



Reactie op voorstel voor nieuwe aanpak productverbetering

2 juni 2020

Inhoudstafel

<i>Reactie op voorstel voor nieuwe aanpak productverbetering</i>	1
<i>2 juni 2020</i>	1
<i>Vraag 1 van de 4: Algemene aanpak</i>	1
<i>Unilever reactie vraag 1: in het kort</i>	1
<i>Unilever reactie vraag 1: gedetailleerd</i>	2
<i>Vraag 2 van de 4: Criteria</i>	8
<i>Unilever reactie vraag 2: in het kort</i>	8
<i>Unilever reactie vraag 2: gedetailleerd</i>	9
<i>Vraag 3 van de 4: Prikkel</i>	16
<i>Unilever reactie vraag 3: in het kort</i>	16
<i>Unilever reactie vraag 3: gedetailleerd</i>	17
<i>Vraag 4 van de 4: Doelen</i>	21
<i>Unilever reactie vraag 4: in het kort</i>	21
<i>Unilever reactie vraag 4: gedetailleerd</i>	22
<i>Achtergrondinformatie</i>	24
<i>Unilever's reactie op Nutri-score als Voedselkeuzelogo:</i>	24
<i>Unilever's reactie op alle 39 voorgestelde prikkels:</i>	24
<i>Unilever's sterke nutritionele doelstellingen en voortgang:</i>	24
<i>Enkele vragen & bemerkingen:</i>	25
<i>Referenties:</i>	26

Vraag 1 van de 4: Algemene aanpak

Wat vindt u van de voorgestelde aanpak, zoals te lezen in het voorstel van het ministerie en onderliggende conceptrapport van het RIVM ('Op weg naar criteria voor productverbetering')? Is deze aanpak haalbaar en voldoende ambitieus?

Unilever reactie vraag 1: in het kort

De voorgestelde nieuwe aanpak lijkt wat Unilever betreft haalbaar en is zeker ambitieus met enkele belangrijke kanttekeningen. Doelstellingen en de aanpak sluiten goed aan bij de ambities van Unilever ten aanzien van productverbetering: sector aanpak op basis van vrijwillige - echter geen vrijblijvende - afspraken, selectie en prioritering van voedingsstoffen en voedingsmiddelen, gebaseerd op de bijdrage aan de voedingsstofinname, lange termijn doelstellingen, stapsgewijze aanpak, productgroep specifieke criteria, definiëren van prikkels om bedrijven te stimuleren in herformulering.

We hebben enkele voorstellen tot toevoeging, met name volume gewogen doelstellingen (i.p.v. doelstellingen, gebaseerd op analyse van het aantal producten) om zo echt daadwerkelijk ambitieuze en impactvolle stappen te kunnen zetten en meer overeenstemming met internationale programma's, o.a. op EU-niveau.

We stellen voor om een 5-stappen systeem (P10-P20-P40-P60-P80) te hanteren, in plaats van een 3-stappen systeem (P25-P50-P75), om zo in te zetten op realistische reductiestappen die nodig zijn om de gehele sector mee te krijgen in herformulering (in het huidige 3-stappen voorstel vereist de overgang van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 in diverse productgroepen een reductie van meer dan 20% en de stap van grenswaarde 2 naar 1 is ook vaker disproportioneel met de stap die nodig is van grenswaarde 3 naar grenswaarde 2) en meer aansluiting bovendien te vinden bij internationale plannen voor herformulering, conform 'Multi-level approach' door Choices International, dat eveneens 5-stappen hanteert. Bovendien is voortgang beter te monitoren in 5 stappen.

Daarnaast benadrukken we dat productverbetering slechts één deel van de algehele aanpak is om de inname aan specifieke voedingsstoffen, zoals zout, verzadigd vet en suiker, te verlagen. We vinden het belangrijk dat productverbetering onderdeel uitmaakt van een zogenaamde 360° aanpak waarbij alle relevante actoren samenwerken en ook maatregelen om gedragsverandering van consumenten te bewerkstelligen is van groot belang, bijv. middels verbeterde informatievoorziening en nudging.

Onze gedetailleerde feedback kan u vinden in de bijlage.

Unilever reactie vraag 1: gedetailleerd

Deze nieuwe aanpak is haalbaar met enkele belangrijke kanttekeningen.

Allereerst spreken we graag veel waardering uit voor de gedegen aanpak, het betrekken van een multidisciplinair stakeholderveld bij het opzetten van de nieuwe aanpak, bestaande uit wetenschappers, technologen, maatschappelijke- & gezondheidsorganisaties, en het bedrijfsleven.

Doelstellingen en de aanpak sluiten goed aan bij de ambities van Unilever. Het is onze ambitie om iedereen in staat te stellen voedzame maaltijden, lekkernijen en drankjes te kiezen die passen bij hun levensstijl en budget en die een positieve impact zullen hebben op hun gezondheid, welzijn en de planeet.

Unilever werkt al vele jaren hard aan verbetering van de smaak en voedingswaarde van haar producten. In november 2010 lanceerden wij het Unilever Sustainable Living Plan en verbonden wij ons aan een tienjarige reis op weg naar duurzame groei. Een van de drie hoofddoelstellingen van ons Plan is dat wij tegen eind 2020 meer dan 1 miljard mensen wereldwijd willen helpen hun gezondheid en welzijn te verbeteren. We dragen daaraan bij door continu te werken aan het verbeteren van de smaak en voedingswaarde van onze producten, in combinatie met campagnes, om mensen zo te helpen een gezonder voedingspatroon te realiseren. Tegen 2020 zullen wij het gedeelte van ons assortiment hebben verdubbeld dat voldoet aan de hoogste voedingsnormen, op basis van wereldwijd erkende voedingsrichtlijnen. Deze hoogste voedingsnormen omvatten productgroep specifieke criteria ten aanzien van voedingsstoffen die een negatieve invloed hebben op de gezondheid (met name zout, verzadigd vet, trans vet, suiker en calorieën). Middels deze ambitieuze doelen kunnen we honderden miljoenen mensen helpen genieten van lekkere producten die op een verantwoorde manier zijn vervaardigd.

We liggen op koers wat betreft onze commitments voor 2020; in de praktijk betekent dit dat 60% van het totale portfolio van voedingsmiddelen en dranken qua omvang en in alle landen voldoet aan onze hoogste voedingsnormen. In de Benelux voldeed reeds in 2019 al 70% van het totale portfolio aan de doelstellingen. Een substantiële vooruitgang sinds 2014 toen 38% aan de normen voldeed in de Benelux (meer details over onze doelstellingen ten aanzien van productverbetering, de voortgang aangevuld met mooie productvoorbeelden bij de Sectie Achtergrondinformatie “Unilever's sterke nutritionele doelstellingen en voortgang”)

De Unilever-aanpak van productverbetering is extern onderschreven door een 2^e plaats in de Global Access to Nutrition Index (ATNI).

Meer ambities in de toekomst: Op dit moment zijn we met diverse teams de laatste hand aan het leggen aan een review en update van onze interne voedingsnormen, omdat de meeste doelstellingen zijn geformuleerd met een looptijd van 2010 tot eind 2020.

