



Focus op zout- en suikerreductie

Vier criteria voor succesvol reduceren

Focus op zout- en suikerreductie

Hoe belangrijk is 'smaak' in de foodsector? En waarom is zout- en suikerreductie een blijvertje? In deze whitepaper lees je over de initiatieven die de laatste jaren zijn genomen in de sector, om meer inzicht te krijgen en reductie van zout en suiker te realiseren. En hoe de consument kan wennen aan smaak met minder zout of suiker en hoe groot de invloed hiervan is. Enerzijds op de productie van ons voedsel en anderzijds op de consumptie.

De redenen om zout en suiker in ons voedsel te reduceren zijn zeer divers. De mogelijkheden ook. Toevoeging ervan is er juist om (letterlijk) in de smaak te vallen bij de consument.

Over Normec Foodcare

De missie van Normec Foodcare

We willen dat alle mensen onbezorgd kunnen genieten van goed en veilig eten. Vanuit deze missie helpen we organisaties met food consultancy, lab analyses en sensorisch onderzoek een nog betere bijdrage te leveren aan kwaliteit in de hele keten. Van grondstof tot consument. Als kennispartner in voedselveiligheid, productkwaliteit en smaak, delen we kennis en leggen we de verbinding tussen alle aspecten in de hele keten.

We doen het samen

In onze overtuiging heeft niemand het alleenrecht op een goed idee. Laat staan wat dat kan voortbrengen. Juist door samenwerking te zoeken is het geheel meer dan de som der delen. Daarom hebben we bij Normec Foodcare alle krachten gebundeld. Voor welke uitdaging je ook staat in de foodsector, wij zijn er in thuis. Lever samen met Normec Foodcare de beste kwaliteit in food.



In deze whitepaper worden vier criteria toegelicht die inzicht geven in het proces van zout- en suikerreductie:

- 1 Focus op continu verbeteren
- 2 Gezondheid als drijfveer voor de toekomst
- 3 Smaak en houdbaarheid in balans
- 4 Smaakonderzoek geeft inzicht

Investeren in reductie

Onderzoek naar het gebruik en de reductie van zout en suiker bij de productie van ons voedsel over de laatste decennia toont aan dat de sector continu investeert in het reduceren ervan. De redenen hiervoor zijn divers. De druk vanuit de wetgever en de consument wordt gevoeld door de voedingsmiddelenindustrie. De verantwoordelijkheid om in reductie te investeren heeft als gevolg hiervan vooral te maken met wetgeving, gezondheid en een groeiende behoefte van de consument aan inzicht in de keten. Dit gaat niet vanzelf. Groot zijn de gevolgen van reductie op het vlak van visuele aantrekkelijkheid, houdbaarheid en natuurlijk smaak. Deze mogen niet lijden onder de goede intenties en veranderingen in (product)ontwikkeling. Want als iets niet lekker is, wordt het niet gekocht. Zelfs niet met een mooi verhaal.

Inzicht in voeding en smaak

Er zijn veel factoren van invloed op het aankoopgedrag en de consumptie van voeding. Naast de kwaliteit en de prijs is dat in steeds grotere mate de invloed op de gezondheid, het inzicht en het eerlijke verhaal achter de productie. De consument heeft steeds meer behoefte te willen weten waar zijn voedsel vandaan komt en hoe dat tot stand is gekomen. Dit is geen trend meer, maar een ontwikkeling die door blijft gaan. Kijk bijvoorbeeld naar de populariteit van food-gerelateerde magazines, programma's en andere media, waarin bekende koks, recensenten, journalisten, bloggers en tv-makers de aandacht vestigen op (gezonde) voeding in het algemeen en smaak in het bijzonder. Producenten in de keten en retailers worden steeds kritischer bekeken en dat is positief. Immers, een kritische klant is vaak een betrokken en loyale klant.

Initiatieven voor verbetering

Sinds eind jaren '90 is er een versnelling waarneembaar in de wijze waarop wetgevers, consumenten en producenten in de keten inzicht geven of vragen in ingrediënten, oorsprong, herkomst en gezondheidsaspecten van voedingsmiddelen. Dit inzicht heeft geleid tot de eerste stappen in geleidelijke zout- en suikerreductie. Geleidelijk, omdat een gewenning

bij de consument is ontstaan, onder andere omdat de focus primair op smaak lag. Zout en suiker worden nu eenmaal gepercipieerd als 'lekker'. En als toevoeging in zekere mate ook steeds vaker als ongezond. In een zoektocht naar transparantie en onderscheid probeert de sector de laatste decennia op een consumentvriendelijke manier meer inzicht te geven. Dit gebeurt in onderlinge afstemming en met duidelijke logo's en passende certificeringen.

Zowel in de bijdrage van voedingsmiddelen als door het vermelden van duidelijke informatie over de ingrediënten bij de etikettering van producten. Al dan niet gemotiveerd door wetgeving. De eisen die gesteld worden aan het vermelden van specificaties en ingrediënten op het etiket of label is een continu proces. Actueel zijn bijvoorbeeld de nieuwe regels over het vermelden van het land van oorsprong of de plaats van herkomst.

