

## Transparant communiceren over voedingswaarden

Wij willen zo transparant mogelijk communiceren over de voedingswaarden van onze producten. Wij willen dat meer bedrijven meer extralegale informatie ter beschikking stellen van de consument, zodat die gemakkelijker kan kiezen voor evenwichtig voeding en dranken.



## Wat is onze doelstelling richting 2025?

We moeten ervoor zorgen dat de consument over informatie beschikt die hem toelaat om een bewuste keuze te maken. Daarom proberen we zo transparant mogelijk te communiceren over de nutritionele waarde van de voeding en dranken die we consumenten aanbieden.

We gaan hierbij verder dan de wettelijk vereiste voedingswaarde-etikettering, zoals bepaald door de zogenaamde FIC-verordening (Food Information to Consumers). Het doel is een stijgende tendens, waarbij meer bedrijven meer extralegale informatie ter beschikking stellen voor meer van de voeding en dranken die ze op de markt brengen.

## Hoe willen we die doelstelling bereiken?

We willen via verschillende kanalen bijkomende informatie delen over de voeding en dranken die we op de markt brengen:

- Fevia overlegt met Nubel en GS1 over (de modaliteiten rond) het ter beschikking stellen van de gegevens van de ondernemingen.
- Via een ad-hocwerkgroep werken we samen met GS1 en de distributiesector om de FIC-voorschriften te implementeren met betrekking tot 'verkoop op afstand' en om afspraken te maken over het ter beschikking stellen van extralegale informatie.
- We passen de etikettering van onze dranken en voeding aan.
- We verstrekken bijkomende informatie op onze eigen websites.
- We publiceren "Food.be Snacks"-artikelen op de website van Fevia.

## Waar staan we vandaag?

Periodiek (jaarlijks of tweejaarlijks) zal Fevia nagaan welke extralegale nutritionele informatie bedrijven ter beschikking stellen en welke informatiekkanalen voedingsbedrijven gebruiken om consumenten te

informereren over de samenstelling van hun producten. Daarvoor legde Fevia in 2022 een nulmeting vast via een bevraging van haar leden. Dit zijn de belangrijkste trends:

- 34% van de respondenten gebruikt een aanvullende vorm van voedingswaarde-etikettering op hun etiketten (traffic light, Nutri-Score, referentie-innames), waarvan 35% dit voor al hun merken doet.
- 33% van de respondenten herhaalt de energiewaarde op de voorkant van hun etiketten.
- 15% van de respondenten verstrekt extralegale nutritionele informatie aan Nubel. 58% van hen communiceert ook het vezelgehalte.
- 42% van de respondenten verstrekt extralegale nutritionele informatie aan GS1. Daarvan communiceert bijna de helft de Nutri-Score of de informatie om die te berekenen, terwijl 42% dat doet voor het vezelgehalte.
- 40% van de respondenten vermeldt nutritionele claims op hun verpakkingen. Bijvoorbeeld: bron van omega 3-vetzuren, vezelrijk, bron van eiwitten, zoutarm, rijk aan calcium, caloriearm.

De gegevens waarmee we de evolutie kunnen opvolgen, worden verkregen uit de bovengenoemde vragenlijst, de merknamedatabank van Nubel, het platform "My Product Manager" van GS1, via de lijst van merken die zich aan de Nutri-Score houden die beschikbaar is op [de website van de FOD Volksgezondheid](#) en via [NUTRITRACK](#) van Sciensano, een monitoringsysteem om de voedingskwaliteit van voedingsproducten op de Belgische markt te volgen.

## Wat doen we concreet als sector?

- Fevia informeert haar leden via haar wekelijkse nieuwsbrief, tijdens bijeenkomsten van de werkgroep "Food Information to Consumers" en door het organiseren van informatiesessies met de Belgische autoriteiten. Via dezelfde kanalen sensibiliseert Fevia haar leden over de toegevoegde waarde van het aanbieden van extra nutritionele informatie op vrijwillige basis.
- Via het online platform "My Product Manager" van GS1, de organisatie die internationale normen ontwikkelt voor het identificeren, vastleggen en delen van gegevens. Op dit platform delen wij gegevens over de samenstelling van onze voeding en dranken, zoals de ingrediënten en de nutritionele waarden.
- We kunnen het platform van GS1 aan onze eigen websites koppelen. Op die manier verkrijgen consumenten die online winkelen zowel de verplichte informatie (FIC-voorschriften) als informatie die vrijwillig wordt verstrekt.
- Via de merknamedatabank van Nubel. Deze vzw beheert de nutritionele, wetenschappelijke informatie over voeding en dranken die in het normale Belgische voedingspatroon voorkomen. De databank bevat nutritionele informatie over meer dan 7000 levensmiddelen en merkproducten.
- Op de verpakking, door extralegale nutritionele informatie in de voedingswaarde-etikettering op te nemen, zoals de Nutri-Score of referentie-innames.
- Fevia werkt met haar leden samen om gemeenschappelijke standpunten te ontwikkelen. Op die manier publiceerde Fevia in augustus 2020 een gezamenlijk standpunt over nutritionele etikettering. Dit standpunt weerspiegelt onze bereidheid om vrijwillig extralegale nutritionele informatie beschikbaar te maken voor de consument.

## Wat hebben we gedaan sinds de lancering van de roadmap?

- Op 18 oktober 2022 organiseerde Fevia in samenwerking met de Belgische autoriteiten een webinar over de context van "Food Information to Consumers". Er waren ongeveer 300 deelnemers. De voedingswaarde-etikettering (op de voorkant van de verpakking) kwam uitvoerig aan bod.