

## De gezondere keuzes makkelijker maken

We willen de gezondere keuzes voor consumenten steeds gemakkelijker maken. Daarom gaan we voor een nieuw convenant waarin we bijkomende ambities en engagementen opnemen. We willen daarbij alle stakeholders en de overheid betrekken.



## Wat is onze doelstelling richting 2025?

We willen de nutritionele kwaliteit van onze voeding en dranken verder verbeteren en het voor Belgische consumenten makkelijker maken om te kiezen voor evenwichtigere voeding en dranken. Specifiek willen we de calorie-inname van de consument helpen verlagen en bijdragen aan een gezondere levensstijl.

Verder willen we samen met alle betrokken partijen in de voedingsketen duidelijke ambities en engagementen nemen op het vlak van productherformuleringen, portiegroottes, marketing en consumenteninformatie.

## Hoe willen we die doelstelling bereiken?

- We willen samen met de sector van de retail een nieuw gezamenlijk initiatief lanceren met een waaier aan ambities en engagementen waarop alle betrokken actoren de volgende jaren inzetten. Dit nieuwe initiatief – het “Nutri-Pact: een Coalitie Voor Beter Eten” – is de opvolger van het Convenant Evenwichtige Voeding en wordt uitgerold vanaf eind 2021 tot eind 2025.
- In het Nutri-pact vinden we de motivatie om concrete engagementen aan te gaan en deze te publiceren op een digitaal platform. Fevia zal elk jaar meten hoeveel nieuwe engagementen van de sectoren en de bedrijven op het platform staan. Het aantal gepubliceerde engagementen kan evolueren naar een toekomstige KPI. De deelsectoren die cijfermatige engagementen zullen aangaan, zullen monitoringdata ter beschikking stellen in 2026.
- In het kader van het nieuwe Nutri-pact willen we ook een pilootproject op het vlak van ‘nudging’ opstarten. De gezondere keuzes moeten immers niet alleen ter beschikking zijn, de consument moet die keuzes ook effectief maken. We geven de consument daarbij best een duwtje in de rug om die gezondere keuzes te maken.
- Niet alleen voedingsbedrijven actief in productie en distributie beïnvloeden de keuze van de consument voor gezondere voeding en dranken. We gaan ook andere sectoren, van cateraars tot kleinhandel en horeca, uitnodigen om zich te engageren en om concrete acties te ondernemen via dit initiatief. Fevia wil daarom een rondetafelgesprek organiseren – in samenwerking met onafhankelijke experts en de overheid – over de vastgelegde ambities en engagementen. We zullen in dialoog gaan

met elkaar over de stand van zaken van deze engagementen en ambities en over de volgende stappen die we, elk vanuit onze eigen verantwoordelijkheid, kunnen zetten richting een gezondere toekomst.

