

# Nutri-Pact: een Coalitie Voor Beter Eten 2021-2025

“Nutri-pact: een Coalitie voor Beter Eten 2021-2025” is een vrijwillige overeenkomst van de voedingssector om gezondere keuzes gemakkelijker te maken voor de consument.

In dit akkoord geven de partijen

- De Federatie van de Belgische Voedingsindustrie (Fevia)
- De Federatie van voedingshandel, restaurantketens en cateringbedrijven (COMEOS)

aan hoe zij zich hiervoor, elk vanuit de eigen verantwoordelijkheid, zullen inzetten de komende jaren.

## 1 OVERWEGENDE

- Dat de ‘Global Burden of Disease voor België 2017’ een inventaris heeft opgemaakt van de belangrijkste gezondheidsproblemen die in België met voeding verband houden. Dat uit de gegevens van de ‘Global Burden of Disease voor België 2016’ blijkt dat de ‘Disability adjusted life years’ in België vooral verband houden met een tekort aan volle granen, fruit, groenten, peulvruchten, noten en zaden en met een teveel aan zout.
- Dat de Hoge Gezondheidsraad op 1 oktober 2019 praktische voedingsaanbevelingen heeft uitgebracht voor volwassenen met een focus op voedingsmiddelen, namelijk de Food Based Dietary Guidelines (FBDG). Deze voedingsaanbevelingen zijn gebaseerd op de vaststellingen uit de Global Burden of Disease voor België en geven de prioriteiten weer met betrekking tot voedselkeuzes die effectief kunnen bijdragen tot het behoud en de promotie van een goede gezondheid. De FBDG voorzien verder ook in een categorisatie van “te verkiezen voedingsmiddelenproducten”, “te beperken voedingsmiddelenproducten” en “andere voedingsmiddelenproducten”. De prioriteiten van de FBDG werden door de Hoge Gezondheidsraad samengevat in de Voedingstak, vijf kernboodschappen waar de meeste aandacht naartoe zou moeten gaan om de gezondheid van de Belgen te vrijwaren en te bevorderen gelet op het verband met ziektelast. Deze kernboodschappen luiden als volgt: “Eet meer volkoren graanproducten, fruit & groenten, peulvruchten en noten & zaden en beperk je zoutinname”.
- Dat er volgens de meest recente voedselconsumptiepeiling, [VCP 2014-2015](#), voor elk van deze vijf prioriteiten nog een weg is af te leggen om deze doelstellingen te behalen en zo de grootste gezondheidswinst voor de Belgische bevolking te bewerkstelligen.

- Dat de inname van verzadigde vetzuren en suikers volgens de VCP nog te hoog ligt. De inname van verzadigde vetzuren (13 energie%) is hoger dan de aanbevolen bovengrens van 10% van de energie-inname. Ook de consumptie van suikerrijke producten is groot in alle leeftijdsgroepen.
- Dat overgewicht en obesitas belangrijke problemen zijn in België, zoals in de meeste geïndustrialiseerde landen. In 2018 heeft bijna de helft (49%) van de volwassen bevolking overgewicht (BMI  $\geq$  25) en lijdt 16% aan obesitas (BMI  $\geq$  30).<sup>1</sup> De Covid-19-crisis heeft deze uitdagingen nòg prominenter naar voor geschoven.
- Dat er vanuit de voedingssector verschillende manieren zijn om gezondere keuzes gemakkelijker te maken voor de consument, waarbij alle leden van Comeos en Fevia hun eigen steentje kunnen bijdragen, bijvoorbeeld:
  - Door de samenstelling van voedingsmiddelen (verder) te verbeteren, en specifiek te focussen op het verminderen van het suiker- en zoutgehalte in voedingsmiddelen alsook op de verhoging van het vezelgehalte.
  - Door de samenstelling van voedingsmiddelen verder te verbeteren en in te zetten op de ‘te verkiezen voedingsmiddelengroepen’ van de Food Based Dietary Guidelines. Het gaat dan met name om volkoren granen, groenten en fruit, peulvruchten, noten en zaden, melk- en melkproducten, vis, schaal- en schelpdieren en oliën en afgeleide producten rijk aan omega-3 vetzuren en olijfolie.
  - Door de samenstelling van voedingsmiddelen verder te verbeteren en minder of ‘betere’ vetten te gebruiken.
  - Door meer te investeren in een aanbod en een marketing die de consument stimuleert om gezondere keuzes te maken, waarbij o.a. ook kan ingezet worden op nudging.
  - Door extra informatie (dan wettelijk verplicht is) ter beschikking te stellen van de consument en naar hem toe transparant te communiceren over de nutritionele kwaliteit van de voedingsmiddelen, bijvoorbeeld via een FOP labellingsysteem, bijvoorbeeld door middel van het vrijwillig gebruik van een Nutri-score.
  - Door kleinere porties aan te bieden
- Dat Fevia en Comeos beseffen dat ook zij een verantwoordelijkheid hebben om de strijd aan te gaan tegen onevenwichtige voedingspatronen en dat ze deze verantwoordelijkheid reeds verschillende jaren opnemen. Ze hebben via zelfregulering ingezet op de drastische vermindering van transvetzuren in hun voedingsmiddelen. Met het Zoutconvenant (2008-2013) verminderden ze de zoutinname bij de Belgen met 10%. Met het Convenant Evenwichtige Voeding (2012-2020) hebben Fevia en Comeos een mooie bijdrage geleverd aan een vermindering van de calorie-inname door de Belgische consument. De onafhankelijke data van Euromonitor bevestigen namelijk een dalende trend in het aantal aangekochte kcal in de Belgische winkels. Om een volledig beeld te krijgen van de resultaten, volstaat het echter niet om alleen naar de aankoopzijde te kijken. Er is een verdere duiding nodig bij de nutritionele evolutie van het voedingsaanbod en de herformuleringen die zijn gebeurd; via Nutri-Track zullen we hierop een beter zicht krijgen. Ook moet een nieuwe voedselconsumptiepeiling de effectieve consumptie van de Belgische bevolking in kaart brengen.

