

Format voor het indienen van voorstellen voor ketenbrede afspraken ter verlagings van het zout-, (verzadigd) vet- en suikergehalte van voedingsmiddelen

Ter beoordeling door de Wetenschappelijke Advies Commissie Productverbetering

Voorstel afspraak om de kcalorieëninname via frisdranken terug te dringen

Productgroep	Frisdranken
Voedingsstof *	Kcalorieën via Suiker
Periode waarvoor de afspraak geldt	2012 - eind 2025 (A-merken). September 2019-september 2021 (huismerken)
Naam indiener Namens	Taco Juriaanse/Christine Grit/Henriëke Crielaard FWS/FNLI/CBL
Datum van indienen	26 september 2019
Betrokken partijen	FNLI/FWS en hun leden voor de afspraak A-merken, CBL en haar leden voor de afspraak huismerken.

Het ingevulde voorstel opsturen naar:

Stuurgroep Akkoord Verbetering Productsamenstelling
Ministerie van VWS
Postbus 20350
2500 EJ Den Haag

1. DE DOELSTELLING VAN DE PRODUCTSAMENSTELLING

1.1 Van welke producten binnen de productgroep wordt het natrium-, (verzadigd) vet- of suikergehalte gereduceerd?

Toelichting: Geef een lijst van (eind)producten waarvan het gehalte wordt gereduceerd (evt. als bijlage). Onderbouw deze keuze.

Dit voorstel voor frisdranken is tweeledig. Het huidige onderdeel over de zogenoemde **A-merken** bouwt voort op eerdere toezeggingen van de frisdrankensector waarbij het percentage caloriereductie in de markt sinds 2012 centraal staat. In 2015 werd toegezegd het aantal kcalorieën dat in de markt wordt gezet per 2020 met 10% te reduceren. Dit kon door een verschuiving in het assortiment te bewerkstelligen alsmede door de samenstelling van bepaalde producten aan te passen. In dit voorstel loopt de toezegging langer door en is er sprake van een nog grotere reductie.

Het onderdeel van de **huismerken** kent een ander karakter. Hierbij is er sprake van toezeggingen om in bepaalde subcategorieën binnen het geheel van dranken dat onder de categorie valt, de kcalorieën per 100 ml te verlagen door de hoeveelheid suiker in deze dranken te maximeren. Het gemiddelde suiker gehalte wordt met 10% verlaagd. Deze laatste afspraak kent als basisjaar 2019 en zal in twee jaar worden afgerond. Deze afspraak richt zich uitsluitend op de herformulering van (een deel van) het assortiment.

Het voorstel voor de A-merken omvat de productgroepen frisdranken, inclusief energiedranken, sportdranken en limonadesiropen en verpakte waters. Het betreft het totale pakket aan deze producten, zowel de full Calory, mid Calory, light/zero en verpakte waters varianten. Het voorstel van de huismerken omvat suikerreducties in de subcategorieën vruchtendranken, siropen en ice-tea.

De definitie van een frisdrank is vastgelegd in het warenbesluit 'gereserveerde aanduidingen':

De aanduiding limonade of frisdrank mag uitsluitend worden gebezigd voor een drinkbaar die geen alcohol bevat, tenzij dit door een natuurlijk gistingproces onbedoeld en onvermijdelijk aanwezig is tot een gehalte van ten hoogste 5 gram ethylalcohol per liter, en die bestaat uit:

- water, natuurlijk mineraalwater of bronwater; en
- suikers of zoetstoffen;

waaraan mogen zijn toegevoegd:

- koolzuur;
- aroma's;
- eetbare bestanddelen van vruchten of planten; of
- vruchten- of plantensappen.
- technische hulpstoffen; of
- additieven die voldoen aan de voorschriften gesteld bij of krachtens Verordening (EG) nr. 1333/2008 van het Europees Parlement en de Raad van 16 december 2008 inzake levensmiddelenadditieven (PbEU 2008, L 354).

