



Ministerie van Volksgezondheid,  
Welzijn en Sport

*Consultatieverslag*

# Nieuwe aanpak productverbetering

11 oktober 2021

## **Aanleiding consultatie**

Veel Nederlanders eten bewerkte producten met daarin suiker, zout of verzadigd vet. Of het nu gaat om graanproducten, banket of frisdrank, wanneer deze producten minder suiker, zout of verzadigd vet bevatten, draagt dat bij aan onze gezondheid.

Productverbetering is één van de activiteiten om tot een gezonder aanbod van voedsel en betere consumptie te komen. Verandering naar een gezonder voedingspatroon, onder andere door meer te eten volgens de Schijf van Vijf, zal daarentegen het meest bijdragen aan de gezondheid en het tegengaan van overgewicht. Het geven van goede voedselinformatie aan de consument, bijvoorbeeld met een voedselkeuzelogo, kan bijdragen aan een bewuste en gezondere voedselkeuze.

Met het Akkoord Verbetering Productsamenstelling (AVP) is de afgelopen jaren productverbetering doorgevoerd, voornamelijk door afspraken te maken over maximumnormen voor zout, verzadigd vet en suikergehaltes in diverse productgroepen. Het AVP is eind 2020 afgelopen. In het Nationaal Preventieakkoord is afgesproken dat de overheid een nieuwe aanpak voor productverbetering ontwikkelt, die bedrijven stimuleert om hun productaanbod te blijven verbeteren. De Tweede Kamer wil dat de overheid daarbij heldere afspraken maakt over verbeterdoelen met een ambitieus tijdsfad<sup>1</sup>. De verwachting is dat bedrijven hierdoor extra stappen zullen maken.

Een voorstel voor een nieuw aanpak voor productverbetering inclusief het voorstel voor criteria voor zeven productgroepen is van 24 maart tot 2 juni 2020 ter consultatie voorgelegd. In het vervolg hierop is een voorstel voor de gebruikte methodiek en criteria voor acht additionele productgroepen ter consultatie voorgelegd van 23 februari tot 19 april 2021. Hierop zijn 24 reacties gekomen, waarvan het ministerie van VWS via dit consultatieverslag formeel terugkoppeling geeft.

## **Voorlopige uitwerking van de nieuwe aanpak**

Sinds begin 2019 wordt door de overheid gewerkt aan de ontwikkeling van een nieuwe aanpak voor productverbetering. De nieuwe aanpak voor productverbetering bestaat uit meerdere onderdelen.

1. Er worden voor een groot aantal productgroepen criteria uitgewerkt. De criteria bestaan uit een indeling in productgroepen (met subgroepen) en voor elke productgroep (subgroep) grenswaarden (trapsgewijs) voor diverse voedingsstoffen (zout, suiker, verzadigd vet);
2. Prikkels (incentives) worden uitgewerkt en gehanteerd om bedrijven te stimuleren productverbetering door te voeren op basis van de gestelde criteria;
3. Doelstellingen worden opgesteld en een passende monitoring en tussenevaluaties ontwikkeld;
4. Voor de nieuwe aanpak zal een beheersorganisatie worden ingericht om de aanpak na invoering operationeel uit te voeren.

In 2019 en begin 2020 zijn door een werkgroep met wetenschappers van het RIVM, het Voedingscentrum en de HAS Hogeschool criteria voor zeven productgroepen uitgewerkt in voorstellen voor productgroepindeling en

---

<sup>1</sup> Motie leden Dik-Faber/Diertens <https://www.parlementairemonitor.nl/9353000/1/f9vvi5epmi1ey0/vl1mdp10amwf>

grenswaarden voor zout, suiker en verzadigd vet. Deze criteria en een voorzet voor prikkels en doelstellingen zijn besproken met diverse stakeholders (bedrijven, supermarkten, gezondheidsorganisaties, consumentenorganisatie, wetenschappers) en uitgezet in een internetconsultatie van 24 maart tot 2 juni 2020. Tijdens de consultatie is gevraagd naar een reactie op de totale aanpak voor productverbetering en de drie onderdelen (criteria, prikkels, doelstellingen) afzonderlijk. De reacties zijn verwerkt in een consultatieverslag<sup>2</sup>.

