker ≤ 13 energie% ^c		
Snacks	Energie ≤ 110 kcal / portie Verz. vet ≤ 13 energie% ^c Transvet ≤ 1,3 energie% ^c Natrium ≤ 400 mg / 100 g Toeg. suiker ≤ 20 g / 100 g		
Overige producten	Verz. vet ≤ 13 energie% ^c Transvet ≤ 1,3 energie% ^c Natrium ≤ 1,6 mg / kcal ^e Toeg. suiker ≤ 13 energie% ^c		

^a Binnen twee jaar wordt deze waarde verlaagd.

^b De criteria betreffen de gehalten in het bereide product.

^c Voor producten met hoofdzakelijk plantaardig vet geldt dat de criteria voor verzadigd vet altijd kleiner is dan of gelijk is aan de optelsom van verzadigd vet + transvet.

^d Binnen twee jaar wordt deze waarde verlaagd naar 300 kcal/100g.

^e Indien het product minder dan het insignificantieniveau van dit nutriënt heeft, voldoet het voor dit nutriënt ook aan de criteria. De insignificantieniveaus zijn als volgt: verzadigd vet: < 1,4 g/100 g; transvet: < 0,14 g/100 g; natrium: < 120 mg/100 g; toegevoegd suiker: < 3,25 g/100 g. (Zie ook bijlage F.)

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Productgroep	A/B-criteria	B/C criteria	Vergelijking A/B en B/C criteria	
			Gelijk	Verschillend
Warme maaltijd	Verz. vet ≤ 13 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 1,6 mg / kcal Toeg. suiker ≤ 13 energie% Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal Groente ≥ 150 g / portie Energie (kcal / portie): - hoofdgerecht: 400-700 - totale maaltijd: 550-950	Verz. vet ≤ 16 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 2,2 mg / kcal Toeg. suiker ≤ 13 energie% Groente ≥ 150 g / portie Energie (kcal / portie): - hoofdgerecht: 400-700 - totale maaltijd: 550-950	Transvet Toeg. suiker Energie	Verzadigd vet Natrium Voedingsvezel
Belegde broodjes, lunch, ontbijt	Verz. vet ≤ 9 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 1,6 mg / kcal Toeg. suiker ≤ 13 energie% Vezel ≥ 1,3 g / 100 kcal Groente ≥ 50 g portie Energie (kcal / portie): - Belegde broodjes: ≤ 350 - Ontbijt: 200-350 - Lunch: 350-600	Verz. vet ≤ 13 energie% Transvet ≤ 1,3 energie% Natrium ≤ 1,9 mg / kcal Toeg. suiker ≤ 13 energie% Vezel ≥ 0,8 g / 100 kcal Energie (kcal / portie): - Belegde broodjes: ≤ 350 - Ontbijt: 200-350 - Lunch: 350-600	Transvet Toeg. suiker Energie	Verzadigd vet Natrium Voedingsvezel Groente

Ik Kies Bewust		Gezonde Keuze Klavertje	
Productgroep	Criteria	Productgroep	Criteria
Hoofdgerechten voor lunch of diner ^a	Verz. vet ≤ 13 energie% ^b Transvet ≤ 1,3 energie% ^b Natrium ≤ 2,2 mg / kcal ^c Toeg. suiker ≤ 13 energie% ^b Groente ≥ 150 g / portie Energie 400-700 kcal / portie	Hoofdgerechten	Verz. vet ≤ 16 energie% ^d Natrium ≤ 0,4 g / 100 g Gare groente (excl. aardappelen) ≥ 150 of ≥ 115 g / portie ^e Energie 400-700 kcal / portie De basiscomponenten vormen met elkaar een evenwichtige maaltijd.
		Pizza's en quiches (geen zoete of dessert taarten)	Verz. vet ≤ 16 energie% ^d Natrium ≤ 0,7 g / 100 g Energie: 400-700 kcal / portie Vermeld aanbeveling: combineren met groente
Belegde broodjes ^a	Verz. vet ≤ 13 energie% ^b Transvet ≤ 1,3 energie% ^b Natrium ≤ 1,9 mg / kcal Toeg. suiker ≤ 13 energie% ^b Vezels ≥ 0,8 g / 100 kcal Energie ≤ 350 kcal / portie	Sandwiches en tosti's	De kenmerkende ingrediënten van de sandwich of tosti voldoen aan de criteria uit hun betreffende groep. De som van een niet-kenmerkend ingrediënt is 10% aanwezig in de sandwich.
		Lunchgerechten	Energie: 300-550 kcal/portie Verz. vet ≤ 9 energie% ^d Natrium ≤ 0,4 g / 100 g Gare groente (excl. aardappelen) ≥ 50 of ≥ 35 g per portie ^e De basiscomponenten vormen met elkaar een evenwichtige maaltijd.

^a Als alle componenten van de samengestelde maaltijd voldoen aan de criteria in hun productgroep en de maaltijd voldoet aan het energiecriterium en het vezelcriterium voor deze maaltijd, dan voldoet de maaltijd ook aan de criteria van het logo.

^b Indien het product minder dan het insignificantniveau van dit nutriënt heeft, voldoet het voor dit nutriënt ook aan de criteria. De insignificantniveaus zijn als volgt: verzadigd vet: < 1,4 g/100 g; transvet: < 0,14 g/100 g; natrium: < 120 mg/100 g; toegevoegd suiker: < 3,25 g/100 g. (Zie ook bijlage F.)