Doordat de definitie afgebakend is in de warenwet kunnen we frisdranken als één productgroep beschouwen. Mineraal- en bronwater zijn onderdeel van het Akkoord Verbetering Productsamenstelling. Deze dranken concurreren namelijk met frisdrank, mede omdat er steeds meer mineraal- en bronwaters met smaakjes (citroen, mint, etc.) op de markt komen. Wanneer een consument overstapt van kcaloriebevattende frisdranken naar verpakt water, dan draagt dit bij aan de doelstelling om de calorie-inname via frisdranken te verlagen. Vruchtensappen maken geen deel uit van de productgroep, vruchtenlimonades en -dranken wel.

Het voorstel voor de **huismerken** concentreert zich op de subcategorieën:

1. Ice tea (zonder koolzuur)
2. Siroop (onbereid) (uitgezonderd suikervrije varianten) en
3. Vruchtendrink

In deze groepen zijn ook de kinderverpakkingen meegenomen. In eerste instantie is een poging gedaan om voor kinderverpakkingen (de 'pakjes met drinken om mee te nemen naar school') een aparte reductiedoelstelling voor op te stellen maar dit bleek gezien de structurele verschillen in bestaande gehalten tussen categorieën niet opportuun. Derhalve is er voor gekozen deze verpakkingen bij de reguliere varianten onder te brengen. De definitie die voor frisdranken wordt gehanteerd is dezelfde als welke door de A-merkfabrikanten wordt gebruikt (zoals opgenomen in het Warenwet besluit).

Uitzonderingen:

- De groep koolzuurhoudende dranken is buiten beschouwing gelaten omdat de merkfabrikanten voor deze producten een andere afspraak hebben gemaakt. In deze afspraak worden geen maximumnormen vastgesteld, maar maakt ieder gebruik van een mix aan instrumenten. De marktleiders in deze groep hebben vaak te maken met internationale afspraken waardoor zij hun hun suikerhoudende variant in suiker niet kunnen verlagen. Dit maakt dat er geen mogelijkheid is om gezamenlijke normen voor koolzuurhoudende frisdranken af te spreken. Een norm alleen voor huismerken is in deze specifieke categorie onwenselijk, omdat A-merken in deze categorie sterk leidend zijn. De verschuiving van reguliere frisdrank naar bijvoorbeeld light is overigens bij huismerkenproducten net als bij A-merken ook zichtbaar. De categorie producten waarover de CBL:-leden wel afspraken maken, is minder 'A-merk-gevoelig'.

- Er worden geen afspraken gemaakt over 'dubbelfris-achtige' producten en weiproducten, omdat daar de afgelopen twee jaar al reducties zijn gerealiseerd (mededeling CBL leden).

1.2 Hoe is de samenstelling van de producten nu?

Toelichting: Wat is op dit moment het gemiddelde natrium-, (verzadigd) vet of suikergehalte van deze productgroep, en wat is de spreiding? Maak eventueel

onderscheid naar subgroepen binnen deze categorie. Vermeld op welke manier de huidige samenstelling is vastgesteld (is deze berekend of geanalyseerd met laboratorium bepalingen?). Geef inzicht in de berekening en gebruikte bronnen. Indien gewenst, kunt u gegevens over de samenstelling van producten bij het RIVM opvragen.

Afspraak **A-merk** fabrikanten:

Frisdranken bevatten gemiddeld 41 kcal per 100 ml (= 10,3 gram suiker) en light frisdranken 0 kcal per 100 ml)bron: NEVO-online). De range frisdranken en waters loopt globaal van 0 kcal/100 ml tot 57 kcal/100ml (=14,2 gram suiker).

Afspraak **huismerken**:

De deelnemende retailers hebben productspecificaties aangeleverd van hun huismerken:

1. Ice tea (zonder koolzuur):

Gemiddelde: 4,3 g

Laagste gehalte: 2,6 g

Hoogste gehalte: 6,9 g

2. Siroop (onbereid) (uitgezonderd suikervrije varianten) :

Gemiddelde:55,9 g

Laagste gehalte: 40,1 g

Hoogste gehalte: 80,0 g

3. Vruchtendrink

Gemiddelde: 8,7 g

Laagste gehalte:4,1 g

Hoogste gehalte: 13,0 g

1.3 In welke mate wordt het gemiddeld natrium-, (verzadigd) vet- of suikergehalte in de (eind)producten gereduceerd?

Toelichting: Vermeld het percentage reductie in gemiddeld natrium-, (verzadigd) vet- en/of suikergehalte van de totale productgroep. Geef een onderbouwing.