Ondertussen heeft de werkgroep met wetenschappers van het RIVM, het Voedingscentrum en de HAS Hogeschool criteria voor acht additionele productgroepen uitgewerkt in voorstellen voor productgroepindeling en grenswaarden voor zout, suiker en verzadigd vet. Deze criteria en de methodiek zijn ook besproken met diverse stakeholders (bedrijven, supermarkten, gezondheidsorganisaties, consumentenorganisatie, wetenschappers). Vervolgens is van 23 februari tot 19 april 2021 een internetconsultatie uitgezet waarin is gevraagd naar een reactie op de opgestelde criteria voor de nieuwe productgroepen. Aan de internetconsultatie lag het document; conceptrapport van het RIVM 'Op weg naar criteria voor productverbetering deel 2'<sup>3</sup> en de bijlage bij dit conceptrapport ten grondslag.

### **Reacties internetconsultatie**

Er zijn 24 reacties (10 anoniem en 14 openbaar) ontvangen van brancheorganisaties van de producenten en supermarkten, individuele producenten en supermarkten, gezondheids-, duurzaamheids- en consumentenorganisaties, politieke partij en een burger.

### **Leeswijzer**

In dit verslag wordt een algemeen beeld weergegeven van de ingediende reacties. Er wordt, zoals altijd bij een consultatieverslag, niet inhoudelijk gereageerd op de afzonderlijke reacties. Er wordt een toelichting gegeven op de gestelde vraag in de internetconsultatie en de ontvangen reacties worden kort weergegeven zonder verdere toelichting.

In de vorige internetconsultatie over de nieuwe aanpak voor productverbetering zijn naast de vraag over de methodiek voor de indeling van productgroepen en de grenswaarden, ook vragen gesteld over de aanpak in het algemeen, de prikkels en de doelen. In deze internetconsultatie is alleen de vraag gesteld over de methodiek voor de indeling van productgroepen en de grenswaarden. Desondanks worden er in de reacties op de internetconsultatie ook onderwerpen aangehaald over de aanpak in het algemeen, de prikkels en de doelen. Deze worden dan ook kort genoemd in dit rapport.

In de reacties zijn bepaalde onderwerpen bij meerdere vragen naar voren gekomen, bijvoorbeeld over Nutri-Score. Deze punten komen daardoor meermaals terug in dit verslag. Opmerkingen die buiten de scope van productverbetering liggen zijn niet meegenomen in dit verslag.

---

<sup>2</sup> Kamerstuk 32 793, Nr. 507 Bijlage Consultatieverslag Nieuwe aanpak productverbetering

<sup>3</sup> Conceptrapport deel 2 van het RIVM 'Op weg naar criteria voor productverbetering'. In dit rapport zijn de methodiek en de afwegingen voor het opstellen van criteria door de werkgroep uitgewerkt. Er wordt uitgelegd welke gegevens en bronnen worden gebruikt en hoe tot een indeling van voedingsmiddelengroepen en grenswaarden voor zout, verzadigd vet en suiker is gekomen voor de voedingsmiddelengroepen brood(vervangers) en ontbijtgranen, kaas, maaltijden, vis bewerkt, smeer- en bereidingsvetten, banket en zoetwaren, frisdranken, broodbeleg.

Bij de reacties wordt zo duidelijk mogelijk aangegeven welk soort organisatie de reactie heeft gegeven. Soms zijn er verschillende soorten organisaties die een bepaalde reactie hebben gegeven, dan wordt aangegeven dat het diverse organisaties betreft.

Aan het eind van dit verslag wordt toegelicht hoe de reacties worden verwerkt en hoe het eindproces voor de ontwikkeling van de nieuwe aanpak voor productverbetering verloopt.

### **Vraag Criteria**

Er is een methodiek ontwikkeld om criteria op te stellen als onderdeel van de nieuwe aanpak voor productverbetering en als opvolging van het AVP. Een werkgroep met wetenschappers van het RIVM, het Voedingscentrum en de HAS Hogeschool heeft deze methodiek ontwikkeld om criteria (grenswaarden en productgroepindeling) voor productverbetering op te stellen voor de voedingsstoffen zout, suiker en verzadigd vet. Hierbij wordt gebruik gemaakt van voedingswaardegegevens van producten in de LEDA, consumptiegegevens in de Voedselconsumptiepeiling, indeling van productgroepen van de herformuleringsmonitor van het RIVM, normen uit de Warenwet en de maximumnormen van het AVP. Gelet op technologische haalbaarheid en smaakperceptie wordt zoveel mogelijk rekening gehouden met reductiestappen die al zijn gezet via onder andere het AVP. De methodiek houdt, daar waar mogelijk, ook rekening met de grenswaarden voor de voedingsstoffen in het systeem van Nutri-Score, het beoogde voedselkeuzelogo voor Nederland.

