

Marian Geluk (directeur FNLI) wil waarschuwen voor te veel 'clean label'

'Wees niet bang foodtech' in te zetten voor preventie'

DEN HAAG - De supermarkten en industrie zetten zich in voor suiker- en zoutreductie. 'Terecht', vindt directeur Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie (FNLI) Marian Geluk. Maar ze constateert ook dat inkopers en leveranciers streven naar producten met minder 'kunstmatige' toevoegingen. 'Onze leden zien het bijvoorbeeld terug in inkoopvoorwaarden. Ik hoor dat supermarkten eisen dat calorieën omlaag moeten, maar er mag niks anders bij. Het is een briefing voor productontwikkeling die niet kan. Daar moeten wij echt mee uitkijken. Wij moeten alles kunnen inzetten om gezonde keuzes makkelijk te kunnen maken. Dat houdt ons als industrie en de retailers geloofwaardig. Overigens, ik snap het allemaal wel, maar ik vind het echt een gemiste kans.'

door Peter Garstenveld

Op het eind van het interview uit de FNLI-directeur haar zorg. Zowel retailers als fabrikanten dreigen door te slaan als het gaat om 'gezondheid' in de supermarkt. Daar wil ze voor waarschuwen: 'Vooropgesteld, ik vind dat er veel goeds gebeurt in supermarkten en bij fabrikanten. Er wordt op 'gezondheid' geconcentreerd en dat is prima. Wat niet direct helpt - en dat geldt net zo goed voor fabrikanten als supermarkten - is dat we met z'n allen clean label nastreven (producten met zo min mogelijk 'kunstmatige' toevoegingen, red.).'

Wat is daar niet goed aan?

'Soms is het juist een drempel tegen herformuleren van levensmiddelen. Het helpt dan niet om calorieën of zout te verlagen. Als wij serieus zijn met elkaar en vinden dat wij de verantwoordelijkheid daarin hebben om de goede gezonde keuze ook tot een makkelijke keuze te maken, moeten wij daar iets aan doen.'

Het idee lijkt zo simpel. Clean label betekent minder ingrediënten, een puurder product en dus eerder een gezonder product dat ook nog eens makkelijke traceerbaar is.

'Dat rijtje van minder ingrediënten naar gezonder klopt niet. Dat is het marketingverhaal. De consequentie is dat je een stuk bewezen levensmiddelen technologie weggooit. Bijvoorbeeld in soepen. Die zijn per definitie hartig en dus heeft soep een zoutismaak. Zout is ook een smaakversterker, maakt soep 'ronder' in smaak. Dat kun je ook met andere smaakversterkers bereiken. Maar met clean label zijn wij aan het communiceren: dit willen wij niet, dat is minder gezond. Die communicatie is dus flauwekul.'

Hoe communiceer je dat dan wel aan 'Truus driehoog-achter'?

'Andere smaakversterkers als MSG (mononatriumglutamaat, red.) zijn niet goed voor haar. Ze zijn ook niet slecht voor haar; je hoeft er helemaal niets over te vertellen. Het

is net als bij het verlagen van het suikergehalte. Heel veel fabrikanten en retailers hebben het daar helemaal niet over. Je hoeft het er ook niet over te hebben. Ik heb de indruk dat men echter meer wil scoren op 'clean label' dan op herformuleren. Dat vind ik jammer.'

Hoe groot is het probleem?

'Wij horen het breed, bij fabrikanten én bij retailers. Ik wil daarvoor waarschuwen. Je ziet het ook in inkoopvoorwaarden. Ik hoor heel veel terug dat supermarkten eisen dat calorieën omlaag moeten, maar er mag niks anders bij. Het is een briefing voor productontwikkeling die niet kan. Daar moeten wij echt mee uitkijken. Wij moeten alles kunnen inzetten om gezonde keuzes makkelijk te kunnen maken. Dat houdt ons als industrie en de retailers geloofwaardig. Overigens, ik snap het allemaal wel, maar ik vind het echt een gemiste kans.'

Geluk heeft voor de huidige functie als directeur FNLI gewerkt bij het onderzoeksinstituut Nizo. Ze is ook van huis uit wetenschapper, microbioloog. Dat verklaart haar uitspraken. Verder heeft ze vijf jaar gewoond in Chili, geen wereldmacht in de voedingsindustrie zoals Nederland. 'Technologie wordt daar juist omarmd.'

