

Nieuw in Nederland: de Nutri-Score nudge

Door: Elke Godden

Kernwoorden: Consumentengedrag, Gezonde voeding, Nudging, Nutri-Score, Voedingslabels

Iedereen eet. Als er iets is waar we niet om heen kunnen, is het dat wel. En wat je eet, zo weten we al lang, heeft invloed op je gezondheid: 1 op de 2 Nederlanders heeft een verhoogd risico op kanker, diabetes, hart-en-vaatziekten en zelfs vroegtijdige sterfte door wat hij eet. Maar als we dit al lang weten, waarom doen we er dan niets aan? Alle interventies lijken te mislukken. Dit artikel belicht één van de meest recente pogingen: de Nutri-Score. Doet dit label ons wél gezonder eten?

De consument heeft keuzehulp nodig

Vorig jaar sloeg de bom in: de Universiteit van Oxford vergeleek het wereldwijde eetpatroon en publiceerde een lijst met de 'twintig grootste eters' (geteld in calorieën). België staat vierde met gemiddeld 3.824 calorieën per dag. Maar niet te hard lachen Nederland, ook u staat in de top twintig. Met gemiddeld 3.460 calorieën per dag doet u het net iets beter dan uw Belgische burens. Als u verneemt dat de officiële referentie-inname 2.000 calorieën is, dan weet u het wel: we moeten ons voedingspatroon drastisch veranderen.

Dit kunnen we echter niet alleen. Om dit te bereiken moeten we onze voedselomgeving eens grondig onder de loep nemen, meer bepaald: de omgeving waarin we kiezen wat en hoeveel we gaan eten. De supermarkt bijvoorbeeld. Recent onderzoek in Vlaanderen ging rekken tellen in verschillende supermarkten (Vandevijvere e.a., 2023). Wat bleek? Voor iedere 10 meter aan ongezonde voeding, stond er slechts 3,6 meter gezonde voeding. Bij zo'n overaanbod van ongezond lekkers kunnen we best wat keuzehulp gebruiken.

Prijsstrategieën en nudges

We kunnen de prijs verhogen van ongezonde voeding. Maar laat ons eerlijk zijn: de boodschappen zijn tegenwoordig al duur genoeg. Bovendien is het prijsverschil tussen ongezonde en gezonde voeding zo groot, dat zelfs een suikertaks van 100% geen effect zou hebben (Gelbach e.a., 2009; Kuchler e.a., 2005). Dit is ook bevestigd in het 'Supreme Nudge Project' waarover in dit nummer een artikel staat. Ondertussen concludeerde ook recent onderzoek in België (Sciensano & Vandevijvere, 2018) en Nederland (Hoenink et al., 2022) dat de gemiddelde kostprijs van een gezond dieet (in lijn met de voedingsrichtlijnen) significant hoger is dan van een ongezond dieet. Daarbij komt nog eens het feit dat ongezonde voeding veel vaker in promotie staat (Vandevijvere & Van Dam, 2021) en prijsverhogingen vooral mensen van lagere socio-economische klasse raakt. En dan hebben we het nog niet over het terugslag-effect: als mensen met een beperkt budget moeten besparen op hun voedingsaankopen (bijvoorbeeld als de snacks en frisdrank duurder worden door een suikertaks), gaan ze utilitaristische producten (gekocht om hun voedingswaarde) laten staan in plaats van hun favoriete kostje. En laat fruit en groenten nu net de eerste producten zijn die uit hun winkelmandje verdwijnen!

Laat het duidelijk zijn dat prijsstrategieën in isolatie niet de oplossing zijn. Er is nog een andere soort interventie waar veel wetenschappers achter staan: 'nudging'. Nudges zijn kleine veranderingen in onze omgeving die ons een duwtje in de juiste richting geven, zonder ons iets te verplichten of te verbieden. Door nudging maak je gewenst gedrag logischer, makkelijker of aantrekkelijker. We kunnen nudges onderverdelen in drie categorieën: cognitieve nudges zoals voedingswaardelabels; affectieve nudges zoals 'lekker!' erbij zetten; of gedragsnudges, zoals gezonde voeding binnen handbereik zetten en ongezonde niet.

De effectiviteit van nudges hangt af van verschillende factoren, zoals bijvoorbeeld doelgroep, context, en gewenst gedrag. Dit

verklaart ook het bestaan van veel tegenstrijdige resultaten in de wetenschappelijke literatuur. Over het algemeen zullen cognitieve nudges het minst goed werken en gedragsnudges het beste (Cadario & Chandon, 2020). Maar hier zit een addertje onder het gras: niet alle nudges zijn even graag gezien. Consumenten worden niet graag geduwd en al zeker niet als ze er niet van op de hoogte zijn. Ik kan het niet beter zeggen dan een populair T-shirt hier in Antwerpen: 'kmoet just niks'. Helaas is de aanvaardbaarheid van nudges meestal in de omgekeerde richting als de effectiviteit: cognitieve nudges worden veelal enthousiast onthaald, maar gedragsnudges vindt men vaker not-done (Cadario & Chandon, 2020). En dan kom je als overheid al snel uit bij een populaire cognitieve nudge: voedingslabels.

