



“VOEDING & WELZIJN”

# 10 PIJLERS

## VAN HET NUTRITIONEEL BELEID



Federatie Voedingsindustrie  
Fédération de l'Industrie Alimentaire

- 1. De voedingsindustrie komt op voor een gezonde levensstijl**

Een evenwichtige en gevarieerde voeding en regelmatige fysieke activiteit zijn noodzakelijke en complementaire onderdelen van een gezonde levensstijl. Een gezonde levensstijl bevordert het individueel welzijn.
- 2. De voedingsindustrie produceert een zeer gevarieerd gamma voedingsmiddelen**

De voedingsindustrie produceert een zeer gevarieerd gamma voedingsmiddelen die tegemoet komen aan de wensen en noden van de consument. Uit dit brede gamma kan de consument, in functie van zijn eigen levensstijl, voorkeur en smaak een evenwichtige en kwaliteitsvolle voeding samenstellen.
- 3. Alle voedingsmiddelen hebben hun plaats**

Binnen een evenwichtig voedingspatroon hebben alle voedingsmiddelen hun plaats (cfr. de voedingsdriehoek).
- 4. Productontwikkeling en innovatie**

De voedingsindustrie wendt haar wetenschappelijke en technologische expertise aan om producten te ontwikkelen die steeds beter voldoen aan de behoeften en de wensen van de consumenten. Bovenop het reeds brede gamma van producten worden bestaande producten aangepast volgens de nieuwe nutritionele inzichten en worden nieuwe producten ontwikkeld die de consument nog beter toelaten zijn energieopname te beheersen en zijn gezondheid te optimaliseren, steeds binnen het kader van zijn eigen voedingspatroon en levensstijl.



**5. Productsamenstelling**

In de discussie m.b.t. productsamenstelling moet men niet enkel rekening houden met de macronutriënten (vet, suikers en eiwitten) maar moet men ook de nodige aandacht besteden aan de micro-nutriënten (o.a. vitamines, mineralen) en andere componenten (antioxidanten, pre- en probiotica, flavonoïden, ...) die via de voedingsmiddelen aangebracht worden.

**6. Informatie aan de consument**

De voedingsindustrie informeert de consument zodat die een bewuste keuze kan maken. De nodige informatie wordt ter beschikking gesteld over de nutritionele samenstelling van producten via het etiket, via folders met productinformatie, via marketingcommunicatie, via websites, via de voedingsmiddelentabel van NUBEL of via een consumenteninfolijn.

**7. Reclame**

De voedingsindustrie wenst op een verantwoordelijke manier reclame te voeren over haar producten. Hiertoe heeft FEVIA in samenwerking met de UBA (Unie van de Belgische Adverteerders) een zelfregulerende reclamecode ontwikkeld.

**8. Overgewicht en obesitas**

Het fenomeen van de ongezonde levensstijlen en van overgewicht en obesitas, vergt een fundamentele aanpak die berust op het aanleren van goede voedingsgewoontes in combinatie met het aanzetten tot voldoende lichaamsbeweging. Gezien de complexiteit en de omvang van het probleem, is educatie een belangrijke opdracht voor alle betrokken actoren: gezondheidswerkers, overheid, scholen, ouders, verbruikersorganisaties en de industrie zelf, en dit alles best op een coherente basis.

**9. Samenwerking met alle betrokken stakeholders**

De voedingsindustrie engageert zich om samen te werken met andere betrokken stakeholders (overheid, gezondheidssector, onderwijs, wetenschappelijke wereld, media, horeca, distributie, consumenten- en andere organisaties) om evenwichtige voedingsgewoontes en gezonde levensstijlen met voldoende fysieke activiteit te promoten en zo obesitas te voorkomen en de bijhorende ziektes in te dijken.

**10. Voeding in een breder maatschappelijk kader**

Voeding mag niet alleen in een 'eng' nutritioneel kader geplaatst worden, maar ook het breder maatschappelijk kader moet aan bod komen. Voeding heeft immers ook aangename, sociale en culturele aspecten.



Federatie Voedingsindustrie  
Fédération de l'Industrie Alimentaire

[www.fevia.be](http://www.fevia.be)