

**Directoraat Generaal
Volksgezondheid**

Bezoekadres:
Parnassusplein 5
2511 VX Den Haag
T 070 340 79 11
F 070 340 78 34

www.rijksoverheid.nl

Inlichtingen bij
Jaimy
Ong

jj.ong@minvws.nl

verslag

Betreft	Stakeholderoverleg Voedselkeuzelogo
Vergaderdatum en -tijd	28 februari 2019, 15:30 – 17:00u
Vergaderplaats	Den Haag, VWS, A20.34
Aanwezig	Charles Wijnker(voorzitter), Ineke van Dis (Hartstichting), Bernique Tool (SGF), Liesbeth Dirven (Veneca), Marc Jansen (CBL), Erwin Maathuis (LNV), Marian Geluk (FNLI), Marloes Kneppers (FNLI), Nelleke Polderman (CB), Henry Uitslag (CB), Gerda Feunekes (VCN), Inge Stoelhorst (VWS), Elsa Vrugink (VWS), Jaimy Ong (VWS).
Afwezig	Matthijs van de Berg (RIVM), Nicolette Barkhof (KHN), Henriëke Crielgaard (CBL), Teun Verheij (Veneca).
Kopie aan	

Datum
11 maart 2019

Nummer
01

Bijlage(n)
-

Aantal pagina's
5

Correspondentie uitsluitend richten aan het retouradres met vermelding van de datum en het kenmerk van deze brief.

1. Agenda en korte mededelingen

2. Verslag d.d. 17 december 2018

Opmerkingen op het verslag van 17 december 2018 kunnen schriftelijk aan VWS worden gestuurd.

3. Plan van aanpak

In het plan van aanpak worden de activiteiten voor dit jaar geschetst. Eind 2019 moet een zijn keuze gemaakt voor een nieuw voedselkeuzelogo, daarnaast moet er een implementatie- en communicatieplan zijn opgesteld zodat het nieuwe logo in 2020 kan worden ingevoerd. Naast deze stakeholdergroep, spreekt VWS met andere (individuele) partijen. Om de bredere ring te betrekken, wordt tevens het Regulier Overleg Warenwet benut. In totaal worden er vier stakeholderbijeenkomsten georganiseerd (in februari, eind mei, september en november 2019)

In het plan van aanpak zijn een aantal punten opgenomen die betrekking hebben op de scope van het onderzoek en uit te voeren onafhankelijk

onderzoek. De opmerkingen hierover worden bij deze agendapunten verder behandeld.

**Directoraat Generaal
Volksgezondheid**

Aanbevelingen en opmerkingen:

- Naar aanleiding van de opmerking van het CBL worden in dit plan van aanpak ook de formele stappen en beslismomenten aangeven: opdracht onafhankelijk consumentenonderzoek, keuze voedselkeuzelogo, wel of niet notificeren et cetera.
- De Hartstichting geeft aan dat een aantal termen en bevoegdheden moeten worden verduidelijkt.
- Suggesties over de scope en het onafhankelijk consumentenonderzoek worden meegenomen in het plan van aanpak (zie verder onder betreffende agendapunten).
- Geadviseerd wordt dat alle informatie over de internationale systemen in Europa worden vergeleken. VWS initieert, met het Voedingscentrum en het RIVM, een deskresearch. De voor- en nadelen van bestaande internationale systemen moeten worden beoordeeld voor de Nederlandse situatie. Daarbij moet onder andere gekeken worden waar de systemen (niet) overlappen met de Schijf van vijf.
- VWS heeft de Belgische en Engelse overheden bezocht om na te gaan hoe zij tot een keuze voor een Front-of-Pack systeem zijn gekomen, hoe dit is georganiseerd en wordt gemonitord. De verkregen documenten worden met de stakeholders gedeeld. Eind maart bezoekt het ministerie van VWS de Franse overheid.
- VWS gaat na wat er in Spanje speelt. Vanuit de stakeholders wordt gesuggereerd dat Spanje met twee verschillende systemen gaat werken (Nutri-Score als beeldmerk op de voorkant van de verpakking en het Multiple Traffic Light systeem verwerkt in de voedingswaardentabel op de achterkant) op de achterkant.

Datum

11 maart 2019

Nummer

02

4. Doel, scope en randvoorwaarden

Er wordt aangegeven dat het doel van het voedingsbeleid is om consumenten gezonder te laten eten. Het voedselkeuzelogo is één van de middelen dit te bereiken. Van een logo zelf wordt niet verwacht dat dit tot gedragsverandering leidt (onder andere door de studie van het RIVM). Als onderdeel van het integrale voedselbeleid en in samenhang met andere middelen, kan een logo consumenten wel bewust maken van gezonde producten en hen daarmee stimuleren in het maken van gezondere keuzes. Het is in ieder geval van belang te weten of een logo consumenten goed informeert en in staat stelt de juiste keuze te maken.