^c Binnen twee jaar wordt deze waarde verlaagd.

^d Voor producten met hoofdzakelijk plantaardig vet geldt dat de criteria voor verzadigd vet altijd kleiner is dan of gelijk is aan de optelsom van verzadigd vet + transvet.

^e Als op de verpakking de aanbeveling staat om het product te combineren met groente, geldt de lagere grenswaarde voor de hoeveelheid groente per portie; als dat niet op de verpakking staat geldt de hogere grenswaarde. Fruit en groente zijn uitwisselbaar, mits ze voldoen aan de criteria voor het Gezonde Keuze Klavertje van hun eigen productgroep.

Procedure om te bepalen of een product thuishoort in de beoogde basisproductgroep

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Bij de beantwoording van de vraag of samengestelde producten*, substitutieproducten** en bewerkte producten*** in een bepaalde basisproductgroep thuishoort, volgt het Voedingscentrum de volgende procedures.

Als een samengesteld product voor tenminste 80 procent in een basisproductgroep thuishoort, wordt het ingedeeld in die basisproductgroep.

Voorbeelden: Als een product is samengesteld uit vis en een saus, dan valt het in de basisproductgroep vis wanneer het ten minste 80 procent vis bevat, terwijl het in de niet-basisproductgroep sauzen valt wanneer het minder dan 80 procent vis bevat. Zuiveldranken vallen in de productgroep melk(producten) als ze voor tenminste 80 procent uit melk(producten) bestaan; zo niet, dan vallen ze in de productgroep dranken.

* Samengestelde producten zijn producten met ingrediënten uit meerdere productgroepen.

** Substitutieproducten zijn producten die qua gebruik in een basisproductgroep passen, maar een afwijkende herkomst of samenstelling hebben. Zo zijn plantaardige vleesvervangers een substitutieproduct voor – afhankelijk van de vorm – vlees of vleeswaren. Het Voedingscentrum heeft criteria opgesteld voor substitutieproducten van brood, melk(producten), kaas, vlees, vis, gevogelte, vetten en oliën.

*** Bewerkte producten zijn basisvoedingsmiddelen die op een dussdanige manier zijn bewerkt dat gehalten van voedingsstoffen substantieel kunnen zijn veranderd. Het Voedingscentrum heeft criteria opgesteld voor bewerkte groenten en fruit. Producten waarin de oorspronkelijke matrix van de groenten of het fruit niet meer intact is, horen per definitie tot bewerkte groenten en fruit.

Of een substitutieproduct of een bewerkt product in de beoogde basisproductgroep thuishoort, wordt bepaald aan de hand van de gehalten van enkele micronutriënten (vitamines A, B₁, B₆, B₁₂, C en foliumzuur, en de mineralen calcium en ijzer). Welke micronutriënten en welke grenswaarden dat zijn, hangt af van de basisproductgroep. Het Voedingscentrum heeft per productgroep de twee of drie belangrijkste microvoedingsstoffen geselecteerd en daarbij in sommige gevallen micronutriënten waarvan de voorziening onder druk staat, verplicht gesteld (zie de tabel verderop in deze bijlage). De producten moeten voor ten minste twee micronutriënten aan de grenswaarde voldoen. Daarnaast gelden aanvullende voorwaarden voor broodvervangers en voor bewerkte groenten en fruit: broodvervangers moeten met jodiumhoudend zout zijn bereid; bij bewerkte groenten en fruit mogen de gehalten van foliumzuur en vitamine C niet door verrijking tot stand zijn gekomen.

Voorbeelden: Tomatensap valt in de basisproductgroep bewerkte groenten, omdat van de drie voor deze productgroep aangewezen voedingsstoffen (foliumzuur, vitamine C en vitamine A) ten minste twee gehalten aan de grenswaarden voldoen. Sinaasappelsap valt in de basisproductgroep bewerkt fruit, omdat het voldoende foliumzuur en vitamine C bevat. Appelsap en druivensap voldoen niet aan die grenswaarden en vallen in de productgroep dranken.

Ik Kies Bewust

Ook de Stichting Ik Kies Bewust plaatst een voedingsmiddel in een basisproductgroep op grond van een procedure waarbij de gehalten van twee voedingsstoffen aan bepaalde grenswaarden moeten voldoen, maar er zijn een aantal verschillen met de aanpak van het Voedingscentrum (zie bijlage F):

- Bij Ik Kies Bewust zijn per productgroep meer voedingsstoffen geselecteerd.
- Vier voedingsfactoren (vitamine B₂, D en E en voedingsvezel) spelen wel een rol in de procedure van Ik Kies Bewust, maar niet in die van het Voedingscentrum.
- Bij Ik Kies Bewust is er in twee productgroepen overlap tussen de wijze van beoordeling of een product in een basisproductgroep thuishoort en de beoordeling of het product het logo mag dragen (het vezelgehalte wordt voor beide gebruikt).
- De Stichting Ik Kies Bewust hanteert geen aanvullende voorwaarden.

