


Rabobank

Gezond eten makkelijker maken

Samenwerking tussen voedingsindustrie en zorgsector is essentieel

RaboResearch

Food & Agribusiness
far.rabobank.com

Sebastiaan Schreijen

Senior Analyst Consumer
Foods
+31 30 712 2331

Maartje van den Berg

Senior Analyst Consumer
Foods
+31 30 712 3810

Inhoud

Investeren in preventie	1	Zorg en voedingsindustrie kunnen elkaar aanvullen	3
Oud-Hollands polderen	2	Op maat gesneden oplossingen	3
Performance, preventie, patiënt	2	Alles wat het maar gemakkelijker maakt	4

Samenvatting

Dat gezonde voeding één van de belangrijke wapens is in de strijd tegen leefstijl-gerelateerde ziektes, daar zijn de meeste mensen het wel over eens. Maar de meningen lijken mijlenver uiteen te lopen over hoe we mensen daadwerkelijk gezonder kunnen laten eten. Toegespitste voedingsadviezen alleen zijn niet genoeg. Verschillende doelgroepen zullen verschillend benaderd moeten worden. De Nederlandse zorgsector en de voedingsindustrie moeten de krachten bundelen om gezonder eten makkelijker te maken.

Investeren in preventie

Zonder slaap, bewegen, ontspanning, zingeving en stress tekort te willen doen, richt dit kwartaalbericht zich op voeding in relatie tot de gezondheid van de gemiddelde Nederlander. Leefstijl-gerelateerde ziektes die verband houden met (verkeerde) eetgewoontes brengen forse additionele kosten met zich mee. Aan extra zorgkosten is de samenleving EUR 6 miljard per jaar kwijt.¹ Daar komen complicaties als gevolg van deze ziektes nog bovenop. Maar ook de arbeidsproductiviteit staat onder druk door vijf extra ziekte-dagen per ziek persoon per jaar.² Terwijl de aanslag op het welzijn van de zieke zelf niet eens in geld valt uit te drukken.

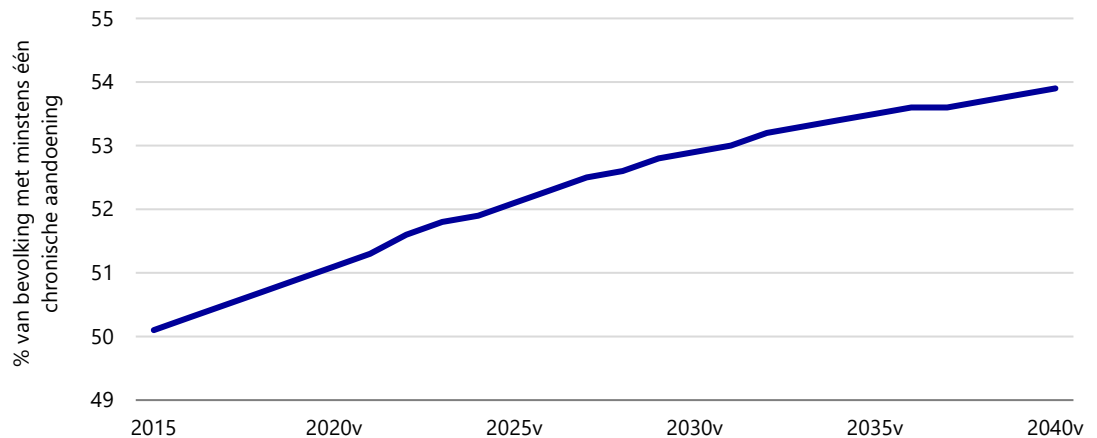
Het wordt steeds duidelijker dat leefstijl-gerelateerde ziektes met een aangepast, gezond voedingspatroon prima kunnen worden beteugeld en in sommige gevallen zelfs omkeerbaar zijn, zoals bijvoorbeeld bij diabetes type 2.² Met het oog op de vergrijzing en de oplopende Body Mass Index (BMI)³ in Nederland is het zaak om te kijken of preventie mensen kan helpen leefstijl-gerelateerde ziekten en bijkomende kostenstijgingen vóór te zijn. Gezondere voeding speelt daarin een grote rol.

