

NAAM: NICOLE VERVAET
 GEBOORTEDATUM: 19-01-1965
 WOONPLAATS: DELFT
 FUNCTIE: PROJECTMANAGER
 COMMUNICATIE BIJ MVO, DE
 KETENORGANISATIE VOOR OLIËN EN
 VETTEN EN LID VAN DE
 NEDERLANDSE ACADEMIE VAN
 VOEDINGSWETENSCHAPPEN



NAV-lid Nicole Vervaet: ‘Meer onderzoek op het scheidsvlak van gezondheid en duurzaamheid is welkom’

HOE BENT U IN DE VOEDINGSWERELD TERECHTGEKOMEN?

‘In de voedingswereld vind ik een unieke combinatie van sociale, biochemische en psychologische aspecten. Ik wist al vroeg in mijn leven dat ik deze richting uit wilde. Na mijn middelbare school ben ik in Wageningen Humane Voeding gaan studeren. Ik ben daar met twee onderzoeken afgestudeerd: een smaakonderzoek en een onderzoek over marktkunde. Na mijn afstuderen ben ik eerst bij verschillende retailbedrijven gaan werken, onder andere bij de afdeling marketing van Albert Heijn. Daarna bij een levensmiddelenproducent waar ik dicht bij de productontwikkeling stond. Ik heb altijd een functie gehad tussen de voeding en de consumenten in: marketing of communicatie.’

WAT HOUDT UW HUIDIGE WERK IN?

‘Nu doe ik projecten binnen het communicatieteam van MVO, de ketenorganisatie voor vetten en oliën. Dit is een branchevereniging die de hele keten van oliën- en vettenbedrijven verenigt, waardoor het mogelijk is om projecten uit te voeren waar de

hele keten bij betrokken is. In mijn werk combineer ik de onderwerpen voeding & gezondheid en duurzaamheid. De vraag naar zowel gezonde als duurzame producten is vaak te gering. MVO wil deze vraag stimuleren met als doel een bijdrage te leveren aan een goede voedselvoorziening en voedselzekerheid wereldwijd. Een voorbeeld hiervan is dat MVO de vraag naar duurzame palmolie stimuleert. Door voor deze olie te kiezen kunnen de boeren die de olie verbouwen een goed inkomen vergaren en voldoende voedsel kopen. Ook voorkom je met het gebruik van duurzame palmolie ontbossing. Om de vraag te stimuleren richten we ons op verschillende doelgroepen: consumenten, journalisten, overheden en stakeholders. Ik ben daarbij bezig met zowel voorlichting als ‘nudging’. De voorlichting is dan vooral gericht op interactie met de doelgroepen. Ik wil graag de discussie over het onderwerp voeren via sociale of andere media. Concreet werk ik aan de doelstelling: gebruik op verantwoorde wijze vetten en oliën (bijvoorbeeld Verantwoord Frituren), gemaakt op basis van duurzame grondstof-

fen (zoals duurzame palmolie) en recycle vetresten na gebruik (campagne Vet, Recycle het!).’

WAT ZOU U NOG ONDERZOCHT WILLEN ZIEN?

‘Wat gezonde of duurzame producten zijn is niet altijd duidelijk. Van onderzoek naar voeding en gezondheid wordt vaak gezegd dat het lastig is om een eenduidig antwoord te krijgen, maar voor duurzaamheid geldt dat misschien nog wel meer. Er zijn vele aspecten in de levenscyclus van een product die er toe doen en dat maakt een afweging over wat uiteindelijk gezonder of duurzamer is heel ingewikkeld. Kijk maar naar vis en visolie. We zouden meer vis moeten eten. Maar lijdt dat vervolgens niet tot overbevissing? En als we dan op kweekvis overstappen: hoe is dan het dierenwelzijn? En waarmee voeden we de kweekvissen? Telkens moeten we roeien met de riemen die we hebben en daar ook open over zijn. De mix van gezondheid en duurzaamheid is nog complexer dan de beide issues alleen. Meer onderzoek op dit scheidsvlak is welkom.’