Grenswaarden per 100 gram (de producten moeten aan twee van de gegeven waarden voldoen).

productgroep	organisatie ^{a)}	vezel	vitamine A	vitamine B1	vitamine B2	vitamine B6	foliumzuur	vitamine B12	vitamine C	vitamine D	vitamine E	calcium	ijzer	jodium
Fruit	VC						10 ^{b,c} mcg		8 ^{b,e} mg					
Groenten	VC		70 mcg				15 ^c mcg		8 ^{b,e} mg					
Fruit en groenten	IKB	2,5 g	70 mcg				40 mcg		7,5 mg					
Brood	VC					0,13 mg	15 ^b mcg						0,8 mg	^{+d}
Brood en granen	IKB	2,5 g		0,11 mg		0,13 mg	40 mcg						0,8 mg	
Melk (producten)	VC							0,28 ^b mcg				100 ^b mg		
Kaas	VC							0,28 ^b mcg				600 ^b mg		
Melk (producten)	IKB				0,11 mg		40 mcg	0,24 mcg				100 mg		
Vlees, vis gevogelte	VC			0,05 mg				0,14 mcg					0,8 ^b mg	
Vlees, vis gevogelte	IKB		70 mcg	0,11 mg				0,24 mcg		0,5 mcg			0,8 mg	
Vetten, oliën	VC		^{+e}							^{+e}				
Vetten, oliën	IKB		70 mcg							0,5 mcg	1,5 mg			

^a VC = Voedingscentrum; IKB = Stichting Ik Kies Bewust.

^b Alle substitutieproducten moeten aan dit criterium voldoen.

^c Het gaat om de van nature aanwezige hoeveelheid van de betreffende voedingsstoffen, omdat deze als marker voor bioactiviteit worden gezien en voor de mate van bewerking.

^d Het product moet niet alleen aan de criteria voor enerzijds foliumzuur en anderzijds vitamine B6 of ijzer voldoen, maar moet bovendien met jodiumhoudend zout bereid zijn om in de productgroep brood te vallen.

^e Smeer- en bereidingsvetten (met uitzondering van olie) moeten vitamine A (retinol) en vitamine D bevatten op het niveau van de hoeveelheid die mag worden toegevoegd.

- De Stichting Ik Kies Bewust hanteert vaak dezelfde grenswaarden als het Voedingscentrum. In enkele gevallen ligt de grenswaarde echter hoger (vitamine B₁ en vitamine B₁₂ in vlees, vis, en gevogelte; foliumzuur in groenten- en fruitproducten, brood en granen, en melk en melkproducten) en in één geval lager (calcium in kaas).

Op basis van de eerste vier verschilpunten is de procedure bij Ik Kies Bewust minder strikt dan die van het Voedingscentrum, maar dat wordt mogelijk deels teniet gedaan door de verschillen aangegeven in het vijfde punt.

Gezonde Keuze Klavertje

Albert Heijn heeft niet uitgewerkt op welke manier wordt beoordeeld of een product in een basisproductgroep hoort. Wel vormen de gehalten van foliumzuur en vitamine C een criterium voor de toekenning van het Gezonde Keuze Klavertje aan bewerkte groenten en fruit.

Achtergrondinformatie bij de criteria van Richtlijnen Goede Voedselkeuze Stichting Ik Kies Bewust

Het Voedingscentrum⁵ en de Stichting Ik Kies Bewust⁶ hebben in detail beschreven op welke basis en op welke wijze zij de grenswaarden voor de productbeoordeling afleiden. Voor het Gezonde Keuze Klavertje is zo'n beschrijving niet beschikbaar; de grenswaarden zijn gebaseerd op die van het Voedingscentrum, maar in sommige gevallen wordt daarvan afgeweken. In deze bijlage worden de procedures van het Voedingscentrum en de Stichting Ik Kies Bewust kort beschreven.

Richtlijnen Goede Voedselkeuze

Bij de indeling van producten in de drie categorieën, gebruikt het Voedingscentrum drie typen grenswaarden:

- generieke grenswaarden* (eenheid uitgedrukt per kilocalorie)
- insignificantieniveaus (eenheid uitgedrukt per 100 gram)
- productgroepspecifieke grenswaarden (eenheid meestal uitgedrukt per 100 gram).

Een belangrijk kenmerk is de eenheid: de generieke grenswaarden zijn uitgedrukt als energiepercentage of als het aantal grammen per 100 kilocalorieën, ter-

* Het Voedingscentrum spreekt van generieke criteria. In dit advies wordt de term generieke grenswaarde gebruikt, omdat zo helderder wordt dat het hier over grenswaarden gaat.

wijl de insignificantieniveaus en de productgroepspecifieke grenswaarden doorgaans worden uitgedrukt in (milli)gram per 100 gram product. De keuze van de eenheid kan de beoordeling sterk beïnvloeden. Zo kan de generieke grenswaarde bij producten met zeer laag calorieëngehalte tot onzinnige oordelen leiden. Een voorbeeld is mineraalwater. Dit bevat enig natrium. Omdat mineraalwater geen calorieën bevat, lijkt het natriumgehalte zeer hoog wanneer dat wordt uitgedrukt per 100 kilocalorieën. Voor dit soort producten is het noodzakelijk om de beoordeling van het natriumgehalte te baseren op het gehalte per 100 milliliter in plaats van op het gehalte per 100 kilocalorieën.

Hieronder wordt de systematiek achter de drie typen grenswaarden toegelicht.

Generieke grenswaarden en insignificantieniveaus.