Unilever positie ten aanzien van productverbetering:

- Sector aanpak op basis van vrijwillige afspraken, waarbij voortgang actief wordt gemonitord;
- Gebaseerd op inname, waardoor de bijdragen van producten aan de daadwerkelijke inname van voedingsstoffen en rol in het voedingspatroon centraal staat;
- Volume gewogen doelstellingen, waardoor bedrijven de incentive krijgen producten met de grootste bijdrage (aan bijv. dagelijkse zoutinname, suikerinname en verzadigd vetinname) eerst te herformuleren, monitoring op basis van algemene marktgegevens;
- Stapsgewijze aanpak, waardoor de smaakvoorkeur van een consument mee kan gaan, en extra toevoegingen door de consument zelf van bijvoorbeeld zout/suiker vermeden worden;
- Lange termijn doelstellingen, om stapsgewijze aanpak te faciliteren voor optimale impact;
- In lijn met Internationale R&D-programma's, waardoor programma's aansluiten bij internationale aanpak van bedrijven voor wereldwijde impact;

In dit voorstel voor nieuwe aanpak productverbetering steunen we volledig de volgende onderdelen:

- De wijze waarop doelstellingen worden afgestemd;
- De selectie en prioritering van voedingsstoffen en voedingsmiddelen, gebaseerd op de bijdrage aan de voedingsstofinname (>3%);
- De lange termijn doelstellingen (meerjarig consistente aanpak);
- De stapsgewijze aanpak (systeem met verschillende treden en grenswaarde);
- Productgroep specifieke criteria;
- Definiëren van prikkels om bedrijven te stimuleren in herformulering;

Voorgestelde toevoegingen voor de nieuwe aanpak productverbetering:

- Volume gewogen doelstellingen. We stellen voor de criteria te baseren op data van verkoopvolumes (eventueel aangevuld met marktaanverhoudingen) om daadwerkelijk echt ambitieuze en impactvolle stappen te kunnen zetten (voorstel verder uitgewerkt onder vraag 4 'Doelen');
- De overeenstemming met internationale/Europese R&D-programma's. Hernieuwde aandacht en voortzetting van de "EU Roadmap for Action on Food Product Improvement" verdient de voorkeur om de interne markt binnen de EU in acht te nemen;

We stellen voor te kijken naar een 5-stappen systeem (P10-P20-P40-P60-P80) in plaats van een 3-stappen systeem (P25-P50-P75) zoals hier beschreven is, vanwege drie belangrijke redenen:

- Het inzetten op realistische reductiestappen die nodig zijn om de gehele sector mee te krijgen in herformulering. In het huidige voorstel (3-stappen) vereist de overgang van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 in diverse productgroepen een reductie van meer dan 20%, een 5-stappen systeem kan dit eenvoudig verhelpen;
- Adequate monitoring wordt mogelijk gemaakt door - op vooraf vastgestelde momenten / mijlpalen - meetbare tussendoelen te bepalen voor de 5 stappen gespreid over de looptijd
- Een 5-stappen systeem sluit bovendien goed aan bij internationale plannen voor herformulering, conform 'Multi-level approach' door Choices International, dat eveneens 5-stappen hanteert (Achtergrondinformatie, "Referenties" 1);

Productverbetering als onderdeel van 360° aanpak

Productverbetering is slechts een deel van de algehele aanpak om de inname aan specifieke voedingsstoffen, zoals zout, verzadigd vet en suiker, te verlagen. We vinden het belangrijk dat productverbetering onderdeel uitmaakt van een zogenaamde 360° aanpak waarbij alle relevante actoren samenwerken en ook maatregelen om gedragsverandering van consumenten te bewerkstelligen is van groot belang, bijv. middels verbeterde informatievoorziening en nudging;

- In het overzicht van prikkels staan enkele interessante prikkels die vanuit de overheid kunnen gehanteerd worden om deze 360° aanpak te ondersteunen (meer over dit voorstel in vraag 3 'Prikkels')
- Goede aanvullingen naast productverbetering om tot een gezonder eetpatroon te komen:
 - o Verkleinen van de portiegrootte
 - o Aanpassing van de marketingmix, waarbij meer marketingbudgetten worden ingezet op het communiceren van gezondere alternatieven
 - o Het belang van een effectieve consumenten-educatie-programma's met substantieel bereik

We zien graag dat de reacties na de internetconsultatie verwerkt worden in het finale plan.

NB. Additionele reactie ten aanzien van onderdelen van de aanpak:

Verschillende onderdelen van de nieuwe aanpak productverbetering zijn nog beperkt uitgewerkt, waardoor gedetailleerde feedback in deze fase nog niet mogelijk is. Een nieuwe stakeholderconsultatie nadat onderdelen verder zijn uitgewerkt is wenselijk.

Drie belangrijke onderdelen betreffen *criteria*, *monitoring* en *beheer*:

Criteria:

Nutri-Score wordt in de aanpak voorgesteld als mogelijke prikkel tot herformuleren. Het is belangrijk om te stellen dat de aanpassingen - als onderdeel van de wetenschappelijke review van het Nutri-score algoritme door de internationale wetenschappelijke commissie - cruciaal zijn om de nieuwe criteria goed en grondig te beoordelen. Aansluiting tussen Nutri-Score en criteria voor herformulering zijn uiterst belangrijk om het geheel van productverbetering te doen slagen. We stellen dan ook voor om huidige AVP verder door te laten lopen totdat Nutri-Score review is afgerond (verwacht medio 2021).

Monitoring:

Het onderdeel monitoring is op dit moment beknopt beschreven in het conceptrapport. Nadere consultatie na uitwerking van dit onderdeel is gewenst. Daarbij is het primair wenselijk de monitoring te laten aansluiten op internationale 5-stappen systeem en op basis van data van verkoopvolumes en eventueel aangevuld met marktaanverhoudingen.

Het is niet logisch Nutri-Score-verbeteringen onderdeel te laten zijn van de monitoring, omdat de berekening van Nutri-Score niet mogelijk is enkel op basis van de etiketinformatie. De berekening neemt namelijk ook o.a. het vezelgehalte en groente & fruit gehalte mee, informatie die niet eenduidig onderdeel is van de etiketinformatie.

Daarnaast bestaat het risico op compensatiegedrag, dat niet goed te monitoren is. Nutri-Score bevat op dit moment een compensatiemogelijkheid waarbij er meer positieve punten gescoord worden door meer vezels en/of eiwit toe te voegen zonder te werken aan de negatieve punten zoals suiker, zout en vet (de basis van de voorgestelde aanpak productverbetering). Het kan dus zijn dat de Nutri-Score wel verbeterd is (bv. van C->B), maar de doelstelling om zout en/of suiker en/of verzadigd vetgehalte te verlagen niet gerealiseerd is.

Een andere relevante kanttekening is dat de Levensmiddelendatabank (LEDA) niet altijd geschikt is om herformulering te monitoren:

- LEDA bevat etiketgegevens (uit GS1) en voor etiketgegevens wordt een bepaald tolerantieniveau toegelaten (Achtergrondinformatie, Referentie 2). De toegestane toleranties zijn over het algemeen groter dan het verschil tussen de treden van de productgroepen in dit nieuwe voorstel voor productverbetering.
Bv. Voor de etikettering van een tomatensoep met 0.64 gram zout per 100 ml product geldt dat bij een officiële controle op basis van metingen een tolerantiebereik toegestaan is tussen 0.26 gram en 1.02 gram zout per 100 ml. Een afwijking die substantieel groter is dan de voorgestelde reductiestappen in de nieuwe aanpak (m.n. voor soep van grenswaarde 2 van 330 mg natrium = 0.825g tot grenswaarde 1 van 296 mg natrium = 0.74g is een verschil van 0.085g)

- LEDA bevat etiketgegevens (uit GS1) en de verplichte etiketgegevens komen niet altijd overeen met de gegevens die gemonitord dienen te worden.
Bv. vezels is geen verplichte vermelding op het etiket. Als er in de toekomst criteria gaan opgesteld worden ten aanzien van vezels, zal dit niet via GS1 data en/of LEDA gemonitord kunnen worden.

We denken graag mee aan mogelijke alternatieven om goed te kunnen monitoren. Er zijn goede learnings uit de sectoren (bv. Frisdranken en waters, FWS), waar de monitoring anders verloopt en prima werkt.

