nieuws

Drie vierde Vlaamse winkelrekken is ongezond

nieuws

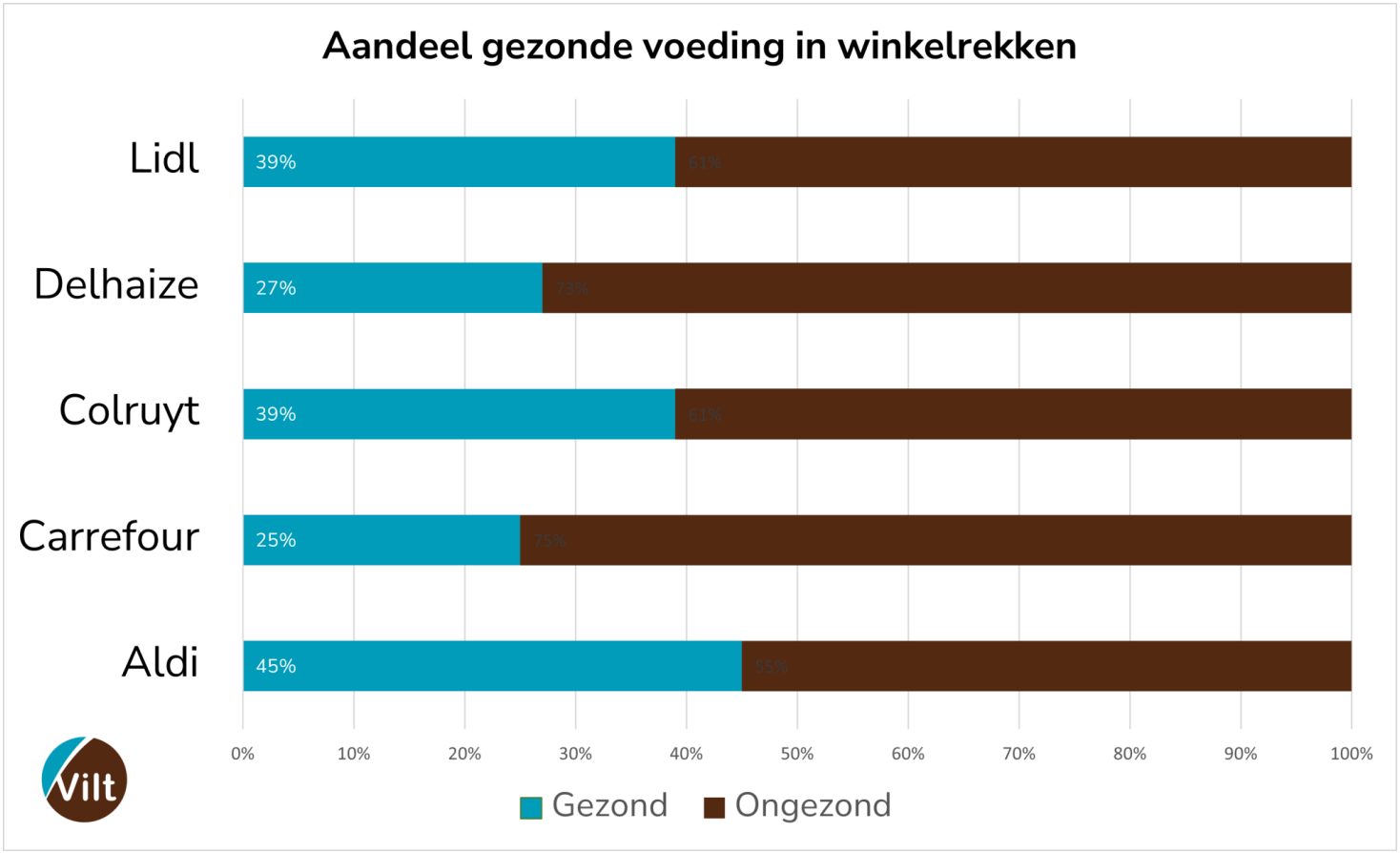
Wie probeert gezond te leven, heeft maar beter een ijzeren wil. Drie vierde van alle Vlaamse winkelrekken bevatten ongezonde voeding. Dat toont een studie van Sciensano aan. Toeval is dat niet. De winstmarges op ongezonde producten liggen een pak hoger dan voor groenten en fruit. Retailexpert Pierre-Alexandre Billiet pleit om ook de winstmarges voor gezonde voeding te verhogen. “De business moet veranderen zodat retailers en landbouwers er eerlijk voor vergoed worden”, zegt Billiet. “En neen, dit zal niet maken dat mensen minder gezonde voeding kopen.”

