



"Echte goeie balsamico", zegt de oprichter van Digusti, uit Rhenen, wiens naam we niet meer hebben, "is deze, van ons merk: lang gerijpt, in altijd dezelfde ton. Het is net zoals onze limoncello. Die zit bij ons in een fles van doorzichtig glas. Zodat je kunt zien dat de limoncello ook echt geel is, en gemaakt van citroenen uit Amalfi – waar er echt niet zo heel veel van zijn. Dus koop je nou limoncello in een matglazen fles, dan heb ik je nu daarvoor gewaarschuwd..."

En Digusti heeft ook... chocolade limoncello. Voor bij de koffie. Dat staat natuurlijk hartstikke haaks op dat verhaal van 'in een doorzichtige fles' want limoncello heeft eigenlijk niks met chocolade te maken. Maar kom op, commercianten zijn er om iets te verzinnen.



Het gekste van alle producten op de hele beurs? Dat vragen we Bram Voets, directeur van Voets. "Kom mee, jullie gaan 'caramel au beurre salé' proeven. Van een Franse leverancier, Yann de Bretagne."

Caramel au beurre salé... karamel in gezouten boter? Inderdaad, zout, suiker en vet in een optimale combinatie. In een pot die ons meteen aan Bonne Maman doet denken. Voor op ijs, voor op een dessert dat lekkerder kan... In Frankrijk kennelijk al een echte hit. Past in de Schijf van Vijf? Helemaal niet. Maar wel erg lekker.

Column Liesbeth Oerlemans

Voedselveiligheid is meer dan listeria

Bedrijven doen hun uiterste best om veilig voedsel te produceren – hun kwaliteitsmanagers zijn doorgaans goed opgeleid. En vaak gaat het ook allemaal goed. Maar niet altijd, zoals we pas weer zagen met listeria in vleeswaren. Hier ging het om besmetting met een bacterie, vaker gaat het bij voedselveiligheid, of beter gezegd, 'voedselonveiligheid', over allergenen die niet juist op de verpakking staan, waardoor mensen met zo'n allergie ziek kunnen worden. Hoewel de kans op acuut ernstig gevaar klein is, kan het, als het zich voordoet, wel ernstige gevolgen hebben.

Hoe groot een risico is, wordt bepaald door de kans dat een probleem optreedt en door de ernst van het probleem. Wordt het daarom niet eens tijd om 'voedselveiligheid' uit te breiden? Want de kans dat iemand chronisch ziek wordt als gevolg van een ongezonde leefstijl – en voeding is daar een onderdeel van – is groter dan de kans op acuut ernstig gevaar als gevolg van een bacterie of een onvolledige allergenenvermelding op de verpakking.

In 2018 had volgens het RIVM al meer dan 50% van de volwassenen in Nederland overgewicht. In 2015 hadden al 1.111.000 mensen diabetes en 732.000 mensen hart- en vaatziekten. Deze ziektes zijn gerelateerd aan 'leefstijl', en voeding is daar een belangrijke factor in. Fabrikanten en supermarkten kunnen daar een grote rol in spelen. Natuurlijk kiezen mensen zelf wat ze in hun mond stoppen, maar we weten uit onderzoek dat een gezonde omgeving mensen kan stimuleren een betere keuze te maken.

Enkele weken terug las ik in dit blad over een leverancier van 'gezond snoep'. Dit zou gezond zijn omdat het geen suiker bevatte en ook geen agressieve e-nummers. Er zat wel stevia in. Blijkbaar is dat lief, hoewel de 'aanvaardbare dagelijkse inname' daarvan tien keer zo laag is als van aspartaam. Maar volgens Healthwatch

val je spontaan dood als je al naar aspartaam kijkt. En het bedrijf dat dat

gezonde snoep aanbiedt, zag Healthwatch als een correcte informatiebron. Overigens zat er dan misschien geen suiker in dat snoep, maar nog steeds veel calorieën. Suiker bevat minder energie per gram dan vet. Het heeft dus geen zin om suiker te verwijderen als je dat door vet vervangt, aangezien het aantal kcal daardoor niet daalt.

Maar nog een stap terug. We moeten af van het idee dat snoepen een recht is dat bij een gezonde leefstijl past. Een gezond voedingspatroon bestaat op de eerste plaats uit producten uit de Schijf van Vijf en daar staat snoep niet in. Af en toe een klein beetje snoep kan best, maar snoep eet je niet voor je gezondheid. Ik zou daarom consumenten altijd adviseren: als je snoep kiest, kies dan voor het snoep dat je het allerlekkerste vindt en geniet daar heel bewust van. Of de levensmiddelensector dat fijn zal vinden, dat is iets anders.

'We moeten af van het idee dat snoepen een recht is dat past bij een gezonde leefstijl'

Kortom, de vraagstukken waar jouw kwaliteitsmanagers mee bezig zijn, vormen niet het enige gevaar voor de klanten van jouw winkels of van jouw producten. Nee, het gevaar voor de gezondheid van je klanten bestrijdt je veel meer door een goed onderbouwde visie op gezonde voeding. Dat begint met een gedegen kennis van medewerkers over wat gezonde voeding is. Niet gebaseerd op een persoonlijk idee of hypes, maar een visie, gebaseerd op wetenschappelijke inzichten. Als dat het dna van je bedrijf vormt, ben je past echt met voedselveiligheid bezig.



Liesbeth Oerlemans, voedingsdeskundige en klinisch epidemioloog, volgt in haar tweemaandelijks column wat supermarkten, producenten etc. zoal claimen aan gezond eten en of dat ook klopt. Zie ook: www.liesbethoerlemans.nl