Punten die in acht moeten genomen worden bij de verdere uitwerking van monitoring:

- Wie zal monitoring doen?
 - o We vinden het belangrijk dat dit door een onafhankelijke organisatie gedaan zal worden, onder overheidsregie
- Worden er externe data aangekocht of moeten de bedrijven zelf gaan rapporteren?
 - o We staan open gedetailleerde productinformatie te bezorgen
 - o Belangrijk hierbij is wel op te merken dat de meerderheid van partijen in de specifieke (sub)sector participeren, zodat er een correct beeld van de marktsituatie en voedingsstoffen-gehalten vastgesteld kan worden.
 - o We kunnen data op verschillende manieren aanleveren (via GS1, via interne andere systemen waar meer detailniveau en/of volume elementen kunnen meegenomen worden)
- Hoe zullen de resultaten en monitoring extern gedeeld worden?
 - o We wensen hierbij eerst overleg met het bedrijfsleven voordat er extern wordt gecommuniceerd over de resultaten
 - o Opm. als de monitoring zal gebruikt worden om de backrunners via shaming te stimuleren, is de vraag wel of binnen dit voorstel de doelstellingen nog vrijwillig zijn.
- Worden individuele bedrijven opgevolgd op hun pad, door deze monitoring?
- Hoe vaak zal de monitoring tussentijds gedaan worden? Periodiciteit?
 - o Het zou kunnen in lijn worden gebracht met het 5-stappen model
- zal er compensatiegedrag gemonitord worden en hoe?
 - o bv. zoutverlaging + suikerverhoging
 - o Voor sommige productverbeteringen is daar een goede reden voor en wordt altijd in zo klein mogelijke mate toegepast, maar soms onvermijdelijk om productstabiliteit te garanderen (bv. pindakaas light, suikerverlaging + toevoeging van inulinevezel nodig voor stabiliteit en gewenste smaak)

Beheer:

We zijn er voorstander van dat een onafhankelijke organisatie wordt aangewezen die het beheer op zich neemt. Momenteel is dit deel van de nieuwe aanpak nog onvoldoende uitgewerkt en kunnen we ook onvoldoende reactie geven. We zouden graag samen in gesprek gaan nadat het verder is uitgewerkt.

Proces:

We ondersteunen in het verdere proces:

- De publicatie van definitief plan van aanpak na de verwerking van alle reacties van de internetconsultatie;
- Een nieuwe stakeholder consultatie na uitwerking van specifiek onderdelen, o.a. criteria, prikkels en doelen
- Verdere uitwerking naar criteria voor voedingsvezels en calorieën/portiegrootte/verpakkingsmaten

De aankomende review van de internationale wetenschappelijke commissie is cruciaal voor draagvlak binnen de sector. Cruciale aanpassingen hebben ook een effect op de puntenindelingen van Nutri-Score en/of in de formules om deze te combineren tot de Nutri-Score. Daardoor kan er pas na de definitieve vaststelling van de Nutri-Score een definitieve koppeling met de voorgestelde criteria voor productverbetering worden gemaakt.

Deze afstemming is uiterst belangrijk om het geheel van productverbetering te doen slagen. Voor Unilever moet een voedselkeuzelogo de consument helpen een gezondere keuze te maken en de industrie stimuleren te herformuleren. Het verbeteren van de score wordt gezien als een belangrijke prikkel voor productverbetering en productverbetering zou dus moeten kunnen resulteren in een betere score. Ook om de consument te helpen kiezen voor een verbeterd product is het van belang dat zij productverbetering terugzien in een betere score.

We stellen voor de timings in lijn te brengen met de review en de nieuwe consultatie daarop te laten aansluiten: eerst aanpassen van Nutri-Score, vervolgens criteria in lijn brengen.

Zoals gesteld waarderen we de brede consultaties van het Ministerie van VWS en hechten we veel waarde aan nadere betrokkenheid bij de verschillende vervolgstappen, waaronder de uitwerking van voorgenomen plannen en de verbreding naar meer productgroepen en voedingsstoffen.

Vraag 2 van de 4: Criteria

- Wat vindt u van de gestandaardiseerde methodiek voor de indeling van voedingsmiddelengroepen en de grenswaarden?
- En zijn er aspecten die u niet terugziet in de indeling van de voedingsmiddelengroepen en grenswaarden?

Unilever reactie vraag 2: in het kort

Als Unilever ondersteunen we diverse onderdelen waaronder de stapsgewijze aanpak voor nutriënten die een negatieve invloed hebben op de gezondheid van consumenten (zout, suiker en verzadigd vet), productgroep specifieke criteria (zodat er rekening wordt gehouden met de rol die het product speelt in het totale voedingspatroon) en de methodiek om met stapsgewijze criteria over lange termijn productherformulering te stimuleren, om op basis van wetenschappelijke inzichten consumenten te laten wenen aan nieuwe smaak en structureel een gezonder voedingspatroon te ontwikkelen.

Ons voorstel is de grenswaarde te bepalen op basis van volume (i.p.v. uniek product-niveau) om te focussen op producten met de meest impact (bijv. o.b.v. data van verkoopvolumes en eventueel aangevuld met marktaanverhoudingen) en een 5 stappen-systeem uit te werken (zie vraag 1), om zo ook adequaat de monitoring van de voortgang te waarborgen, in te zetten op realistische reductiestappen die nodig zijn om de gehele sector mee te krijgen in herformulering en aan te sluiten bij de internationale aanpak.

Er is de wens uitgesproken door de overheid om de voorgestelde grenswaarden in deze nieuwe aanpak en de gehanteerde methodiek om Nutri-Score toe te kennen waar mogelijk op elkaar te laten aansluiten. Nutri-Score wordt in de aanpak ook voorgesteld als mogelijke prikkel tot herformuleren. Het is belangrijk om te stellen dat de aankomende review van het Nutri-score algoritme door de internationale wetenschappelijke commissie cruciaal is voor draagvlak binnen de sector. Cruciale aanpassingen hebben ook een effect op de puntenindelingen van Nutri-Score en/of in de formules om deze te combineren tot de Nutri-Score. Daardoor kan er pas na de definitieve vaststelling van de Nutri-Score een definitieve koppeling met de voorgestelde criteria voor productverbetering worden gemaakt.

Deze afstemming is uiterst belangrijk om het geheel van productverbetering te doen slagen. Voor Unilever moet een voedselkeuzelogo de consument helpen een gezondere keuze te maken en de sector stimuleren te herformuleren. Het verbeteren van de score wordt gezien als een belangrijke prikkel voor productverbetering en productverbetering zou dus moeten kunnen resulteren in een betere score. Ook om de consument te helpen kiezen voor een verbeterd product is het van belang dat zij productverbetering terugzien in een betere score. Dit is in de huidige opzet niet of nauwelijks mogelijk.

We stellen voor de timings in lijn te brengen met de review en de nieuwe consultatie daarop te laten aansluiten: eerst aanpassen van Nutri-Score, vervolgens criteria in lijn brengen. Daarna kunnen deze goed en grondig beoordeeld worden.

Onze gedetailleerde feedback kan u vinden in de bijlage.

Unilever reactie vraag 2: gedetailleerd

Als Unilever ondersteunen we diverse onderdelen, waaronder:

- De stapsgewijze aanpak met grenswaarden voor diverse voedingsstoffen die een negatieve invloed hebben op de gezondheid van consumenten (zout, suiker, verzadigd vet);
- Productgroep specifieke criteria, zodat er rekening wordt gehouden met de rol die het product speelt in het totale voedingspatroon;
- De methodiek om met stapsgewijze criteria productherformulering te stimuleren;
 - Belangrijk in productherformulering is om over lange termijn keer op keer stappen ter verbetering te maken om consument te laten wennen aan de nieuwe smaak. Dit zien we goed terugkomen in de methodiek met trappen en grenswaarde.
 - Daarom vinden we het ook goed dat Nutri-score nog niet geïntegreerd is in of gekoppeld is aan de huidige criteria.
 - Momenteel is Nutri-score voor ons geen prikkel om te gaan herformuleren. Herformulering zou moeten resulteren in een betere score en dat is momenteel veelal niet het geval (bijvoorbeeld voor gehele productgroepen van soepen en vleesproducten).
 - Het is goed om de uitkomsten van het review door de wetenschappelijk commissie hiervoor af te wachten, en dan te bekijken of Nutri-score een goede prikkel is voor herformulering.
 - Belangrijk is dat de voorgestelde grenswaarden van deze nieuwe aanpak aansluiting vinden met de punten-methodiek van Nutri-Score. Wij zijn namelijk van mening dat een voedselkeuzelogo niet apart kan gezien worden van herformulering.
- De gedachte dat de criteria bij de Schijf van Vijf minder goed bruikbaar zijn voor het bepalen van grenswaarde voor productverbetering en niet als richtpunt gebruikt zijn.

Er is de wens uitgesproken in deze nieuwe aanpak om de voorgestelde grenswaarden en de gehanteerde methodiek om Nutri-Score toe te kennen waar mogelijk op elkaar te laten aansluiten. Hier zal naar gekeken worden als de Nutri-Score gehanteerde grenswaarden definitief zijn. Het is dan ook moeilijk om in deze fase gedetailleerde feedback te geven op criteria die nog aan verandering onderhevig zijn. We stellen een nieuwe stakeholder consultatieronde voor na de review door de internationale wetenschappelijk commissie om dan de nieuwe criteria gezamenlijk te beoordelen en af te tekenen.

