

Format voor het indienen van voorstellen voor ketenbrede afspraken ter verlaging van het zout-, (verzadigd) vet- en suikergehalte van voedingsmiddelen

Ter beoordeling door de Wetenschappelijke Advies Commissie
Productverbetering

Voorstel afspraak om de calorieën in frisdranken terug te dringen

Productgroep:	Frisdranken
Voedingsstof*:	Suiker
Periode waarvoor de afspraak geldt:	2012 - eind 2020.
Indieners:	FWS/FNLI
Datum van indienen:	10 december 2014
Betrokken partijen:	FNLI/FWS en hun leden

*Doorhalen wat niet van toepassing is

1. DE DOELSTELLING VAN DE PRODUCTSAMENSTELLING

1.1 Van welke producten binnen de productgroep wordt het natrium-, (verzadigd) vet- of suikergehalte gereduceerd?

Toelichting: Geef een lijst van (eind)producten waarvan het gehalte wordt gereduceerd (evt. als bijlage). Onderbouw deze keuze.

De productgroep frisdranken inclusief energiedranken, sportdranken en limonadesiropen. De volgende FWS leden zijn aangesloten: Brand New Day, Burg Ter Aar, Coca-Cola, FrieslandCampina, Heinz, Hero, Inexo Nederland, Nestle Waters Benelux, Orangina Schweppes, PepsiCo, Red Bull, Refresco, Spadel, United Soft Drinks, Vrumona. Het FNLI lid Unilever participeert voor de Lipton Ice tea products. De definitie van een frisdrank is vastgelegd in het warenbesluit 'gereserveerde aanduidingen':

De aanduiding limonade of frisdrank mag uitsluitend worden gebezigd voor een drinkwaar die geen alcohol bevat, tenzij dit door een natuurlijk gistingsproces onbedoeld en onvermijdelijk aanwezig is tot een gehalte van ten hoogste 5 gram ethylalcohol per liter, en die bestaat uit:

- water, natuurlijk mineraalwater of bronwater; en
 - suikers of zoetstoffen;
- waaraan mogen zijn toegevoegd:
- koolzuur;
 - aroma's;
 - eetbare bestanddelen van vruchten of planten; of
 - vruchten- of plantensappen.

Doordat de definitie afgebakend is in de warenwet zien we frisdranken als één productgroep.

Mineraal- en bronwater wordt meegenomen. Omdat er steeds meer mineraal- en bronwater met smaakjes (citroen, mint etc) op de markt komen, concurrerend met frisdranken. Ook dit brengt een verschuiving naar dranken met minder calorieën te weeg.

1.2 Hoe is de samenstelling van de producten nu?

Toelichting: Wat is op dit moment het gemiddelde natrium-, (verzadigd) vet of suikergehalte van deze productgroep, en wat is de spreiding? Maak eventueel onderscheid naar subgroepen binnen deze categorie. Vermeld op welke manier de huidige samenstelling is vastgesteld (is deze berekend of geanalyseerd met laboratorium bepalingen?). Geef inzicht in de berekening en gebruikte bronnen. Indien gewenst, kunt u gegevens over de samenstelling van producten bij het RIVM opvragen.

Volgens de NEVO online tabel bevatten frisdranken gemiddeld 41 kcal per 100 ml en light frisdranken 0 kcal per 100 ml. De range frisdranken loopt globaal van 0 kcal/100 ml tot 57 kcal/100ml.

1.3 In welke mate wordt het gemiddeld natrium-, (verzadigd) vet- of suikergehalte in de (eind)producten gereduceerd?

Toelichting: Vermeld het percentage reductie in gemiddeld natrium-, (verzadigd) vet- en/of suikergehalte van de totale productgroep. Geef een onderbouwing.

De frisdrankenindustrie streeft naar een reductie van 10% van de gewogen gemiddelde hoeveelheid kcalorieën per 100 ml per eind 2020. Basisjaar 2012.

De gewogen gemiddelde hoeveelheid kcal per 100 ml berekenen we als volgt: Totaal volume van alle frisdranken en waters/totaal kcal van alle frisdranken en waters.

Dit streven is van toepassing op frisdranken inclusief sportdranken, energiedranken en limonadesiropen. Ook de productgroep mineraal- en bronwater is hierin meegenomen. Als een consument van een regular/midcal frisdrank overstapt op mineraal- of bronwater wordt reductie van calorieën behaald.

Om een 10% reductie van de gewogen gemiddelde hoeveelheid kcal per 100 ml te realiseren, zetten bedrijven in op (een mix van) productinnovatie en groei van de light/zero categorie. Daarnaast kijkt de frisdrankenindustrie kritisch naar de inhoudsmaat van verpakkingen. Er komen steeds meer kleinere verpakkingen (met name als het gaat om portieverpakkingen) op de markt. Deze leveren geen directe bijdrage aan de afspraak maar indirect wel omdat er per consumptiemoment minder van zal worden ingenomen. Omdat er de afgelopen jaren al veel gebeurd is (zie vraag 1.4), is 10% ambitieus. De eerste stappen in productinnovatie (minder suiker in frisdranken, suiker vervangen door zoetstoffen, groei van de light categorie) zijn relatief gemakkelijker (het laaghangende fruit, zie ook vraag 1.4) dan de stappen erna, waarbij de wens van de consument niet uit het oog mag worden verloren. Deze eerste stappen zijn inmiddels (zonder collectieve afspraak maar door individuele fabrikanten) gezet. Vervolgstappen zijn moeilijker te behalen. Daarom is een collectieve vervolgstap van 10% reductie erg ambitieus. Het aandeel van frisdranken in de totale calorie-inname is beperkt: gemiddeld 4%, zo blijkt uit de laatste VCP.

Ieder bedrijf bepaalt zelf op basis van zijn productportfolio of ingezet wordt op productinnovatie of verdere groei van de light/zero categorie. In verband met internationale afspraken is het voor een aantal bedrijven niet mogelijk hun suikerhoudende variant in suiker te verlagen.

1.4 Zijn er in het verleden (afgelopen 5-10 jaar) aanpassingen gedaan in de samenstelling van deze productgroep?

Toelichting: Van welke producten binnen de productgroep is de samenstelling veranderd? Op welke manier is dat gedaan? Hoe groot waren de veranderingen (in percentages)? Welke belemmeringen is men hierbij tegengekomen? Indien gewenst, kunt u informatie over de verandering in samenstelling van producten bij het RIVM opvragen.

Innovatie

De frisdrankenindustrie is een zeer innovatieve sector. Het assortiment frisdranken is de laatste jaren enorm uitgebreid. De frisdrankenindustrie biedt een breed en gevarieerd portfolio. De industrie ontwikkelt voortdurend nieuwe producten waarbij de gezondheidsaspecten niet uit het oog worden verloren. Voorheen bestonden er alleen

suikerhoudende frisdranken, halverwege de jaren 80 zijn de light frisdranken geïntroduceerd. Tegenwoordig is er een breed portfolio dat varieert in de hoeveelheid calorieën:

- Frisdranken geheel gezoet met zoetstoffen (de light en zero frisdranken).
- Frisdranken gezoet met een combinatie van suiker en/of vruchtensap en zoetstoffen.
- Frisdranken met suiker en/of vruchtensap waarbij het suikergehalte is teruggebracht en geen gebruik is gemaakt van zoetstoffen.
- Fruitdranken op basis van vruchtensap en water (zonder toegevoegd suiker).
- Frisdranken met suiker.
- Water met een smaakje, geen calorieën.
- Mineraal- en bronwater.

Light en zero frisdranken zijn hierdoor gegroeid. In het jaar 2000 bestond 18% van de frisdrankenmarkt uit light frisdranken, tegenwoordig is dit 31%. Dit heeft als gevolg dat het aantal kcal per hoofd van de bevolking uit frisdranken met 12% is gedaald sinds 2000. Bron: cijfers FWS.

De samenstelling van de regular varianten traditionele suikerhoudende, veelal koolzuurhoudende, frisdranken is niet of nauwelijks veranderd in deze periode. Met name de laatste jaren is er in deelsegmenten zoals fruitdranken en ijsthee sprake van aanpassingen in de samenstelling. De hierboven vermelde reductie is grotendeels afkomstig van een verschuiving naar light maar het is niet uit te sluiten dat er ook deels sprake is van een verandering in samenstelling bij de regular varianten in deelsegmenten.

Verpakkingen

Frisdranken bestaan in verschillende verpakkingsmaten, deze lopen uiteen van 200 ml tot 2 liter. Verpakkingen met een portie of meerdere porties. Verpakkingen voor onderweg en voor thuis; voor eenpersoonshuishoudens, meerpersoonshuishoudens en voor feestjes. Er is een trend waar te nemen naar kleinere verpakkingen in het aanbod. De afgelopen jaren zijn er verschillende nieuwe introducties geweest, waaronder kleinere eenheden in het horeca kanaal en de automaten. Er zijn geen cijfers beschikbaar, wel is bekend dat een aantal grotere spelers deze kleinere eenheden via de hiervoor gemelde kanalen heeft geïntroduceerd.

Voorlichting

De FWS adviseert haar leden de energiewaarde per portie op het etiket te zetten. 90% van de frisdrankverpakkingen van de leden van FWS bevat de energiewaarde per portie (250 ml).

1.5 Hoe verhoudt de doelstelling van de door u ingediende afspraak zich tot de ambities van het Akkoord? (niet verplicht om in te vullen)

Toelichting: Hieronder heeft u de mogelijkheid om aan te geven hoe u denkt dat dit voorstel bijdraagt aan de ambitie van het Akkoord, dat wil zeggen maximaal 6 gram zout per dag, maximaal 10 en% verzadigd vet en reductie van suiker. Indien u dit niet weet, mag u deze vraag overslaan.

De gewogen gemiddelde kcal per 100 ml frisdrank terug brengen met 10%. Hierdoor worden er minder calorieën via frisdranken op de markt gezet dus caloriewinst! Als de consument evenveel van deze categorie blijft consumeren, maar de hoeveelheid calorieën is verminderd, dan zal ook de totale inname van Calorieën afnemen. Overigens hebben wij geen inzicht in de

effecten op de rest van het voedingspakket. Wij kunnen alleen spreken van een verminderde inname in kcalorieën afkomstig van onze eigen categorie.

1.6 Welk aandeel heeft de product in de markt (nu en evt in toekomst)?

Toelichting: Geef, indien bekend, voor de te herformuleren producten aan of het product veel/weinig wordt verkocht ten opzichte van de verkopen in de totale productcategorie (in percentages).

De merken van de bedrijven die bij vraag 1.1 worden genoemd. Hiermee is nagenoeg de hele markt van merk producten afgedekt.

1.7 Welke bijdrage heeft de productgroep aan de totale inname van zout (natrium), (verzadigd) vet of suiker door de consument?

Toelichting: Hoeveel draagt de productgroep nu bij aan de inname (uitgedrukt in gram en in percentages)? Hoe zal de bijdrage van de productgroep zich in de loop van de tijd ontwikkelen? Verwacht u dat dit gelijk blijft of verwacht u een eventuele toename of afname met en zonder product verbeterende afspraken? Geef een onderbouwing.

DE FWS heeft de VCP 2007-2010 laten verbijzonderen voor dranken. Daaruit komen de volgende belangrijke conclusies:

- Koffie en thee worden het meest gedronken; 674 ml gemiddeld per dag, 33% van de totale vochtinname. Daarna water; 549 ml gemiddeld per dag, 27% van de totale vochtinname. Op derde plaats staan frisdranken; 313 ml gemiddeld per dag, 15% van de totale vochtinname.
- Dranken (incl alcohol) leveren 372 kcal per dag. Dit is 19% van de referentie inname (RI) van 2000 kcal per dag. Zuiveldranken zijn de belangrijkste energieleverancier met gemiddeld 113 kcal per dag (6% van RI), gevolgd door alcoholische dranken gemiddeld 108 kcal per dag (5% van de RI) en frisdranken gemiddeld 84 kcal per dag (4% van de RI).

In een memo van het RIVM met als titel 'Bijdrage van voedingsmiddelengroepen aan de inneming van mono- en disachariden en energie' komen de volgende conclusies tav frisdranken naar voren:

- Jongens van 7-18 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 31%, frisdranken zijn hier 23.6% van.
- Meisjes van 7-18 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 29%, frisdranken zijn hier 19.9% van.
- Mannen van 19-69 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 22%, frisdranken zijn hier 12.9% van.
- Vrouwen van 19-69 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 19%, frisdranken zijn hier 9% van.

De frisdrankenindustrie streeft naar een reductie van 10% van de gewogen gemiddelde hoeveelheid kcalorieën per 100 ml per eind 2020.

1.8 Welke technieken worden toegepast om de gewenste reductie te bewerkstelligen?

Toelichting: Worden ingrediënten weggelaten of vervangen? Welke (technologische) aspecten beperken verdere verlaging? Geef hierbij een onderbouwing.

Om de nagestreefde reductie te halen wordt het volgende gedaan:

- Productinnovatie: minder suiker in de suikerhoudende producten, suiker deels of geheel vervangen door zoetstoffen.
- Marketing: marketing activiteiten inzetten om de light en zero categorie verder te laten stijgen ten koste van de suikerhoudende categorie.

Een aspect dat een verdere verlaging belemmert is de smaak van de consument. De consument moet een product met minder calorieën wel lekker vinden, accepteren en kopen. Een te grote aanpassing (suikerreductie) in bepaalde segmenten zou remmend kunnen werken op de consumptie van die producten.

Technologisch gezien is het soms nodig om naast een zoetstof voor de smaak toch nog wat suiker toe te voegen. Suikers brengen een bepaalde 'mouthfeel' met zich mee die door zoetstoffen veelal niet kan worden overgebracht. De acceptatiegrens van wat een consument nog lekker vindt wordt door consumentenonderzoek bepaald.

1.9 Welke veranderingen verwacht u in de consumptie van de productgroep door de productaanpassing?

Toelichting: Verwacht u dat door de productaanpassing het product minder of meer geconsumeerd wordt? Wordt het product juist aantrekkelijker of minder aantrekkelijk voor de consument? Dit kan bijvoorbeeld door verandering in smaak, textuur of houdbaarheid. Geef een onderbouwing.

Het gaat hier niet om een product maar om een productgroep. Over het algemeen zullen er eind 2020 minder calorieën via frisdranken en mineraal- en bronwater op de markt zijn. Dit komt doordat er in de suikerhoudende frisdranken minder suiker zit en door verdere groei van de light/zero categorie. Wij verwachten niet dat er veranderingen te verwachten zijn in de consumptie van de totale productcategorie zolang de smaakbeleving van de consument gelijkblijft of verschillen zo klein zijn dat ze geaccepteerd worden.

2 STAPPENPLAN

2.1 Beschrijf de activiteiten

Toelichting: Welke activiteiten vinden plaats op de korte en lange termijn om de gewenste reductie te bewerkstelligen? Laat daarin zien hoe de partijen bij het voorstel zijn betrokken. Elk frisdrankbedrijf geeft op zijn eigen manier invulling aan de reductie. Dit kan gebeuren door productinnovatie en marketing.

FWS weet van haar leden precies welke reductie zij nastreven en zal daar ook op monitoren. De cijfers die FWS van haar leden krijgt zijn vertrouwelijk en worden niet met externen gedeeld.

2.2 Op welke termijn worden de doelstellingen of tussentijdse doelstellingen gerealiseerd?

Toelichting: Indien het plan niet reikt tot 2020, hoe ziet het aanvullend plan eruit?

Basisjaar 2012 (meetdatum 1 januari 2013). Einddatum eind 2020.

Het is aan de deelnemende fabrikanten om te bepalen hoe men tewerk gaat. Voor sommige kan dit betekenen dat eerder een verschuiving van regular naar light wordt bereikt dan bij anderen, voor anderen kan het betekenen dat men een aanpassing in samenstelling eerder doorvoert bij één specifiek product dan bij anderen.

2.3 Beschrijf de manier waarop de afspraken worden geborgd (eventuele sancties)

Toelichting: Welke activiteiten vinden plaats op de korte en lange termijn?

FWS heeft een monitoring systeem opgezet om de reductie jaarlijks te monitoren. Aan dit monitoringsysteem neemt Unilever deel voor haar Lipton Ice tea products.

Deze cijfers zijn vertrouwelijk, uitsluitend over de geaggregeerde gegevens kan informatie worden verstrekt.

3 MONITORING

3.1 Hoe worden de reducties in natrium-, (verzadigd) vet of suikergehalte gemonitord?

Toelichting: Welke monitoringsactiviteiten vinden plaats op de korte en lange termijn?

FWS heeft een monitoring systeem opgezet. Aan dit monitoringsysteem neemt Unilever deel voor haar Lipton Ice tea products. Elk jaar vraagt de FWS aan haar leden om op productniveau te rapporteren over sales volume en kcal per 100 ml. Vervolgens wordt dit omgerekend naar gewogen gemiddelde kcal per 100 ml.

De FWS houdt in de gaten of haar leden en Unilever voortgang boeken. Zoals eerder gezegd wordt er elk jaar gemonitord, op die manier kan makkelijk bijgestuurd worden mocht een bedrijf geen progressie laten zien.

3.2 Hoe worden de processen/afspraken gemonitord?

Toelichting: Welke monitoringsactiviteiten vinden plaats op de korte en lange termijn?

FWS vraagt aan haar leden en andere deelnemers elk jaar om op productniveau te rapporteren over volume en kcal per 100 ml. Vervolgens wordt dit omgerekend naar gewogen gemiddelde kcal per 100 ml.