Tip

Lees de blog van Jeanine Rog, Labelling Specialist bij Normec Foodcare: *'Land van oorsprong en plaats van herkomst: wat betekenen de nieuwe regels?'*

Deze en meer blogs en kennisartikelen vind je op normecfoodcare.com

Deze ontwikkelingen hebben de publieke opinie beïnvloed en er wordt steeds meer duidelijk welke initiatieven wel en welke niet goed werken. Lees er alles over in deze whitepaper bij de behandeling van de eerste twee criteria: 'Focus op continu verbeteren' en 'Gezondheid als drijfveer voor de toekomst'.

De beste smaak en de beste houdbaarheid

Naast de invloed op smaak spelen zout en suiker een belangrijke rol bij de houdbaarheid van voedingsmiddelen en het tegengaan van voortijdig bederf of besmetting. Het is een voortdurende zoektocht om hét product te kunnen maken met de beste smaak en de beste houdbaarheid. Bij de behandeling van de laatste twee criteria van zout- en suikerreductie in deze whitepaper gaan we in op de rol van zout en suiker in smaakbeleving en de noodzaak van meten en testen van smaak, ofwel het uitvoeren van sensorisch onderzoek en alle kennis en kansen die je dit oplevert.



● Criterium 1

Focus op continu verbeteren

In de afgelopen decennia is er een doorlopende, publieke behoefte ontstaan naar reductie van (gepercipieerde) schadelijke ingrediënten. Zout en suiker horen daarbij. Zeker als het gaat om toevoegingen aan ons voedsel. Maar dat is niet eenvoudig. De druk op smaak is immers hoog; reductie of vervanging van zout of suiker mag niet ten koste gaan van de smaakperceptie. We maken inzichtelijk hoe de publieke opinie zich door de jaren heen heeft ontwikkeld. Dan wordt duidelijk welke druk dat op de sector en productontwikkeling legt. Maar ook welke kansen er zijn en dat dit in de hele keten het geval is.

De voedingsmiddelenindustrie heeft de afgelopen 20 jaar diverse inspanningen verricht en pogingen gedaan om, al dan niet gezamenlijk, zout en suiker te reduceren in voedingsmiddelen en -producten. Hierna volgt een overzicht waarin een aantal initiatieven van de voedingssector worden toegelicht. Het doel van deze initiatieven is om de consument een completer inzicht te geven en de samenstelling en kwaliteit van producten te verbeteren.

Conclusie

Aan de hand van dit overzicht kunnen we stellen dat er in de afgelopen decennia diverse succesvolle initiatieven ontwikkeld zijn met als doel reductie van zout en suiker. Een aantal heeft betrekking op proces- of productontwikkeling en andere meer op het informeren van de consument. Dat dit een doorlopend proces is, bewijst de ontwikkeling van een nieuw voedselkeuzelogo.

Zout- en suikerreductie door de jaren heen

2006

Gezondheidslogo's

Unilever en FrieslandCampina introduceren via de stichting 'Ik kies bewust' het Groene en Blauwe Vinkje. Later sluiten ook andere partijen zich aan, zoals Albert Heijn. De logo's zorgen echter voor verwarring omdat ze ook op ongezonde producten verschijnen. Terwijl producten van dezelfde categorie onderling vergeleken worden en een bewuste keuze zouden moeten aanmoedigen. Zo krijgt magere chocomelk bijvoorbeeld een Vinkje omdat het relatief weinig vet bevat. Maar een glas chocomelk bevat nog steeds zes klontjes suiker. Vanwege de aanhoudende kritiek worden de Vinkjes in 2016 afgeschaft.

Gebruik van de nutritionele claim 'light'

'Light' of 'Verlaagd' verschijnt steeds vaker op het etiket. Het is een nutritionele claim en mag enkel gebruikt worden indien er 30% minder vet, suiker of calorieën aan een voedingsmiddel zijn toegevoegd, in vergelijking met het reguliere product en/of in vergelijking met producten van concurrenten in dezelfde categorie. Het moet daarbij duidelijk geëtiketteerd zijn over welke verlaging het gaat: suiker, vet of calorieën in het algemeen. Met de komst van deze claims zijn producenten ook aan de slag gegaan om, zeker in vergelijking met concurrerende producten en merken, onder andere suiker te verlagen en daarmee de claim op hun product te kunnen gebruiken. Maar 'light' heeft ook een keerzijde aan de gezondere perceptie. Om bepaalde ingrediënten in hoeveelheid te verlagen, is het soms zo dat deze vervangen moeten worden om het functionele aspect op te vangen. Deze vervangingsingrediënten bevatten vaak ook calorieën. Het is dus niet per definitie zo dat een 'light' product effectief gezonder is. Daarnaast zet deze gezondere perceptie consumenten soms aan tot het verhoogd consumeren van lightproducten, omdat men het gevoel heeft toch niet zó ongezond bezig te zijn. Geen onverdeeld succes, dus.