In deze tweede internetconsultatie zijn criteria uitgewerkt voor zout, verzadigd vet en suiker in de productgroepen brood en graanproducten, kaas, maaltijden, vis bewerkt, vetten (smeersels voor op brood en bereidingsvetten), banket en zoetwaren, frisdranken, broodbeleg.

Ten opzichte van het AVP is de aanpak verbreed naar meer productgroepen en trapsgewijze grenswaarden; naast de aandacht voor productgroepen met de hoogste gehalten aan zout, verzadigd vet en/of suiker worden nu ook grenswaarden voorgesteld voor de producten die al een gunstigere samenstelling hebben. Door meerdere, trapsgewijze, grenswaarden te hanteren zal productverbetering over de hele linie (koplopers, middenmoot, achterhoede) kunnen worden bewerkstelligd. Daarnaast gelden de criteria voor alle producten binnen de productgroepen, en niet zoals in het AVP voor alleen deelnemende bedrijven en enkele subgroepen binnen een productgroep.

Productverbetering kan invloed hebben op de samenstelling/receptuur, productiewijze, houdbaarheid en textuur. Het is de bedoeling om productgroepen zodanig in te delen dat productverbetering op de voedingsstoffen (samenstelling) realiseerbaar is. Om te voorkomen dat er een veelvoud aan criteria moet worden opgesteld én om monitoring werkbaar te houden is binnen de productgroepen het aantal onderliggende subgroepen beperkt gehouden. Er is per productgroep gezocht naar een werkbare en realistische indeling, op basis van een transparante en onderbouwde methodiek. De toelichting op de methodiek en voorgestelde criteria zijn opgenomen in het RIVM conceptrapport deel 2 'Op weg naar criteria voor productverbetering'<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> In het conceptrapport deel 2 'Op weg naar criteria voor productverbetering' zijn de methodiek en de afwegingen voor het opstellen van criteria door de werkgroep uitgewerkt. Er wordt uitgelegd welke gegevens en bronnen worden gebruikt en hoe tot een indeling van voedingsmiddelengroepen en grenswaarden voor zout, verzadigd vet en suiker is gekomen voor de voedingsmiddelengroepen brood en

**Vraag: Criteria**

- **Wat vindt u van de gestandaardiseerde methodiek voor de indeling van productgroepen en de grenswaarden?**
- **En zijn er aspecten die u niet terugziet in de indeling van de productgroepen en grenswaarden?**

*Methodiek*

Over de methodiek om te focussen op die productgroepen die een significante bijdrage (>3%) leveren aan de inname van een nutriënt (zout, suiker, verzadigd vet) wordt door een bedrijf een vraag gesteld hoe aan de afkapwaarde van 3% gekomen is.

Brancheorganisaties en supermarkten geven aan dat volumegegevens en gegevens uit het ambachtelijke kanaal en foodservice moeten worden meegenomen in de bepaling van de criteria. Daarbij wordt door een brancheorganisatie genoemd dat ook volumegegevens gebruikt zouden moeten worden. Een bracheorganisatie en supermarkten geven ook aan dat wanneer bij het opstellen van de criteria bepaalde kanalen buiten beschouwing worden gelaten, er een kans is dat het verschil tussen de kanalen steeds groter wordt. Daarbij wordt het onduidelijk gevonden hoe ervoor gezorgd gaat worden dat alle kanalen meedoen met herformulering, om een breed speelveld te creëren.

Een brancheorganisatie geeft aan dat ook verkoopverschuivingen naar lichtproducten en introducties van suikervrije varianten meegenomen zouden moeten worden in de nieuwe aanpak voor productverbetering.

Een belangenorganisatie geeft aan zich zorgen te maken over de datakwaliteit en de volledigheid van de data waarop de nieuwe aanpak voor productverbetering is gebaseerd.

Een brancheorganisatie vraagt zich af of met name de kleine bedrijven aan de slag kunnen met de nieuwe aanpak voor productverbetering. Het is een complex systeem en het stellen van grenswaarden en het introduceren van Nutri-Score levert veel regeldruk voor bedrijven.