Specifieke punten ten aanzien van de methodiek:

- De bepaalde grenswaarden zijn gebaseerd op een analyse van het aantal 'SKU's' (Stock Keeping Unit = uniek product). We stellen voor de grenswaarde te bepalen op basis van volume om te focussen op producten met de meest impact, op basis van data van verkoopvolumes en eventueel aangevuld met marktaanverhoudingen:
 - Grenswaarden gebaseerd op SKU-niveau kennen een aantal nadelen en risico's:
 - Het is mogelijk dat momenteel in trede 1 en trede 2 (onder de P50 grenswaarde) zich met name producten bevinden die weinig verkocht worden. De daadwerkelijke impact op de inname onder consumenten is zeer gering, ook wanneer producten die weinig verkocht worden verschuiven van trede 2 naar trede 1.
 - Het is mogelijk dat zich in trede 1 enkel zoutarme producten of producten voor speciale diëten bevinden. Deze producten zijn voor een consument niet te vergelijken met standaardproducten, en zo is de grenswaarde verdeling met behulp van percentielen geen correcte reflectie van de markt.
 - Lessen van andere sectoren (bv. FWS) of andere landen bieden mogelijk uitkomst, zoals 'Sales Weighted Average' in het Verenigd Koninkrijk, waarbij een volume element wordt meegenomen
- Ons voorstel is een 5 stappen-systeem uit te werken van P10 -P20-P40-P60-P80 (in plaats van 3 stappen P25-P50-P75), om zo ook adequaat de monitoring van de voortgang te waarborgen, een groter deel van de sector te stimuleren en aan te sluiten bij de internationale aanpak, conform 'Multi-level approach' door Choices International.
- De grenswaarden zijn de berekende percentielen uit de herformuleringsmonitor. Er werden in het verleden al diverse stappen genomen om producten te verbeteren (zie Achtergrondinformatie over onze doelstellingen en voortgang). Hierdoor wordt er onvoldoende rekening gehouden met reeds gerealiseerde stappen in productverbetering. Verderop beschrijven we het voorstel om de huidige AVP-normen in lijn te brengen met P50 in plaats van P75.

Unilever reactie ten aanzien van de voorgestelde criteria en productgroepen: algemeen

- Het inzetten op realistische reductiestappen die nodig zijn om de gehele sector mee te krijgen in herformulering.
- Voor verschillende productgroepen vereist het verlagen van het zoutgehalte van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 een reductie van meer dan 20% per keer in het huidige voorstel. Deze voorgestelde grenswaarden zijn dan ook een te grote uitdaging (zeker als we consumenten acceptatie in rekening brengen) en kunnen tot gevolg hebben dat partijen in de sector afzien van herformulering. De voorgestelde oplossing is een 5-stappen systeem te hanteren, simpelweg: P10 -P20-P40-P60-P80, zoals eerder beschreven.
- De stap van grenswaarde 2 naar 1 is ook vaker disproportioneel met de stap die nodig is van grenswaarde 3 naar grenswaarde 2. En we weten uit ervaring dat net de initiële reducties (3->2) makkelijker zijn dan de laatste stappen (2->1).
- Voor bepaalde productgroepen (bijvoorbeeld soepen en vleesvervangers) zijn de huidige criteria van het Akkoord Verbetering Productsamenstelling (AVP) gebruikt als grenswaarde 3 (in plaats van P75). Deze AVP-criteria waren al een uitdaging toen het sub-akkoord voor de desbetreffende productgroep werd opgesteld. We betwijfelen dan ook de haalbaarheid van het gelijkstellen van AVP-waarde met een P75. Het is zowel logischer als realistischer om de AVP-criteria in lijn te brengen met grenswaarde 2 of P50 en de P75 als grenswaarde 3 te gebruiken
 - Voorbeeld: vleesvervangers

	Natrium (mg/100g) (GW = grenswaarde)			
Huidige situatie	P25: 480	P50: 600	P75: 708	AVP: 612 (deadline 2022)
Huidig voorstel	GW1: 480	GW2: 600	GW3: 612	
Nieuw voorstel	GW 1: 480	GW2: 612	GW3: 708	
Nieuw voorstel 5-staps (simulatie)	GW1: 450 (P10) -> GW2: 480 (P20) : 6.3% reductie GW2: 480 (P20) -> GW3: 550 (P40) :12.7% reductie GW3: 550 (P40) -> GW4: 612 (P60) :10.1% reductie GW4: 612 (P60)-> GW 5: 708 (P80) : 13.6 % reductie Totaal van 708 ->450 mg natrium = 36.4 % reductie			

- Met dit nieuwe voorstel wordt er ook meer rekening gehouden met al uitgevoerde stappen in productverbetering

Criteria en productgroepen: specifiek per productgroep die relevant zijn voor Unilever

- Sauzen op basis van emulsie
 - Mosterd wordt uitgesloten in deze productgroep (omdat deze intrinsiek meer zout bevat). We stellen voor om ook dressings en/of emulsies waarbij mosterd het hoofdingrediënt is (bv. mosterdsaus), uit te sluiten in deze groep of andere hogere grenswaarde voor zout voor te stellen.
 - Wanneer een 30% zoutreductie nodig is om van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te verschuiven (van 560 mg natrium/100g naar 388 mg natrium/100g) kan worden gesteld dat dit onrealistisch is.
 - Grenswaarde 1 van 388 mg natrium/100g is technologisch niet haalbaar, en zeker niet voor mayonaise. We stellen voor een onderscheid te maken tussen vol-vet varianten en laag-vet varianten, omdat het bij laag-vet varianten technologisch niet mogelijk is meer zout te verlagen, bij een lager vetgehalte is meer zout nodig voor de stabiliteit.
 - Wij hebben momenteel in onze Unilever hoogste voedingsnormen als maximale natriumgehalte voor sauzen op basis van emulsies 750 mg natrium/100g. Deze wordt in onze langere termijnplan (na 2020) aangescherpt, en naar alle waarschijnlijkheid opgedeeld in 2 subgroepen met een aparte natriumnorm, gelinkt aan technologische haalbaarheid (volvette emulsies en laag-vet emulsies). De voorgestelde grenswaarde 1 van 388 is technologisch niet haalbaar voor ons.

- Pindasauzen
 - Voedselveiligheid is voor Unilever een eerste cruciale vereiste, en bijvoorbeeld voor pindasauzen strikter dan collega-concurrenten. Door onze strikte wateractiviteit normen kunnen we geen verdere zoutreductie realiseren in pindasauzen. Een mogelijke oplossing zou zijn om over te stappen naar een hele andere productietechnologie, maar dat vergt enorme investeringen die we ons niet kunnen veroorloven en heeft ook impact op de unieke smaak die de consument gewend is van het merk.

- Koude sauzen op tomaten- of groentebasis
 - Er is een 22% zoutreductie nodig om van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te verschuiven (van 720 mg natrium/100g naar 560 mg natrium/100g). Dit is een te grote stap, en niet realistisch
 - De voorgestelde grenswaarde 1 van 560 mg/100g is technologisch niet haalbaar. Zo is bijvoorbeeld voor ketchup, om een evenwichtige smaak te krijgen, bij een verlaging van het zoutgehalte ook een verlaging van het suikergehalte vereist. Dit heeft dan een impact op de vloeibaarheid & stabiliteit van een ketchup dat we niet kunnen aanvaarden.
 - Wij hebben momenteel in onze Unilever hoogste voedingsnormen als maximale natriumgehalte voor sauzen op basis van water 750 mg natrium/100g. Deze wordt in onze langere termijnplan (na 2020) aangescherpt, maar de voorgestelde grenswaarde 1 van 560 zien we als technologisch onhaalbaar.

- Warme sauzen op tomaten- of groentebasis
 - Voor sauzen met hoofdbestanddeel gehakt (bolognaise) of kaas (carbonara) in het traditionele recept, op zich al zoutrijker, is het een grote uitdaging om aan grenswaarde 1 te voldoen. We stellen voor dat we dit goed uitleggen aan de consument, en onderdeel laten zijn van de 10% van de producten die na 10 jaar tijd nog boven de P75 zitten.

