

Position paper TNO voor het rondetafelgesprek over Voedsel, duurzame en gezonde keuzes voor consumptie, op 5 April 2018**Inleiding**

De urgentie is groot om consumenten tot verantwoorde voedingskeuzes te bewegen. Dit draagt bij aan het individuele welzijn, de volksgezondheid en het in toom houden van medische kosten. In dit position paper wordt ingegaan op de vraag hoe consumenten betere keuzes kunnen maken in het licht van de voedseltransitie. Dit gebeurt aan de hand van de volgende paragrafen:

- Kader: kernboodschap;
- Korte toelichting op TNO en onze rol op het gebied van Gezond Leven;
- De behoefte van de consument aan betrouwbare informatie en de vertaling naar concrete adviezen;
- Publiek-private innovaties als middel om consumenten in staat te stellen keuzes te maken;
- Adviezen en aanbevelingen.

Kader: kernboodschap

Het is voor consumenten nu erg lastig om een goede afweging te maken bij het kiezen van voedsel. Wat past nu echt goed bij mijn lijf en mijn leven? Het slim combineren van persoonlijke gezondheidsdata, informatie over persoonlijke voorkeuren én informatie over de persoonlijkheid kan helpen in het genereren van een wetenschappelijk onderbouwd en vooral persoonlijk relevant advies dat mensen beweegt om de juiste keuze te maken. Om dit voor elkaar te krijgen moeten verschillende partijen (uit markt en overheid) en verschillende wetenschapsdisciplines samenwerken. De overheid kan de samenwerking tussen verschillende partijen stimuleren en burgers in staat stellen eigen data in te zetten voor relevante adviezen.

TNO: oplossen maatschappelijke vraagstukken en versterken concurrentiekracht

Nederland en de wereld staan voor grote uitdagingen. Het is onze missie om een bijdrage te leveren aan de oplossing van de belangrijkste maatschappelijke vraagstukken. TNO doet dat - als publieke toegepaste onderzoeksorganisatie - door onafhankelijk onderzoek te verrichten en wetenschappelijke concepten in praktische innovaties om te zetten, die door bedrijven naar de markt worden gebracht. Daarmee draagt TNO bij aan (1) de versterking van de concurrentiekracht van Nederland en (2) de oplossing van maatschappelijke vraagstukken zoals op het gebied van volksgezondheid. TNO heeft negen inhoudelijke aandachtsgebieden¹, waaronder Gezond Leven, met als speerpunt gezondheidsbehoud via een gepersonaliseerde aanpak.

Consument heeft behoefte aan betrouwbare informatie en de vertaling naar concrete adviezen

Consumenten zien door alle communicatie op het gebied van voeding door de bomen het bos niet meer. Informatie hierover van bedrijven, wetenschap en overheid wordt gewantrouwd². Tegelijkertijd is er wel een grote behoefte aan betrouwbare informatie over gezonde keuzes en vertegenwoordigt die informatie ook een grote waarde voor consumenten en bedrijven. Er is geen betrouwbaardere informatie dan metingen aan jezelf³. Nieuwe tools, zoals slimme apps en niet-invasieve draagbare technologie waarmee consumenten eenvoudig en snel hun eigen gedrag, fysiologie en gezondheid kunnen monitoren, bewaken en positief beïnvloeden dragen bij aan meer gemotiveerde en beter geïnformeerde consumenten. Om de waarde van deze informatie te ontginnen moeten marktpartijen de handen ineen slaan. De overheid heeft hierin een rol door het scheppen van kaders en het faciliteren van samenwerking. De privacyaspecten van persoonlijke data is één van de aspecten die hierin steeds meegenomen moeten worden.

¹ <https://www.tno.nl/nl/aandachtsgebieden/>.