De producenten en leveranciers van **A-merk** frisdranken en waters hebben aangekondigd de gewogen gemiddelde hoeveelheid kilocalorieën per 100 ml met 25% te verlagen per eind 2020 en vervolgens naar 30% in 2025. Het basisjaar is 2012. Op dat moment bevatten A-merk frisdranken en waters van de deelnemers een gewogen gemiddelde van 27,27 kcal/100 ml.

De gewogen gemiddelde hoeveelheid kcal per 100 ml berekenen we als volgt: totaalvolume van alle A-merk frisdranken en waters gedeeld door het totaal aantal kcal van alle A-merk frisdranken en waters die in een jaar zijn verkocht.

De ambitie is van toepassing op A-merk frisdranken inclusief sportdranken, energiedranken, limonadesiropen en verpakte waters.

Om de ambitie van 25% (en 30%) reductie van de gewogen gemiddelde hoeveelheid kcal per 100 ml te realiseren, zetten bedrijven in op (een mix van) herformulering van bestaande producten, ontwikkelen van nieuwe producten

en groei van de light/zero en watercategorie. Daarnaast kijkt de frisdrankenindustrie kritisch naar de inhoudsmaat van verpakkingen en naar bepaalde verkoopkanalen. Er komen steeds meer kleinere verpakkingen (met name als het gaat om portieverpakkingen) op de markt. Deze leveren geen directe bijdrage aan de afspraak (minder kcal per 100 ml) maar leveren wel een bijdrage aan de wens om de kcalorie-inname via frisdranken te verminderen omdat er per consumptiemoment minder van zal worden ingenomen. Voor wat betreft de verkoopkanalen zullen de deelnemers geen regulier varianten meer rechtstreeks leveren aan scholen.

De afgelopen jaren is er al veel gebeurd: er is al een reductie bereikt van 20%. De eerste stappen in kcaloriereductie zijn relatief gemakkelijker (het laaghangende fruit) dan de stappen erna, waarbij de smaakvoorkeuren van de consument niet uit het oog mogen worden verloren. Vervolgstappen zijn moeilijker te behalen. Daarom zijn collectieve vervolgstappen van 25% en 30% reductie erg ambitieus. Van een (groot) aantal A-merken is bekend dat de regulars worden beschouwd als 'referentie' in de markt en worden de recepturen niet in Nederland vastgesteld. Het is daarom niet mogelijk voor Nederland alleen de recepturen aan te passen.

Afspraak huismerken

De reducties in de huismerken worden gerealiseerd door voor de drie subcategorieën een maximumnorm vast te stellen:

Product	Nieuw gemiddelde	Minimum	Nieuw max
Ice tea (z koolzuur)	3,9 g/100 ml	2,6 g/100 ml	4,4 g/100 ml
Siroop (onverdund)	50,3 g/100 ml	40,1 g/100 ml	53,0 g/100 ml
Vruchtendrink	7,8 g/100 ml	4,1 g/100 ml	9,3 g/100 ml

Op uiterlijk op 1-5-21 is een reductie gerealiseerd van 10% van het gemiddelde tov het gemiddelde in 2019.

Voor deze categorieën geldt dat noch voor de A-merken afspraak, noch voor de huismerken afspraak/norm het relevant is om naar verzadigd vet of zout te kijken. Deze producten bevatten überhaupt nauwelijks of geen vet terwijl het aanwezige 'zout' in de vorm van natrium van nature aanwezig is of gebonden is aan koolzuur.

- 1.4 *Indien bekend: zijn er in het verleden (afgelopen 5-10 jaar) aanpassingen gedaan in de samenstelling van deze productgroep? Indien mogelijk: van hoeveel producten binnen de productgroep wordt het gehalte van natrium, (verzadigd) vet, suiker en/of calorieën verlaagd?*

Toelichting: Van welke producten binnen de productgroep wordt de samenstelling veranderd? Op welke manier is dat gedaan? Hoe groot waren de veranderingen (in percentages)? Welke belemmeringen is men hierbij tegengekomen? Hoeveel producten worden veranderd qua samenstelling (indien geïnventariseerd)?