Bij de discussie over de doelgroep van het logo lopen de meningen enigszins uiteen. Enerzijds wordt ondersteund dat het logo zich op de brede bevolking moet richten. Anderzijds geven enkele aanwezigen aan dat een logo ook moet kunnen helpen met gerichte informatie voor specifieke doelgroepen.

Verder zijn een aantal randvoorwaarden benoemd (o.a. de voorwaarden vanuit het Nationaal Preventieakkoord). De FNLI benadrukt dat bij een te maken keuze voor een voedselkeuzelogo iedere keuze voor- en nadelen heeft.

Internationaal/nationaal

FNLI brengt de voorkeur voor een Europees geharmoniseerd voedselkeuzelogo op. VWS geeft aan ook geen voorstander te zijn van 27 verschillende systemen en brengt het belang van Europese afstemming en harmonisatie regelmatig op tijdens de overleggen in Brussel. In het Nationaal Preventieakkoord is ook expliciet opgenomen dat Europese ontwikkelingen moeten worden meegenomen. In maart 2019 brengt de Europese Commissie het rapport van het Joint Research Centre en een verslag naar aanleiding van dit rapport uit. Er wordt niet verwacht dat de Europese Commissie snel met een initiatief zal komen voor een geharmoniseerd logosysteem. In het nationale traject om te komen tot een logo zullen ontwikkelingen in andere lidstaten in ogenschouw worden genomen. De Consumentenbond vindt dat een logo in ieder geval op de voorkant van verpakkingen moet worden geplaatst. Als uiteindelijk gekozen wordt voor een specifiek nationaal systeem dan, zo geeft de FNLI aan, kan dit voor haar leden waarschijnlijk alleen op schapkaarten. De Consumentenbond geeft aan dat de stimulans van een Front-of-Pack systeem pas goed werkt zodra het op de verpakking is vermeld, een schapkaart is onvoldoende.

**Directoraat Generaal
Volksgezondheid**

Datum
11 maart 2019

Nummer
02

Duurzaamheid

Tijdens de stakeholderbijeenkomst in december 2018 is besproken dat het voedselkeuzelogo zich uitsluitend richt op gezondheid en niet ook op duurzaamheid. Hier waren alle betrokken partijen het mee eens. Het ministerie van LNV vindt de uitleg over het voedingsbeleid in het plan van aanpak onvoldoende. Naast gezondheid, richt het voedingsbeleid van de overheid zich namelijk ook op duurzaamheid. Daarnaast ziet LNV graag dat in het consumentenonderzoek en de deskresearch wordt meegenomen of en op welke wijze het te kiezen voedselkeuzelogo een effect kan hebben op de duurzame keuze. Naar aanleiding van deze opmerkingen zal in het plan van aanpak de passage hierover wordt aangepast naar dat het algemene voedingsbeleid van de overheid zich richt op gezondheid *en verduurzaming* van de voedselconsumptie. Ook in de studies zal bekeken worden of en op welke wijze de duurzame keuze wordt meegewogen.

Aanbevelingen:

- SGF merkt op dat de formulering van het doel (over *gezonde* keuzes de informeren) de indruk kan wekken dat alleen gericht wordt op een logo voor gezonde producten. VWS past de tekst op dit punt aan.
- De Hartstichting schetst het voorbeeld dat een nierpatiënt via een voedselkeuzelogo zou willen controleren of een bepaald product aan zijn of haar (dieet)behoefte voldoet. Met een systeem zoals Nutri-score is dit niet mogelijk. Het is belangrijk om de wensen van specifieke doelgroepen mee te nemen bij het inrichten van een informatiesysteem. VWS zal in de keuze voor informatievoorziening rekening houden met informatiebehoefte van specifieke doelgroepen. Dit wil niet persé zeggen dat de informatie voor deze doelgroep via een voedselkeuzelogo moet worden verstrekt.

5. Consumentenonderzoek

De eerste richtingen voor het uit te voeren onafhankelijk consumentenonderzoek worden voorgelegd. Het ministerie van VWS zal in het voorjaar een onafhankelijk consumentenonderzoek laten uitvoeren om na te gaan welk logo voor de Nederlandse situatie het meest geschikt is. De stakeholdergroep wordt gevraagd welk type onderzoek gedaan zou moeten worden (kwalitatief, kwantitatief,

focusgroepen etc.), wat de richting van het onderzoek moet worden, wat vinden consumenten belangrijk aan een logo? Testen van logo's op begrip en voorkeur? één of meerdere logo's testen op begrip?

