



Nederlandse Vereniging van Fabrikanten van Culinaire Producten (Culinaria-NL)

Postbus 96949
2509 JH Den Haag
Telefoon 070 3525074
Culinaria-nl@kpnmail.nl

Geachte heer/mevrouw,

Graag maken wij gebruik van de gelegenheid om input te geven op deze internetconsultatie over de Nieuwe aanpak Productverbetering.

Culinaria Nederland is lid van de FNLI en steunt dan ook de door FNLI reeds gegeven input.

Culinaria Nederland vertegenwoordigt fabrikanten van een breed scala culinaire producten zoals mayonaise, ketchup, mosterd, azijn en soepen. Onze leden passen hun producten continue aan aan de voedingskundige inzichten en de consumentenwensen en hebben dan ook al forse inspanningen verricht binnen het Akkoord Verbetering Productsamenstelling. Verdere aanpassingen worden zeker voorzien, maar daar willen we toch enkele kanttekeningen bij plaatsen en wel met name;

- Het product moet wel veilig en lekker blijven (voldoen aan verwachting van de consument)
- Vervanging van bijvoorbeeld natriumchloride door kaliumchloride is een optie, maar de wijze waarop dat op het etiket vermeld moet worden is niet aantrekkelijk/onbekend voor consumenten en schrikt hen wellicht af.
- Bij vervanging van suiker door Stevia geldt hetzelfde.
- Het soms "makkelijker" om een nieuw alternatief te ontwikkelen dan om een bestaand product (verder) aan te passen. Op die manier krijgt de consument ook de keuze.
- Systeem van NutriScore is op zich een manier om tot productverbetering te komen, maar het is niet voor alle levensmiddelen mogelijk om "richting A" op te schuiven, zelfs als er verbeterd wordt. Als er geen verdere opschuiving mogelijk is, is de incentive voor verbetering wellicht ook verdwenen.
- Een level playing field met de andere EU-landen ten aanzien van geïmporteerde producten is zeer wenselijk.

Hieronder onze input op de vier vragen.

Vraag 1.

We staan positief tegenover de volgende aspecten;

- Termijn van 10 jaar
- Stapsgewijze aanpak
- Wijze waarop de doelstellingen worden afgestemd
- Productspecifieke criteria (waarbij heel scherp gekeken moet worden naar de definitie/omschrijving van de productgroepen)

Voor sauzen en soepen kunnen wij de voorgestelde indeling steunen met een vraagteken bij de combinatie van soep en bouillon, omdat dit toch twee verschillende producten zijn.

Vraag 2.

Zie ook antwoord op vraag 1. Met betrekking tot combinatie van soep en bouillon. Bouillon zien wij meer als "smaakmaker", want dit product is over het algemeen "pittiger" van smaak en wordt minder vaak als zodanig geconsumeerd.

Een meer formele opmerking; uitleg van voetnoot 5 ontbreekt in het RIVM-rapport. Wij veronderstellen, dat deze voetnoot bevestigt dat mosterd en sojasaus worden beschouwd als smaakmakers, die in kleine hoeveelheden worden geconsumeerd.

Vraag 3.*Voedselkeuzelogo*

Hoewel deze als tweede wordt genoemd, lijkt dit de meest stimulerende incentive te (kunnen) zijn. Indien mogelijk, willen de meeste fabrikanten dat hun producten “beter” scoren op het logo. Echter dat kan eigenlijk alleen als de scores A t/m E alle mogelijk zijn binnen de productgroep en deze ook kleine stappen honoreren. Dat is voor de productgroep sauzen niet het geval. Let ook op het feit dat productherformulering per nutriënt wordt opgepakt, terwijl Nutri-Score een optelsom is van verschillende nutriënten.

M.b.t. deze incentive Voedselkeuzelogo nog de aanvulling, dat voorlichting hierover absoluut nodig is en wel vanuit een onafhankelijke bron. Met name is belangrijk, dat duidelijk wordt gemaakt dat niet alleen groene (A en B) levensmiddelen passen in een gezond voedingspatroon, maar dat ook C, D en E producten daar uitstekend in passen.

Naming

Hoewel dit nog niet geheel is uitgewerkt, lijkt dit een positieve incentive te kunnen zijn voor herformulering van producten.

Convenanten

Kunnen helpen te komen tot een level playing field (een voor Culinaria Nederland cruciale voorwaarde)

Innovatie

Dit is voor alle bedrijven, maar vooral voor MKB relevant.

Bij de overige genoemde incentives (m.n. 5 en 17), kwam vanuit onze achterban nog een “waarschuwing” m.b.t. het delen van best practices in relatie met de wetgeving op het terrein van mededinging. Wellicht is dit ook bij andere incentives een aandachtspunt.

M.b.t. de incentive Voedselkeuzelogo nog de aanvulling, dat voorlichting hierover absoluut nodig is en wel vanuit een onafhankelijke bron. Met name is belangrijk, dat duidelijk wordt gemaakt dat niet alleen groene (A en B) levensmiddelen passen in een gezond voedingspatroon, maar dat ook C, D en E producten daar uitstekend in passen.

Vraag 4.

Culinaria Nederland zal de gestelde doelen trachten te (laten) behalen hetgeen mogelijk lijkt te zijn. Ze zijn voldoende ambitieus; zeker gezien de reeds behaalde resultaten in het AVP.

Met vriendelijke groet,

Imkje Tiesinga,
secretaris Culinaria Nederland