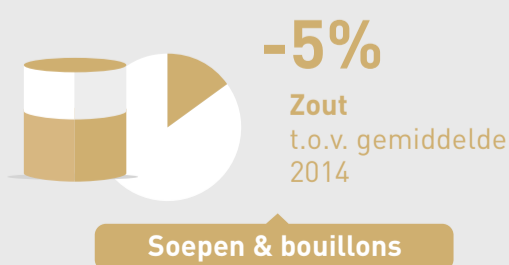
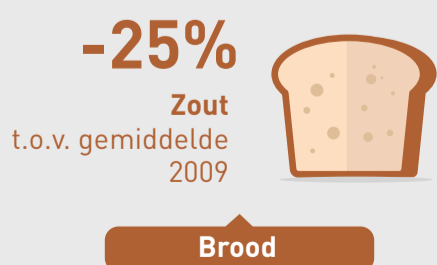
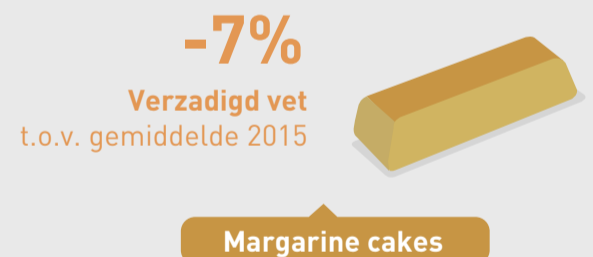
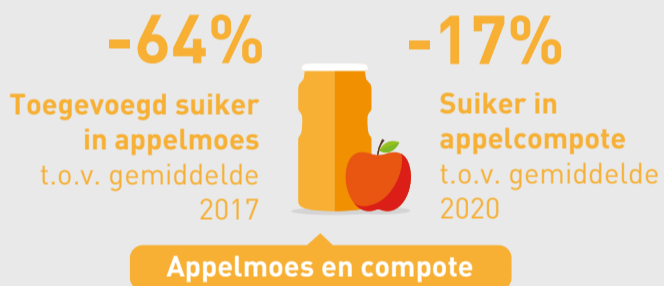


Verbetering productaanbod 2020

Het voedingsaanbod voor de consument verbeteren, daar draait het om in het Akkoord Verbetering Productsamenstelling. Fabrikanten en supermarkten hebben de afgelopen jaren gewerkt aan het reduceren van suiker, zout en vet in duizenden producten. Deze infographic illustreert de gemaakte afspraken.

Overzicht van alle afspraken



Overzicht van alle afspraken



-5%
Zout
t.o.v. gemiddelde
2018

Diepvriessnacks

-21%
Zout
t.o.v. gemiddelde
2012



Vleeswaren

Resultaten zijn het dubbele t.o.v. de afspraak

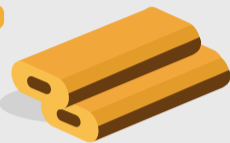
-9%
Verzadigd vet
t.o.v. gemiddelde
2013

-22%
Zout
t.o.v. gemiddelde
2006



Goudse kaas

-4-12%
Zout
t.o.v. gemiddelde
2018



Hartige broodjes

Zoals worstenbroodjes, kaasbroodjes



-7-15%
Zout en/of verzadigd vet
t.o.v. gemiddelde 2015

Chips, noten & zoutjes



-10%
Zout
t.o.v. gemiddelde
2020

Vleesbereiding en producten

Zoals gegaarde braadworst, gevulde kipproducten



-5%
Zout
t.o.v. gemiddelde 2020

Kant-en-klaar maaltijden

Hollands



-5%
Suiker
t.o.v.
gemiddelde
2019

Jam



-5%
Zout
t.o.v.
gemiddelde
2019

Vleesvervangers



-7%
Calorieën
t.o.v.
gemiddelde
2020

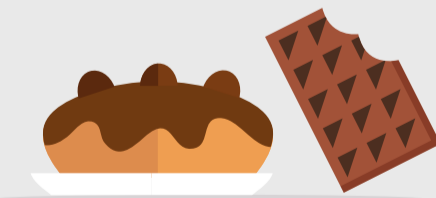
Consumptie-ijs

Extra afspraken in het Nationaal Preventieakkoord



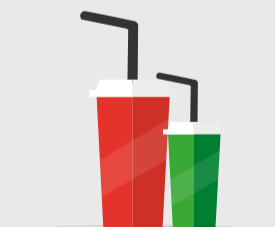
Vla, yoghurt, kwark,
toetjes & zuivelranken

Toegevoegde suikers worden
verder gereduceerd in
zuivelranken en desserts.