2007

Zoutverlaging in kaas

De Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) zet zich in om het zoutgehalte in generieke Goudse 48+ kaas te verlagen. Goudse 48+ kaas is de meest gegeten en geproduceerde kaas in Nederland. Dit leidt in 3 jaar al tot een zoutverlaging van 14%. In 2013 constateert het RIVM dat Goudse kaas 24% minder zout bevat ten opzichte van de nulmeting.

2008

Het zoutgehalte in brood

De broodsector stelt in 2008 voor om het zoutgehalte in brood stapsgewijs te verlagen. Deze afspraken worden in 2009 voor het eerst in de warenwet vastgelegd. In 2013 volgt een verscherping van de norm. Zo weet de sector in vijf jaar het zoutgehalte met 25% te reduceren. Tot op de dag van vandaag is brood de enige categorie waarbij een maximum zoutgehalte in de wet is opgenomen.

2009

Belgisch Zoutconvenant

In België komt het Zoutconvenant tot stand. Dit convenant beoogde de zoutinname door de bevolking met 10% te verminderen tussen 2009 en 2012 door het zoutgehalte in voedingsmiddelen te verlagen. Het kwam mede tot stand met de vrijwillige medewerking van de federatie Belgische voedingsindustrie (FEVIA) en de federatie voor handel en diensten (COMEOS). Daarnaast werd een campagne gestart: 'Stop het zout', om de bevolking bewust te maken van de risico's van een te grote zoutinname. Uit een studie in 2014 bleek uiteindelijk de gemiddelde zoutinname per persoon gedaald van 10,45 gram in 2009 naar 9,50 gram per dag in 2014.



2011

Stevia, de nieuwe zoetstof?

Na een langverwachte goedkeuringsprocedure, werd in november 2011 door de Europese Commissie het gebruik van 'steviolglycosiden' (stevia) in voeding goedgekeurd. Het gebruik werd echter een technologische uitdaging voor veel bedrijven. Stevia is veel zoeter dan gewone kristalsuiker en het smaakprofiel van producten wijzigt dan ook sterk. Geen één op één vervanging, zo bleek. Aan de nasmaak dient men ook gewend te raken; de typische zoethoutsmak. Bovendien is stevia een natuurproduct waarvan de samenstelling van de steviolglycosiden geen constante is in commerciële mengsels. Dit heeft als gevolg dat het voor de industrie moeilijk is om een constante kwaliteit in zoetkracht te bieden.

Groente in pot of blik

De Nederlandse groente- en fruitsector spreekt af om het zoutgehalte van zomergroenten in blik en pot met minimaal 25% te verlagen. Deze afspraak is een succes. Eind 2012 constateert het RIVM dat de producten 30% minder zout bevatten. In die periode worden er ook afspraken gemaakt over zoutreductie in peulvruchten.

2013

Maximumwaardes in vleeswaren

De vleeswarenssector maakt afspraken om het zout- en vetgehalte te verbeteren. Het doel is om het gemiddelde natriumgehalte met 10% te reduceren. Het gemiddelde verzadigde vetgehalte van de gekookte samengestelde vleeswaren moet met 5% omlaag. Om dit te bereiken worden er in verschillende subcategorieën maximumwaardes opgesteld. In 2016 blijkt dat de doelen meer dan behaald waren. Het natriumgehalte is met 21% gereduceerd en het verzadigde vet in gekookte samengestelde producten is 9% lager.

2014

Akkoord Verbetering Productsamenstelling

De voedingsmiddelenindustrie maakt in het Akkoord Verbetering Productsamenstelling ketenafspraken om het zout- en suikergehalte in verschillende productcategorieën te verlagen. Uit een impactanalyse blijkt dat de afspraken uit 2016 en 2017 ervoor kunnen zorgen dat consumenten dagelijks gemiddeld 0,55 gram minder zout binnen krijgen en 5,5 gram minder suiker. Ook in de jaren daarna worden er ketenafspraken gemaakt die tot ver na afloop van het Akkoord (in 2020) doorlopen.

2018

Het Nationale preventieakkoord

Paul Blokhuis, staatssecretaris van Volksgezondheid, presenteert het Nationale preventieakkoord. Hierin staan nieuwe afspraken voor de verbetering van de productsamenstelling, bijvoorbeeld voor suikerhoudende zuivelproducten en frisdranken. Ook staan hier nieuwe maatregelen in, zoals de introductie van het voedselkeuzelogo Nutri-Score. Deze Franse methode wordt aangepast op de Nederlandse voedselrichtlijnen en wordt naar verwachting medio 2021 ingevoerd.

● Criterium 2

Gezondheid als drijfveer voor de toekomst

Uit een blik op de publieke opinie blijkt dat zout en suiker (als deze worden toegevoegd) minpunten scoren in de gezondheidsperceptie. De stijgende percentages van mensen met overgewicht of zelfs obesitas worden gezien als een problematische ontwikkeling in de volksgezondheid en vormen daarnaast een maatschappelijk probleem. Voor een deel is dit toe te schrijven aan onze eetgewoonten en de voeding die we nuttigen.

