

Herformuleren van voedingsmiddelen



ANNELIES VAN GUNST (LINKS), DOCENT, HAS HOGESCHOOL EN ANNET ROODENBURG, LECTOR VOEDING & GEZONDHEID, HAS HOGESCHOOL

Het dogma: "Er zijn geen goede of slechte voedingsmiddelen, alleen goede of slechte voedingspatronen" is lang aangegepen om de verantwoordelijkheid voor een gezondere keuze volledig bij de consument te leggen. Tegenwoordig is de producent ook verantwoordelijk, namelijk voor het aanbod van voedingsmiddelen. Via herformuleren kunnen deze voedingsmiddelen "gezonder" gemaakt worden. De overheid heeft herformuleren als speerpunt benoemd. Dit is gericht op verlaging van zout, (verzadigd) vet en suiker (calorieën). Initiatieven zoals Het Vinkje zijn in het leven geroepen.

Hoe gaat dat herformuleren nu? De bakkerijsector, wat ons betreft een kandidaat voor de Jaarprijs Goede Voeding, laat zien dat een ketenbrede aanpak suc-

cesvol kan zijn. In andere productcategorieën zoals vleesproducten, zoetwaren gaan de ontwikkelingen minder snel. De redenen daarvoor zijn divers. De HAS Hogeschool krijgt regelmatig vragen, gericht op herformuleren. Om deze bedrijven beter te kunnen ondersteunen, willen we dit proces beter in beeld krijgen. Een geïntegreerde aanpak vanuit vier verschillende perspectieven: 'Voeding & gezondheid, Technologie, de Consument en Wetgeving' is daarbij het uitgangspunt. Deze vier perspectieven toegepast op brood laten het volgende zien: de zoutinname is te hoog en leidt tot een verhoogd gezondheidsrisico. Brood levert een belangrijke bijdrage aan onze zoutinname (voeding & gezondheid). Technologie is nodig om te

zorgen dat de kwaliteit van het product gelijk blijft (textuur/structuur, sensorisch, microbiologisch) als het zoutgehalte van het product verlaagd wordt. Interessant is dat er naar de consument over zout in brood niet actief gecommuniceerd wordt. De ketenbrede aanpak garandeert dat de consument de zoutverlaging in het brood nauwelijks merkt. "Minder zout" hoeft de consument nog niet te verleiden tot aankoop, want: hoe zit het met de smaak? Ten slotte, wat we ons vaak niet realiseren, is dat wetgeving een grote rol speelt in innovatie. Het in brood maximale toegestane zoutgehalte moest worden aangepast.

De keten is van groot belang. Veel voedingsmiddelen worden geëxporteerd, waardoor de internationale markt en wetgeving ook van invloed zijn. Bovendien is de supermarkt een machtige speler, die sterk op prijs onderhandelt en het risicovol maakt voor producenten om te investeren en een meerprijs te vragen voor een innovatie die consumenten misschien helemaal niet willen. Er is dus een grote dosis lef voor nodig. Daarom vinden wij dat succesvolle innovaties in gezondheid, zoals herformuleren, absoluut een prijs waard zijn!