---

<sup>1</sup> [Gewichtstoestand - Naar een gezond België \(gezondbelgie.be\)](http://gezondbelgie.be)

- Dat het de bedoeling was om met de Convenanten een kentering in te zetten en het voor de consument gemakkelijker te maken om gezondere keuzes te maken. Dat de voedingssector vandaag de resultaten van zijn inspanningen ziet, maar dat hij er zich ook terdege van bewust is dat deze inspanningen gecombineerd moeten worden met communicatie vanuit de overheid om een positieve impact te hebben op de huidige welvaartziektes. De voedingssector wil daarom hand in hand met de overheid een deel van de verantwoordelijkheid blijven nemen.
- Dat de verbetering van het productaanbod vaak stapsgewijs moet plaatsvinden vanwege (smaak)gewenning bij de consument. En dat productverbetering tijd vraagt, zeker als naast smaak ook technische aspecten en/of voedselveiligheidsaspecten een rol spelen. Bovendien is het voor bepaalde sectoren niet evident om tot een energie-reductie te komen aangezien voor bepaalde producten, alle ingrediënten een calorische bijdrage leveren. Ook geven verschillende sectoren aan dat de technische grenzen bereikt zijn voor de herformulering van hun producten, en dat ze dus aan het einde van het herformuleringsproces zitten.
- Dat de voedingsmiddelenmarkt een internationale markt is en dat geïmporteerde producten ook betrokken moeten worden bij de monitoring van productverbeteringen.
- Dat de out-of-home voedingsmarkt (horeca, food-service, ....) ook een belangrijke bijdrage levert aan de voedingsinname van de Belgische bevolking en dat deze ook betrokken moeten worden bij (de monitoring van) de verbetering van hun snacks en maaltijden.
- Dat transparantie over inzet en resultaten van deze coalitie zeer belangrijk is en dat de evaluatie van de voortgang van de ambities dan ook een essentieel onderdeel is van de aanpak.
- Dat het belangrijk is om de voedingssector te betrekken in het beleid op het vlak van een gezondere levensstijl en gezondere voedingspatronen, om tot realistische oplossingen te komen.
- Dat variatie in de voeding belangrijk is en er dus rekening moet gehouden worden met het volledige voedingspatroon en dat de focus niet enkel gelegd mag worden op afzonderlijke voedingsmiddelen.
- Dat een gezonder aanbod op zichzelf geen garantie is voor gezondere voedingskeuzes. Dat die aanpak het meest effectief is wanneer de overheid tegelijk consumenten overtuigt om bewust te kiezen voor een evenwichtige levensstijl en dus ook voor de innovatieve producten die de voedingssector op de markt brengt. En liefst vanuit een 'health-in-all-policies' aanpak waarbij alle domeinen en bevoegdheidsniveaus samenwerken aan een omgeving die gezondere keuzes gemakkelijker maakt. Daarbij mag niet uit het oog worden verloren dat ook inspanningen op andere vlakken nodig zijn (beweging en sport, minder sedentaire levensstijl, ...).
- Dat de voedingssector met het huidige engagement helpt om de ambities en acties van de EU Code of Conduct te realiseren. Dat hij specifiek bijdraagt aan de acties die onder het thema "*Food consumption for healthy and sustainable diets*" zijn geformuleerd, namelijk "*More healthy, balanced and sustainable food consumption patterns*" en "*Enhanced information, responsible marketing and empowerment*".