*Criteria: productgroepindeling en grenswaarden*

In de beschreven methodiek wordt een standaardwerkwijze voorgesteld om tot productgroepindeling en grenswaarden te komen. Er worden voor alle productgroepen 3 grenswaarden (4 treden) voorgesteld. Er is een bedrijf dat aangeeft de voorkeur te hebben voor 5 grenswaarden (6 treden).

Er is in de methodiek een omschrijving van de productgroepen gegeven. Er wordt gevraagd naar een duidelijkere omschrijving met daarbij aangegeven welke soorten producten onder een productgroep vallen. Door brancheorganisaties, bedrijven en supermarkten wordt aangegeven dat vanwege technologische belemmeringen, houdbaarheid, wettelijke vereisten en diversiteit binnen de groep in sommige gevallen een verdere onderverdeling of andere

---

graanproducten, kaas, maaltijden, vis bewerkt, vetten (smeersels voor op brood en bereidingsvetten), banket en zoetwaren, frisdranken, broodbeleg.

grenswaarden nodig zijn. Er zijn dan ook op productgroep niveau (meer in detail) diverse reacties gegeven over de hoogte van de grenswaarden en productgroepindeling. Deze reacties worden geanalyseerd en verwerkt in de rapportage van het RIVM 'Op weg naar criteria voor productverbetering'.

Daarnaast vinden brancheorganisaties en supermarkten dat met de opgestelde grenswaarden geen rekening wordt gehouden met de verbeteringen die al zijn gedaan, bijvoorbeeld naar aanleiding van het AVP of opgestelde wetgeving. Er wordt aangegeven dat het belangrijk is de AVP afspraken te borgen in de nieuwe aanpak voor productverbetering. Een brancheorganisatie vindt dat het ook belangrijk is dat er gekeken wordt naar productgroepen die niet of nauwelijks verbeterd zijn, ook als dat productgroepen zijn die minder bijdragen aan de inname van bepaalde nutriënten. Ook zijn er twijfels of verdere reductie van zout in bepaalde productgroepen mogelijk is.

Belangenorganisaties zijn kritisch over het meenemen van het AVP maximum als derde grenswaarde. Het wordt onacceptabel gevonden dat gehalte in de 'slechtste' treden hoger liggen dan het maximum van het AVP. Een organisatie vindt ook dat producten die zich specifiek richten op kinderen, jongeren of hun ouders meegenomen moeten worden in de nieuwe aanpak voor productverbetering.

Een brancheorganisatie en supermarkten geven aan voordeel te zien in het werken met maximum normen in plaats van verschillende grenswaarden. Dit kan zorgen voor een gelijk speelveld en consumenten kunnen geleidelijk wennen aan een minder zoete of zoute smaak binnen een productgroep, zodat er geen alternatieve stoffen (als zoetstoffen) gebruikt hoeven te worden.

Een brancheorganisatie geeft aan dat herformulering wel grenzen kent, er is een risico dat wanneer smaak of functionaliteit van een product verandert consumenten overstappen naar ongezondere alternatieven.

Een belangenorganisatie merkt ook op dat door wijziging in een product er mogelijk meer conserveermiddelen of andere stoffen worden toegevoegd, die wellicht later niet veilig/gezond blijken voor de consument. Er wordt gevraagd hoe de consument van de nieuwe aanpak voor productverbetering op de hoogte wordt gesteld en of dit ook begrijpelijk kan worden uitgelegd.

### *Nutriënten*

Door een brancheorganisatie, bedrijven en belangenorganisaties wordt aangegeven dat grenswaarden voor vezels gemist worden. Er is nog wel verbetering mogelijk met betrekking tot vezelgehalte, terwijl daar geen grenswaarden voor zijn opgesteld. Een belangenorganisatie merkt daarbij op dat het hier wel moet gaan om het toevoegen van vezelrijke voedingsmiddelen en niet van geïsoleerde vezels.

Brancheorganisaties en bedrijven geven aan graag criteria te zien voor portiegrootte, omdat het een belangrijk middel is om de inname van calorieën en verschillende nutriënten te reduceren. Daarbij wordt genoemd dat zij graag betrokken worden bij het opstellen hiervan. Ook wordt opgemerkt dat het belangrijk is hiermee aan te sluiten op internationale ontwikkelingen. Door een brancheorganisatie wordt ook genoemd dat er op Europees niveau afspraken gemaakt zouden moeten worden voor zout in brood, voor het creëren van een gelijk speelveld.