Zoetwaren, chocola,
koek en banket

Er zijn afspraken gemaakt over
portiegrootte van koek, banket,
tussendoortjes, chocolade en snoep.



Frisdrank

We gaan door met het reduceren
van kilocalorieën in frisdranken.

Verbetering productaanbod 2020

Het voedingsaanbod voor de consument verbeteren, daar draait het om in het Akkoord Verbetering Productsamenstelling. Ook Koninklijke Horeca Nederland en Veneca en hebben daar de afgelopen jaren aan bijgedragen. Deze infographic illustreert de gemaakte afspraken.

Veneca

Adviseren en stimuleren

Veneca adviseert haar leden tijdens bijeenkomsten en ledenvergaderingen over het Akkoord Verbetering Productsamenstellingen (AVP) en stimuleert haar leden de reeds geformuleerde producten in te kopen.

Verbeteren inkoopcriterium

Veneca heeft productverbetering onderdeel gemaakt van de MVI-criteria (maatschappelijk verantwoord inkopen catering).



Samenwerken

Veneca heeft met het Voedingscentrum gewerkt aan het toepasbaar maken van een gezonde voedselomgeving voor de catering.

Onderzoek en handleiding

Veneca heeft De Vrije Universiteit opdracht gegeven een meerjarig promotieonderzoek uit te voeren naar de mogelijkheden om gezond eten en drinken op het werk te stimuleren. Het onderzoek bevat ook een praktische handleiding met veertien strategieën voor cateraars en werkgevers die een gezonde keuze in het bedrijfsrestaurant aantrekkelijker willen maken.

Veneca en haar leden delen deze inzichten om medewerkers en opdrachtgevers te inspireren en stimuleren om lekker én gezond eten en drinken aan te bieden. Hierin is ook beeldmateriaal opgenomen.



Koninklijke Horeca Nederland



Verhogen gezondheidsbewustzijn

KHN heeft de afgelopen jaren ingezet op het verhogen van het gezondheidsbewustzijn bij horecaondernemers door regelmatig, via communicatie (nieuwsbrieven, magazines, social media), aan het thema aandacht te geven.



Horecava: lekkerste wedstrijden met minder zout

De kick off van de Nierstichting Restaurant Driedaagse heeft plaatsgevonden op de Horecava met in 2018 de 'lekkerste wedstrijd stamppot met minder zout' en in 2019 met de 'lekkerste wedstrijd wintersoep met minder zout'.



Organiseren van inspiratiesessies

KHN heeft in samenwerking met DutchCuisine (DC) bekendheid gegeven aan de 5 principes van DC: verse, lokale producten van het seizoen, meer plantaardig/minder dierlijk en no waste. Samen met DutchCuisine zijn in 2018 en 2019 per jaar 6 inspiratiesessies georganiseerd voor horecaondernemers met groenten in de hoofdrol. Daarnaast heeft DC met de seizoenen mee de impact menu's gelanceerd, menu's met minder vlees en meer groenten, als inspiratiebron voor horecaondernemers.



Nierstichting Restaurant Driedaagse

KHN heeft in samenwerking met de Nierstichting, de Nierstichting Restaurant Driedaagse georganiseerd in 2018 en 2019. Tijdens deze dagen laten koks Nederland een speciaal tasting-menu proeven, waarbij de focus ligt op pure smaken, verse ingrediënten en minder zout. Met dit evenement kunnen gasten ervaren hoe lekker eten met minder zout is. Meer dan 120 restaurants hebben in 2019 meegedaan en rond de 3800 gasten zijn bereikt.

Onderzoek: gezonde voeding horeca

Publicatie resultaten onderzoek onder KHN-leden naar omgang met gezonde(re) voeding (2018).

73% van de horecaondernemers is al volop bezig om zijn aanbod van eten en drinken gezonder te maken.

Dat doen ze door het gebruik van dagverse, lokale producten, vloeibare vetten, minder zout en door meer vegetarische gerechten op de menukaart aan te bieden. Zie hier de infographic. Het was de bedoeling dit onderzoek in 2020 te herhalen maar door de corona crisis heeft deze geen doorgang kunnen vinden.



Campagne Verantwoord Frituren

KHN heeft in samenwerking met MVO (de ketenorganisatie voor oliën en vetten) de campagne 'Verantwoord Frituren' verder vervolg gegeven.