- Dat de voedingsindustrie met het huidige engagement ook helpt om de doelstellingen en de targets van de Fevia Integrated Sustainability Roadmap 2025 te realiseren. Dat ze meer bepaald bijdraagt aan drie specifieke doelstellingen die onder “*Promoting a healthy lifestyle with more access to affordable healthy and delicious products with aligned communication*” vallen, met name het inzetten op productherformuleringen in lijn met de FBDG, het inzetten op transparante en wetenschappelijk gefundeerde communicatie die gezondere keuzes gemakkelijker maakt, en het voeren van marketing in overeenstemming met de Nieuwe Reclamecode voor Voedingsmiddelen. De evaluatie van deze doelstellingen zal in de Sustainability Roadmap gebeuren via KPI's en specifieke targets.

## 2 KOMEN DE ONDERTEKENENDE PARTIJEN HET VOLGENDE OVEREEN:

### AMBITIES EN ENGAGEMENTEN

#### *Productsamenstelling, portiegrootte*

1. Fevia en Comeos moedigen hun bedrijven en sectoren aan om de nutritionele kwaliteit van hun voedingsmiddelen verder te optimaliseren, in het bijzonder door:
  - a. verder bij te dragen tot een gereduceerde zoutinname bij de Belg tot de gemiddelde dagelijkse aanbevolen hoeveelheid van ten hoogste 6 gram zout per dag.
  - b. verder bij te dragen tot een gereduceerde inname van suiker bij de Belg tot de gemiddelde dagelijkse aanbevolen hoeveelheid van ten hoogste 10% van de totale energie-inname (o.a. door herformuleringen, ontwikkeling van innovatieve producten, ...).
  - c. verder bij te dragen tot een verhoogde inname van voedingsvezels bij de Belg tot de gemiddelde dagelijkse aanbevolen hoeveelheid van ten minste 25 gram vezels per dag.
2. Fevia en Comeos moedigen hun bedrijven en sectoren aan om in te zetten op de voedingsaanbevelingen van de FBDG. Dit is in het bijzonder mogelijk door in het productaanbod in te zetten op meer volkoren granen, meer groenten & fruit, meer peulvruchten en meer noten & zaden. Ook op de andere te verkiezen voedingsmiddelengroepen uit de FBDG kan ingezet worden, namelijk melk & melkproducten, vis, schaal- & schelpdieren, en oliën en afgeleide producten rijk aan omega-3 vetzuren en olijfolie.
3. Fevia en Comeos moedigen hun bedrijven en sectoren aan om het voor de consumenten gemakkelijker te maken minder energie te consumeren. Deze vermindering van de calorie-inname kan gerealiseerd worden door het gehalte aan suikers in voedingsmiddelen te verlagen zoals vermeld in (1.b.) en/of door minder vetten – in het bijzonder verzadigde vetten – te gebruiken, en/of

door de portiegrootte te verkleinen (bv. portiecontrole tot minder dan 200 kcal) of portie-informatie aan te bieden.

4. Fevia en Comeos vragen aan de federale overheid om onderzoek naar technische oplossingen te ondersteunen met als doel om de nutritionele samenstelling aan te passen zonder afbreuk te doen aan smaak, voedselveiligheid en -kwaliteit. Specifiek vragen de federaties aan de overheid om de mogelijkheden te onderzoeken om investeringen in onderzoek en ontwikkeling fiscaal aantrekkelijk te maken en om de resterende wettelijke belemmeringen verder weg te werken.