Geluk: 'Dus gezien mijn achtergrond verbaas ik me enorm over dat gebrek aan acceptatie van heel normale E-nummers. We moeten onze eigen glazen niet ingooien. Je gooit opties weg. Met weinig moeite zouden we dat met elkaar beter kunnen doen.'

De uitspraken zijn ook relevant, omdat de FNLI op dit moment met andere partijen met de staatssecretaris onderhandelt over het zogenaamde Preventieakkoord. Het gaat erom dat supermarkten en industrie in hun aanbod klanten meer en makkelijker in aanraking laten komen met gezondere keuzes, lees: caloriearm en met minder zout. 'Maak de gezonde keuze de makkelijke keuze, 'mindless minderen'', vat Geluk dat samen. Komen de partijen daar uit, dan komt er geen wetgeving zoals bijvoorbeeld een verbruikstaks op suikerrijke frisdrank, zoals de nationale pers eerder berichtte. Dat laatste ziet de FNLI ook als kerntaak: het verminderen van regelgeving, maar vooral ook goede regelgeving.

Geluk: 'Dat gaat soms om heel concrete zaken. Bij Aviko speelde een issue rondom het begrip 'kant-en-klaar'. De NVWA noemt aardappel-schijfjes kant-en-klaar. Wij menen dat de consument die nog moet bereiden. Door de NVWA-definitie verandert ineens wat Aviko allemaal moet doen, bijvoorbeeld aan interne controles. Dat is echt bezijden de werkelijkheid. Dit speelde ook in andere sectoren. Door het op te schalen via het FNLI en het CBL naar het VWS, zijn we er nu eindelijk uit.'

Marian Geluk als brandweervrouw tegen overbodige regelgeving.

'Het gaat erom dat je met verstand van zaken en met respect met elkaar om de tafel zit voordat de brand zelfs maar kan uitbreken. In de kern gaat het erom dat onze leden de ruimte houden om te ondernemen. Dat is het hart van ons werk. Niet altijd zichtbaar, niet altijd sexy, maar wel ontzettend belangrijk.'

'Het gaat ook om de grens te bewaken tussen bijvoorbeeld 'verleiden' en 'misleiden'. De overheid wil daar reguleren. Wij vinden het belangrijk om daarover in gesprek te blijven. Onze leden klagen richting ons over dit soort onderwerpen.'



Marian Geluk: 'Om te komen tot een nieuw voedsellogosysteem is 'polderig'. Het zal tijd kosten, maar wel de moeite waard.'

Foto: Roel Dijkstra



Wij missen het Vinkje; vinden het jammer dat het is afgeschaft

de volle breedte, niet alleen een kar getrokken door A-merken.'

Eén van de zaken die boven de markt hangen, is een alternatief voor het bekende Vinkje, gezondere keuze. Komt er een ander systeem?

'Eigenlijk is op dat onderwerp weinig vooruitgang geboekt afgelopen jaar. Wij missen het Vinkje; vinden het jammer dat het is afgeschaft.'

Moet er een alternatief komen?

'Er is behoefte bij supermarkten, fabrikanten, en consumenten aan een voedselkeuzelogo dat bijdraagt aan een gezondere keuze. Het is een oproep die ik bij deze wil doen aan de supermarkten en aan mijn leden: laten wij op dit onderwerp goed samenwerken. Wij kunnen komen tot criteria en tot een systeem dat breed gedragen wordt, het liefst internationaal. Bij het Vinkje ging dat mis; daar deed niet iedereen aan mee en daarmee was er onduidelijkheid. Maar ja het proces wordt 'polderig', het zal tijd kosten, maar wel de moeite waard.'

U onderhandelt over het Preventieakkoord. Hoe staat het daarmee?

'Daar kan ik niet op vooruitlopen. We zien wel dat er ongeloflijk veel al gebeurt om de trend om te keren en te komen tot minder overgewicht. Het is een wedloop naar gezondheid. Ik denk dat we trots kunnen zijn op wat onze achterban in de breedte heeft ingebracht als uitgangspunt voor zo'n Preventieakkoord. Ik hoop zeer binnenkort dat we tot een akkoord komen. Denk aan een suikerklontjesdoelstelling zoals in het Klimaatakkoord ook CO₂-doelstellingen staan. Het gaat om heel concrete afspraken. In