Voedingsfactor	Generieke grenswaarde	Insignificantieniveau ^a	Bovengrens/aanbeveling	
			waarop de generieke grenswaarde gebaseerd is	in de Richtlijnen goede voeding 2006
Verzadigd vet	13 energieprocent	1,4 gram/100 gram	≤ 10 energieprocent ^b	≤ 10 energieprocent
Transvet	1,3 energieprocent	0,14 gram/100 gram	≤ 1 energieprocent ^b	≤ 1 energieprocent
Natrium	1,6 milligram/ kcal	120 milligram/100 gram	≤ 2,4 gram per dag ^c	≤ 2,4 gram per dag
Voedingsvezel	1,3 gram/ 100 kcal	Niet van toepassing	> 25 gram per dag ^d	1,4 gram/ 100 kcal
Toegevoegd suiker	13 energieprocent	3,25 gram/100 gram	Vrije suikers ≤ 10 energieprocent ^e	Indien BMI ^f <25: geen richtlijn; Indien BMI > 25: zo weinig mogelijk

^a Bij het insignificantieniveau voor natrium, zit 5 procent van de dagelijkse bovengrens in 100 gram van het product. Voor verzadigd vet, transvet en toegevoegde suiker is dat 5 procent van de generieke grenswaarde ofwel 6,5 procent van de dagelijkse bovengrens.

^b Conform de bovengrens van de WHO⁹, die overeenkomt met de bovengrens van de Gezondheidsraad.¹

^c Conform de bovengrens van de Gezondheidsraad¹; de bovengrens van de WHO ligt op een scherper niveau, namelijk 2,0 gram per dag⁹.

^d Conform de aanbeveling van de WHO⁹, die lager is dan de richtlijn van de Gezondheidsraad.¹

^e Conform de WHO bovengrens voor vrije suikers.⁹

^f BMI staat voor de Body Mass Index, die berekend wordt als het gewicht in kilogrammen gedeeld door het kwadraat van de lengte in meters.

Generieke grenswaarden

De generieke grenswaarde voor voedingsvezel is gelijkgesteld aan het aanbevolen gehalte dat voor het gehele voedingspatroon geldt. Voor verzadigd vet, transvet, toegevoegd suiker en natrium is de generieke grenswaarde gelijkgesteld aan 1,3 maal de bovengrenzen voor deze voedingsfactoren. De aanbevelingen en bovengrenzen die aan de basis liggen van de generieke grenswaarden zijn voor verzadigd vet, transvet en natrium conform de bovengrenzen in de Richtlijnen goede voeding 2006. In Nederland is echter geen bovengrens vastgesteld voor toegevoegd suiker. Deze generieke grenswaarde is gebaseerd op de bovengrens voor vrije suikers van de WHO. Voor voedingsvezel wordt eveneens uitgegaan van de WHO aanbeveling, maar hiervoor bestaat wel een Nederlandse richtlijn, die hoger is dan de aanbeveling van de WHO.

De generieke grenswaarden voor verzadigd vet, transvet en natrium worden doorgaans gebruikt voor maaltijdproducten, snacks en 'overige producten'. Voor voedingsvezel wordt de generieke grenswaarde toegepast in vrijwel alle productgroepen die op het vezelgehalte beoordeeld worden.

Insignificantieniveaus

Voor voedingsfactoren die van nature niet of nauwelijks in de specifieke productgroep voorkomen (bijvoorbeeld vet in fruit) en waarvan de consumptie beperkt moet blijven, zijn insignificantieniveaus vastgesteld. Deze zijn bedoeld om significante toevoegingen van ongewenste voedingsstoffen als verzadigd vet en natrium te ontmoedigen. Deze grenswaarden zijn niet – zoals de generieke grenswaarden – uitgedrukt als energiepercentage, maar als een hoeveelheid per 100 gram product. In 100 gram product zit bij hantering van het insignificantieniveau maximaal 5 procent van de bovengrens (natrium) of maximaal 5 procent van het generieke criterium (verzadigd vet, transvet, toegevoegd suiker) voor de betreffende voedingsfactor.*

* Zo wordt de generieke grenswaarde voor verzadigd vet (13 energieprocent) als volgt omgerekend naar het insignificantieniveau. Uitgaande van een dagelijkse consumptie van 2000 kcal, leidt de generieke grenswaarde tot een inname van $0,13 \times 2000 = 260$ kcal uit verzadigd vet. Gezien de energetische waarde van vet (9 kcal per gram) komt dat overeen met een maximale consumptie van $260/9 = 28,9$ gram verzadigd vet per dag. Het insignificantieniveau bedraagt 5 procent daarvan en is dus $0,05 \times 28,9 = 1,4$ gram.

Productgroepspecifieke grenswaarden

In sommige gevallen is er aanleiding om af te wijken van de generieke grenswaarden en insignificantieniveaus:

- Soms maakt de aard van de producten mogelijk om de grenswaarde op een scherper niveau vast te stellen dan de generieke grenswaarde of het insignificantieniveau. (Voorbeelden zijn de lagere grenswaarde voor verzadigd vet en de voorwaarde dat transvet niet mag zijn toegevoegd voor melk en melkproducten in de A-categorie.)
- Soms is een versoepeling ten opzichte van de generieke grenswaarden of de insignificantieniveaus nodig, om te bereiken dat er producten in de A-, B- en C-categorie vallen. Dat is het geval als de gehalten in de productgroep in ongunstige zin afwijken van de gehalten in een gemiddeld dagmenu. (Voorbeelden zijn de grenswaarde voor het natriumgehalte van brood en de grenswaarde voor verzadigd vet in kaas.)