Belangenorganisaties geven aan dat een verlaging van het gehalte van één nutriënt niet mag leiden tot een verhoging van het gehalte van een ander nutriënt. Daarnaast ziet een organisatie graag een aanscherping van de warenwet op brood en kaas om productverbetering op zout, verzadigd vet en/of vezels te stimuleren en om een uitbreiding voor het gebruik van de term volkoren op andere producten te bewerkstelligen.

### *Nutri-Score*

Brancheorganisaties en een politieke partij zien het nut van de aansluiting van de nieuwe aanpak voor productverbetering met Nutri-Score.

Een belangenorganisatie maakt zich zorgen over de risico's en de impact van het koppelen van de nieuwe aanpak voor productverbetering met Nutri-Score. Dit vanwege het verschil in het doel van de nieuwe aanpak voor productverbetering en Nutri-Score, productverbetering versus informeren van consumenten.

Daarnaast geven brancheorganisaties en een bedrijf aan dat een apart systeem naast een voedselkeuzelogo wellicht niet nodig is. Nutri-Score is een prikkel voor bedrijven om producten te herformuleren, omdat een veranderende score direct zichtbaar is op de verpakking. Dit terwijl de nieuwe aanpak voor productverbetering herformulering wil bereiken zonder zichtbaarheid voor de consument. Daarnaast wordt genoemd dat de grenswaarden van de nieuwe aanpak voor productverbetering te beperkt zijn ten opzichte van Nutri-Score.

Een brancheorganisatie en supermarkten geven aan dat zij inzetten op Nutri-Score en dat dit voor hen de belangrijkste prikkel is voor herformulering. Onduidelijk is hoe de nieuwe aanpak voor productverbetering zich verhoudt tot Nutri-Score, aangezien het eerste kijkt naar de aparte nutriënten en Nutri-Score naar een product in het geheel.

### *Prikkels*

Een brancheorganisatie geeft aan mogelijkheden te zien voor convenanten tussen bedrijven om te komen tot geleidelijke reducties van bijvoorbeeld suiker en vet in bepaalde grondstoffen.

Diverse brancheorganisaties, bedrijven en supermarkten geven aan Nutri-Score een belangrijke prikkel te vinden voor herformulering. Een bedrijf geeft wel aan dat op dit moment Nutri-Score geen prikkel biedt, omdat ook met herformulering de uiteindelijke Nutri-Score er niet beter uit komt.

Supermarkten en verschillende brancheorganisaties geven aan dat communiceren over herformulering een belangrijke prikkel is. Op dit moment is hier gezien de wetgeving geen ruimte voor, dit wordt graag anders gezien.

Daarnaast vinden supermarkten en een brancheorganisatie het onduidelijk hoe de monitoring en evaluatie eruit gaan zien en hoe de prikkel 'naming' in de praktijk uitpakt (product als geheel of op één nutriënt). Een brancheorganisatie geeft aan een tegenstrijdigheid te zien tussen de prikkels 'convenanten' en 'naming', wanneer individuele producenten die samen in een convenant zitten genoemd worden. Een oplossing wordt gegeven door het convenant als zodanig te benoemen. Ook wordt aangegeven dat een brancheorganisatie geen rol kan spelen in de prikkel 'naming' wanneer producten publiekelijk op merkniveau

worden vergeleken. Daarnaast wordt aangegeven dat 'naming' consumenten niet stimuleert om producten te kopen met een gezondere samenstelling, omdat consumenten producten kiezen op basis van smaak en functionaliteit. Wanneer bekend wordt dat producten geherformuleerd zijn worden deze als minder smaakvol gezien of niet voldoen aan de gewenste functionaliteit. Bedrijven zonder R&D middelen zouden door 'naming' en 'shaming' juist ook gedemotiveerd kunnen raken ten aanzien van herformulering.

Bracheorganisaties, supermarkten en een bedrijf geven aan dat herformulering zorgt voor een stijging in de kostprijs. Alternatieve grondstoffen kunnen duurder zijn of het productieproces moet aangepast worden. Daarnaast wordt aangegeven dat eventuele ondersteuning hierin, zoals aangegeven in één van de prikkels dan ook toegankelijk moet zijn voor kleine bedrijven. Ook wordt gezegd dat er oplossingen zijn voor alternatieve ingrediënten, maar daar moet wel een vraag naar zijn. De prikkels zouden hier een rol in moeten spelen.