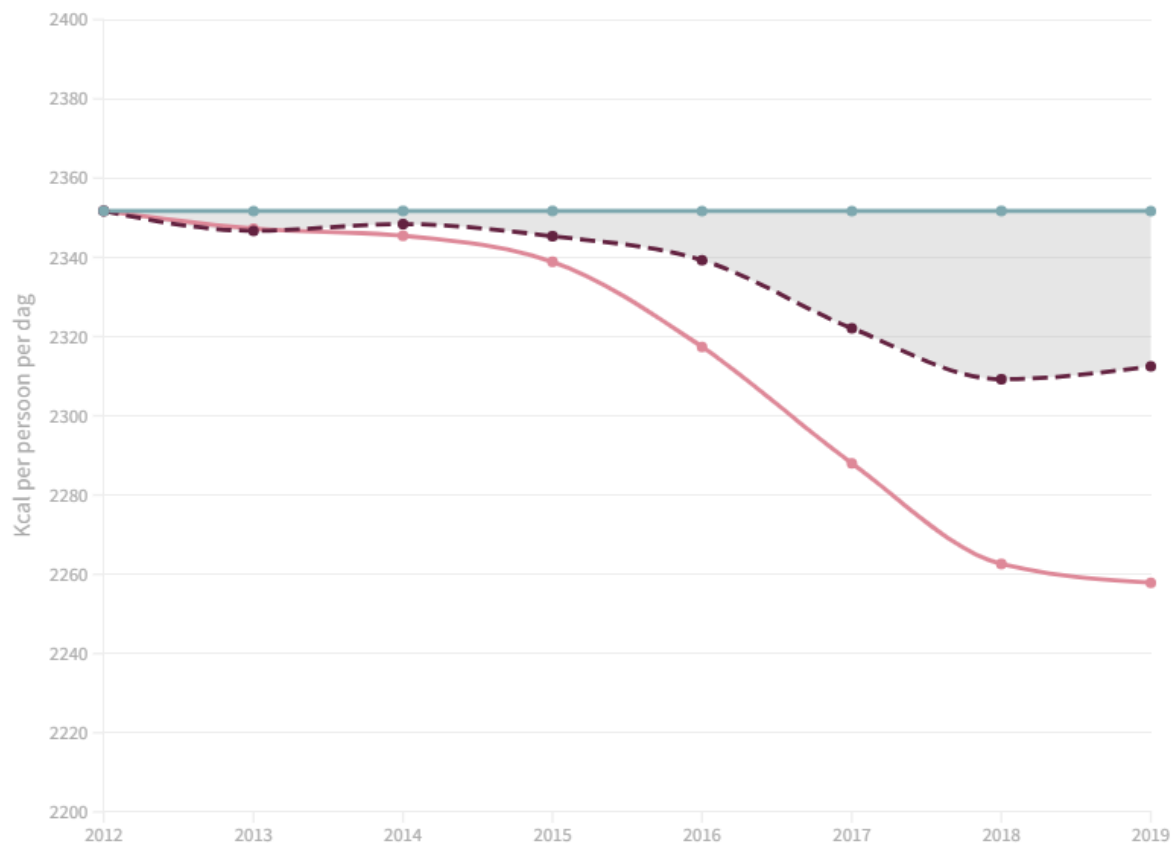
## Waar staan we vandaag?

### Resultaten van de afgelopen convenanten

We werken al jaren proactief aan een evenwichtiger voedingsaanbod. Zo hebben we ingezet op de eliminatie van transvetzuren in onze voeding en dranken en verminderden we dankzij het Zoutconvenant (2008-2013) de zoutinname bij Belgen met 10%.

Met het Convenant Evenwichtige Voeding hebben we een mooie stap vooruit gezet om de energie-inname van de Belgische consument te doen dalen. De monitoringsresultaten van het Convenant Evenwichtige Voeding (2012-2020), die via Euromonitor zijn berekend, illustreren duidelijk de dalende trend.

### Evolutie aantal aangekochte kcal in Belgische winkels



*Bijdrage van alle voedingscategorieën (frisdranken, alcoholische dranken, verse voeding en verpakte voeding) aan de daling van het aantal aangekochte kcal per persoon per dag*

*Bijdrage van het Convenant Evenwichtige Voeding (verpakte voeding en frisdranken) aan de daling van het aantal aangekochte kcal per persoon per dag  
Referentie (jaar 2012)*

*Bron: Euromonitor*

Tussen 2016 en 2018 zaten we op kruissnelheid met de reductie van het aantal aangekochte kcal in de Belgische winkels. Euromonitor International's Passport Nutrition toont aan dat we met het convenant het aantal aangekochte kilocalorieën in de Belgische winkels met 2% lieten dalen tussen 2012 en 2019.

In bovenstaande grafiek vergelijken we de bijdrage van het Convenant Evenwichtige voeding (waarbij we inzetten op soft drinks en packaged food) ook met de bijdrage die alle voedingscategorieën (soft drinks, alcoholic drinks, fresh food en packaged food) leveren aan de reductie van het aantal aangekochte kcal in Belgische winkels. Deze laatste zorgde voor een daling van 4% tussen 2012 en 2019.