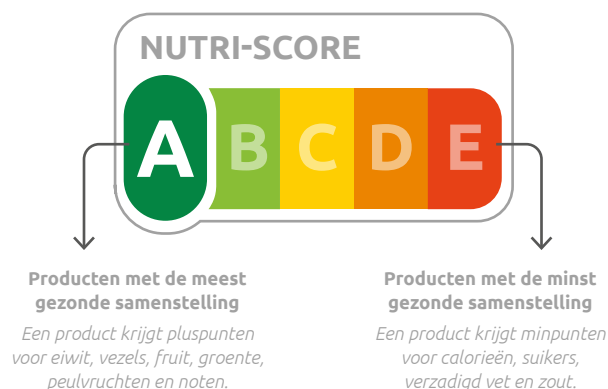
Uiteraard spelen producenten in de keten hier een cruciale rol in. Enerzijds in productsamenstelling of productiewijze, anderzijds in informatievoorziening over - de mate van - consumptie en de declaratie en etikettering. Uit alles blijkt dat de focus meer en meer verschuift richting gezondheid als thema. Hieruit volgt dat producten en productsamenstellingen moeten worden aangepast en als gevolg daarvan dat er maatregelen worden genomen om hier op te anticiperen. Vanuit de sector wordt dus initiatief getoond, maar ook vanuit de overheid. Vaak in samenspraak met de sector. Een actueel voorbeeld is Nutri-Score.

De voedingsmiddelenindustrie is opnieuw aan zet

De voedingsmiddelenindustrie staat nu voor een grote uitdaging. De eenvoudige stappen om zout en suiker te verlagen zijn gezet. Ofwel, het laaghangend fruit is geplukt. Tegelijkertijd neemt de druk toe om het zout- of suikergehalte nog verder te reduceren.

Om het de consument visueel makkelijker te maken en de keuze voor gezondere voeding objectiever te kunnen maken, werd door Santé Publique France de nieuwe logo-methode Nutri-Score ontwikkeld.

Nieuw voedselkeuzelogo Nutri-Score



De Rijksoverheid wil dat consumenten snel en gemakkelijk kunnen kiezen voor gezonde voeding. Overgewicht komt namelijk steeds vaker voor; 1 op de 2 Nederlanders is te zwaar. Maar wat is gezonde voeding? Hiervoor is heldere en betrouwbare informatie op producten nodig. Daarom wordt Nutri-Score in 2021 hét voedselkeuzelogo van Nederland.

Nutri-Score helpt consumenten om producten simpel en snel met elkaar te vergelijken. Zo kunnen zij gezondere keuzes in de winkel maken. Met het voedselkeuzelogo op de voorkant van de verpakking ziet straks iedereen in één oogopslag dat bijvoorbeeld een product zonder suiker een donkergroene A heeft. Dat is dus een gezondere keuze dan de variant met een gele C of een donkeroranje D. Wie precies wil weten wat er in een product zit, draait de verpakking om. Daar blijft de ingrediëntentabel staan.

Bron: rijksoverheid.nl



Tip

Normec Foodcare helpt bij het inzichtelijk maken van de voedingswaarden en ingrediënten. Neem contact op om je etiket te checken.

Met dit logo op de voorkant van verpakkingen zien consumenten in één oogopslag hoe gezond of ongezond een product is. Heeft een product een slechtere Nutri-Score dan het product van de concurrent? Dan is dat voor consumenten een goede reden om over te stappen. Naast introductie in Nederland wordt deze methodiek ook in Duitsland en Zwitserland gebruikt en door de Federale Overheidsdienst Volksgezondheid uit België ondersteund, waar het logo ook al op veel voedingsverpakkingen vermeld is. Een belangrijke deadline voor het herformuleren van producten in Nederland is de introductie van het voedingskeuzelogo Nutri-Score medio 2021.

Hoe werkt Nutri-Score?

Nutri-Score werkt met een puntensysteem en het logo geeft met kleuren en letters een score over het product. Producten krijgen pluspunten voor gezonde voedingsstoffen en minpunten voor negatieve voedingsstoffen.

Een product krijgt pluspunten voor:

- ✓ eiwit
- ✓ vezels
- ✓ fruit
- ✓ groente
- ✓ peulvruchten
- ✓ noten

Een product krijgt minpunten voor:

- ✓ energiegelhalte (kcal)
- ✓ suikers
- ✓ verzadigd vet
- ✓ zout

De som van de positieve punten wordt afgetrokken van de som van de negatieve. Op basis van die eindscore krijgen producten een label A (zeer gezond) t/m E (zeer ongezond). Daarbij heeft elke categorie een kleur. Een donkergroene A staat voor de meest gezonde samenstelling. Producten met de minst gezonde samenstelling krijgen een donkeroranje E. De score-toekenning verloopt onafhankelijk van andere producten in dezelfde categorie, in tegenstelling tot sommige andere gebruikte logo's of methodes, zoals het eerder beschreven blauwe en groene vinkje. Alle producten worden op basis van de eigen samenstelling gescoord, onafhankelijk van het feit of er al dan niet al een daling is doorgevoerd in totale calorie-inhoud, vet of suiker. Het systeem is daarmee objectief en motiveert de consument om vaker voor het 'groene' label te kiezen.