Herformulering en marktverschuiving bij A-merken

Het assortiment frisdranken en waters is de laatste jaren sterk uitgebreid. De frisdrankenindustrie biedt een breed en gevarieerd portfolio. De industrie ontwikkelt voortdurend nieuwe producten waarbij de gezondheidsaspecten niet uit het oog worden verloren. Er is sprake van een breed portfolio dat varieert in de hoeveelheid kcalorieën:

- Frisdranken geheel gezoet met zoetstoffen (de light en zero frisdranken).
- Frisdranken gezoet met een combinatie van suiker en/of vruchtensap en zoetstoffen.
- Frisdranken met suiker en/of vruchtensap waarbij het suikergehalte is teruggebracht en geen gebruik is gemaakt van zoetstoffen.
- Fruitdranken op basis van vruchtensap en water (zonder toegevoegd suiker).
- Frisdranken met suiker.
- Water met een smaakje, geen kcalorieën.
- Mineraal- en bronwater.

Light en zero frisdranken zijn in marktaandeel gegroeid. In het jaar 2000 bestond 18% van de frisdrankenmarkt uit light frisdranken (bron VCP 1998¹). In 2017 was 31,7% van de (koolzuurhoudende) frisdranken light. Bron: cijfers GlobalData, 2017. Van sommige dranken bestaan geen suikerhoudende versies meer.

Historie afspraken

Zoals bekend heeft de sector in 2015 zich eraan verbonden om de hoeveelheid kcalorieën die zij in de markt zetten per 2020 met 10% verlaagd te hebben ten opzichte van de situatie in 2012. Begin 2016 kondigde de sector aan dit reductiepercentage op te hogen naar 15%. Ten behoeve van het Preventieakkoord is het toegezegde reductiepercentage verder verhoogd.

Daarnaast wordt ingezet op verpakkingsgrootte en de keuze voor distributiekanaal. Hierop is onder 1.3 een toelichting gegeven.

¹¹ In de twee meest recente VCP's wordt deze informatie niet verstrekt.

Aantallen producten die moeten worden aangepast bij de huismerken	
Subcategorie	Aantallen producten die moeten worden aangepast
Ice tea	15 van de 34 (44%)
Siroop	17 van de 47 (36%)
Vruchtendrink	18 van de 36 (50%)

1.5 Hoe verhoudt de doelstelling van de door u ingediende afspraak zich tot de ambities van het Akkoord? (niet verplicht om in te vullen)

Toelichting: Hieronder heeft u de mogelijkheid om aan te geven hoe u denkt dat dit voorstel bijdraagt aan de ambitie van het Akkoord, dat wil zeggen maximaal 6 gram zout per dag, maximaal 10% verzadigd vet en reductie van suiker. Indien u dit niet weet, mag u deze vraag overslaan.

In het Akkoord wordt ingezet op een verlaging van de kcalorie-inname.

A-merken

Het gewogen gemiddelde aan kcal per 100 ml frisdrank wordt teruggebracht met 25% (30%). Hierdoor worden er minder kcalorieën per verkochte liter via frisdranken op de markt gezet.

Huismerken

Door het gemiddelde suikergehalte per 100 ml frisdrank terug te brengen met 10%, worden er ook bij de huismerken per 100 ml minder calorieën via frisdranken op de markt gezet.

1.6 Welk aandeel heeft de product in de markt (nu en evt in toekomst)?

Toelichting: Geef, indien bekend, voor de te herformuleren producten aan of het product veel/weinig wordt verkocht ten opzichte van de verkopen in de totale productcategorie (in percentages).

A-merken

De merken van de bedrijven die bij vraag 1.1 worden genoemd. Hiermee is nagenoeg de hele markt van A-merkproducten afgedekt.

Huismerken

Alle huismerken in de supermarkt doen mee voor de gekozen drie dranken.

1.7 Welke bijdrage heeft de productgroep aan de totale inname van zout (natrium), (verzadigd) vet of suiker door de consument?