Voedingslabels als cognitieve nudge

Voedingslabels op de achterkant van de verpakking zijn al lang verplicht. Er zijn echter weinig consumenten die de moeite nemen om het product van het schap te nemen, om te draaien, de (best ingewikkelde) achterkant te bestuderen, en vervolgens hetzelfde te doen met mogelijke alternatieven. Daarom pleiten meer en meer wetenschappers voor zogenaamde *Front-Of-Pack* labels. Dit zijn labels op de voorkant van de verpakking die een samenvatting geven van de informatie op de achterkant. Er zijn labels in zwart-wit en met kleur, met veel detail of weinig detail, die producten een score geven op basis van de gehele samenstelling of die enkel calorieën weergeven. De Europese Commissie besliste onlangs dat die wirwar van labels verwarrend is en er één label moet komen in de hele Europese Unie. De grote kanshebber lijkt op dit moment de Nutri-Score, maar er is wel een kaper op de kust.

De Nutri-Score

De Nutri-Score is een *Front-Of-Pack* voedingslabel dat bedoeld is om gelijkaardige producten te vergelijken. Het algoritme baseert zich op de Food Standards Agency Nutrient Profiling System dat al sinds 2005 in het Verenigd Koninkrijk gebruikt wordt om de relatieve gezondheid van voeding uit te drukken. De basisbeginselen voor het *Front-Of-Pack* logo werden in 2016 gelegd toen de Franse overheid wetenschappers opriep om een simpel en toegankelijk voedingslabel te ontwerpen. Verschillende labels werden voorgesteld (waaronder bv. ook het SENS-label), maar na verschillende testen kwam de voorloper van de Nutri-Score als overwinnaar uit de strijd. Sindsdien is het label verder verfijnd en onderging het algoritme enkele aanpassingen naar aanraden van wetenschappelijke panels uit verschillende landen.

Het Nutri-Score label werkt met vijf scores die aangeduid worden met een letter en een bijhorende kleur: de groene A is het gezondste, de rode E het ongezondste. Daartussen vinden we nog een lichtgroene B, gele C en oranje D. De score wordt bepaald door het geven van goede punten voor gezonde voedingswaarden (eiwitten, vezels, groenten, fruit en peulvruchten) en het afstraffen van slechte voedingswaarden (suiker, verzadigd vet, zout en calorieën). De Nutri-Score is een relatieve score, geen absolute. Met de score kan een consument verschillende alternatieven (zogenaamde 'substituten') waartussen hij of zij twijfelt, vergelijken. Het is dus niet de bedoeling om zalm en cornflakes te vergelijken, maar twee verschillende soorten cornflakes is wel prima.

Hoewel de Nutri-Score ondertussen op vrijwillige basis werd ingevoerd in onder andere Frankrijk (2017), België (2018), Duitsland (2020) en Luxemburg (2020), is de bewijsgrond voor gedragswijzigingen -net zoals bij andere labels- tegenstrijdig. Sommige onderzoeken vinden een positief effect van de Nutri-Score (Dubois e.a., 2021; Farrand, 2021; Hodges e.a., 2023; Van Den Akker e.a., 2022), andere zien weinig tot geen verschil (Folkvord e.a., 2021). Waar wel min of meer consensus over bestaat is de vergelijking met andere labels: in de meeste onderzoeken komt de Nutri-Score naar voren als het meest begrijpbare en effectieve label, dat ook de meeste voorkeur wegdraagt bij een breed publiek (Egnell e.a., 2020; Fialon e.a., 2023; Hagmann & Siegrist, 2020; Van Den Akker e.a., 2022).



Klik om te vergroten

De meest logische verklaring voor de tegenstrijdige resultaten, is de context waarin de Nutri-Score opduikt. Zoals bij alle nudges, is de effectiviteit van voedingslabels afhankelijk van de locatie (bijvoorbeeld koekjes in de supermarkt of gratis op een congres), doelgroep, tijdstip (bijvoorbeeld als je dringend ergens heen moet, of alle tijd van de wereld hebt), en verschillende andere omgevingsfactoren. Wanneer en voor wie het label werkt, is precies het onderwerp van mijn doctoraatsthesis (Godden, 2024). Hieronder licht ik alvast twee factoren toe.