- We gaan wel door om met kleine stappen bij elke herformuleringsronde, om de consument te laten wennen aan een minder zoute smaak.
- Warme sauzen, oosters
 - Er is 51% zoutreductie nodig om van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te verschuiven. Dit is niet realistisch. We stellen een kleinere stap voor of meer tussenstappen.
 - Oosterse sauzen bevatten vaak soja of ketjap als basis en deze producten zijn van nature rijk aan zout door fermentatie.
 - In deze productgroep zitten voor ons veel producten (bv. boemboe's, woksauzen) waarbij een gedetailleerde bereidingsinstructie voor een warme maaltijd op de verpakking staat. We zetten de voedingswaarde per 100g droog product en per 100g bereid product en per portie bereid product op de verpakking (bereid volgens onze instructie, door toevoeging van verse ingrediënten zoals groente en/of vlees) en beoordelen het voedingskundig profiel dan ook bij voorkeur op basis van het totale bereide gerecht (en niet als saus apart), omdat dit het best reflecteert hoe de consument het product consumeert.
- Soepen
 - We stellen voor om alle bouillons uit te sluiten uit deze groep of een aparte sub-productgroep van de maken (bv. smaakmakers, in analogie met herformuleringsmonitor) met aangepaste grenswaarden.
 - In analogie met de UK responsive deal salt targets waarbij bouillons (max. 380 mg natrium en gemiddelde 300 mg natrium) en soepen (250 mg natrium en gemiddeld 210 mg natrium) uit elkaar zijn getrokken
 - Bouillon wordt nooit als dusdanig geconsumeerd, het is vaak een onderdeel van een gerecht (bv. basis voor een soep, smaakmaker)
 - Het alternatief zou zijn, als bouillon onderdeel is van een soep, het zoutgehalte van de soep als bereid gerecht (bouillon + water + toevoegingen van o.a. groente) te beoordelen met de voorgestelde grenswaarden voor soep.
 - Cup A Soup is een grote uitdaging qua smaakimpact bij verdere zoutreductie. Hier blijft het 'level playing field' uiterst belangrijk, dat alle fabrikanten van soepen als snack dezelfde zoutdoelstellingen hanteren.
- Chips (gesneden en gevormd)
 - 510 mg natrium is een sterke challenge voor kroepoek, technologisch niet haalbaar, o.w.v. smaak en functionele rol van zout in het product
 - Voor productie van kroepoek wordt een pellet technologie gebruikt (i.t.t. chips op basis van aardappelen en producten o.b.v. direct extruded technologie), die je als halffabrikaat inkoop en verwerkt/explodeert. Het zout in de pellet is nodig om een gelijkmatige 'expansie' te krijgen
 - Kroepoek heeft een aanzienlijk % garnaal (+/- 20%), dat van nature al zout bevat (i.t.t. chips op basis van aardappelen). Zo zie je dat de cassave varianten om deze reden ook al lager in zout kunnen zitten (700 mg natrium in cassave versus 1400 mg natrium in naturel)
 - Daarenboven komt onze kroepoek uit Indonesië en gaat de toepassing van nieuw innovatieve technologieën trager.
 - Zoals ook in UK salt targets is hier een aparte groep voor gemaakt, om deze reden (voor 2023 is dat 1023 mg natrium vs. 520 mg voor regulier chips)

- We stellen voor om voor kroepoek een separate productgroep te maken, en max. zoutgehalte te brengen tot 890 mg natrium. Dit is het zoutgehalte dat we nu recent hebben bereikt met behulp van kaliumchloride én behoud van smaak, en een aanzienlijke reductie hebben gerealiseerd (van 1400 mg natrium naar 896 mg natrium). Echter verdere stappen met kaliumchloride heeft zijn limieten omwille van smaak.
- Gecoate noten
 - Er is een zoutreductie van 53% nodig om te verschuiven van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 (van 600 mg natrium/100g naar 280 mg natrium/100g). Technologisch is dit zeker haalbaar, het is enkel onmogelijk om dit in 10 jaar tijd te realiseren, zonder in te boeten op smaak of te consument te laten wennen aan de mindere zoute smaak (en te voorkomen dat de consument overstapt naar zoutere alternatieven)
 - We stellen voor om het verschil tussen grenswaarde 2 en grenswaarde 1 kleiner te maken en grenswaarde 1 meer in lijn te brengen met onze huidige interne lange termijn doelstellingen voor 'tussendoor snacks' van 300 mg natrium per 100g
- Hartige snacks, overige
 - Er is een zoutreductie van 45% nodig om te verschuiven van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 (van 584 mg natrium naar 320 mg natrium per 100g), dit is een te grote stap om in 10 jaar tijd te kunnen realiseren zonder impact op smaak of consumentenvoorkeur
- Vleesbereidingen
 - Er is een zoutreductie van 32 % nodig om te verschuiven van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 (van 530 mg natrium naar 360 mg natrium), een te grote stap om in 10 jaar tijd te doen. Het is technologisch haalbaar (wordt gesteriliseerd), maar zal grote impact hebben op smaak en vraagt tijd consument te laten wennen.
- Vleeswaren (en -conserven)
 - Verzadigde vetten bij bewerkt vlees is een uitdaging als je lager gaat dan 7-8g. Dat heeft effect op de smaak, mondgevoel en 'beet'.
 - Bv. voor rookworst zijn de voorgestelde verzadigde vetgehalten onmogelijk. Een klassieke rookworst heeft een bepaalde hoeveelheid varkensvet nodig voor zijn sappigheid en smaak. We bieden als alternatief een (extra) magere rookworst aan die al lager zit in verzadigd vet
 - Ons voorstel is om de groep op te splitsen in vleeswaren gekoeld, rookworst lang houdbaar en gesteriliseerde vleeswaren (bv. knaks). Reden: zoutverlaging in gesteriliseerde producten is niet zo'n grote technologische uitdaging i.v.m. de gepasteuriseerde rookworst
 - Bij gepasteuriseerd vlees, zoals vacuümverpakte lang houdbare rookworst, is 800mg natrium echt de grens. Lager gaan, geeft een te lage 'wateractiviteit' (AW), waarbij de microbiologische stabiliteit niet meer gegarandeerd kan worden
 - We stellen voor om grenswaarde 1 in lijn te brengen met onze interne lange termijn doelstellingen (die gealigneerd zijn met meerdere externe richtlijnen) die technologisch haalbaar zijn: 800 mg natrium per 100g

Opmerkingen en openstaande vragen:

- We hebben enkel gekeken naar de productgroepen en subgroepen relevant voor Unilever, met name: sauzen (alle subgroepen), soepen, hartige snacks (chips, gecoate noten, hartige snacks overige), vleesbereidingen, vleesvervangers, vleeswaren en vleesconserven (vleeswaren samengesteld bereid)
- Op pagina 19 van het conceptrapport staat *“Samenvattend: als grenswaarden 1 en 2 worden de berekende P25 en P75 van natriumgehalten overgenomen voor Soepen”...*
 - P75 moet verbeterd worden in P50, want de P50/mediaan voor Soep is 330 mg natrium en wordt hier als grenswaarde 2 voorgesteld
- We ondersteunen het voorstel om in de tweede fase (tweede helft 2020) verpakkingsmaat/portiegrootte mee in de overweging te nemen.
 - Het is nu nog niet duidelijk in het rapport of het gaat over integratie van verpakkingsmaat/portiegrootte via een grenswaarde op een bepaalde nutriënt per portie (bijvoorbeeld 320 mg natrium/portie) of aanbevolen portiegroottes?
 - Momenteel zijn er nog geen Europees afgestemde porties. We hebben de voorkeur voor Europees afgestemde 'aanbevolen' portiegroottes, gedefinieerd door een onafhankelijke organisatie.
 - Er is een rapport waarbij er een goed voorstel tot Europese portiegroottes wordt gedaan (Achtergrondinformatie, Referentie 3)

Vraag 3 van de 4: Prikkels

De overheid zal de in haar voorstel vier genoemde prikkels (waaronder naming) verder uitwerken.