In 2020 hield de 2% reductie niet stand, maar 2020 was dan ook een uitzonderlijk jaar met veel meer aankopen in de Belgische retail en met hamstergedrag. Het jaar 2020 was zo uitzonderlijk dat het weinig tot niet vergelijkbaar is met de jaren voordien.

Een aantal sub-sectoren namen in het kader van het Convenant Evenwichtig Voeding ook concrete herformuleringsengagementen. Zij rapporteerden zelf over de resultaten van die engagementen en daaruit blijkt dat - op 1 productcategorie na - alle herformuleringsdoelstellingen zijn gehaald en sommige zelfs ruimschoots zijn gehaald. De mooie resultaten van de sub-sectoren, en van de zuivel- en de frisdrankensector in het bijzonder, bevestigen dan ook de dalende trend in aangekochte kcal die Euromonitor laat zien.

Gezien onze inspanningen en mooie resultaten om herformuleerde producten op de markt te brengen die evenwichtiger zijn, hadden we erop gerekend dat de calorie-inname bij de consument nog sterker zou dalen. Die sterkere daling heeft zich niet voorgedaan, omdat de consument nog onvoldoende de gezondere keuzes aankoopt. We concluderen hieruit dat het aanbieden van de gezondere keuzes niet automatisch leidt tot de aankoop en consumptie ervan door de consument. In ons nieuwe Convenant "Nutri-pact: een Coalitie voor Beter Eten" zetten we naast het aanbod van gezondere keuzes daarom ook in op het stimuleren van de consument om de gezondere keuzes te maken.

## Het nieuwe convenant "Nutri-pact: een Coalitie voor Beter Eten"

Eind 2021 hebben Fevia en Comeos de teksten voor een nieuw en gezamenlijk engagement, het "Nutri-pact: een Coalitie voor Beter Eten", afgewerkt en goedgekeurd. Op 12 oktober 2023 vond de lancering van het Nutri-pact plaats.

Het Nutri-pact bestaat uit twee grote luiken:

- We engageren ons om de samenstelling van onze voedingsproducten (verder) te verbeteren:
  - we doen dit enerzijds door in te zetten op de prioriteiten van de Food Based Dietary Guidelines en meer volkoren granen, meer groenten & fruit, meer peulvruchten en meer noten & zaden toe te voegen aan ons productaanbod.
  - Anderzijds focussen we, waar mogelijk, op het verminderen van het suiker- en zoutgehalte en op het verhogen van het vezelgehalte in onze producten. Twee wetenschappelijke rapporten die Sciensano nog zal publiceren, zullen de basis vormen voor verdere productherformuleringen; Nutri-Track, dat de nutritionele evolutie van het productaanbod in België in kaart brengt, en EUREMO, dat de vergelijking maakt met het productaanbod in de omringende landen.

- Voor sommige producten zijn geen productformuleringen (meer) mogelijk. In dit geval kunnen portiegroottes verkleind worden en kan hieromtrent meer bewustzijn gecreëerd worden.
- Daarnaast voorzien we ook een nieuw luik in het Nutri-Pact waarbij we de consument willen stimuleren om effectief de gezondere keuzes te maken. We doen dit door:
  - een nudgingproject op te starten onder leiding van nudgingexpert BE4LIFE. Het doel is om gezondere keuzes subtiel naar voren te schuiven in de winkelomgeving en te kijken of dit de consument helpt om effectief gezondere keuzes te maken. We verwachten de resultaten van dit nudgingproject in 2024.
  - meer in te zetten op een marketing die de gezondere opties onder de aandacht van de consument brengt.
  - consumenten extra informatie te verschaffen over de nutritionele kwaliteit van hun voedingsproducten, bijvoorbeeld door middel van een Nutri-score op de verpakking.

Met ons nieuwe convenant reiken we de hand uit naar de overheid en naar de andere sectoren die voeding aanbieden (zoals de horeca, de cateraars en de kleinhandel) om elkaars engagementen te versterken en samen te werken aan gezondere voedingspatronen.