### *Doelstellingen en monitoring*

Een brancheorganisatie zou graag een onderbouwing zien voor de geformuleerde doelstellingen. Verder geven belangenorganisaties aan graag een heldere tijdslijn en ambitieuze hoofdoelstelling op inname van verschillende nutriënten te zien met jaarlijkse reductiedoelen en monitoring. Deze organisaties geven ook aan bindende afspraken in wet en regelgeving voor bedrijven ten aanzien van reductiedoelen belangrijk te vinden.

Een belangenorganisatie waardeert de regierol van het ministerie van VWS in de nieuwe aanpak voor productverbetering. Zij vinden dat er nog veel bereikt moet worden op het gebied van productverbetering en pleiten dan ook voor een onafhankelijk advies ten aanzien van de governance van de nieuwe aanpak.

De doelstellingen van de nieuwe aanpak voor productverbetering worden door een brancheorganisatie ambitieus gevonden, maar een termijn van 10 jaar is goed.

Een brancheorganisatie geeft aan dat monitoring op basis van verkoopdata zou moeten plaatsvinden, om het effect van herformulering op de volksgezondheid te bepalen. Er wordt gerealiseerd dat monitoring op basis van consumptiegegevens of SKU data niet jaarlijks gedaan kan worden, maar dat hier wel een oplossing voor moet komen. Er is bereidheid om jaarlijks productgegevens aan te leveren van verschillende productgroepen, wanneer andere branches dat ook zouden doen.

## **Verdere planning en proces**

### *Verwerking reacties*

De ontvangen reacties op de internetconsultatie zijn zeer waardevol voor de optimalisatie van de nieuwe aanpak voor productverbetering. De reacties worden inhoudelijk geanalyseerd en vervolgens verwerkt in de diverse onderdelen van de nieuwe aanpak voor productverbetering. Daarbij zal de input zorgvuldig worden afgewogen en de nodige keuzes worden gemaakt. Bijvoorbeeld bij tegengestelde reacties (juist wel of niet gebruik Nutri-Score, ambitieniveau, tussentijdse doelen) en beschikbaarheid van gegevens om de aanpak te optimaliseren (productgroepindeling verfijnen, gebruik volumegegevens,



rekening houden met gemaakte reductiestappen en koploperspositie).

De werkgroep van wetenschappers zal met behulp van de reacties de voorgestelde methodiek, de productgroepindeling en grenswaarden optimaliseren. Vervolgens worden grenswaarden, nadat er meer bekend is over Nutri-Score, waar mogelijk gekoppeld aan de grenswaarden van Nutri-Score. In de RIVM eindrapportage 'Op weg naar criteria voor productverbetering' worden de methodiek en criteria (productgroepindeling en grenswaarden) vastgelegd.

#### *Proces van uitbreiding en optimalisatie*

De aanpak voor productverbetering zal na invoering ervan verder worden uitgebreid, geëvalueerd en geoptimaliseerd. De mogelijkheden om dit te doen hangen vooral af van de beschikbaarheid aan gegevens. De gegevens over vezels, portiegrootte, eiwitbronnen zijn nu voor de meeste productgroepen onvoldoende beschikbaar om criteria voor op te stellen. Om meer gewogen grenswaarden, doelstellingen en monitoring op te stellen zijn volumegegevens nodig. Later zullen mogelijk ook voor productgroepen waarvan de bijdrage aan inname van zout, verzadigd vet, suiker e.a. lager is dan 3% mogelijk criteria worden voorgesteld.

Er is een einddoelstelling met een 10 jaren termijn voorgesteld. Deze en tussentijdse evaluaties en monitoring zullen verder worden uitgewerkt, daarbij wordt ook gekeken naar ambitieniveaus. Op basis van tussentijdse evaluaties kunnen de prikkels worden bijgesteld om zo effectief mogelijk ingezet te worden. Er zullen periodiek impactanalyses worden gedaan om het effect van productverbetering op de inname in beeld te brengen.

Het is de bedoeling alle kanalen mee te nemen in de nieuwe aanpak voor productverbetering, naast de producten in de supermarkt ook producten in andere retail (ambacht, tankstations, etc.) en het out of home-kanaal (groothandel, catering, horeca). De aanpak wordt opgesteld met beschikbare gegevens en middelen en zal breed worden ingezet.