- Wat vindt u daarvan?
- Welke andere prikkels zouden volgens u eveneens effectief kunnen zijn?
- En welke randvoorwaarden zijn er eventueel nodig?

Unilever reactie vraag 3: in het kort

We zijn van mening dat het effect van 'naming' positief kan zijn. Een uitdaging is wel om een structureel effect te bewerkstelligen. Uiteindelijk herformuleren we als Unilever ons portfolio om zo consumenten te stimuleren en helpen gezondere eetpatronen aan te nemen, daarom is de inzet op herformulering belangrijk als onderdeel van 'naming', naast het highlighten van succesvolle voorbeelden van herformulering.

De aankomende review van het algoritme achter Nutri-Score door de internationale wetenschappelijk commissie is cruciaal om te kunnen beoordelen in hoeverre Nutri-Score als voedselkeuzelogo een goede prikkel is tot herformulering. Het huidige algoritme achter Nutri-Score stimuleert momenteel geen of zeer beperkte herformulering in de voor Unilever relevante productgroepen zoals soep, sauzen op emulsiebasis zoals mayonaise en vleesvervangers

Convenanten met betrekking tot grenswaarde werkt goed, mits er sprake is van een gelijk speelveld en de gehele sector deelneemt en grenswaarden worden opgesteld die lange termijnperspectief hebben en verkocht volume meenemen.

We staan open om onze kennis en expertise te delen, bijvoorbeeld via ons ecosysteem in Wageningen, de verschillende werkgroepen binnen de FNLI en binnen diverse relevante sector associaties.

Naast de voorgestelde prikkels, zijn er in het initiële rapport nog een aantal andere prikkels die effectief kunnen zijn om productherformulering te stimuleren, waaronder

- Communicatie prikkels: herformuleringsclaim bij kleinere reducties dan 30%, structurele overheids campagnes om consumenten te informeren over het belang van gezond voedingspatroon en gezonde producten om de voorkeur en keuze van consumenten voor geherformuleerde producten te bewerkstelligen, communicatie op de winkelvloer zoals voorziening van een apart schap met innovatieve producten of schapkaartjes om herformulering beter te communiceren naar consumenten toe, o.a. via gezondheidsapps.
- Financiële prikkels voor consumenten en fabrikanten: prijs en beschikbaarheid van alternatieve ingrediënten, het opnemen van geherformuleerde producten bij publieke aanbestedingen, afname garanties en lange termijn contracten.

Onze gedetailleerde feedback kan u vinden in de bijlage.

Unilever reactie vraag 3: gedetailleerd

Unilever reactie op voorgestelde prikkels in nieuwe aanpak productverbetering:

- Naming (nr. 14) (reductiestappen en koplopers benoemen, per voedingsmiddelengroep de gehalten benoemen van de 10 meest verkochte producten)
 - We zijn van mening dat het effect van 'naming' positief kan zijn, maar belangrijk is om te waken dat de draai naar 'shaming' wordt voorkomen bij een vrijwillig initiatief. Een uitdaging is wel om een structureel effect te bewerkstelligen.
 - Uiteindelijk herformuleren we als Unilever ons portfolio om zo consumenten te stimuleren en helpen gezondere eetpatronen aan te nemen, daarom is de inzet op herformulering belangrijk als onderdeel van 'naming', naast het highlighten van succesvolle voorbeelden van herformulering.

- Nutri-Score als voedselkeuzelogo (nr. 9)
 - De aankomende review van het algoritme achter Nutri-Score door de internationale wetenschappelijk commissie is cruciaal om te kunnen beoordelen in hoeverre Nutri-Score als voedselkeuzelogo een goede prikkel is tot herformulering vormt.
 - Het huidige algoritme achter Nutri-Score stimuleert momenteel geen of zeer beperkt herformulering in de voor Unilever relevante productgroepen:
 - Soepen
 - Soepen worden niet in porties van 100g/ml geconsumeerd. Hierdoor zullen de negatieve nutriënten in een soep ook vaker onderschat worden en vaker A&B scores en geassocieerd met "goed". We geloven oprecht in een eerlijker systeem, waarbij realistische portiegroottes centraal onderdeel zijn van de scoringsmethodiek.
 - Om nog een punt beter te scoren op zout, zijn grote reductiestappen nodig (zoals beschreven in het conceptrapport p38, 33-50%)
 - Sauzen op emulsiebasis, zoals mayonaise
 - Sauzen scoren momenteel over het algemeen een D of E, omdat Nutri-Score beoordeelt per 100g, terwijl in de praktijk een portie mayonaise portie in realiteit veel kleiner is.
 - Ook al wordt hier geherformuleerd, er zal nooit een beter score gehaald kunnen worden en dus geen prikkel zijn. Een Nutri-Score algoritme waar portie-grootte of productgroep specifieke criteria beter wordt meegenomen kan hier een positieve stimulus geven.
 - Vleesvervangers
 - Vleesvervangers scoren vaak A en B omdat ze vaak veel peulvruchten bevatten en positieve punten tellen, hoewel ze nog vaak heel zout zijn.
 - Wanneer producten nu al A en B scoort is de incentive om te gaan herformuleren zeer beperkt. Daarbij ontstaat een situatie waarbij backrunners op zoutgehalte waarschijnlijk onvoldoende gestimuleerd worden op producten te herformuleren en met name negatieve nutriënten te adresseren.
 - Hoewel de 'voorkant' van Nutri-Score consumenten in één opslag een beeld geeft over het voedingskundig goed/slecht zijn van het product, is het van groot belang dat de 'achterkant' van het systeem aangepast wordt, om zowel draagvlak in de voedingsmiddelensector te krijgen, als een voedselkeuzelogo te krijgen dat

consumenten effectief helpt de gezondere keuze te maken. Abnormale zaken momenteel:

- Gevoeligheid voor compensatiegedrag: bijvoorbeeld door positieve elementen toe te voegen aan je product zonder de negatieve voedingsstoffen aan te passen. Dan missen we het effect, en stimuleren we niet het herformuleren naar gezondere producten met minder zout, vet en/of suiker.
- Gebrek aan structurele incentive om voor verbetering van het voedingskundig profiel. Als je bijvoorbeeld eenmalig herformuleert en je evolueert van een C naar een B, zal er toch een extra stimulans moeten komen om te blijven verbeteren in de toekomst (en daardoor worden frontrunners dus ook onvoldoende gestimuleerd tot herformulering met dit logo).
- Per 100g criteria in plaats van productgroep specifieke criteria of criteria op basis van portie (we pleiten voor structurele opname van realistische portiegroottes en 'serving size')
- Afwijkingen met de Nederlandse voedingsrichtlijnen, zoals verwoord door diverse wetenschappers.

Deze abnormale zaken en onze voorstellen tot aanpassingen staan in detail beschreven in onze positie ten aanzien Nutri-Score (in de Achtergrondinformatie)

- Convenanten met betrekking tot grenswaarden (27)
 - Werkt prima voor ons als
 - Er een gelijk speelveld wordt gecreëerd en iedereen deelneemt
 - Grenswaarden worden opgesteld die lange termijnperspectief hebben
 - De huidige AVP sub-akkoorden zijn zo geformuleerd dat enkel 100% SKU-naleving mogelijk is om het te kunnen steunen. We zijn voorstander van doelstellingen die verkocht volume meenemen om zo impact te maken om de gezondheid van consumenten (er is niet altijd 100% naleving vereist om impact te kunnen maken)
- Onderzoek, innovatie, kennisverspreiding, expertadvies
 - We staan open om onze kennis en expertise te delen (bijvoorbeeld via ons ecosysteem in Wageningen, de verschillende werkgroepen binnen de FNLI, binnen de sectorassociaties)

De volgende prikkels zouden voor ons effectief zijn:

- **Communicatie prikkels**

- Herformuleringsclaim (12):
 - Door de huidige EU-claims wetgeving is het niet toegestaan te communiceren over reducties kleiner dan 30% (25% voor zout), dit maakt het uitdagend consumenten te voorzien van relevante informatie bij reductiestappen die daar (net) onder vallen.
 - Voorstel om een 'herformuleringsclaim' in te voeren om reducties te kunnen communiceren richting consumenten, om diverse stappen in verlaging van zout, verzadigd vet en/of suiker. Zo kan hierover gecommuniceerd worden naar consument toe, om te kunnen voldoen aan een bepaald verwachtingspatronen ten aanzien van het product en een verklaring te kunnen geven aan een gewijzigde smaak door de herformulering.
- Overheidscampagnes (22):
 - Momenteel is de algemene perceptie rondom additieven negatief. Additieven in de praktijk zijn volledig veilig en belangrijke instrumenten om herformulering te realiseren, daarnaast bestaat er reeds een wettelijk kader om additieven te gebruiken voor herformuleringsdoeleinden. Effectieve overheidscampagnes om meer vertrouwen te bouwen voor het gebruik van additieven zijn enorm waardevol om grotere stappen voor herformulering in de toekomst te faciliteren.
 - Meer algemeen is het belangrijk om structurele overheidscampagnes te lanceren om consumenten te informeren over het belang van gezond voedingspatroon en gezonde producten, om de voorkeur en keuze van consumenten voor geherformuleerde producten te bewerkstelligen. Daarbij kan een groter effect worden gerealiseerd door de werking van meer vraag -> meer aanbod.
 - Bv. campagne over het belang van minder zout en zoute producten te consumeren, en de keuze voor geherformuleerde producten.
 - De huidige wetgeving heeft als nadeel dat de negatieve perceptie rondom bepaalde ingrediënten wordt verstrekt, door de wijze waarop ingrediënten gedeclareerd moeten worden.
 - Bv. kaliumchloride wordt momenteel als zoutvervanger gebruikt om zoutverlaging te kunnen realiseren. Echter er zijn beperkingen ten aanzien van manier waarop kaliumchloride kan gedeclareerd worden op de verpakking en klinkt KCL te onbekend en onnatuurlijk voor consumenten. Door deze beperkingen moeten ontwikkelaar soms de afweging maken tussen zoutverlaging & clean label, en de finale keuze is niet altijd in het voordeel van de zoutverlaging, omdat voor een consument een clean label uiterst belangrijk is.
 - Stevia, als suikervervanger, kan enkel als steviolglycosiden gedeclareerd worden, wat niet echt heel goed gepercipieerd wordt door consument

- In-store
 - Schap innovatieve producten (10)
 - Zeer relevant, belangrijk is dat retailers willen meewerken
 - Schapkaarten (11)
 - Interessante oplossing om ook informatie over herformulering te communiceren richting consumenten, om zodanig ook een aanvullende oplossing te creëren voor de beperkingen van de bestaande EU-claimswetgeving (met de beperking >30%)
- **Financiële prikkels**
 - **Prijs & beschikbaarheid van alternatieve ingrediënten (39):** we maken meer & meer gebruik van alternatieve ingrediënten die vaak kostbaarder zijn. Het is echter onwenselijk de meerprijs direct door te zetten naar een hogere prijs voor consumenten. Tijdelijke en structurele financiële stimuli zijn wenselijk, bijvoorbeeld naar additioneel onderzoek en het opschalen van innovatieve / alternatieve ingrediënten, waardoor de prijs zal dalen en daarmee een effectieve prikkel voor herformulering
 - Bijvoorbeeld kaliumchloride versus zout, stevia versus suiker
 - **Financiële prikkels vr consumenten (25):** We stellen ons wel de vraag of dit realistisch is en hoe dit gedaan kan worden (via zorgverzekeraar?)
 - **Financiële prikkels vr fabrikanten (24)**
 - Bv. subsidies voor zoutvervangers, suikeralternatieven (bv. Stevia)
- **Publieke aanbestedingsregels (19):** Het opnemen van geherformuleerde producten bij publieke aanbestedingen kan zeker zinvol zijn om grote R&D-investeringen te rechtvaardigen. Toevoegingen aan het huidige PIANOO-systeem is daarvoor mogelijk een oplossing. De vraag naar meer geherformuleerde producten zal worden verhoogd en het aanbod zal daarmee ook verhoogd worden, vanwege de omvang van meerjarige contracten.
- **MIT-haalbaarheid (3):** Technische & economische risico's van innovatie traject dekken, maar dit is meer van toepassing wel voor MKB
- **Gezondheidsapps (21):** mits goede criteria en correctheid van de data om producten te beoordelen
- **Afneemgarantie/lange termijncontract (26):** Zinvol, ook als uitwerking van publieke aanbestedingsregels.

Bij de achtergrondinformatie kunt u onze feedback vinden op alle 39 voorgestelde prikkels.

Vraag 4 van de 4: Doelen

- Wat vindt u van de gestelde doelen?
- Zijn de genoemde doelen haalbaar?
- Zijn de doelen voldoende ambitieus?

De overheid wil de volgende doelen vaststellen:

- In de trede met producten met laagste gehalten aan zout, verzadigd vet of suiker is een grenswaarde gesteld op het gehalte waaraan 25% van de producten binnen de voedingsmiddelengroep voldoen. Het is de bedoeling dat over 10 jaar deze groep met laagste gehalten flink groter wordt. Gedacht wordt aan meer dan 50%.
- In de trede met producten met hoogste gehalten aan zout, verzadigd vet of suiker is een grenswaarde gesteld op het gehalte waar 25% van de producten binnen de voedingsmiddelengroep boven zit. Het is de bedoeling dat over 10 jaar deze groep kleiner wordt, te denken aan; kleiner dan 10%.

Unilever reactie vraag 4: in het kort

We ondersteunen de lange termijnvisie, met de ambitieuze doelen die gesteld zijn in het voornemen. We geloven gezamenlijk dat stapsgewijze reductie van de hoeveelheid zout, suiker, verzadigd vet gerealiseerd kan worden, met de belangrijkste stakeholder: de consument, die geherformuleerde producten accepteren en zelfs prefereren. Daarnaast steunen we ook het voorstel om periodieke analyses te gaan invoeren om de impact van productverbetering op de inname aan zout, verzadigd vet en suiker te onderzoeken/meten/inschatten.

We stellen voor de grenswaarde te bepalen op basis van "volume" gebaseerde data (gericht op daadwerkelijke consumptie) om als zodanig doelstellingen te ontwikkelen waarbij het volume element is verwerkt. Hierdoor krijgen bedrijven de prikkel producten met de grootste bijdrage (aan bijv. dagelijkse zoutinname, suikerinname en verzadigd vetinname) te prioriteiten en uiteindelijk grote impact te maken op gezondheid. Dit verlaagd ook de drempel om te participeren in vrijwillige afspraken rondom herformulering.

Voor enkele productgroepen zijn er grote stappen nodig (meer dan 20%) om het zoutgehalte van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te laten dalen (en ook disproportioneel met de stap die nodig is van grenswaarde 3 naar grenswaarde 2). Deze voorgestelde grenswaarden zijn dan ook een te grote uitdaging om te doen in 10 jaar tijd. Een mogelijke oplossing bij deze productgroepen waar een reductie van meer dan 20% nodig is om van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te verschuiven is om naar een 5-staps systeem te gaan, van P10 -P20-P40-P60-P80. Zo worden er meer haalbare tussendoelen opgesteld en te grote stappen vermeden.

Onze gedetailleerde feedback kan u vinden in de bijlage.

