



Rabobank

En de Winnaar is... Nutri-Score

far.rabobank.com

RaboResearch

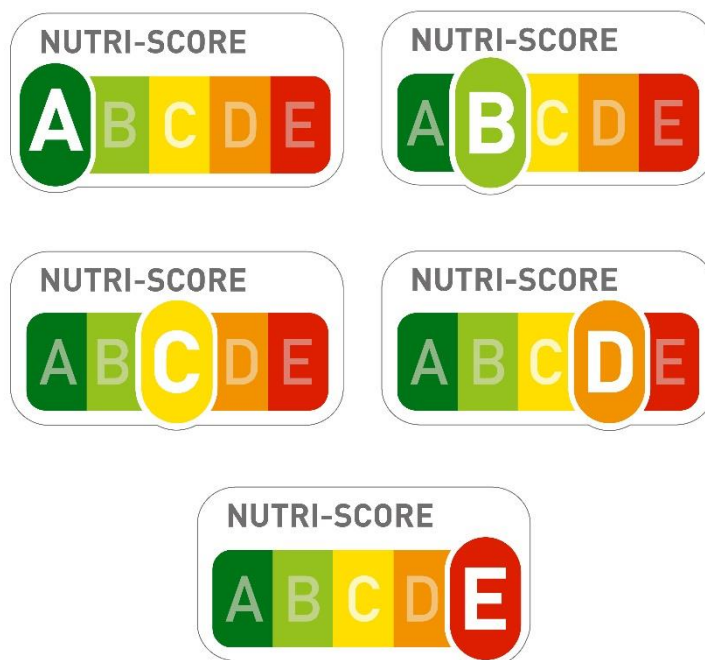
Food & Agribusiness
far.rabobank.com

[Sebastiaan Schreijen](#)

Inleiding

Nederland heeft gekozen voor de Nutri-Score als het front-of-pack voedingskeuzelogo. Hoewel er voor- en nadelen aan de Nutri-Score kleven, lijkt dit logo het beste hulpmiddel in het stimuleren van gezonde keuzes voor een brede groep consumenten.

In navolging van Frankrijk, België, Spanje, Zwitserland en Duitsland heeft ook de Nederlandse overheid gekozen voor de Nutri-Score als front-of-pack voedingslogo. Dat wil zeggen, de insteek van Den Haag is dat per medio-2021 het Nutri-Score logo met bijbehorende berekenwijze wordt ingevoerd voor Nederlandse producten. Het logo moet consumenten helpen in het maken van een gezondere keuze in de supermarkt.



Nutri-Score is een samengesteld label waarin acht voedingswaarden van een product teruggerekend zijn naar één simpele score (A tot en met E, waarbij A de gezondste optie is). Niet alleen 'ongezonde' ingrediënten tellen mee in de berekening, Nutri-Score belooft ook de gezonde kenmerken van een product zoals vezels en eiwitten. De Nutri-Score vraagt weinig tot geen kennis van de consument zelf. Het spreekt daarom een brede doelgroep aan.

In Frankrijk zijn ze ruim één jaar onderweg met Nutri-Score en [de eerste resultaten](#) tonen aan dat de consument C en D-categorie producten iets vaker laat staan en vaker voor een A of een B gaat. Naast deze eetwissels bij de consument verwachten we dat producenten hun producten vaker zullen gaan herformuleren om tot een betere score te komen. Een soortgelijke reactie uit de

industrie hebben we de afgelopen jaren ook gezien in het Britse frisdrankenschap naar aanleiding van de 'sugar tax'.

Warm welkom?

De keuze voor het Nutri-Score label is niet onomstreden. Het logo werkt vooral voor de consument die vóór het schap staat en een keuze moet maken. Er zijn uiteraard enige uitzonderingen, maar breed bekeken biedt het label een gemakkelijke vergelijkingsbasis om de gezondere optie binnen een bepaald schap te kiezen. Dit vertegenwoordigt het gros van de aankoopbeslissingen.

Het Nutri-Score logo werkt minder goed wanneer de consument verschillende schappen met elkaar vergelijkt. Kaas of noten komen er dan bekaaid van af in vergelijking tot bijvoorbeeld diepvrieskroketten of pizza's. Ook scores sommige producten uit de alom bekende Schijf van Vijf slecht op de Nutri-Score maatstaf, hetgeen consumenten in verwarring zouden kunnen brengen. Gelukkig is er ook altijd nog zoiets als gezond verstand, maar staatssecretaris Blokhuis wil komend jaar toch kijken of deze bezwaren geadresseerd kunnen worden in de berekenwijze van de Nutri-Score voordat het logo daadwerkelijk wordt ingevoerd. Daar moeten wetenschappers uit de andere 'Nutri-Score landen' dan wel mee instemmen.

Bewustwordingsinstrument

In 2015 introduceerde een grote Zweedse meubelgigant de reclameslogan 'Aandacht maakt alles mooier'. Maar de kreet werkt natuurlijk op veel meer onderwerpen dan alleen meubelbouwpakketten. Neem het energielabel op onze woningen. De implementatie van dit label heeft de Nederlandse overheid heel wat jaren en veel voeten in aarde gekost. Ook bij dit label was de gevestigde orde – lees makelaars en vastgoedontwikkelaars – in den beginne niet volledig overtuigd, maar heeft het label ontegenzeggelijk bijgedragen aan de bewustwording onder consumenten.

Het Nutri-Score-label is niet 100% perfect en zal zeker niet voor alle consumenten werken. Echter, als het label, en misschien ook wel de discussie daaromheen, bijdraagt aan een beetje meer aandacht voor voedingswaarden, en een gezonde keuze bij een grote groep welwillende maar relatief gemakzuchtige consumenten, dan zijn we weer een stapje dichterbij een gezonder Nederland. Goed nieuws dus dat er voor het logo is gekozen. Alleen jammer dat het nog even op zich laat wachten.

Imprint

RaboResearch

Food & Agribusiness

far.rabobank.com

© 2019 – All rights reserved

This document is meant exclusively for you and does not carry any right of publication or disclosure other than to Coöperatieve Rabobank U.A. ("Rabobank"), registered in Amsterdam. Neither this document nor any of its contents may be distributed, reproduced, or used for any other purpose without the prior written consent of Rabobank. The information in this document reflects prevailing market conditions and our judgement as of this date, all of which may be subject to change. This document is based on public information. The information and opinions contained in this document have been compiled or derived from sources believed to be reliable; however, Rabobank does not guarantee the correctness or completeness of this document, and does not accept any liability in this respect. The information and opinions contained in this document are indicative and for discussion purposes only. No rights may be derived from any potential offers, transactions, commercial ideas, et cetera contained in this document. This document does not constitute an offer, invitation, or recommendation. This document shall not form the basis of, or cannot be relied upon in connection with, any contract or commitment whatsoever. The information in this document is not intended, and may not be understood, as an advice (including, without limitation, an advice within the meaning of article 1:1 and article 4:23 of the Dutch Financial Supervision Act). This document is governed by Dutch law. The competent court in Amsterdam, the Netherlands has exclusive jurisdiction to settle any dispute which may arise out of, or in connection with, this document and/or any discussions or negotiations based on it. This report has been published in line with Rabobank's long-term commitment to international food and agribusiness. It is one of a series of publications undertaken by the global department of RaboResearch Food & Agribusiness.

