

De Nutriscore: een polderlogo

de investering: de winkel is ten eerste aangekocht, daarnaast is-ie nu ingrijpend verbouwd. Hij wil ook niet melden wat nu de stijgende lijn van de omzet is. Hij houdt dat liever vertrouwelijk.

Mag ik vragen – denkend aan de aankoop van deze Plus en de ombouw – of je ‘persoonlijk’ op dit moment best wel in het rood staat?

“Ja, dat is zeker zo. Ik ga geen bedragen noemen, maar ik heb de bank de komende jaren nog wel wat te betalen. Van de andere kant, er is een borgstelling vanuit Plus Retail, natuurlijk. Ik word niet aan mijn lot overgelaten.”

Je zou net na die verbouwing eigenlijk zware grauwe ringen onder je ogen moeten hebben...

“Nee. Ik had bij wijze van spreken zo de sleutel in kunnen leveren bij bouw en winkelinrichting van Plus Retail en de heropeningsplannen komen gewoon van ‘opening en marketing’, ik ben best wel ontzien. Bovendien kon ik teren op mijn ervaring bij andere Briljant 2.0-winkels.”

Ik zie in deze winkel geen grote ‘eigen ondernemersinbreng’, ik bedoel daarmee dat bijvoorbeeld Plus-ondernemer Pel ‘t Lam heeft gekozen voor een extra horeca-achtige voorziening voor pizza’s.

“Ja, dat begrijp ik. Pel ‘t Lam heeft in zijn nieuwste Plus alles op alles gezet om in zijn lokale markt de ‘pizzakoning’ van Dordrecht of Rotterdam te worden, maar zo iets zul je hier niet zien. Als je al van een speerpunt hier wilt spreken, is dat ‘de Makerij’, de afdeling met maaltijden die in de winkel worden bereid...”

Daar waren sommige Plus-ondernemers een jaar terug wat morrend over...

“Ja, maar ik hou daar een lange termijn voor aan. Door mijn ervaring bij andere Plus 2.0-winkels weet ik dat je je daarmee kunt onderscheiden. De kwaliteit is goed en je moet je goed houden aan het schema van assortiment en assortimentswisselingen van Plus Retail. ‘De Makerij’ biedt een goed potentieel, in deze Plus zie je er ook een uitgebreide vorm van. Ik wilde er eerst een echte kok voor hebben, maar die vond al snel dat hij zijn ei niet kwijt kon in een strak geregisseerd aanbod van Plus Retail. Nou, ik heb als aanjager hiervan Vera...? – Visser wijst naar de dame bij de Makerij – ‘... die al langer hier werkte maar wel een horecaverleden heeft en tegelijk het operationele strakke schema goed bewaakt. Ja, eigenlijk is de Makerij een speerpunt, mijn rivaal tegenover mij heeft dit niet en de lokale markt zit vol met forenzen die in de avonduren niet meer willen koken en hier graag gebruik van maken.” ■

Afgelopen maand heeft staatssecretaris Paul Blokhuis van Volksgezondheid, Welzijn en Sport voor het voedselkeuzelogo Nutriscore gekozen. Maar: het gebruik ervan wordt nog aangepast.

Door de reacties zie je wel dat een logo vooral om politieke belangen draait in plaats van de gezondheid van de consument.

De Consumentenbond en Foodwatch reageerden triomfantelijk: weliswaar vonden ze het jammer dat het logo pas later wordt ingevoerd dan eerder in het Preventie-akkoord is afgesproken, maar ze waren blij dat er naar hen is geluisterd. Maar er is helemaal niet naar hen geluisterd, Blokhuis kiest voor een andere vorm dan de vorm die zij wilden. Zo gaat dat met organisaties waarvan het bestaansrecht van het aantal leden afhangt. Je moet de suggestie wekken dat je activiteiten effect hebben, anders zijn je leden niet tevreden. Of je leden er betere keuzes door maken, is van minder belang. Directeur Marc Jansen van het CBL zei dat supermarkten nu snel aan de slag kunnen. Snel? De criteria worden eerst nog aangepast aan de ‘Richtlijnen goede voeding’ (zeg maar: de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum). Om te voorkomen dat bij die Nutriscore bijvoorbeeld wit brood even gezond is als volkorenbrood en pizza gezonder dan thee. De score aanpassen aan de Nederlandse situatie is al moeilijk genoeg. Laat staan aan de Europese markt. En voor fabrikanten is dit vanwege de verpakkingen wel een must. Snel aan de slag? Volgens Blokhuis is alles pas halverwege 2021 klaar. Hak en Iglo hadden tegen de afspraak in al eerder de Nutriscore op hun verpakking gezet. Hak en Iglo vonden zelf dat ze een voorbeeld waren voor anderen. Maar feitelijk overtreden ze de wet. Ook andere fabrikanten zeggen nu aan de slag te gaan. Gaat de NVWA hen nu daarop aanspreken?

Ik was een van de wetenschappers die een logo wilden aan de hand waarvan de consument makkelijker voor gezond eten kan kiezen; omdat ik me bezorgd maak over de gezondheid van Nederlanders. Iedereen kiest zelf zijn boodschappen, maar een gezonde keuze kan wel eenvoudiger worden gemaakt. Of een logo daarbij helpt, dat blijft een vraag. Maar een onduidelijk logo helpt zeker niet.

Het Vinkje, het vorige voedselkeuzelogo, had twee belangrijke bezwaren. Niet alle fabrikanten deden mee. Vanwege Europese wetgeving kan dat ook nu niet verplicht worden. In dat opzicht is de Nutriscore geen verbetering. Verder stonden er Vinkjes op producten die helemaal niet gezond waren maar minder ongezond waren dan de andere producten in dezelfde categorie. Dit hielp mensen niet om een gezonde keuze te maken. Als de gezondste score binnen de Nutriscore nog steeds niet goed bij de Richtlijnen goede voeding

‘Snel aan de slag? Volgens Blokhuis is alles pas halverwege 2021 klaar’

aansluit, helpt dat de consument niet. Ook dan is de Nutriscore geen verbetering. Je kunt je afvragen wat de zin van dit logo is. De keuze voor de Nutriscore is het resultaat van typisch Nederlands polderen, met in dit geval een uitkomst waar bijna niemand bij gebaat is. De vraag wat gezonde voeding is, is misschien wel veel te complex om aan de hand van een logo uit te leggen. Supermarkten en fabrikanten, besef dat de Nutriscore de zoveelste schijnoplossing kan zijn, en ga daarom verder met het gezonder maken van je assortiment, volgens de Richtlijnen goede voeding.



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