Ten slotte hebben Fevia en Comeos de website [www.nutri-pact.be](http://www.nutri-pact.be) gecreëerd, waarop bedrijven kunnen vertellen hoe ze het Nutri-pact in de praktijk brengen en welke inspanningen ze nemen om de gezondere keuze gemakkelijker te maken voor de consument. Ondertussen staan er 24 best practices van Fevia-leden op de website, en dit cijfer blijft aantikken want we verwachten nog meer verhalen van onze leden. De website zal dan ook blijvend geüpdatet worden.

## Wat doen we concreet als sector?

- Fevia blijft sub-sectoren en bedrijven uit de voedingsindustrie motiveren om engagementen te nemen om de gezondere keuzes gemakkelijker te maken. Zo organiseerde Fevia in 2020 een webinar over gezonde voedingspatronen in een Belgische context en riep Fevia haar leden op om nieuwe engagementen aan te gaan voor de periode 2021-2025.
- Heel wat voedingsbedrijven investeren op verschillende manieren om de gezondere keuzes gemakkelijker te maken voor de consument. Ze doen dat door:
  - Door de samenstelling van voeding en dranken (verder) te verbeteren, met een specifieke focus op het verminderen van het suiker- en zoutgehalte en op het verhogen van het vezelgehalte.
  - Door daarbij in te zetten op de 'te verkiezen voedingsmiddelengroepen' van de Food Based Dietary Guidelines: volkoren granen, peulvruchten, groenten en fruit, noten en zaden, melk- en melkproducten, vis, schaal- en schelpdieren en oliën en afgeleide producten rijk aan omega-3 vetzuren en olijfolie.
  - Door minder of 'betere' vetten te gebruiken.
  - Door kleinere porties aan te bieden.
  - Door meer te investeren in een aanbod en een marketing die de consument stimuleert om gezondere keuzes te maken.
  - Door de consument extra informatie te verschaffen en door op een transparante manier te communiceren over de nutritionele kwaliteit van voeding en dranken, bijvoorbeeld door middel van een Nutri-Score op de verpakking.

- We realiseren dit in de praktijk mede door deelname aan de innovatieprojecten die worden uitgevoerd binnen Flanders' FOOD en Wagralim en door deelname aan de opleidingsprojecten binnen Alimento.

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

Sinds de lancering van deze duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie in november 2021 hebben we grote stappen vooruit gezet met ons nieuwe Nutri-pact:

- We hebben binnen Fevia verschillende bilaterale gesprekken gehad om na te gaan welke concrete engagementen we kunnen nemen in uitvoering van het Nutri-pact.
- Fevia en Comeos hebben het "Nutri-pact: een Coalitie voor Beter Eten" gelanceerd in oktober 2023.
- We hebben de website [www.nutri-pact.be](http://www.nutri-pact.be) gecreëerd, waarop we meer uitleg geven over de inhoud van het nieuwe Nutri-pact, een tijdelijk weergeven van alle vorige initiatieven die we genomen hebben en de best practices van onze bedrijven vermelden met de verschillende manieren waarop ze de gezondere keuzes gemakkelijker maken voor de consument.
- Met de masterclass over nudging die in april 2023 plaatsvond, gaven we het startschot voor het nudgingproject dat we gedurende een jaar uitrollen onder leiding van nudgingexpert BE4LIFE (Behavioral Economics for Life). BE4LIFE test momenteel samen met de deelnemende bedrijven concrete nudginginterventies uit, toegepast op hun voedingsproducten en in de winkelomgeving.
- Fevia organiseerde in september 2023 de Ronde Tafel "Gezondere voedingskeuzes gemakkelijker maken". Verschillende stakeholders, waaronder andere sectorfederaties, gezondheidsexperten, academici en het middenveld waren aanwezig. We gingen met hen in dialoog over hoe we elkaars plannen en engagementen kunnen versterken en hoe we, elk vanuit onze eigen verantwoordelijkheid, kunnen bijdragen aan een gezondere toekomst. De Ronde Tafel leverde interessante inzichten op.