Unilever reactie vraag 4: gedetailleerd

We ondersteunen

- De lange termijnvisie, zodat stapsgewijs de hoeveelheid zout, suiker, verzadigd vet kan verlaagd worden en consument de producten blijft accepteren
- Het voorstel om periodieke analyses te gaan invoeren om de impact van productverbetering op de inname aan zout, verzadigd vet en suiker in te schatten
 - Belangrijk is na de inschatting de aanpak ook bij te sturen

In het voorstel zijn we niet akkoord met:

- Doelstellingen die gedefinieerd zijn op basis van de analyse van het aantal producten:
 - De gedefinieerde grenswaarde zijn gebaseerd op een analyse van het aantal "SKU's" (bv. 25% van de producten bevinden zich onder de grenswaarde).
 - We stellen voor de grenswaarde te bepalen op basis van "volume" gebaseerde data (tonnen product verkocht) en zo ook doelstellingen te krijgen waarbij het volume element is verwerkt. Hierdoor krijgen bedrijven de prikkel producten met de grootste bijdrage (aan bijv. dagelijkse zoutinname, suikerinname en verzadigd vetinname) eerst te herformuleren en uiteindelijk grote impact te maken op gezondheid:
 - bv. x% van de Nederlandse soep markt, gemeten naar volume, heeft op 1/1/2021 een zoutgehalte dat voldoet aan grenswaarde 1 van 296 mg natrium/100g. We wensen dat dit tegen 1/1/2031 y% wordt
 - Zo kan er echt impact gemaakt worden, aangezien de producten die veel verkocht worden minder zout zijn gemaakt.
 - Het volume element helpt onszelf ook om resources effectief in te plannen en zo grotere impact te maken met het eigen portfolio
 - Voorstel tot beoordeling van de naleving van doelen, rekening houdend met hoeveel van dat product (SKU) in een bepaalde periode wordt verkocht:

$$\text{Volume gebaseerde compliance} = \frac{\text{som van het compliant product volume* (tonnen)}}{\text{Totale product volume* verkocht (tonnen)}}$$

(*volume op basis van het gedeclareerde gewicht op verpakking)

- We geloven er sterk in dat met doelstelling op basis van volume 'achterblijvers' meer gestimuleerd gaan kunnen worden, zeker als deze in grote hoeveelheid verkocht worden (realiseren wat impact er kan gemaakt worden op gezondheid door een product te herformuleren)
 - In het huidige AVP worden maxima bepaald voor bepaalde voedingsstoffen in bepaalde productgroepen om achterblijvers te stimuleren. In deze nieuwe aanpak is er de doelstelling om de groep van 25% boven de P75 kleiner te maken, te laten dalen tot 10% boven de P75 in 10 jaar tijd. Dit lijkt ons onvoldoende stimulans voor achterblijvers, die kunnen nog steeds in die 10% blijven zitten

- Voor sommige productgroepen zijn er grote stappen nodig om het zoutgehalte van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te laten dalen (en ook disproportioneel met de stap die nodig is van grenswaarde 3 naar grenswaarde 2). Deze voorgestelde grenswaarden zijn dan ook een te grote uitdaging om te doen in 10 jaar tijd
 - Voor 7 van de 15 productgroepen (productgroepen die relevant zijn voor Unilever) is er meer dan 20% reductie nodig om van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te verschuiven
 - De moeilijkheid is ook met een groot portfolio zoals unilever dat niet alle producten jaarlijks worden aangepakt en misschien in 1 of 2 keer dat ze in die voorgestelde 10 jaar worden aangepakt, grote reducties ineens vereist zijn. Belangrijk is om de consument de tijd te geven te wennen aan een nieuwe smaak en deze te accepteren en te vermijden dat ze zelf zout gaan toevoegen terug thuis. Daarom zijn we voorstander van een stapsgewijze aanpak over langere termijn.
 - Een mogelijke oplossing bij deze productgroepen waar een reductie van meer dan 20% nodig is om van grenswaarde 2 naar grenswaarde 1 te verschuiven is om naar een 5-staps systeem te gaan, van P10 -P20-P40-P60-P80, zoals eerder beschreven. Zo worden er meer haalbare tussendoelen opgesteld, te grote stappen vermeden en meer aansluiting gevonden bij internationale plannen voor herformulering, conform 'Multi-level approach' door Choices International (en het 5-stappen model van Nutri-Score (A-E)).

- Enkele vragen:
 - Worden er voor geïmporteerde producten ook doelstellingen gesteld? Zijn deze meegenomen in de analyse van de markt?
 - Wie is er verantwoordelijk voor dat licensed producten gaan voldoen aan de doelstellingen?

Achtergrondinformatie

Hierboven staan 1 of meer vragen die horen bij de consultatie en waar we onze reactie bij kunnen plaatsen. Daarnaast is het mogelijk om een document aan onze reactie toe te voegen, bijvoorbeeld als achtergrondinformatie.

Unilever's reactie op Nutri-score als Voedselkeuzelogo:

We ondersteunen de visuele uitdrukking van Nutri-Score. We ondersteunen niet het voedingskundig profiel achter de score, omdat deze is gebaseerd op per 100g. We zijn van mening dat het voedingskundig profiel gebaseerd moet zijn op aanbevolen portie grootte of productgroep specifieke benchmarks. We hebben enkele voorstellen waar het voedingskundig profiel zou kunnen verbeterd worden en zo enkele problemen met Nutri-Score opgelost worden:

- Meer realistische scoring van kleinere portie en grotere portie producten, en zo geen enkel product demoniseren
- Meer in lijn met voedingsrichtlijnen, omdat dit gedefinieerd kan worden met product specifieke criteria

Unilever principes ten aanzien van een logo op de voorkant van de verpakking en enkele voorstellen tot verbetering van het voedingskundig profiel van Nutri-Score:



Unilever positie
FOP logo en Nutri-S

Unilever's reactie op alle 39 voorgestelde prikkels:



Toolbox incentives
comments.pdf

Unilever's sterke nutritionele doelstellingen en voortgang:

Wereldwijd zullen we tegen 2020 meer dan een miljard mensen helpen in actie te komen om hun gezondheid en welzijn te verbeteren. In bijlage de voortgang ten opzichte van alle voedingskundige doelstellingen, verduidelijkt met mooie voorbeelden van productverbetering:



Infographic



Global Progress
2019.pdf

Enkele vragen & bemerkingen:

- Is er bij de bepaling van de methodiek (grenswaarden, percentielen, ...) die hier gehanteerd wordt, gekeken naar vergelijkbare methodieken in andere Europese landen? Zijn er goede ervaringen die kunnen gedeeld worden, dat er met de keuze van deze methodiek van productverbetering er impact is gemaakt op de inname aan zout, verzadigd vet en suiker?
- Hoe zullen in de toekomst innovaties, nieuwe productgroepen, veranderende markten verwerkt worden? De huidige aanpak is vrij complex. We stellen voor om bij nieuwe of aanpassing van groepen, criteria, etc. steeds de levensmiddelensector te raadplegen.
 - Opm. Innovaties zijn makkelijker om te laten voldoen aan bepaalde voedingskundige standaarden dan renovaties (bestaande producten herformuleren), omdat hier al een referenties van bestaat. Belangrijk dus om ook bij bepalen doelen en monitoring rekening te houden met innovatie, en (stimuleren) van verschuiving naar de vraag naar innovatieve producten
- Zijn producten voor medisch gebruik en/of dieetproducten (bijvoorbeeld zoutarme, vetarme producten) meegenomen bij het bepalen van de percentielen. Met andere woorden zijn deze producten onderdeel van de herformuleringsmonitor?
- Zijn producten uit het out-of-home kanaal of Food Service-kanaal (grootverbruik) meegenomen bij het bepalen van de percentielen? Met andere woorden, zijn deze producten onderdeel van de herformuleringsmonitor? Idealiter wordt deze categorie ook meegenomen, om aan de ene kant de directe impact te vergroten en aan de andere kant bij te dragen aan veranderende smaakvoorkeur van consumenten, door ook buitenshuis geherformuleerde producten te consumeren, met behoud van de wensen en verwachtingen van bezoeken aan restaurants.
- de definities van de verschillende productgroepen is niet altijd even duidelijk. Gelieve met meer en/of betere definities duidelijk te maken wat wel/niet tot een bepaalde productgroep hoort.
Enkele voorbeelden:
 - hartige snacks, overig (2.4.1.7 HFM groep): behoren hier ook snackpotten, noedels en/of pasta (genre Unox Good noodles) bij?
 - Waar behoren vegetarische snacks bij (bv. vegetarische balletjes in saus voor bij borrel), moeten die bij vleesvervangers bekeken worden?
 - Ragout in blik, behoort deze tot vleesbereidingen (1.7.1.2.1 HFM groep)?

Referenties:

- 1. Multi-level approach Choices international



Annex 9 Multi-level
criteria 200326.pdf

- 2. Leidraad met betrekking tot het vaststellen van toleranties voor voedingswaarden die op een etiket worden vermeld

https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/labelling_nutrition-vitamins_minerals-guidance_tolerances_1212_nl.pdf.

- 3. Rapport met goed voorstel tot EU gedefinieerde portiegroottes



Portion Size
paper.pdf