¹ Bron: VTV 2018 / RIVM

² www.keerdiabetesom.nl

³ <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83021NED/table?ts=1522312658353>

Figuur 1: In 2015 had 50 procent van Nederland minimaal één chronische aandoening, in 2040 is dat naar verwachting 54 procent



Bron: Nivel, RIVM, Rabobank 2019

Oud-Hollands polderen

Maar waar begin je? Hoe gaan we gezamenlijk ruim 17 miljoen mensen gezonder laten eten? De verantwoordelijkheid over laten aan de mensen zelf heeft ons min of meer gebracht waar we nu zijn. Hoewel veel Nederlanders op zich wel weten hoe gezond te eten, gebeurt dat in de praktijk (te) weinig. Niets doen is dus geen optie. Alle ongezonde voedingsproducten verbieden – om het andere uiterste ook even te noemen – leidt in ieder geval tot een heftige discussie over wat dan precies gezond of ongezond is en waarschijnlijk ook tot maatschappelijke weerstand.⁴

De oplossing ligt dus ergens in het midden. Dat niet iedereen op hetzelfde kennisniveau zit, dat niet iedereen even gemotiveerd is, dat de noodzaak om gezonder te eten niet voor iedereen gelijk is en dat wat gezond is voor de één niet noodzakelijkerwijs gezond voor de ander hoeft te zijn maakt het vinden van één oplossing nog complexer. Die zal er waarschijnlijk ook niet zijn.

Performance, preventie, patiënt

Omdat iedereen anders is, zouden alle 17 miljoen Nederlanders idealiter persoonlijk voedingsadvies moeten krijgen. Vooropgesteld dat er überhaupt voldoende diëtisten zijn om iedereen persoonlijk te consulteren, hangt daar, schatten wij, wel een prijskaartje aan van 1 tot 2 miljard euro. Maar is een maatwerkadvies voor iedereen nodig?

Het juiste voedingsadvies hangt af van de uitgangssituatie van elk individu. Ten aanzien van voedingsadviezen valt de Nederlandse bevolking grofweg op te delen in drie groepen.

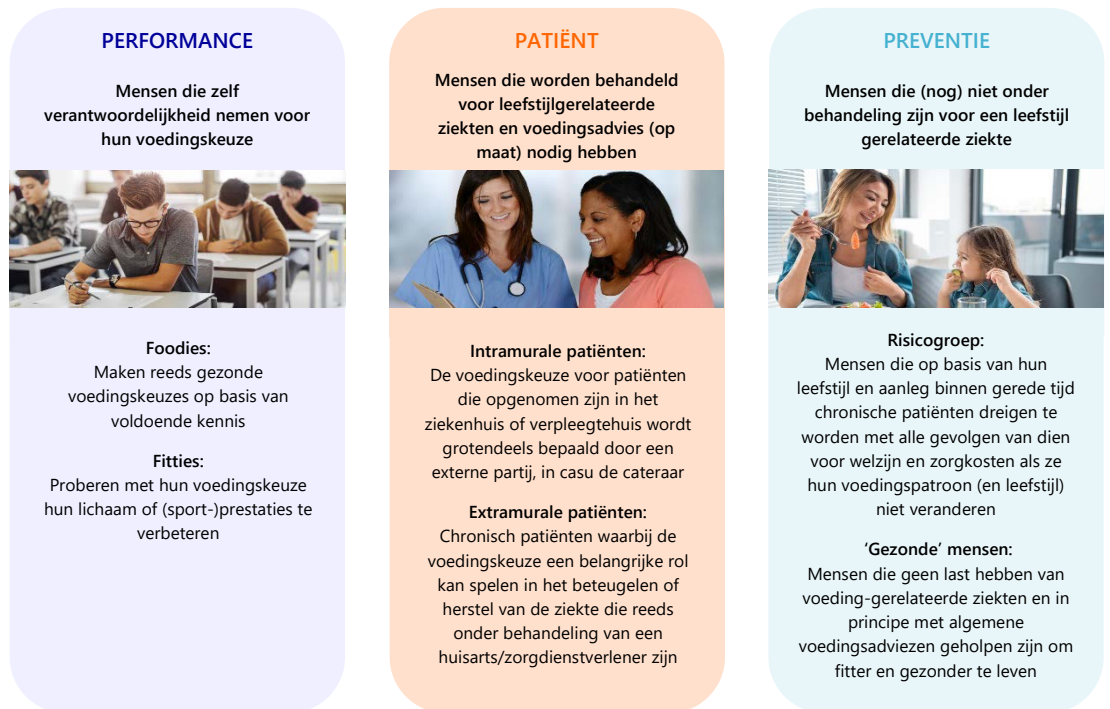
1. De mensen die zelf de verantwoordelijkheid nemen voor hun voedingskeuze
2. De mensen die al onder behandeling zijn voor leefstijl gerelateerde ziekte en maatwerkvoedingsadvies nodig hebben, en
3. Een grote groep mensen – zo'n 70 procent van alle Nederlanders – die (nog) niet ziek zijn, maar waar een gezondere voedingskeuze kan bijdragen aan hun welzijn en een besparing op toekomstige zorgkosten.