**Directoraat Generaal
Volksgezondheid**

Het onderzoek wordt begeleid door een commissie bestaande uit RIVM, Voedingscentrum en wordt aangevuld met onafhankelijke experts/wetenschappers. Volgens de Consumentenbond is het goed ook internationale experts te betrekken. De experts die de Consumentenbond in Brussel heeft gesproken raden aan om niet alleen onderzoek te doen naar voorkeuren van consumenten. Zij raden aan voorbeeld te nemen aan de Franse onderzoeken, waarbij meerdere logo's in de winkelomgeving en online worden getest. De Hartstichting en SGF willen het consumentenonderzoek ook richten op specifieke doelgroepen, mensen die bepaalde diëten nodig hebben. Hierbij gaat het niet alleen over patiënten. VWS geeft aan dat het nieuwe logo de focus primair ligt op de benadering van de algemene bevolking. Daarbij moeten consumenten zonder kennis over voeding het logo kunnen begrijpen. Richten op specifieke groepen via een voedselkeuzelogo wordt moeilijk gevonden. De Consumentenbond vraagt zich af waarom een commercieel bureau het onderzoek uitvoert. In Frankrijk is het onderzoek uitgevoerd door een wetenschappelijk onderzoeksinstituut en door universiteiten. VWS reageert dat een nieuw marktonderzoek nodig is en dat dit uitgezet wordt via de raamcontracten die VWS heeft met diverse bureaus. VWS verwacht dat expertise voor het nu in te richten consumentenonderzoek niet via de instituten en universiteiten kan en hoeft te worden uitgezet. De opdrachtverlening en de kwaliteit van het onderzoek moet worden geborgd door een begeleidingscommissie. Er wordt voorgesteld om universiteiten te betrekken bij de monitoring, maar dit komt pas in het implementatieplan.

Datum
11 maart 2019

Nummer
02

Aanbevelingen:

- SGF stelt voor dat deze stakeholdergroep meekijkt op de onderzoeksvraag voor het onafhankelijk consumentenonderzoek. Nadat de begeleidingscommissie de vraagstelling heeft opgesteld, wordt een schriftelijke reactie gevraagd aan de stakeholdergroep.
- De Consumentenbond heeft een lijst met belangrijke zaken uit hun bijeenkomst in Brussel, deze wordt gedeeld.
- Het belang van breed gebruik van het logo op alle producten wordt door de Consumentenbond benadrukt, gebruik van het logo op alleen gezonde producten is te beperkt.
- De Consumentenbond stelt voor de mensen die zij spraken in Brussel naar Nederland te halen. VWS kijkt naar de mogelijkheid om een expertsessie in de plannen. Voor deze sessie wordt zoveel mogelijk expertise op dit terrein uitgenodigd en staat los van de begeleidingscommissie.
- De Consumentenbond heeft gehoord dat Frankrijk en Australië bezig zijn met een onderzoek waarvoor zij deze zomer veldwerk in Nederland gaan doen. VWS zoekt dit uit.
- SGF zou dit onderzoek willen aangrijpen om ook de verhouding tussen het logo in de brede context van informatievoorziening willen belichten. Het Voedingscentrum geeft aan dat dit in dit verband erg complex zou worden. Overwogen wordt om de begeleidingscommissie de vraag voor te leggen of en hoe aanpalende communicatievormen samenhangen met de keuze voor een bepaald logo.

6. Publicatie agenda en verslagen op de website van het Regulier Overleg Warenwet

Afgesproken is dat VWS de agenda en de samenvatting van de stakeholder overleggen op de website van het regulier overleg warenwet (ROW) plaatst.

**Directoraat Generaal
Volksgezondheid**

Datum

11 maart 2019

Nummer

02

Acties naar aanleiding van het stakeholderoverleg:

1. Aanpassing Plan van Aanpak door VWS.
2. Inrichten begeleidingscommissie met het RIVM, Voedingscentrum en expertise vanuit de wetenschap door VWS.
3. Opstellen van de onderzoeksopdracht door de begeleidingscommissie.
4. Toetsing van deze opdracht door de stakeholdergroep.
5. De Consumentenbond deelt informatie uit het overleg met (internationale) wetenschappers in Brussel.
6. VWS organiseert een expertsessie met relevante deskundigen uit het werkveld (nationaal en internationaal).
7. VWS neemt het initiatief voor het uitvoeren van de deskstudie ter vergelijking van de internationale systemen in de EU en vergelijking met de richtlijnen Schijf van Vijf.
8. Internationale verkenning (Frankrijk, Spanje, België) door VWS. VWS deelt verkregen informatie met de stakeholdergroep.
9. Agenda en verslagen van het stakeholdersoverleg worden door VWS gepubliceerd op de ROW-website (onder de ROW etikettering).