Toelichting: Hoeveel draagt de productgroep nu bij aan de inname (uitgedrukt in gram en in percentages)? Hoe zal de bijdrage van de productgroep zich in de loop van de tijd ontwikkelen? Verwacht u dat dit gelijk blijft of verwacht u een eventuele toename of afname met en zonder product verbeterende afspraken? Geef een onderbouwing.

DE FWS heeft de VCP 2007-2010 laten verbijzonderen voor dranken. Daaruit komen de volgende belangrijke conclusies:

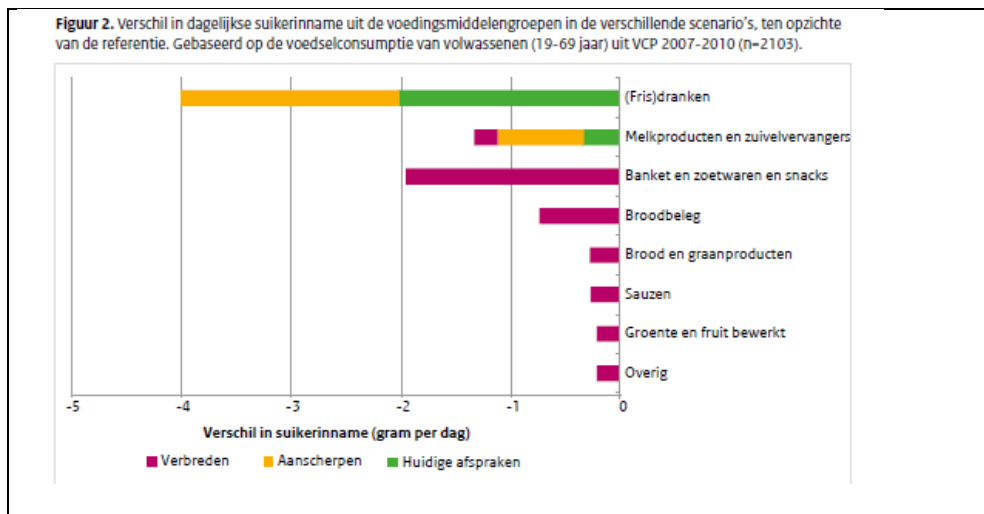
- Koffie en thee worden het meest gedronken; 674 ml gemiddeld per dag, 33% van de totale vochtinname. Daarna water; 549 ml gemiddeld per dag, 27% van de totale vochtinname. Op derde plaats staan frisdranken; 313 ml gemiddeld per dag, 15% van de totale vochtinname.
- Dranken (incl alcohol) leveren 372 kcal per dag. Dit is 19% van de referentie inname (RI) van 2000 kcal per dag. Zuiveldranken zijn de belangrijkste energieleverancier met gemiddeld 113 kcal per dag (6% van RI), gevolgd door alcoholische dranken gemiddeld 108 kcal per dag (5% van de RI) en frisdranken gemiddeld 84 kcal per dag (4% van de RI).

In een memo van het RIVM met als titel 'Bijdrage van voedingsmiddelengroepen aan de inneming van mono- en disachariden en energie' uit 2013 komen de volgende conclusies tav frisdranken naar voren:

- Jongens van 7-18 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 31%, frisdranken zijn hier 23.6% van.
- Meisjes van 7-18 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 29%, frisdranken zijn hier 19.9% van.
- Mannen van 19-69 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 22%, frisdranken zijn hier 12.9% van.
- Vrouwen van 19-69 jaar: bijdragen van niet alcoholische dranken aan de inneming van mono- en disachariden is 19%, frisdranken zijn hier 9% van.

De initiatieven van zowel de A-merk als huismerkleveranciers zullen een bijdrage leveren aan de verlaging van de inname van kcal via frisdranken.