Koppert Cress/Stichting Vers+ heeft deze groepen in 2017 min of meer benoemd als de 3 P's: respectievelijk Performance, Patiënt en Preventie.⁵ Elk van deze drie P's valt onder te verdelen in twee subgroepen:

⁴ <https://www.telegraaf.nl/nieuws/3023260/biefstuk-en-bal-gaan-in-de-ban>

⁵ Persoonlijk Voedingsadvies; Toekomstbeeld en Strategische Roadmap; juli 2017

Figuur 2: Performance, Patiënt en Preventie – welke mensen schuilen er achter de 3 P's



Bron: Rabobank, 2019

Zorg en voedingsindustrie kunnen elkaar aanvullen

Desgevraagd geeft 95 procent van de Nederlanders aan dat gezondheid één van de factoren is waarmee men rekening houdt bij het boodschappen doen. Slechts tweederde van deze mensen zegt over zichzelf dat ze voldoende kennis hebben om ook een gezonde keuze te maken. En slechts ongeveer vijf procent van alle Nederlanders brengt deze gezonde keuzes dagelijks in de praktijk.⁶

Intrinsieke motivatie en het juiste advies zijn absoluut nodig om over te stappen op gezondere voeding. Echter, als mensen ze niet opvolgen, hebben alle goedbedoelde adviezen weinig effect. De gezondere voedingskeuze moet dus makkelijker worden gemaakt. Op dat terrein kunnen de zorgsector en de voedingsindustrie (voedingsproducenten, food retail en foodservice) elkaar versterken.

Het goede nieuws is dat veel consumenten ook daadwerkelijk bereid zijn te betalen voor 'gemak'.⁷ Niet alleen in de vorm van een hogere prijs, maar ook via een grotere merkloyaliteit en een lagere gevoeligheid voor promoties. Voor de voedingsindustrie biedt het reduceren van keuzestress rondom gezondere voeding dus kansen.

Op maat gesneden oplossingen

Net zoals het juiste voedingsadvies afhankelijk is van de uitgangssituatie van het individu, zijn de mogelijke oplossingen ook niet altijd universeel inzetbaar. Op basis van de aanwezige kennis en maatwerkgehalte van het advies zijn er verschillende oplossingen die kunnen bijdragen aan een gezondere voedingskeuze en een daadwerkelijke gedragsverandering. De zes hierboven genoemde sub-groepen vormen daarbij een leidraad:

⁶ <https://research.rabobank.com/far/en/sectors/consumer-foods/infographic-gezonder-eten.html>

⁷ <https://research.rabobank.com/far/en/sectors/consumer-foods/thema-update-voedingsproducenten.html>

Figuur 3: verschillende doelgroepen vragen om verschillende oplossingen

	INTRAMURALE PATIËNTEN	EXTRAMURALE PATIËNTEN	RISICOGROEP	'GEZONDE' MENSEN	PERFORMANCE
Wat kan de zorg leveren: 	- In samenwerking met cateraars en voedingsfabrikanten meewerken aan wetenschappelijke onderbouwing van voedingsprogramma's - Voor zorgverzekeraars zal de kost voor de baat uitgaan	(huis)artsen zullen meer kennis op moeten doen om patiënten gezondere voedingsadviezen te kunnen geven en tijdig door te verwijzen naar andere zorgdisciplines zoals diëtisten	Nauwe samenwerking tussen (huis)artsen, tandartsen, diëtisten, consultatieartsen et cetera om risicogevoelens vroegtijdig te signaleren en te verwijzen naar leefstijlinterventie-coaches	Verwijzen naar adviezen van Voedingscentrum – alle kleine stapjes in de juiste richting zijn welkom	Voorlichting om kaf van koren te scheiden ten aanzien van wetenschappelijk onderbouwde voedingskeuzes
Wat brengt de voedingsindustrie: 	- Caterers zullen zich meer richten op ingrediënten en nutriënten - Verrijkt voedsel kan bijdragen aan sneller herstel	- Food retail kan zones creëren om specifieke dieetproducten makkelijker vindbaar te maken - Fabrikanten zullen inzetten op doelgroepmerken - Tafeltje-dek-je leveranciers zullen zich meer richten op personalized food	- Food retail kan zones creëren om specifieke dieetproducten makkelijker vindbaar te maken - Het individueel medisch profiel kan de basis vormen voor productfilters in webshops - Fabrikanten zullen inzetten op doelgroepmerken - Maaltijdboxleveranciers richten zich op specifieke doelgroepen	- Nudging door supermarkten of maaltijdboxen - Nutri-Score voor meer geïnformeerde keuze - Herformulering door producenten, eventueel geïnitieerd door prijsmaatregelen of aanbodrestricties - Receptenwebsites of vlogs - Personalized food	- Technologische oplossingen om mensen gemakkelijker wetenschappelijk onderbouwde voedingskeuzes te laten maken: ✓ wearables ✓ apps ✓ slimme tandenborstels - Stoplicht voedsellabel voor meer gemak - Personalized food - Abonnementen
	SAMENWERKING 	SAMENWERKING 	SIGNALERING 	NUDGING 	VOORLICHTING 