² TNO/WUR onderzoek 'Personalised Nutrition and Health'

³ TNO/WUR onderzoek 'Personalised Nutrition and Health'

Publiek-private innovatie ten behoeve van de keuzebekwame consument

De consument van de toekomst zal veel beter dan nu in staat zijn zin en onzin van elkaar te scheiden. Persoonlijke gegevens zoals gezondheidsdata (bijvoorbeeld gewicht, activiteitenpatroon, vitamine gehaltes in het bloed, etc.), informatie over persoonlijke voorkeuren (bijvoorbeeld 'eet geen varken' of 'vind chocolade lekker') én informatie over de persoonlijkheid (bijvoorbeeld het geloof in eigen kunnen) kunnen gecombineerd worden in slimme beslissystemen die perfect in staat zullen zijn een relevant en persoonlijk advies te geven. Dit is de kern van 'Personalised Nutrition'. Objectieve metingen van gezondheid met apps, sensoren en wearables die data verzamelen en betrouwbare netwerken van gelijkgestemde consumenten zorgen samen voor betrouwbare data die door de consument gebruikt kunnen worden om persoonlijk advies te krijgen. Nieuwe business modellen zullen ontstaan die de keuzebekwame consumenten ('empowered consumers') de kans zullen geven hun data in te zetten voor persoonlijk voordeel. Tech bedrijven, supermarkten, zorgaanbieders, verzekeraars, cateraars, levensmiddelenindustrie en andere partijen zullen elkaar hierin moeten opzoeken om samen te kijken hoe ze de consument het beste kunnen bedienen. Ook zullen ze samen pre-competitief publiek-privaat onderzoek moeten doen naar de basisvragen die nu op tafel liggen. Transparantie en ethisch handelen is daarbij belangrijk. Er is sprake van een geleidelijke verschuiving van de macht van producent naar consument.

Adviezen en aanbevelingen

-TNO heeft, samen met Wageningen Research, een multidisciplinair, internationaal publiek-privaat consortium 'Personalised Nutrition and Health' opgericht. In proeftuinen met echte consumenten wordt onderzocht hoe persoonlijke adviessystemen in de praktijk kunnen werken. Extra financieringsruimte voor dit consortium met private partners zoals Philips, Jumbo, Albert Heijn, Google, Menzis, Campbell's, Marks&Spencer, BASF en FrieslandCampina zal de wetenschappelijke kennis op dit gebied vergroten en de mogelijkheden voor consumenten op dit vlak dichterbij brengen. Zie:

<https://www.personalisednutritionandhealth.com/en/personalisednutritionandhealth.htm>;

-De Gamechanger 'De Keuzebekwame Consument' van de Nationale Wetenschapsagenda is deels een vertaling van de kennisbehoeften die in dit position paper besproken worden en dus zeer relevant om de voedseltransitie vooruit te helpen. Extra mogelijkheden voor onderzoek in dit kader dragen dus direct bij aan de doelstellingen voor de voedseltransitie. Zie:

<https://wetenschapsagenda.nl/route/duurzame-productie-van-veilig-en-gezond-voedsel/>.

Om bovenstaande te stimuleren en optimaal te laten renderen, kan de overheid:

-Via bijv. ZonMw subsidies instellen voor de onderwerpen die samenhangen met de voedseltransitie én die samenwerking tussen verschillende wetenschappelijke disciplines -zoals life sciences, datawetenschappen en gedragswetenschappen- vereist;

-Wet- en regelgeving, maar ook handelingsruimte creëren die ervoor zorgt dat consumenten zelf eigenaar kunnen zijn van hun gezondheidsdata en deze kunnen delen met partijen naar hun keuze. Naar analogie vanontwikkelingen voor het gebruiken van persoonlijke medische data. Dit zal de ontwikkeling van persoonlijke adviessystemen op het gebied van gezondheid versnellen.

Peter van Dijken, Managing Director TNO Gezond Leven (peter.vandijken@tno.nl)

Contactpersoon: Rogier van Keulen, directeur Public Affairs (rogier.vankeulen@tno.nl)