De verwachting is dat met de ketenafpraak de inname van suikers (kcalorieën) via frisdranken met 4 gram zal dalen ten opzichte van de situatie voor enige afspraak tot reductie. Deze verwachting is gebaseerd op de resultaten van berekeningen in het door het RIVM opgestelde factsheet 'Geschat effect van lagere suikergehalten in voedingsmiddelen op de dagelijkse suikerinname in Nederland'. Hierin wordt op basis van berekeningen met behulp van scenario's ten opzichte van de inname van suikers volgens de VCP_2007-2010 geïllustreerd dat de reductie met 10% zou leiden tot een daling met 2 gram. Via een aanscherping van die stap (hetgeen de facto met dit voorstel wordt voorgestaan) kan de inname verder dalen. Hieronder de grafiek aan de hand waarvan men kan zien dat de toezegging het aantal grammen minder verdubbelt. Het scheelt per persoon een suikerklontje per dag.



1.8 Welke technieken worden toegepast om de gewenste reductie te bewerkstelligen?

Toelichting: Worden ingrediënten weggelaten of vervangen? Welke (technologische) aspecten beperken verdere verlaging? Geef hierbij een onderbouwing.

Om de nagestreefde reductie te halen wordt verwezen naar de omschrijvingen onder de punten 1.3 en 1.4.

Een aspect dat een verdere verlaging kan belemmeren, is de smaak van de consument. De consument moet een product met minder calorieën wel lekker vinden, accepteren en kopen. Technologisch gezien is het soms nodig om naast een zoetstof voor de smaak toch nog wat suiker toe te voegen. Suikers brengen een bepaalde 'mouthfeel' met zich mee die door zoetstoffen veelal niet kan worden overgebracht. De acceptatiegrens van wat een consument nog lekker vindt, wordt door consumentenonderzoek bepaald.

Een andere zaak die ook de consument betreft, is dat een deel van de consumenten het gebruik van zoetstoffen niet acceptabel vindt.

1.9 Welke veranderingen verwacht u in de consumptie van de productgroep door de productaanpassing?

Toelichting: Verwacht u dat door de productaanpassing het product minder of meer geconsumeerd wordt? Wordt het product juist aantrekkelijker of minder aantrekkelijk voor de consument? Dit kan bijvoorbeeld door verandering in smaak, textuur of houdbaarheid. Geef een onderbouwing.

Over het algemeen zullen er bij gelijkblijvende consumptie van het totaal aantal liters frisdrank en waters tussen 2021 en 2025 minder calorieën via frisdranken en mineraal- en bronwater op de markt zijn.

Wij verwachten niet dat er veranderingen te verwachten zijn in de consumptie van de totale productcategorie frisdranken en waters zolang de smaakbeleving

van de consument gelijk blijft of verschillen in smaak en mouthfeel zo klein zijn dat ze geaccepteerd worden. Daarenboven zullen consumenten worden verleid om te switchen van full calory naar mid/low of zero cal.

2 STAPPENPLAN

2.1 Beschrijf de activiteiten

Toelichting: Welke activiteiten vinden plaats op de korte en lange termijn om de gewenste reductie te bewerkstelligen? Laat daarin zien hoe de partijen bij het voorstel zijn betrokken.

A-merken

Elk frisdrankbedrijf geeft op zijn eigen manier invulling aan de reductie. Zij verstrekken gegevens over de aantallen kcalorieën per 100 ml van de gehele productportfolio.

De cijfers die FWS van haar leden krijgt zijn vertrouwelijk en worden niet met externen gedeeld.

Huismerken

De werkwijze is dat huismerkeigenaren de gekozen maxima voor totaal suiker als inkoopspecificatie zullen aanhouden. Verder is de afspraak dat van producten met een suikergehalte dat al onder de norm ligt het suikergehalte niet verhoogd wordt.

Individuele bedrijven zijn verder vrij om voor zichzelf lagere maxima te hanteren. Vanuit de deelnemende partijen is het niet mogelijk sancties op te leggen als een bedrijf zich niet houdt aan de afspraken. We hebben geen redenen om aan te nemen dat de betrokken bedrijven hun afspraken niet zullen nakomen.

2.2 Op welke termijn worden de doelstellingen of tussentijdse doelstellingen gerealiseerd?

Toelichting: Indien het plan niet reikt tot 2020, hoe ziet het aanvullend plan eruit?