Bron: Rabobank, 2019

Alles wat het maar gemakkelijker maakt

Om consumenten sneller tot gezondere voedingskeuze te verleiden, zullen de zorg en food retail, foodservice en voedingsproducenten tot elkaar moeten komen. De zorgsector in de breedste zin van het woord heeft enerzijds een belangrijke rol in de signalering van risico's, maar ook in het scheppen van vertrouwen in de geboden oplossing. De oplossing zelf komt uit de voedingsindustrie in de vorm van gemak. Food retail en foodservice kunnen zich onderscheiden door de consument te ontzorgen en keuzestress te verminderen.

Voedingsproducenten kunnen morgen al aan de slag met het vergroten van de transparantie door bijvoorbeeld de voedingswaarden van hun producten op te nemen in (open source) databases of door gezondheidslabels als Nutri-Score in te voeren. De producenten zouden verder moeten overwegen of men een rol wil spelen in de ontzorging van de consument met behulp van doelgroepmerken.

Technologie én wetenschap zijn essentieel om de brug tussen de – nu nog redelijk gescheiden – werelden van zorg en voedingsindustrie te slaan.

Een samenvatting van dit rapport is opgenomen in het RaboResearch kwartaalbericht Zorg dd. 9 april, 2019

Colofon

RaboResearch

Food & Agribusiness

far.rabobank.com

Sebastiaan Schreijen	Senior Analyst Consumer Foods	Sebastiaan.Schreijen@rabobank.com +31 30 712 2331
Maartje van den Berg	Senior Analyst Consumer Foods	Maartje.van.den.Berg@rabobank.com +31 30 712 3810

© 2019 – All rights reserved

Dit document is uitsluitend bedoeld voor u en niets hierin creëert of impliceert enig recht tot openbaarmaking of bekendmaking, anders dan aan Coöperatieve Rabobank U.A. ("Rabobank"), statutair gezeteld in Amsterdam, Nederland. Noch deze presentatie, noch enig gedeelte van de inhoud daarvan mag worden gebruikt voor enig ander doel zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Rabobank. De informatie in dit document reflecteert de huidige marktomstandigheden en onze visie daarop, welke onderhevig aan verandering kunnen zijn. Dit document is gebaseerd op openbare informatie. De in dit document opgenomen informatie is samengesteld uit bronnen die als betrouwbaar gelden, echter Rabobank garandeert op geen enkele wijze de juistheid of volledigheid van dit document of de inhoud daarvan en aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid ter zake. De informatie in dit document is slechts indicatief van aard en is bedoeld als discussiestuk. Aan dit document inclusief de daarin opgenomen voorbeelden, commerciële ideeën, prijsindicaties en andere voorwaarden kunnen geen rechten worden ontleend. Dit document kan op geen enkele wijze worden opgevat als een aanbieding, uitnodiging of aanbeveling. Dit document brengt op geen enkele wijze een verplichting voor Rabobank met zich en vormt niet de basis voor enig contract. De informatie in dit document is niet bedoeld en mag niet worden begrepen als een advies (daaronder begrepen maar niet beperkt tot een advies als bedoeld in artikel 1:1 en artikel 4:23 Wet op het financieel toezicht). Op dit document is Nederlands recht van toepassing. Geschillen voortvloeiend uit of anderszins verband houdend met dit document zullen uitsluitend worden voorgelegd aan de daartoe bevoegde rechter te Amsterdam, Nederland. Dit rapport is gepubliceerd in lijn met Rabobank's langetermijnvisie op de internationale food- en agribusiness. Dit rapport betreft één van de publicaties van de wereldwijde afdeling van RaboResearch Food & Agribusiness.