### Concrete aanpak voor productherformuleringen

5. Elk bedrijf kan geherformuleerde producten, die bijdragen aan de ambities van dit engagement, op de Belgische markt brengen. Alle merkproducten en huiskmerkproducten komen dus in aanmerking. Ze moeten evenwel voldoen aan de volgende cumulatieve voorwaarden:
  - a. Het wijzigen van de nutritionele samenstelling is geen inbreuk op de wettelijke bepalingen en de veiligheid van het betreffende product;
  - b. Het wijzigen van de nutritionele samenstelling leidt niet of minimaal tot procestechnologische implicaties of tot implicaties met betrekking tot de sensorische kwaliteit (smaak, kleur, textuur,...) ervan; en
  - c. Het wijzigen van de nutritionele samenstelling mag niet leiden tot een globale vermindering van de nutritionele kwaliteit.
6. De mate waarin de leden van Fevia en Comeos kunnen bijdragen tot de herformuleringsambities, wordt mede bepaald door de mate waarin ze zeggenschap hebben over de samenstelling van de producten (A-merken, private label) en door de mate waarin deze producten of productcategorieën verkocht worden.
7. Fevia en Comeos vragen hun bedrijven en sectoren om bij te dragen tot een verminderde zout- en suikerinname door de Belgische consument via de volgende aanpak:
  - a. Fevia en Comeos zullen trachten meer inzicht te verwerven in de variabiliteit in zout- en suikergehaltes van de verschillende productcategorieën op de Belgische markt. Dit gebeurt met de Nutri-Track database van Sciensano (of evenwaardig) als basis. Voor een verdere interpretatie en duiding kunnen ad hoc bijkomende bronnen geconsulteerd worden (o.a. data sectormonitoring);
  - b. Nadien vergelijken Fevia en Comeos de samenstelling in zout en suikers van de productcategorieën uit (7.a.) met de Europese markt, om na te gaan hoe deze productcategorieën zich qua suiker- en zoutgehalte verhouden ten opzichte van de Europese markt. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de database bekomen uit het EUREMO-project (of evenwaardig).
  - c. De inzichten uit (7.a.) en (7.b.) worden besproken, naargelang de relevantie, tussen de betrokken sector en Comeos en/of binnen de Werkgroep Nutrition en COVAL van Fevia en/of binnen de Werkgroep Voeding en Gezondheid van Comeos. De Werkgroepen zullen beroep doen op Sciensano voor haar advies en expertise.
  - d. Op basis van deze besprekingen zullen de te behandelen productcategorieën door de bedrijven en deelsectoren worden gedefinieerd. Dit gebeurt in samenspraak met Fevia, respectievelijk Comeos.
  - e. Indien mogelijk zullen bedrijven in samenwerking met hun deelsector voor de productcategorieën gedefinieerd in (7.d.), aanbevolen maximale zout- en suikergehaltes

- bepalen. Ze hanteren deze maximumgehalten zo goed als mogelijk als criteria voor de herformulering van hun product(en).
- f. Suiker- en zoutinname kan niet alleen verminderd worden door productherformulering maar daarnaast kan dit ook door de portiegrootte te verkleinen en daaromtrent meer bewustzijn te creëren.
8. Fevia en Comeos vragen hun bedrijven en sectoren om bij te dragen tot een verhoogde vezelinname door de Belgische consument via de volgende aanpak:
    - a. De bedrijven van Fevia/Comeos bepalen in samenspraak met hun betrokken deelsector welk(e) product(en) ze uit hun aanbod van brood- of graanproducten evenwichtiger willen maken met betrekking tot het vezelgehalte en/of voor welke producten ze de consumptie willen stimuleren (bvb. de consument aanzetten de gezondere keuze voor bruin/volkorenbrood i.p.v. voor wit te maken.)
    - b. De bedrijven en hun deelsectoren leggen per productcategorie een streefdoel vast om het gemiddelde vezelgehalte van brood- of andere graanproducten te verhogen
    - c. De productcategorieën en streefdoelen worden gevalideerd in de Werkgroep van Fevia, respectievelijk Comeos.
    - d. De producten van toepassing voor (8.a.), (8.b.) en (8.c.) vallen onder de voorwaarden zoals gedefinieerd in (5)