Als versoepelde grenswaarden voor verzadigd vet, toegevoegd suiker en voedingsvezel nodig zijn, baseert het Voedingscentrum de grenswaarden voor de B-categorie meestal* op de gemiddelde inname van de voedingsstof uit de betreffende productgroep. Een voorbeeld: in de gemiddelde voeding levert de geconsumeerde hoeveelheid vlees 5 gram verzadigd vet per 100 gram. Dat is de B/C grenswaarde. De A/B grenswaarde wordt berekend op een niveau dat 30 procent gunstiger ligt dan de B/C grenswaarde, dus voor verzadigd vet en toegevoegd suiker als 0,7 maal de B/C grens en voor voedingsvezel als 1,3 maal de B/C grens.

Voor transvet en natrium zijn de consumptiegegevens ontoereikend voor de hiervoor beschreven afleidingsmethode en heeft het Voedingscentrum de productgroepspecifieke grenswaarden gebaseerd op de gehalten in producten uit de productgroep in het Nederlandse voedingsstoffenbestand NEVO.³⁰ De grenswaarden voor transvet zijn meestal zo gekozen dat zij uitdagen tot productvernieuwing en technologisch uitvoerbaar zijn, maar dat is op dit moment niet het geval voor de productgroepspecifieke grenswaarden voor natrium.

Ik Kies Bewust logo

De Stichting Ik Kies Bewust gebruikt, net als het Voedingscentrum, generieke grenswaarden, insignificantieniveaus en productgroepspecifieke grenswaarden.

* Uitzonderingen zijn de grenswaarden voor verzadigd vet in vetten en oliën en in sauzen.

De generieke grenswaarden en insignificantieniveaus komen overeen met die van het Voedingscentrum.

In verschillende productgroepen is de beoordeling voor het Ik Kies Bewust logo minder strikt dan de beoordeling voor de A-categorie van het Voedingscentrum. Dat komt omdat de Stichting Ik Kies Bewust het uitgangspunt heeft dat ongeveer 20 procent van de basisproducten het Ik Kies Bewust logo moet kunnen krijgen en ongeveer 10 procent van de niet-basisproducten. Hoewel ook het Voedingscentrum stelt dat in iedere productgroep bepaalde producten in de A-categorie moeten vallen, hoeft dat niet een bepaald percentage van het assortiment te zijn. Het Voedingscentrum baseert de grenswaarden zoveel mogelijk op de gemiddelde inname van de voedingsstof uit de betreffende productgroep en op de gewenste verbetering daarin.

De Stichting Ik Kies Bewust stelt productgroepspecifieke grenswaarden op als de genoemde percentages noch met de generieke grenswaarden, noch met de insignificantieniveaus gehaald worden.* Om te bepalen welk percentage van het assortiment aan bepaalde grenswaarde kan voldoen, gaat de Stichting Ik Kies Bewust uit van het Nederlandse Voedingsstoffenbestand NEVO³⁰, van gelijksoortige databestanden uit andere landen en van databestanden van een aantal bedrijven. Basisproducten zijn veelal geen merkartikelen. Voor deze producten is de analyse met betrekking tot de 20 procentregel vooral gebaseerd op voedingsstoffenbestanden. Niet-basisproducten zijn vaak wel merkartikelen. Om te evalueren of 10 procent van de bestaande niet-basisproducten aan de criteria voldoet, gaat de Stichting Ik Kies Bewust uit van databestanden van merkartikelen.

Tenslotte worden insignificantieniveaus door de Stichting Ik Kies Bewust vaker toegepast dan door het Voedingscentrum**.

* Wel is bij de publicatie van de grenswaarden voor het Ik Kies Bewust logo uit 2007 voor bepaalde grenswaarden aangekondigd dat ze in 2009 worden aangescherpt: de grenswaarden voor natrium in brood, hoofdgerechten en soepen; de grenswaarde voor verzadigd vet in oliën en vetten; de grenswaarde voor toegevoegd suiker in melk en melkproducten; de grenswaarde voor energie in sauzen met een portiegrootte kleiner dan 35 gram.

** In bepaalde productgroepen worden bij Ik Kies Bewust insignificantieniveaus gehanteerd, terwijl het Voedingscentrum een strikter criterium hanteert (bewerkte groenten en fruit, vruchtensappen, vlees, vleeswaren, melk(producten), kaas(producten) en dranken). In andere productgroepen hanteert het Voedingscentrum alleen de generieke grenswaarde, terwijl de Stichting Ik Kies Bewust het logo toekent als het product óf aan de generieke grenswaarde óf aan het insignificantieniveau voldoet (maaltijdproductgroepen, snacks en 'overige producten'). Ook dat kan een versoepeling van de beoordeling betekenen. De commissie meent dat het bredere gebruik van de insignificantieniveaus vooral ongunstig is, als ze worden toegepast in productgroepen waarvan grotere hoeveelheden per dag worden gegeten, als ze leiden tot een soepelere beoordeling dan met de generieke grenswaarden, of als dat allebei het geval is. Waarschijnlijk speelt dit het sterkst voor dranken en soepen.

