

Unilever voorziet gezondste producten van label

nieuws

Gezonde voeding is hot, ook in de voedingsindustrie. Vanaf nu zal er in de supermarkt een nieuw label opduiken: het 'Ik kies bewust'-logo van Unilever, moederbedrijf van merken zoals Knorr, Becel en Ola. Producten met het logo bevatten weinig suiker, zout, verzadigde vetten en transvetten. Het 'Ik kies bewust'-logo is een onderdeel van de Vitality-missie van Unilever. Sinds de start van zijn campagne begin 2005 haalde het bedrijf onder meer 10.000 ton verzadigde vetten uit zijn producten.

🕒 3 OKTOBER 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:58

Gezonde voeding is hot, ook in de voedingsindustrie. Vanaf nu zal er in de supermarkt een nieuw label opduiken: het 'Ik kies bewust'-logo van Unilever, moederbedrijf van merken zoals Knorr, Becel en Ola. Producten met het logo bevatten weinig suiker, zout, verzadigde vetten en transvetten. Het 'Ik kies bewust'-logo is een onderdeel van de Vitality-missie van Unilever.

"Er zijn een paar duidelijke trends", zegt Jan Weststrate, directeur van het Food Researchcentrum van Unilever in Vlaardingen. "Voeding moet tegenwoordig makkelijker, verser, natuurlijker, lekkerder, maar vooral gezonder zijn". Voor Unilever zou dat een bedreiging kunnen zijn, maar Weststrate ziet het liever als een uitdaging. "De markt van de gezonde voeding is een groeiende markt. Terwijl de voedingsmarkt vorig jaar met 3 procent groeide, groeide het segment gezonde voeding met 7 procent", zegt Weststrate.

In 2004 ontwikkelde Unilever zijn Nutrition Enhancement Programme, een twintigtal sets van richtlijnen opgesteld op basis van internationale voedingsrichtlijnen. Tot nu toe screende Unilever al zijn 16.000 best verkochte producten, ongeveer een derde van zijn portfolio. De voedingsmiddelen die onder de richtlijn scoren qua gehalte suiker, zout, transvetten en verzadigd vet, zullen nu het 'Ik kies bewust'-logo krijgen. Het gaat om zo'n 30 à 35 procent van de onderzochte producten.

In het research & developmentcentrum in Vlaardingen buigen zo'n 450 mensen zich over de vraag hoe ze voeding met minder zout, suiker, transvetten en verzadigde vetten kunnen maken zonder dat de smaak of textuur van een product verloren gaat. Daarvoor is soms heel creativiteit nodig. Wereldwijd haalde Unilever sinds de start van de Vitality-missie begin 2005 al 10.000 ton suiker, 2.000 ton sodium, 15.000 ton transvetten en 10.000 ton verzadigde vetten uit zijn producten.

In Nederland wordt het logo al gebruikt. Het is de bedoeling dat op die manier een gezonde keuze een makkelijke keuze wordt voor de consument. Op termijn zouden ook andere bedrijven het logo gebruiken. Naast het terugdringen van ongezonde voedingscomponenten wil Unilever zich ook toeleggen op functionele voedingsmiddelen, op voeding dat de immuniteit versterkt, op performance food dat je mentaal beter doet presteren en op eten dat je mooier maakt.

Bron: De Morgen

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/viltnieuwbsky.social>

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)