Heterogeniteit: consument 1 is anders dan consument 2



Klik om te vergroten

In een keuze-experiment probeerden we te achterhalen waarom consumenten voor een bepaald product kiezen en de verschillen tussen mensen te verklaren (Godden e.a., 2023). We lieten 1.156 mensen herhaaldelijk kiezen uit twee pakken chips, granola, flesjes sinaasappelsap of potjes aardbeienyoghurt. De alternatieven verschilden steeds in prijs, merk, voedingsclaim (bijvoorbeeld '50% minder vet') en, natuurlijk, Nutri-Score. We ontdekten drie grote keuze-strategieën: 39% van de participanten hechtte veel waarde aan de Nutri-Score en koos doorgaans voor het gezondste product. 30% van de participanten was minder éénvoudig, maar vertoonde een relatief sterke voorkeur voor grote merken zoals Minute Maid. De laatste groep (30%) vormt echter een probleem: zij kozen veelal voor het minst gezonde product met Nutri-Score E. We vermoeden dat dit te maken heeft met de zogenaamde *Unhealthy = Tasty Intuition*. Deze al dan niet bewuste overtuiging dat ongezonde dingen lekkerder zijn, is slecht nieuws. Dit zou ertoe kunnen leiden dat een substantieel deel van de bevolking net ongezonder gaat eten door de Nutri-Score. Het goede nieuws: deze groep is erg prijsgevoelig. Dus misschien is er dan toch iets te zeggen voor prijsmaatregelen zoals een suikertaks.

Toekomstig onderzoek moet uitwijzen hoe we een inclusief beleid voeren, waarin we alle drie deze groepen meenemen in een gezonder verhaal.

Locatie: een context zonder het effect van prijs

In een ander onderzoek omzeilden we twee contextuele elementen die het effect van de Nutri-Score versterken of verwateren. Het eerste is de *paradox van de observer* die vaak aanwezig is bij wetenschappelijke experimenten. De uitleg is zeer simpel: Als mensen weten dat ze bekeken worden, gaan ze zich anders gedragen. Dat is al helemaal het geval als ze een hypothetische situatie voor zich krijgen en zich 'maar moeten inbeelden' dat ze iets kopen.

Een tweede factor is prijs. Het is logisch dat we dit mee onderzoeken, want de prijs speelt een rol in veel voedingskeuzes. Maar het kan ook erg interessant zijn om eens naar de Nutri-Score te kijken zonder dat de prijs zich komt moeien.

Om deze twee invloeden uit te sluiten, labelden we de snacks bij de koffie op een congres. De 600 genodigden waren niet op de hoogte van ons onderzoek en de snacks waren gratis. Door het wegeven van de kommen, konden we achterhalen wat het meest in trek was: koekjes, chocolade snoeprepen of studentenhaver. We ontdekten dat de Nutri-Score ervoor zorgde dat mensen vaker studentenhaver boven koekjes kozen. Op de snoeprepen had het dan weer geen effect. De calorie labels, die we ook testten, hadden nooit een effect.

(Ex-) tegenstanders van de Nutri-Score

Nederland

In tegenstelling tot de meeste andere labels, werd de Nutri-Score ontworpen door wetenschappers in plaats van industriële spelers. Toch waren er nog verschillende verbeteringen nodig vooraleer Nederland akkoord ging met het achterliggende algoritme. Sinds begin dit jaar is Nederland echter ook aan boord: de Nutri-Score is sinds 1 januari 2024 het officiële voedselkeuzelogo van Nederland. Producenten moeten het label niet gebruiken, maar als ze dit op één van hun producten willen plaatsen, moeten ze dit wel verplicht op al hun producten zetten.

Het voornaamste argument tegen de Nutri-Score was het verschil met de Schijf van Vijf. De Schijf van Vijf van het Voedingscentrum is een visuele voorstelling van wat de essentie van gezond en duurzaam eten is. Na nog een uitgebreide aanpassingsronde vorig jaar, oordeelde het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) dat de Nutri-Score nu voldoende aansluit. Hoewel het soms minder nuance weergeeft dan de Schijf van Vijf (bijvoorbeeld volkoren rijst met dezelfde score als witte rijst), spreekt het de Schijf van Vijf nooit lijnrecht tegen (witte rijst zal nooit een betere score krijgen dan volkoren rijst). Bovendien is de Nutri-Score een aanvulling op de Schijf van Vijf, geen concurrent ervan. De Schijf van Vijf dient om een gezond en gebalanceerd dieet op te stellen, de Nutri-Score om hierbinnen verschillende alternatieven te vergelijken. Zoals ik hierboven al aangaf: u kiest niet tussen zalm of cornflakes, maar de Nutri-Score helpt u wel om te weten welke cornflakes gezonder zijn.