Hoorzittingen met producenten, betrokken organisaties en deskundigen

Over de perceptie en het gebruik van de Nederlandse logo's en het GDA-systeem en over de effecten op de productontwikkeling is weinig of geen wetenschappelijk onderzoek gepubliceerd in peer-reviewed tijdschriften. Daarom heeft de commissie via hoorzittingen informatie gevraagd aan bedrijven, betrokken organisaties en deskundigen. Deze hoorzittingen vonden plaats op 9 oktober 2007 in aanwezigheid van de leden van de commissie die dit advies heeft opgesteld. De hoorzittingen werden voorgezeten door de commissievoorzitter, prof. D. Kromhout.

De informatie die de commissie tijdens en na de hoorzittingen verkreeg verschaften enig inzicht, maar de wetenschappelijke zeggingskracht is gering. De commissie heeft deze als aanvulling en op hoofdlijnen bij haar beschouwingen betrokken.

**Hoorzitting waarin het begrip van en de effecten op consumenten
centraal stond**

Bij de hoorzitting over de begrijpelijkheid van de informatie voor de consument en over het gebruik van deze informatie bij de productkeuze stonden de volgende vragen centraal:

- In hoeverre kennen Nederlandse consumenten het Ik Kies Bewust logo, het Gezonde Keuze Klavertje en het GDA-systeem?
-

- Worden de logo's goed begrepen en geïnterpreteerd door de consument?
- Op welke wijze en in welke mate wordt het koopgedrag beïnvloed?
- Zijn er verschillen tussen bepaalde groepen consumenten?

Aan deze hoorzitting hebben de volgende organisaties en personen deelgenomen:

Bedrijf/organisatie	Persoon	Functie
Albert Heijn	Mevr. M. ter Braak	Kwaliteitsmanager wet- en regelgeving
	Mevr. S. Hertzberger	Hoofd Kwaliteit en Productintegriteit
Unilever	Mevr. G. Feunekes	Manager Vitality Change Programme
Friesland Foods	Mevr. P. Dekker	Nutrition Officer
Kellogg's	Mevr. E. Battenberg	Corporate Communication Manager Kellogg's Benelux
PepsiCo International	Dhr. C-J. Adema	Director Public and Government Affairs Northern Europe
Coca Cola	Dhr. S. Ronsmans	Science & Nutrition Manager NW Europe
Stichting Ik Kies Bewust	Dhr. J. Seidell	Voorzitter van de Wetenschappelijke Commissie van de Stichting Ik Kies Bewust
FNLI	Mevr. C. Grit	Manager Nutrition and Health
Consumentenbond	Mevr. P. Oerlemans	Onderzoeker Voeding
NL Hartstichting	Mevr. I. van Dis	Beleidsmedewerker Team Wetenschap
Voedingscentrum	Dhr. B. Breedveld	Hoofd Afdeling Kennis
Wageningen Universiteit/Unilever	Dhr. H. van Trijp	Hoogleraar Marketing en Consumentengedrag WUR en Parttime Senior Scientist Consumentengedrag Unilever Food & Health Institute
Erasmus Universiteit	Dhr. P. Verlegh	Universitair Docent Vakgroep Marketing Management

In en na deze hoorzitting is informatie gepresenteerd over onderzoeken die via het internet onder (steekproeven) uit bestaande Nederlandse panels werden uitgevoerd. Na de hoorzitting heeft de commissie aanvullende informatie over deze onderzoeken ontvangen.

- Op initiatief van de Stichting Ik Kies Bewust zijn twee onderzoeken uitgevoerd: het eerste in september en oktober 2006 (1 032 volwassenen; de 0-meting); het tweede in augustus en september 2007 (1 127 volwassenen; de 1-meting). De respondenten waren representatief voor leeftijd, regio, grootte van het huishouden en grootte van de woonplaats. De respons was 61 procent bij de 0-meting en 78 procent bij de 1-meting.³¹
- Op initiatief van Albert Heijn zijn twee onderzoeken uitgevoerd in oktober 2007: bij 1 500 personen gingen de vragen primair over het Gezonde Keuze Klavertje bij 918 andere personen over het Ik Kies Bewust logo. Beide steekproeven waren volgens de onderzoekers landelijk representatief voor de

doelgroep van mannen en vrouwen vanaf 20 tot en met 69 jaar die verantwoordelijk zijn voor de dagelijkse boodschappen.³²⁻³⁵

- In het onderzoek Logoland van de Consumentenbond werden zes logo's, waaronder het Ik Kies Bewust logo en het Gezonde Keuze Klavertje, en twee voedingswaarde-informatiesystemen waaronder het GDA-systeem via een vragenlijst voorgelegd aan 400 consumenten. Het panel was volgens de auteurs representatief voor de volwassen Nederlandse samenleving.^{36,37}

Daarnaast kreeg de commissie via de FNLI informatie over een Brits onderzoek naar het GDA-systeem, uitgevoerd bij 500 volwassenen in drie perioden tussen oktober 2006 en oktober 2007.³⁸⁻⁴⁰

Hoorzittingen waarin de effecten op producenten centraal stonden

Vanwege de concurrentiegevoeligheid van de informatie heeft de commissie over dit onderwerp drie aparte hoorzittingen belegd, waarin achtereenvolgens het Gezonde Keuze Klavertje, het Ik Kies Bewust logo en het GDA-systeem centraal stonden. Daarbij ging het over:

- Het beleid van de bedrijven ten aanzien van de ontwikkeling van gezondere producten en ontwikkelingen in dat beleid gedurende de afgelopen periode.
- Effecten van het Ik Kies Bewust logo, het Gezonde Keuze Klavertje en het GDA-systeem op de ontwikkeling van gezonde producten.