Zout: een verplicht onderdeel van de voedingswaardetabel

Chips, pizza's, soepen, kant-en-klaarmaaltijden. Het zijn allemaal voorbeelden van producten waar veel zout in zit. Maar waarom zit er zout in en hoeveel gram zout is toegestaan? We eten over het algemeen te veel zout en het meeste voegen we niet eens zelf toe. Zout is een smaakmaker en zonder zout komen de smaken in gerechten vaak net wat minder goed tot hun recht. De hoeveelheid zout kan een consument zelf controleren. Het is een verplicht onderdeel in de voedingswaardetabel en dit is weer een verplicht onderdeel van het etiket.

Smaak en houdbaarheid

Zout wordt bij het bereiden vaak gebruikt als smaakmaker en smaakversterker. Mensen hebben een voorkeur voor een zoute smaak en raken hier snel aan gewend. Daarnaast is zout een belangrijk onderdeel in sommige voedingsmiddelen. Bij brood zorgt zout bijvoorbeeld voor de versnelling van het gistingsproces, wat zorgt voor de elasticiteit van het deeg. In kaas bepaalt zout de stevigheid. Zout is ook een conserveermiddel omdat micro-organismen hierin niet kunnen overleven. Ook maakt het producten langer houdbaar, bijvoorbeeld zuurkool en haring.

Aanbevolen hoeveelheid

Voor zout geldt een aanbevolen maximum van zes gram per dag. De meeste mensen krijgen meer zout binnen dan de dagelijkse aanbevolen hoeveelheid. Vooral via de warme maaltijd in vleesproducten en sauzen. Verder zit zout voornamelijk in brood en kaas en bij de tussendoortjes zijn koekjes en gebak vaak bronnen van zout. Een pizza salami kan al 4,97 gram zout bevatten en twee volkoren boterhammen met oude kaas 1,15 gram. Eet je dit beide op een dag, dan krijg je al meer zout binnen dan de aanbevolen hoeveelheid. Het overgrote deel zout dat je binnen krijgt zit standaard in voedingsmiddelen. Daarom is het belangrijk om je zoutinname goed in de gaten te houden. Fabrikanten

zijn verplicht om op het etiket te vermelden hoeveel zout een product bevat. Eerder stond hier natrium of 'Na' vermeld. Natrium is echter een onderdeel van zout (NaCl): 1 gram natrium staat gelijk aan 2,5 gram zout. Vaak werd de hoeveelheid natrium vermeld omdat dit minder lijkt dan de hoeveelheid zout. Dit is niet meer toegestaan.

Claims

Naast de verplichting om te melden hoeveel zout een product bevat, moet een producent zich houden aan de eisen omtrent claims. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) houdt hier toezicht op.

- ✓ Natriumarm/zoutarm: maximaal 0,12 gram natrium of de overeenkomstige waarde voor zout, per 100 gram of 100 milliliter.
- ✓ Zeer laag natriumgehalte/zoutgehalte: maximaal 0,04 gram natrium of de overeenkomstige waarde voor zout, per 100 gram of 100 milliliter.
- ✓ Natriumvrij/zoutloos: maximaal 0,005 gram natrium of de overeenkomstige waarde voor zout, per 100 gram.
- ✓ Geen natrium/zout toegevoegd: geen toegevoegd natrium/zout of enig ander toegevoegd natrium/zout bevattend ingrediënt en niet meer dan 0,12 gram natrium of de gelijkwaardige waarde voor zout, per 100 gram of 100 milliliter.



Het gebruik van suiker in voedingsmiddelen

Steeds meer consumenten laten producten met veel suiker links liggen. Waarom wordt suiker in zoveel producten gebruikt? En hoe kom je erachter of een product veel suiker bevat?

Zoet is lekker

De mens heeft een aangeboren voorkeur voor zoet. Zoet geeft een signaal dat een voedingsmiddel energie bevat en niet schadelijk is. Suiker zorgt er ook voor dat andere smaken beter tot hun recht komen. Zo kan suiker de bittere smaak van chocolade verminderen. Suiker wordt daarnaast gebruikt voor de kleur en smaak in voedingsmiddelen. Bij verhitting van suikers boven het smeltpunt én in afwezigheid van eiwitten, ontstaat een donkerbruine kleur en karamelsmaak. In bakkerijproducten zorgt suiker voor volume en textuur, het zorgt voor een zachter en luchtiger deeg. Bij roomijs zorgt suiker voor een romige structuur, het verlaagt het vriespunt van ijs waardoor het langzamer bevriest en er minder ijskristallen ontstaan. Een andere belangrijke reden om suiker toe te voegen aan producten is het verlengen van de houdbaarheid van producten. Suiker trekt water aan waardoor het niet meer beschikbaar is voor micro-organismen. Jam is hiervan een goed voorbeeld, door de aanwezige suikers kunnen micro-organismen hierin niet meer leven.