A-merken

Het basisjaar is 2012 (meetdatum 1 januari 2013). De einddatum voor 25% reductie is eind 2020, voor 30% 2025

Het is aan de deelnemende fabrikanten om te bepalen hoe men te werk gaat. Ieder bedrijf bepaalt zelf op basis van zijn productportfolio of ingezet wordt op productinnovatie over verdere groei van de light/zero en/of de verpakte waters. In verband met de internationale afspraken is het voor een aantal bedrijven niet mogelijk hun suikerhoudende variant in suiker te verlagen.

Huismerken

Op uiterlijk 1 september 2021 worden de producten die onder de afspraak vallen geproduceerd volgens de afgesproken normen.

2 MONITORING

2.1 Hoe worden de reducties in natrium-, (verzadigd) vet of suikergehalte gemonitord?

Toelichting: Welke monitoringsactiviteiten vinden plaats op de korte en lange termijn?

A-merken

FWS heeft een monitoring systeem opgezet. Aan dit monitoringsysteem neemt Unilever deel voor haar Lipton Ice tea producten en KraftHeinz voor haar siropen en frisdranken. Elk jaar vraagt FWS aan haar leden om op productniveau te rapporteren over het sales volume frisdranken en waters en kcal per 100 ml dat zij in de markt hebben gezet. Vervolgens wordt dit omgerekend naar gewogen gemiddelde kcal per 100 ml.

De FWS houdt in de gaten of haar leden en Unilever en KraftHeinz voortgang boeken. Zoals eerder gezegd wordt er elk jaar gemonitord, op die manier kan makkelijk bijgestuurd worden mocht een bedrijf geen progressie laten zien.

Voor de goede orde moet hier wel worden vermeld dat de bedrijven met campagnes consumenten niet kunnen dwingen om de switch te maken, wel kunnen ze nadruk leggen op campagnes voor laag-kcalorische dranken en deze laatste zo aantrekkelijk mogelijk stimuleren.

Er wordt binnen de frisdrankensector aan gewerkt om in 2019 een systeem op te zetten om beter inzicht te geven in de cijfers ook voor buitenaf. Op het moment van indienen lopen er gesprekken met het RIVM over de werkwijze en de aannames die moeten worden afgesproken.

Huismerken

Halverwege de looptijd van de afspraak vindt er een monitoring plaats (in hoeverre is men met de afspraken bezig). Aan het einde van het traject vindt de effectmeting plaats d.m.v. navragen gehalten totaal suiker bij de retailers. Op die manier kunnen we zien wat het stellen van normen voor effect heeft op het gemiddelde totale suikergehalte

Grafieken frisdranken huismerken

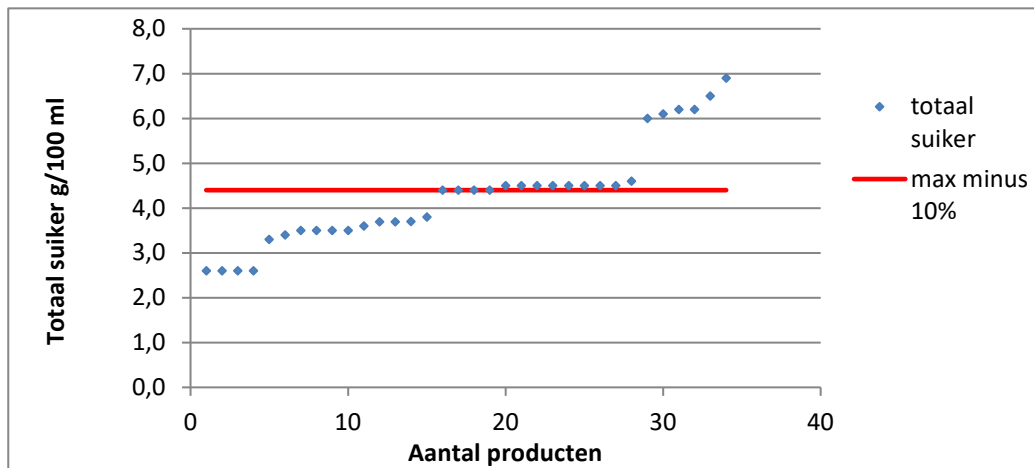
Achtergrond

Bij deze productgroep is gekeken naar reductie van totaal suiker. De productgroep is onderverdeeld in drie subcategoriën