Aan deze drie hoorzittingen hebben de volgende organisaties en personen deelgenomen:

Hoorzitting over de invloed van het Gezonde Keuze Klavertje op de productontwikkeling

Bedrijf/organisatie	Persoon	Functie
Albert Heijn	Mevr. S. Hertzberger	Hoofd Kwaliteit en Productintegriteit
	Mevr. M. ter Braak	Manager Eigen Merken, Marketing
	Dhr. M. Vencken	Kwaliteitsmanager Wet- en Regelgeving
	Mevr. L. Hoogerwerf	Medewerker Etikettering

Hoorzitting over de invloed van het Ik Kies Bewust logo op de productontwikkeling

Bedrijf/organisatie	Persoon	Functie
Unilever	Mevr. G. Feunekes	Manager Vitality Change Programme
	Mevr. M. Mooren	Technical Manager Savoury Products
Friesland Foods	Mevr. P. Dekker	Nutrition Officer
Campina	Mevr. S. Horst	Corporate Quality Assurance Manager

Stichting Ik Kies Bewust	Dhr. J. Seidell Mevr. E. Klitsie	Voorzitter van de Wetenschappelijke Commissie van de Stichting Ik Kies Bewust Stichting Ik Kies Bewust
-----------------------------	-------------------------------------	---

Hoorzitting over de invloed van het GDA-systeem op de productontwikkeling

Bedrijf/organisatie	Persoon	Functie
Kellogg's	Dhr. T. Hulshof	Nutrition Science & Innovation Manager Kellogg's Europa
	Mevr. E. Battenberg	Corporate Communication Manager Kellogg's Benelux
Danone	Dhr. G. de Bekker	Nutrition Manager
PepsiCo International	Dhr. C-J. Adema	Director Public and Government Affairs Northern Europe
Mars NL	Dhr. M. Gorsselink	Nutrition & Science Manager
	Mevr. A. Boekholt	Corporate Affairs Manager
Coca Cola	Dhr. S. Ronsmans	Science & Nutrition Manager NW Europe
FNLI	Mevr. C. Grit	Manager Nutrition and Health

Aanbevelingen voor de vertaling van de Richtlijnen goede voeding naar de Richtlijnen Goede Voedselkeuze

De centrale rol die de Richtlijnen Goede Voedselkeuze volgens de commissie moeten spelen in de criteria voor de logo's, stelt hoge eisen aan de kwaliteit. De commissie doet in deze bijlage enkele aanbevelingen ten aanzien van het proces en de inhoudelijke uitwerking van de richtlijnen.

Aanbevelingen met betrekking tot het proces

De commissie vindt een verbetering noodzakelijk van de transparantie van het proces waarmee de Richtlijnen Goede Voedselkeuze tot stand komen inclusief de rol van deskundigen en belanghebbenden daarin, en aan de toetsing en borging van deze richtlijnen. De commissie beveelt aan dat het Voedingscentrum een commissie van deskundigen vormt om de Richtlijnen Goede Voedselkeuze op te stellen.* Bij actieve betrokkenheid van het Voedingscentrum bij de afleiding van logocriteria is de onafhankelijke positie van die organisatie in het geding wanneer de logocriteria een versoepeling inhouden ten opzichte van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze, temeer als de informatie over de logo's aan de consumenten melding maakt van die betrokkenheid.

* Er is een analogie met de noodzakelijke onafhankelijkheid van het College ter Beoordeling van Geneesmiddelen van de farmaceutische industrie.

Aanbevelingen met betrekking tot de richtlijnen zelf

- *De berekening en toepassing van generieke criteria*

De generieke criteria voor verzadigd vet, transvet, natrium en toegevoegd suiker worden berekend door 30 procent bij de bovengrens op te tellen; bijlage F bevat meer informatie hierover. De argumentatie voor de bijtelling is, dat de bovengrenzen de totale dagvoeding betreffen, dat deze voedingsstoffen slechts in een deel van de voedingsmiddelen voorkomen, en dat de gehalten in specifieke producten daarom wel wat hoger mogen liggen dan de bovengrens.

De commissie vindt de argumentatie uit de vorige alinea vooral van toepassing op basisproducten en niet-basisproducten, maar minder geschikt voor maaltijdproducten. Iedere maaltijd bestaat uit meerdere voedingsmiddelen of ingrediënten. De redenering dat de voedingsfactoren slechts een deel van de producten zitten, gaat daarom niet op voor maaltijdproducten. Het zou logischer zijn om bij deze producten na te streven dat de samenstelling overeen komt met de gewenste samenstelling van de totale dagvoeding. Voor maaltijdproducten concludeert de commissie daarom dat het op grond van voedingskundige argumenten goed zou zijn om de grenswaarden voor de gehalten van verzadigd vet, transvet, natrium en toegevoegd suiker aan te scherpen, liefst naar het niveau van de bovengrenzen. De mogelijkheden daartoe worden uiteraard mede bepaald door argumenten die de haalbaarheid betreffen.