Hoeveelheid maximale suikers

We krijgen gemiddeld anderhalf tot twee keer meer suiker binnen dan de aanbevolen hoeveelheid. Dit komt neer op gemiddeld twintig suikerklontjes aan vrije suikers per dag. Hieronder vallen alle toegevoegde suikers plus de suikers die van nature aanwezig zijn in honing, siropen, vruchtensappen en -concentraat. Van nature aanwezige suikers in fruit, groente en zuivel vallen niet onder vrije suikers. Al met al eten we per persoon dertig kilo suiker per jaar. De WHO heeft een advies opgesteld voor de hoeveelheid maximale suikers die je binnen mag krijgen. Zij adviseren een maximum van 10 procent vrije suikers van het totaal aantal calorieën wat je op een dag nuttigt. Dit zou neerkomen op vijftig gram vrije suikers bij een dagelijkse inname van 2000 kcal per dag. Het advies van de WHO heeft alleen betrekking op vrije suikers en niet op van nature aanwezige suikers. De vastgestelde referentie-inname suikers van een gemiddelde volwassene is negentig gram per dag.

Reken in suikerklontjes

Om inzichtelijk te maken hoeveel suiker je tot je neemt, is handig om te rekenen in suikerklontjes. Een klontje is gelijk aan vier gram suiker. Dat wil zeggen dat vijftig gram neerkomt op 12,5 suikerklontjes per dag. Wanneer je bij een product kijkt in de voedingswaardetabel bij 'waarvan suikers' kun je controleren hoeveel gram suiker in het product aanwezig is. Naast het lezen van de voedingswaardetabel blijft het handig om te kijken naar de ingrediënten. De ingrediënten staan op volgorde van hoeveelheid aangegeven. Wanneer één van de eerste ingrediënten suiker is, weet je al snel dat het product veel suiker bevat. Helaas is suiker niet altijd even makkelijk te herkennen vanwege de verschillende benamingen. Woorden die eindigen op 'ose', 'siroop', 'stroop' en 'suiker' zijn andere benamingen voor suikers. Naast deze benamingen zijn er nog andere manieren om suiker te vermelden die minder makkelijk te herkennen zijn. Voorbeelden hiervan zijn: appelsap-concentraat, beetwortelsap, caramel, castor melis, demerara, fruit(sap)concentraat, -extract, geconcentreerd vruchtensap, gula djawa, HGCS, honing, kandij, melasse, muscovado, nectar, oerzoet, sucanat.

Claims

Daarnaast zijn op veel producten claims vermeld: 'minder suiker' of 'zonder toegevoegde suikers'. Aan deze claims zijn eisen verbonden, die zijn vastgesteld in Verordening (EG) Nr. 1924/2006. Deze claims zeggen iets over de hoeveelheid suikers in een product. Aan claims zijn de volgende eisen gesteld:

- ✓ Suikerminder: alleen toegestaan als het suikergehalte van het product maximaal 5 g/100 g voor vaste stof of 2,5 g/100 ml voor vloeibare stoffen bedraagt.
- ✓ Suikervrij: alleen toegestaan als het suikergehalte van het product maximaal 0,5 g/100 g of 0,5 g/100 ml bedraagt.
- ✓ Zonder toegevoegde suikers: alleen toegestaan als aan het product geen mono- of disacchariden of andere vanwege hun zoetkracht gebruikte levensmiddelen zijn toegevoegd. Indien een levensmiddel van nature suikers bevat, dient ook het volgende op het etiket te staan: „DIT PRODUCT BEVAT VAN NATURE AANWEZIGE SUIKERS”
- ✓ Minder suiker: alleen toegestaan als het product 30 procent minder suiker bevat dan een vergelijkbaar product. En als de hoeveelheid energie van het product gelijk is aan of lager is dan de hoeveelheid energie in een soortgelijk product.



● Criterium 3

Smaak en houdbaarheid in balans

Bij het herformuleren van producten is en blijft zout- en suikerreductie een uitdaging op verschillende vlakken: microbiologisch, sensorisch en functioneel. Consumenten zijn gewend geraakt aan deze smaken. Wordt een product minder zoet of zout? Dan komt dit product vaak ook slechter uit een sensorisch onderzoek.

Vervangen van zout...

Er zijn veel methodes om de smaak van suiker of zout te compenseren. Toch betekent dit vrijwel altijd dat het sensorisch profiel (en daarmee de smaak) van het product verandert. Een voorbeeld hiervan is het vervangen van natriumzout door het gezondere kaliumzout. Daardoor smaakt het product iets bitterder. Ook umami kan helpen bij de zoutreductie. Umami brengt alle smaken van een product omhoog, waardoor er minder zout nodig is. Maar is het product door die verandering nog wel net zo lekker?

...en suiker

Hetzelfde geldt voor de vervanging van suiker. Zowel synthetische als natuurlijke suikervervangers hebben elk hun eigen zoetprofiel en zullen het product waarin ze worden gebruikt al dan niet ook een specifieke nasmaak geven, wat de consument niet altijd waardeert. Kijk nog eens naar de gevolgen van het gebruik van stevia als vervanger van suiker in het eerste deel van deze whitepaper: 'Focus op continu verbeteren'.

Geleidelijk veranderen

In de praktijk is het vaak een hele puzzel om de smaak weer in balans te krijgen. Daarbij is het ook belangrijk om te monitoren of de consument het product nog steeds lekkerder vindt dan het product van de concurrent. En het is cruciaal dat het herformuleren in kleine stappen gebeurt.





Verschillende onderzoeken om de houdbaarheid te testen

Een houdbaarheidsonderzoek kan zowel gericht zijn op de veiligheid (bijvoorbeeld *Listeria monocytogenes*), als op het bederf van een levensmiddel (bijvoorbeeld totaal kiemgetal). Er zijn daarom verschillende soorten onderzoeken mogelijk:

✓ **Challengetest**

Bij een challengetest wordt het product met een bekende concentratie van een micro-organisme besmet. Vervolgens wordt de groei daarvan gevolgd tijdens de houdbaarheid.

✓ **Voorspellende microbiologie**

Dit is het toepassen van voorspellende modellen waarbij onder andere de potentiële groeisnelheid van micro-organismen wordt berekend. Bij deze modellering worden verschillende product- en procesparameters meegenomen om een inschatting te maken van de houdbaarheid.

✓ **Effecten van verschillende variabelen**

Onderzoek naar het effect van verschillende variabelen, zoals temperatuur om het gedrag van het product te controleren. Ook is het mogelijk om diverse procestechnieken te vergelijken.

Zo wennen consumenten langzaam aan een minder zoete of zoute smaak en blijven ze het merk trouw, ondanks de veranderingen. Dat dit succesvol kan zijn, zagen we de afgelopen jaren bij de reductie van zout in kaas en brood.

Gevolgen reductie voor houdbaarheid

Naast de invloed op smaak spelen suiker en zout een belangrijke rol bij de houdbaarheid van voeding. Het is een voortdurende zoektocht om het product te kunnen maken met de beste smaak en de beste houdbaarheid. Zout en suiker hebben in veel producten ook een conserverende werking. Dit betekent dat zout- of suikerreductie vaak gevolgen heeft voor de houdbaarheid. Er zijn nieuwe technologieën nodig om producten meer smaak te geven zonder zout of suiker toe te voegen. Milde conservering is daar een voorbeeld van. Het is belangrijk om nauwkeurig te monitoren welke gevolgen dat heeft voor de houdbaarheid.

Houdbaarheidsonderzoek uitvoeren

Als producent van levensmiddelen moet je een onderbouwing hebben voor de houdbaarheid van de producten die je verkoopt. Het is daarom belangrijk om te weten hoe lang jouw product houdbaar is. Bij een houdbaarheidsonderzoek of 'shelf-life test' wordt een product op microbiologische en organoleptische parameters onderzocht. Het is wettelijk verplicht om een houdbaarheidsdatum te vermelden op voorverpakte levensmiddelen. De houdbaarheidsdatum (of THT op het etiket) geeft consumenten de zekerheid dat het product tot die datum zijn normale kwaliteitseigenschappen bezit (normaal van kleur, geur, consistentie en smaak), niet bedorven is en geen gevaar vormt voor de gezondheid. Een houdbaarheidsonderzoek geeft je al deze informatie, zodat je een veilig en kwalitatief goed product kunt aanbieden aan de consument.

Breng het in balans

Producten die minder bewerkt zijn (of een gereduceerde hoeveelheid zout of suiker bevatten), hebben vaak een kortere THT.



Daarnaast kan smaak flink verschillen aan het begin van de THT en aan het einde van de THT. De stabiliteit van het product kan zowel microbiologisch als sensorisch worden getest. Een korte THT heeft invloed op de distributie en inkoopprijs. Dit speelt een rol bij de besluitvorming van producenten, retailers en uiterlijk ook op de eindgebruiker: de consument.

Tip

Laat Normec Foodcare een houdbaarheids-onderzoek uitvoeren en ontvang een advies over de houdbaarheid van jouw product of de mogelijkheden om deze te verlengen.

● Criterium 4

Smaakonderzoek geeft inzicht

Door vroegtijdig in het productontwikkelingsproces smaakonderzoek te doen, kunnen testresultaten en inzichten over de smaakbeleving en -waardering direct bijdragen aan een kwalitatief beter eindproduct. Ook bij aanpassingen als gevolg van bijvoorbeeld zout- en suikerreductie. De voordelen voor producenten in de voedingsmiddelenindustrie zijn legio: je kunt met je product sneller naar de markt, krijgt meer inzicht met een penalty analyse en de resultaten van het onderzoek dat uitgevoerd wordt door Sensory van Normec Foodcare kunnen worden vergeleken met de NormBase®, waardoor een referent testen niet langer noodzakelijk is.

Sensory: de waarde van sensorisch onderzoek

Sensorisch onderzoek biedt duidelijke handvatten bij productontwikkeling of -aanpassing. Bijvoorbeeld als zout- en suikerreductie het doel is; wat gebeurt er met de smaak van een product als er minder zout of suiker aan wordt toegevoegd? Dat kan getest worden bij Normec Foodcare.

