

## **FEVIA pleit voor debat rond energiebalans en gezonde levensstijl**

### **Gezond eten is meer dan beperken van inname van suikers**

**Brussel, 5 maart 2015** – De Wereldgezondheidsorganisatie (WGO of WHO) publiceerde een nieuw advies over de inname van vrije suikers. FEVIA, de federatie van de voedingsindustrie, steunt de oproep om op een verantwoorde manier om te gaan met de inname van suikers. De voedingsindustrie pleit wel voor een breder maatschappelijk debat rond voeding en gezondheid, eerder dan een te eenzijdige focus op individuele nutriënten zoals suikers. “De echte uitdaging is om consumenten te stimuleren een evenwicht te vinden tussen de inname van nutriënten en calorieën en het verbruik van energie,” aldus Chris Moris, directeur-generaal van FEVIA. “Het echte debat gaat dus om energiebalans en daarbij spelen bijvoorbeeld ook onderwijs- en sportbeleid een rol. FEVIA roept de overheden op om in dat debat de betrokken partijen samen te roepen en wil hieraan constructief meewerken.”

### **Een gezonde levensstijl en een gezond voedingspatroon zijn essentieel**

Koolhydraten, inclusief suikers, zijn een belangrijke bron van calorieën – en dus energie- in het dagelijkse voedingspatroon. Koolhydraten zijn zelfs noodzakelijk voor het normaal functioneren van ons lichaam. Volgens de nutritionele aanbevelingen kunnen alle suikers onderdeel uitmaken van een gevarieerde en gebalanceerde voeding, op voorwaarde dat ze met mate geconsumeerd worden. Ongeacht de bron kan een overdreven calorie-inname, zeker in combinatie met onvoldoende fysieke activiteit, de kans verhogen op obesitas en bepaalde niet-overdraagbare ziekten zoals diabetes en cardiovasculaire aandoeningen. Een beleid dat die uitdagingen fundamenteel wil aanpakken moet consumenten ook stimuleren om een gezonde levensstijl na te streven. Pas dan kunnen aanpassingen in het aanbod ook een echt effect hebben.

### **Simplistisch debat lost niets op**

“In het debat rond complexe problemen als obesitas of diabetes wijst men al te vaak eenzijdig naar individuele nutriënten, zoals suikers. Uiteraard moeten we verstandig omspringen met onze calorie-inname, maar laten we vooral ook goed beseffen dat een echte oplossing er maar zal komen wanneer we de echte oorzaken aanpakken,” aldus Chris Moris, directeur-generaal van FEVIA. “We moeten dus ook durven spreken over alle aspecten van een gezonde levensstijl: respecteren we de aanbevelingen van de Actieve Voedingsdriehoek? Bewegen we wel voldoende? Maken we onze kinderen voldoende bewust over het belang van een gezond voedingspatroon en voldoende beweging? Een echt debat is dus noodzakelijk met alle betrokken actoren!”

### **Verantwoordelijkheid opnemen**

Enkel een geconcerteerde aanpak waarbij alle betrokken stakeholders samen hun steentje bijdragen, kan leiden tot concrete resultaten. De voedingsindustrie beseft dat de totale energie-inname, inclusief die van suikers, te hoog ligt en dat voedingsbedrijven hier mee hun verantwoordelijkheid moeten opnemen. FEVIA werkt daarvoor op 3 pijlers:

1. Meer dan in onze buurlanden zetten Belgische voedingsbedrijven in op innovatie. Veel van die productinnovaties zijn erop gericht om de nutritionele samenstelling van voedingsproducten te verbeteren. De consument kan vandaag in het winkelrek kiezen uit een ruim assortiment van producten met laag gehalte aan suikers, producten met zoetstoffen of ongezoete producten. Ook kleinere porties zijn beschikbaar. Daarmee is het meer dan ooit mogelijk om een evenwichtige voeding samen te stellen. De uitdaging is om daarbij de voedselveiligheid, de technologische functies van bepaalde ingrediënten (zoals suiker) en de smaak

te behouden. Noch de gezondheid, noch de Belgische economie hebben immers baat bij voedingsproducten die de consument links laat liggen...

2. De consument moet ook in staat zijn om een bewuste keuze te maken. Daarvoor zet de voedingsindustrie o.a. in op duidelijke en transparante etikettering, met informatie over de belangrijkste nutriënten zoals suikers in voedingsproducten en het aantal calorieën. Al deze informatie stelt de consument in staat om verschillende producten te vergelijken en om een geïnformeerde keuze te maken die past binnen zijn persoonlijk voedingspatroon of levensstijl.
3. Tot slot zet de Belgische voedingsindustrie ook in op een verantwoorde marketing. De reclamecode van FEVIA die onafhankelijk gecontroleerd wordt door de Jury voor Ethische praktijken en de Belgium Pledge zijn hiervan mooie voorbeelden. De ondertekenaars van de Belgian Pledge nemen specifiek het engagement om geen reclame te maken gericht op kinderen onder 12 jaar tenzij voor voedingsmiddelen en dranken die beantwoorden aan specifieke nutritionele criteria (meer info op [www.belgianpledge.be](http://www.belgianpledge.be)).

\* \* \*

**Contactpersoon:**

Nicholas Courant

Communication manager

Tel: +32 (0)2 432 32 53

GSM: +32 (0)478 24 31 49

E-mail: [nc@fevia.be](mailto:nc@fevia.be)