In het rapport van de RIVM staat echter wel dat er nog teveel ruimte is voor producenten om extra zout of suiker toe te voegen. Dit komt doordat de Nutri-Score een compensatie-algoritme heeft: iets goeds (bijvoorbeeld extra vezels) kan compenseren voor iets slechts (bijvoorbeeld extra zout). Een wetenschappelijke prognose spreekt dit echter tegen: net zoals bij eerdere voedingslabels (Vyth e.a., 2010; Young & Swinburn, 2002), zou de Nutri-Score producenten juist aanzetten tot het gezonder maken van hun producten (Ter Borg e. ., 2021). Echt hard bewijs voor één van beide kampen is er nog niet, maar daar werken we met onze onderzoeksgroep binnen de Universiteit van Antwerpen nu aan.

Tot slot is er nog een vaak verzwegen reden voor de Nederlandse voorzichtigheid rond de Nutri-Score. Het vorige voedselkeuzelogo, het 'Vinkje', kende een erg optimistisch ontstaan en een sterke opmars, maar ging uiteindelijk dramatisch ten onder na een hevige strijd van de Consumentenbond. Hoewel de Nutri-Score veel van de valkuilen van het Vinkje ontwijkt, spreekt het voor zich dat we als voedingswetenschappers een tweede label-flop zeker moeten vermijden. Anders zijn we mogelijk het vertrouwen van de consument voorgoed kwijt.

Italië

Een andere strijd woedt in Italië. Waar men in Nederland iets voorzichtiger was, is de overheid in Italië resoluut tegen de Nutri-Score. Verschillende rechtszaken zijn nog lopende en het is als producent *risky business* om het label op je Italiaanse verpakkingen te zetten. Daarvoor kan je aangeklaagd worden wegens "misleidende marketing". Hoewel de Italiaanse consument wel de Nutri-Score apprecieert, komt het grootste tegenargument uit de Italiaanse voedingsindustrie. Enkele typische Italiaanse exportproducten zoals Parmezaanse kaas, Serranoham en Mozzarella hebben immers een slechte Nutri-Score D of E. Italië vreest dus voor zijn export en flanst snel een eigen label in elkaar: de NutriInform Batterij. Dat lijkt op dit moment de sterkste concurrent van de Nutri-Score in de strijd om de 'Europese titel'.

De weg vooruit: wat we nodig hebben om de knoop door te hakken

Hoewel er al veel positiefs over de Nutri-Score te zeggen is, blijven er nog veel vragen. We gebruiken eye-tracking, smaak-

experimenten en andere tools om een genuanceerd beeld te krijgen over de context waarin en het type consument waarop de Nutri-Score een positief of negatief effect heeft. Anderzijds nemen we de Nutri-Score strategie van producenten onder de loep om 'health washing' tegen te gaan. Dat helpt allemaal in het vraagstuk, maar waar we eigenlijk dringend nood aan hebben, zijn veldexperimenten. Hiervoor hebben we echter de medewerking nodig van handelaars en daar wringt het schoentje: de samenwerking wordt bemoeilijkt door de commerciële factor. En zo zijn we eigenlijk weer bij het begin van dit artikel: alles draait om geld. De supermarkten nemen geen risico als het over winstmarges gaat en zijn daarom niet snel geneigd mee te werken aan wetenschappelijk onderzoek. Maar de nood is hoog en vanuit de wetenschappelijke wereld klinkt de oproep sterk (bijvoorbeeld Skov et al., 2013). Laten we hopen dat er binnenkort een supermarkt luistert.

Door

Elke Godden

Elke Godden is een Human Health Bio-Ingenieur en aspirant-onderzoeker aan de Universiteit van Antwerpen (Faculteit Bedrijfswetenschappen en Economie, departement Marketing Research). Ze verlegde haar focus van biochemie en genetica naar consumentengedrag en integreert nu deze expertises om mensen gezonder te doen eten, zonder een strikt dieet. Elke.Godden@uantwerpen.be

Literatuurlijst

De volledige literatuurlijst kan opgevraagd worden via Elke.Godden@uantwerpen.be

1. Godden, E., Alida, C., & Dens, N. (2024). The impact of nutritional labeling on adult snack choices : A controlled field experiment in a non-commercial professional setting. *Appetite, 193*, 107167. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.107167>
2. Godden, E., Thornton, L., Avramova, Y., & Dens, N. (2023). High hopes for front-of-pack (FOP) nutrition labels ? A conjoint analysis on the trade-offs between a FOP label, nutrition claims, brand and price for different consumer segments. *Appetite, 180*, 106356. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106356>