1. Ice tea (zonder koolzuur)
2. Siroop (onbereid) (uitgezonderd suikervrije varianten)
3. Vruchtendrink

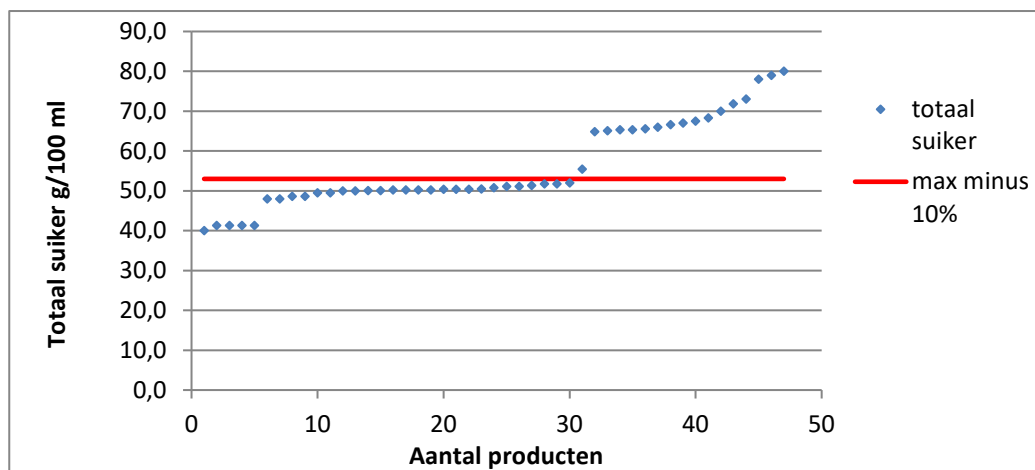
In deze groepen zijn ook de kinderverpakkingen meegenomen.

1 Ice tea – totaal suiker



	Huidig	gem minus 10%
Gem	4,3 g	3,9 g
Min	2,6 g	2,6 g
Max	6,9 g	4,4 g
aantal producten aanpassen		15 van de 34

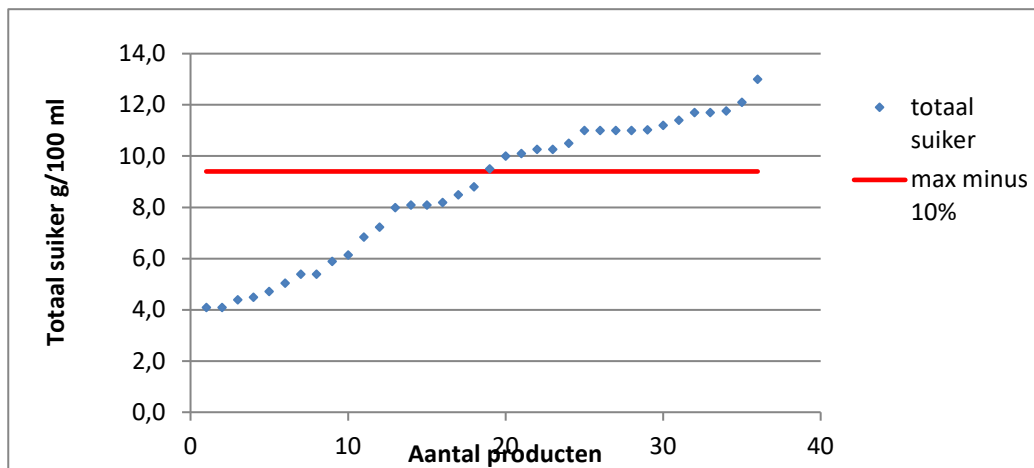
2. Sirop, onverdund* – totaal suiker



	Huidig	gem minus 5%
Gem	55,9 g	50,3 g
Min	40,1 g	40,1 g
Max	80,0 g	53,0 g
aantal producten aanpassen		17 van de 47

* Uitgezonderd suikervrije varianten

3. Vruchtendrink – totaal suiker



	Huidig	gem minus 10%
Gem	8,7 g	7,8 g
Min	4,1 g	4,1 g
Max	13,0 g	9,3 g
aantal producten aanpassen		18 van de 36