De producttest uitgelegd

Het onderzoek wordt uitgevoerd in Het Smaakhuis van Normec Foodcare in Amstelveen. Naast Amstelveen zijn er ook testcentra in Alkmaar, Den Bosch en Antwerpen. Het zijn open en sfeervolle testruimtes (geen laboratoria),





zodat respondenten zich op hun gemak voelen. Interactie met de respondent is mogelijk. De testmethode heeft een hoge betrouwbaarheid en er zijn continu testleiders aanwezig om de onderzoeken in goede banen te leiden. Respondenten uit het Smaakhuispanel komen langs in Het Smaakhuis om producten te proeven. Per testsessie wordt deelgenomen aan meerdere smaaktesten. Hierbij beoordelen respondenten verschillende aspecten zoals uiterlijk, kleur, geur, zoetheid, zoutgehalte, totale smaak en nasmaak. Respondenten zijn onafhankelijke consumenten die het te testen product moeten lusten (non-rejectors).

Monadisch vs. vergelijkend

Een test in Het Smaakhuis kan zowel monadisch (één product) als semi-monadisch of vergelijkend (twee of meer producten) worden uitgevoerd. In de regel adviseert Normec Foodcare voor productoptimalisatie een monadische testopzet. Bij een monadisch onderzoek zijn de scores absoluut: er is immers geen invloed van andere smaken. Dit betekent dat als een product wordt beoordeeld als te zout, dit ook daadwerkelijk te zout is. In de rapportage wordt een penalty analyse opgenomen. Deze analyse geeft aan welke aspecten als eerste moeten worden aangepakt om zo snel mogelijk tot een hoger algemeen oordeel te komen. Indien er meerdere monadische onderzoeken worden ingezet, kunnen de resultaten hiervan in één rapport opgeleverd worden, waarbij de significante verschillen tussen de producten worden uitgelicht.

Het beste product

Bij een semi-monadisch of vergelijkend onderzoek worden twee of meer producten geproefd. Om volgorde-effecten uit te sluiten worden de producten in steeds wisselende rotaties beoordeeld. Een belangrijk voordeel van semi-monadisch of vergelijkend onderzoek is, dat er naar een voorkeur kan worden gevraagd. Dat maakt dit type onderzoek bijvoorbeeld bij uitstek geschikt voor de vraag: "welk product is het beste?". Scores bij vergelijkend onderzoek zijn altijd relatief; een score als 'te zout' kan ook een reactie zijn op een ander product in de test dat juist niet zout is. Dit maakt dat vergelijkend onderzoek minder inzichten levert voor productoptimalisatie. Als alleen het vinden van punten ter verbetering het uitgangspunt is, kan beter voor monadisch onderzoek worden gekozen.



NormBase®

Normec Foodcare werkt met de NormBase®. Dit is een database met 550.000 scores over ruim 3.000 productcategorieën. Resultaten van een monadisch onderzoek kunnen worden vergeleken met de scores uit de NormBase®; een referent testen is niet langer noodzakelijk. De NormBase® kent een groot aantal voordelen, ook ten opzichte van de opzet met referent-testen:

- ✓ de normen uit de NormBase® worden kosteloos ter beschikking gesteld aan klanten, er is geen extra onderzoek noodzakelijk;
- ✓ de normen zijn gebaseerd op meerdere onderzoeken, niet slechts één test;
- ✓ de normen zijn betrouwbaar vanwege de grote basis;
- ✓ de normen uit de NormBase® zijn een soort 'marktreferent', opgebouwd uit testen met A-merken en huismerken, niet slechts één merk of product;
- ✓ de normen zijn stabiel, omdat er meerdere testen aan ten grondslag liggen (bij het alternatief van een test met één referent kan deze 'een slechte dag hebben');
- ✓ er is altijd een norm beschikbaar, terwijl bij het alternatief van een test met één referent er niet altijd een juiste referent beschikbaar is;
- ✓ de NormBase® herbergt meer merken dan het alternatief van een test met één referent. Daar zijn vaak meerdere A-merken als referent aan te wijzen (bijvoorbeeld met bier: Heineken, Amstel, Grolsch, etc.); welke te kiezen?

Penalty analyse

De penalty analyse is een tool voor productoptimalisatie. Naast een algemeen oordeel beoordelen respondenten ook verschillende aspecten van een product. Zo kan bijvoorbeeld het zoutgehalte of de zoetheid van een product worden meegenomen. De penalty analyse is een analyse van de verbeterpunten van een product en geeft aan welke aspecten met de hoogste prioriteit moeten worden aangepakt om zo snel mogelijk tot een hoger algemeen oordeel te komen. Aan de hand van de penalty analyse is dus bijvoorbeeld te zien of de perceptie van de zoetheid of het zoutgehalte van een product invloed heeft op het rapportcijfer.

Tip

Ontdek wat de resultaten van sensorisch onderzoek voor jouw product zijn.



Zet de eerste stap

Weten wat de gevolgen van zout- en suikerreductie voor jouw product betekenen? We helpen je graag met onderzoek, advies en opleidingen. Kijk voor meer informatie op normecfoodcare.com of neem direct contact op met onze Commercieel Managers. Ze helpen je graag.

Sensory



Tinka Alaerds
tinka.alaerds@normecgroup.com
+ 31 6 15 59 51 32

Foodlab



Zaki Al Salihi
zaki.al.salihi@normecgroup.com
+31 6 82 32 24 19