### Consumenten stimuleren om gezondere voedingskeuzes te maken o.a. via nudging

9. Fevia en Comeos moedigen hun bedrijven en sectoren aan om de Belgische consument te stimuleren een evenwichtiger voedingspatroon te hebben. Nudging kan daarbij een nuttige tool zijn om de consument een duwtje in de gezondere richting te geven. Fevia en Comeos ontwikkelen met behulp van een nudgingexpert een pilootproject rond nudging en maken een rapport op met best practices die ze ter beschikking stellen van hun leden.
10. Fevia en Comeos moedigen hun bedrijven en sectoren aan om meer te investeren in marketing die de consument stimuleert om gezondere keuzes te maken.
11. Fevia en Comeos blijven hun initiatieven inzake verantwoorde marketing verderzetten. De Nieuwe Reclamecode voor Voedingsmiddelen is daarbij de leidraad voor de leden van Fevia en Comeos, voor wat betreft verantwoorde marketing naar zowel volwassenen als kinderen.
12. Fevia en Comeos moedigen hun bedrijven en sectoren aan om extra informatie (meer dan wettelijk verplicht is) ter beschikking te stellen teneinde transparant te communiceren naar de consument over de nutritionele kwaliteit van hun voedingsmiddelen. Dit kan bijvoorbeeld via een vrijwillige front-of-pack nutrition labelling zoals de Nutri-score of via andere vormen van etikettering. Dit kan ook door de nutritionele gegevens van voedingsmiddelen ter beschikking te stellen van NUBEL/GS1. De leden van Fevia en Comeos kunnen ook een bedrijfseigen strategie volgen, en bijvoorbeeld extra informatie aanbieden via folders, in het winkelpunt, via magazines of op websites.
13. Fevia en Comeos dringen er bij de federale overheid op aan om, in samenspraak met de gemeenschappen, te communiceren over de voedingsaanbevelingen van de FBDG, en in het bijzonder over diegene die de grootste gezondheidswinst opleveren voor de Belgische bevolking. Daarnaast vragen de federaties aan de overheid om het brede Belgische publiek



te informeren over de correcte interpretatie van de Nutri-Score, teneinde een gezondere voedingskeuze binnen een bepaalde productcategorie gemakkelijker te maken.

14. Fevia en Comeos zijn bereid zichtbaarheid te geven aan de communicatie en de sensibiliseringsinitiatieven van de overheid in uitvoering van (13).
15. Fevia en Comeos dringen er bij de federale overheid op aan om regelmatig (3-4x/jaar) overleg met hen te houden inzake de nieuwste aanpassingen, governance of andere evoluties van het vrijwillige front-of-pack logo Nutri-Score, zowel in België als in Europa. Idealiter wordt deze informatie op regelmatige basis op de website van de overheid gepubliceerd.

## MONITORING

16. Dit engagement duurt vanaf ondertekening tot en met 31 december 2025. Als baseline voor de nutritionele samenstelling van de betrokken merkproducten en huismerken zal de situatie van 2020 aangenomen worden. De finale rapportering zal in 2026 plaatsvinden.
17. De leden van Fevia en Comeos hebben de mogelijkheid om met Sciensano samen te werken voor het uitwisselen van data van hun betrokken producten, in het kader van de Nutri-track monitoring. Deze data-uitwisseling gebeurt in individueel overleg tussen de geëngageerde leden en Sciensano, al dan niet met bijkomende afspraken. Sciensano kan deze data integreren in haar Nutri-Track databank.
18. De bekomen data uit de Nutri-Track databank van Sciensano zullen gebruikt worden voor de monitoring van dit engagement, meer bepaald om de evolutie van de nutritionele samenstelling van de betrokken merkproducten en huismerken na te gaan.
19. Om na te gaan of de ambities gerealiseerd zijn, zal tevens beroep worden gedaan op de voedselconsumptiepeilingen van Sciensano. Fevia en Comeos vragen aan de federale overheid om te onderzoeken of ze op een regelmatigere basis (dan om de 10 jaar) de Voedselconsumptiepeiling of een alternatieve peiling kan organiseren.
20. Fevia en Comeos vragen aan de federale overheid om voor Sciensano de nodige financiële middelen te voorzien
  - a. Om de Nutri-Track database jaarlijks aan te vullen en op te volgen;
  - b. Om de Voedselconsumptiepeilingen regelmatig uit te voeren.

## CONCRETE ACTIES TER UITVOERING VAN HET NUTRI-PACT: EEN COALITIE VOOR BETER ETEN

21. Fevia en Comeos zullen een digitaal platform oprichten waarop hun leden hun engagementen in uitvoering van het Nutri-pact kunnen publiceren.
22. In het begin van de looptijd van dit Nutri-pact organiseert Fevia een rondetafelsessie over de ambities die in dit Nutri-pact zijn vastgelegd. Fevia nodigt hierbij verschillende stakeholders uit,

waaronder verschillende onafhankelijke experten en de overheid. Ze gaan in dialoog met elkaar over de stand van zaken van deze ambities en over de volgende stappen die ze, elk vanuit hun eigen verantwoordelijkheid, kunnen zetten in de richting van een gezondere toekomst.

---

Dominique Michel  
CEO Comeos

---

Bart Buysse  
CEO Fevia