De commissie merkt op dat bij de berekening van de generieke grenswaarde de omvang van de bijtelling (30 procent) een arbitraire keuze is. Deze zou bij herzieningen van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze in de toekomst opnieuw ter discussie moeten staan.
 - *De berekening en toepassing van insignificantieniveaus*

Insignificantieniveaus worden berekend op basis van het uitgangspunt dat in 100 gram van het product 5 procent van de bovengrens (natrium) of 5 procent van het generieke criterium (verzadigd vet, transvet, toegevoegd suiker) mag zitten. In bijlage F is de berekening nader toegelicht. De commissie bepleit in deze berekeningen consequent te kiezen voor óf de bovengrens óf het generieke criterium. Verder stelt zij dat het percentage van 5 procent arbitrair is en bij herzieningen van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze in de toekomst opnieuw ter discussie moet staan. De aard van de insignificantieniveaus vraagt volgens de commissie om een terughoudend gebruik vooral in het geval van producten waarvan de porties relatief groot zijn, zoals melkproduc-
-

ten en soepen.

- *Transvet*

Het generieke criterium voor transvet wordt berekend op basis van de Nederlandse bovengrens voor transvet van één energieprocent. Het criterium voor transvet is bij basisproducten van dierlijke oorsprong echter alleen van toepassing op de transvetten van plantaardige oorsprong; transvetten van dierlijke oorsprong blijven in deze productgroepen buiten beschouwing. De commissie wijst erop dat in dat geval het generieke criterium niet gebaseerd dient te worden op de bovengrens van één energieprocent, maar op een lagere waarde.

Er is onvoldoende wetenschappelijk bewijs om transvet van dierlijke oorsprong anders te behandelen dan transvet van plantaardige oorsprong.^{1,41-43}

Toch heeft de commissie weinig bezwaar tegen de keuze om de basisproducten van dierlijke oorsprong alleen op de transvetten van plantaardige oorsprong te beoordelen, omdat bij deze producten de grenswaarden voor verzadigd vet ook leiden tot een beperking van de transvetten van dierlijke oorsprong.

- *Voedingsvezel*

De generieke criteria voor verzadigd vet, transvet, natrium en toegevoegd suiker worden berekend door 30 procent bij de bovengrens op te tellen. Voor voedingsvezel wordt dat niet gedaan. Volgens de commissie is er echter geen gezondheidskundige reden om voor voedingsvezel een afwijkende procedure te volgen: net als verzadigd vet, transvet, natrium en toegevoegd suiker, zit ook voedingsvezel slechts in een deel van de geconsumeerde producten. Het generieke criterium voor voedingsvezel is gebaseerd op de aanbeveling van de WHO voor de vezelconsumptie (1,3 g/100 kcal)⁹, die iets lager ligt dan de Nederlandse richtlijn (1,4 g/100 kcal)¹. De commissie bepleit de Nederlandse richtlijn te gebruiken.

- *Toegevoegd suiker*

Wie de calorieëninname via suikers wil verminderen, kan zich het beste richten op de vrije suikers, omdat vooral die suikers aanleiding kunnen geven tot een te hoge inname van calorieën. Vrije suikers zijn alle monosacchariden en disacchariden die aan voedingsmiddelen worden toegevoegd door producent, kok of consument, plus de suikers die van nature aanwezig zijn in honing en siropen en vruchtensappen.⁹ De commissie bepleit daarom dat het gehalte aan vrije suikers wordt beoordeeld in plaats van het gehalte aan toegevoegd sui-

ker. Het huidige generieke criterium voor toegevoegd suiker is gebaseerd op de bovengrens van tien energieprocent voor vrije suikers van de WHO en ligt te hoog omdat vrije suikers een ruimer begrip zijn dan toegevoegd suiker.

- *Natrium*

In de Richtlijnen Goede Voedselkeuze is vermeld dat de grenswaarden voor natrium gebaseerd zijn op gemiddelde gehalten in het huidige productassortiment, waardoor er minder uitdaging tot productontwikkeling vanuit gaat. Dat betekent dat de richtlijn voor de natriuminname uit de Richtlijnen goede voeding 2006 niet gerealiseerd wordt met de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. Mogelijkheden tot aanscherping van de grenswaarden voor natrium dienen onderzocht te worden.

- *Niet-basisproducten*

Het Voedingscentrum verdeelt niet-basisproducten over de A-, B- en C-categorie, op basis van een beoordeling van de hoeveelheid calorieën per portie en de gehalten van verzadigd vet, transvet en natrium. De commissie bepleit om voor de plaatsing van niet-basisproducten in de A-categorie twee aanvullende voorwaarden te stellen:

- niet-basisproducten in de A-categorie dienen – net als de basisproducten – ook een positieve nutritionele waarde te hebben, en
- producten die specifieke stoffen met een bewezen ongunstig effect bevatten die buiten de beoordelingscriteria voor deze producten vallen, zouden niet voor de A- of B-categorie in aanmerking mogen komen.

Producten die niet aan deze voorwaarden voldoen en toch in de A-categorie geplaatst worden, kunnen een ongunstig effect hebben op de geloofwaardigheid van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze. De commissie beveelt aan om bij herziening van de Richtlijnen Goede Voedselkeuze na te gaan of deze voorwaarden op een bruikbare en zinvolle wijze kunnen worden uitgewerkt.