8 SEPTEMBER 2023 – LAATST BIJGEWERKT OM 10 SEPTEMBER 2023 22:29

Lees meer over:
supermarkt
consument
gezondheid
gezond
voeding
voedingsindustrie



Ongezonde voeding is erg aanwezig in de Vlaamse supermarkten. Niet alleen in volume. Supermarktpromoties geven de hoofdrol eerder aan een blinkend pak koeken dan aan een walnoot of een prei. Ook de meest prominente winkelplekjes, zoals aan de kassa of aan de kop van een rayon, zijn doorgaans voor ongezonde producten weggelegd.
Volgens onderzoeker Stefanie Vandevijvere van Sciensano zijn er onderlinge verschillen tussen de Vlaamse supermarkten, maar niemand is een goede leerling. “We hebben het aandeel ongezonde en ongezonde voeding gemeten aan de hand van de schaplengte”, zegt ze. “Telkens weer is het aandeel ongezonde voeding veel groter. Opvallend: het aandeel ongezonde voeding is groter in regio’s waar meer kwetsbare mensen wonen.”



Wat de productverhouding betreft, zijn Carrefour en Delhaize de slechtste leerlingen in een zwakke klas. “Ergens wel verrassend, want Delhaize is een supermarktketen die zichzelf graag in de kijker zet met gezonde voeding en nutriscores”, zegt Vandevijvere. “Als we kijken naar de schaplengte komen ze er zeker niet het beste uit.”

Vandevijvere vindt echter niet dat de ene supermarkt het beduidend slechter doet dan de andere. “We kijken ook naar andere parameters, zoals hoe prominent de gezonde voeding aanwezig is in de winkel. Denk maar aan de kassa’s, de kop van de gangpaden of de ingang. Colruyt bijvoorbeeld heeft een engagement om geen junkfood aan de kassa’s te plaatsen, wat in de studie zich vertaalt in een betere score. Maar op andere indicatoren scoren ze dan weer slechter.”

Maatschappelijke kost

Volgens retailexpert Pierre-Alexandre Billiet is dit geen te onderschatten probleem. “De prijs van ongezonde voeding betalen we twee keer. Een keer via de winkel, en een keer via de ziektekas, ons sociaal zorgsysteem”, zegt hij. Want de gevolgen van ongezond eten, dat kost de maatschappij handenvol geld.”

“Maar wie moet zich verbeteren? De retailers, de consumenten of de producenten? Op de consument moeten we niet wachten. ‘Bourgondisch’, zo noemen we onze ongezonde eetgewoonten. Het wordt met de mantel der liefde bedekt.”

Billiet gelooft niet dat de consument spontaan zijn gedragspatroon zal veranderen. “Niet zomaar”, zegt hij. “In praktijk duurt zoiets minstens één generatie. Het DNA van de mensen is ook zo gemaakt dat we ons sterk voelen aangetrokken tot ongezonde voeding.”

De oplossing ligt dus niet bij de consument. “En de producent? Die volgt de consument”, zegt Billiet.

"Fruit en groenten te goedkoop"

Blijft over: de retailers. “Hun businessmodel moet veranderen”, zegt Billiet. “En om dat te doen, moet de prijs van fruit en groenten omhoog. Maal twee, maal drie. Fruit en groenten zijn vandaag veel te goedkoop. De marges zijn nu te klein.”

Of hogere prijzen van fruit en groenten geen klanten zouden afschrikken? “Neen”, zegt Billiet. “Er zit geen elasticiteit op de consumptie van groenten en fruit. De prijs is geen factor of mensen er meer of minder kopen. We willen dat het aanbod gezonde voeding omhoog gaat, en het aanbod ongezonde voeding omlaag. Dat kan alleen als de business verandert zodat landbouwers en retailers er geld aan verdienen.”

Ook op consumentniveau doet Billiet enkele voorstellen. “We moeten de consument aansporen met nieuwe recepten”, zegt Billiet. “We hebben te veel de neiging om Bourgondisch te koken. Er moeten meer recepten op basis van fruit en groenten worden gepopulariseerd.”

“Tot slot, als dat niet voldoende is, kunnen we ook aan taksen denken”, zegt Billiet. “De suikertaks hebben we al. Haal de BTW op ongezonde voeding naar omhoog, en die van ongezonde voeding naar omlaag.”

Overheid

Ook Sciensano doet enkele suggesties. “Er zijn weinig maatregelen om de promotie van ongezonde producten te beperken”, zegt Vandevijvere. “Reclame voor ongezonde voeding voor kinderen kan op overheidsniveau worden aangepakt. Momenteel is er enkel de zelfregulering van de industrie via Belgian Pledge. Het opzet is mooi, maar als je een onafhankelijke studie uitvoert, merk je dat de blootstelling van ongezonde reclame aan kinderen niet echt is verminderd.”
Een aanpassing van de BTW-tarieven lijkt ook Vandevijvere interessant. “Eind vorig jaar kondigde Vlaams Minister Frank Vandenbroucke (Vooruit) nog aan om het BTW-tarief op fruit en groenten tot nul te herleiden. Helaas is het niet duidelijk of die plannen nog doorgaan.”

Bron: Eigen berichtgeving

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada