

# Levensmiddelenindustrie in actie tegen overgewicht

**Actieplan herziene versie 2.0**

**door** | Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie

**datum** | Rijswijk, 27 maart 2009

## 1. Inhoudsopgave

1.	Inhoudsopgave.....	1
2.	Samenvatting.....	2
3.	Inleiding .....	3
3.1	Achtergrond .....	3
3.2	Uitgangspunten .....	4
3.3.	Tot slot .....	5
4.	De acties van de levensmiddelenindustrie .....	6
	Eenduidige informatie voor consumenten .....	6
	Publicatie 'best practices' – zichtboek- .....	7
	Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV) .....	7
	Aanpak overgewicht werknemers .....	8
	Aanpak overgewicht jongeren .....	8
	Stimuleren productinnovatie.....	10
	Participatie onderzoek.....	10

## 2. Samenvatting

De levensmiddelenindustrie heeft in 2005 een actieplan opgesteld in het kader van het Convenant Overgewicht dat aansluit bij haar specifieke rol in de voedselketen. Aan dit actieplan is steeds verdere invulling gegeven. De huidige speerpunten van de FNLI zijn:

### **Eénduidige informatie voor consumenten –Dagelijkse Voedingsrichtlijn**

Consumenten meer inzichtelijke en duidelijke informatie verschaffen over de voedingswaarde van levensmiddelen. Door feitelijke informatie te verstrekken op de verpakking kunnen consumenten zelf de keuze maken voor een verantwoord eetpatroon.

### **'Best practices' bundeling – zichtboek**

Best practices van de levensmiddelenindustrie bundelen om de activiteiten van de levensmiddelenindustrie zichtbaar te maken voor maatschappelijke organisaties en om de achterban te stimuleren op het gebied van overgewicht ook activiteiten te instigeren.

### **Reclamecode voor Voedingsmiddelen**

Opstellen en uitdragen van een gedragscode waarmee de levensmiddelenindustrie op een verantwoorde wijze marketing van voeding inzet.

### **Aanpak overgewicht jongeren**

Bijdrage leveren aan een effectieve aanpak van overgewicht onder jongeren. Dit door aan te sluiten op stichting Go4kids die lokale projecten met een integrale aanpak ondersteund die gericht zijn op het voorkomen van overgewicht bij kinderen. Ook wordt de kennis en kunde van marketeers uit de voedingsmiddelenindustrie ingezet om te komen tot een effectieve aanpak gericht op jongeren uit de lage SES (Sociaal Economische Status), veelal allochtonen. Daarnaast worden beweegprogramma's ondersteund door individuele bedrijven die door andere partijen worden ontwikkeld.

### **Aanpak overgewicht werknemers**

Stimuleren van beweging onder het personeel in de levensmiddelenindustrie in samenwerking met het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB). Daarnaast is er ook aandacht voor verantwoord eten. Hiertoe wordt materiaal ontwikkeld met algemene informatie over de energiebalans die toepasbaar is voor het personeel in diverse sectoren (horeca, catering, supermarkt en levensmiddelenindustrie).

### **Stimuleren productinnovatie**

Stimuleren van de ontwikkeling van innovatieve producten die een bijdrage kunnen leveren aan gewichtsbeheersing, met (behoud van) een goede smaak en andere functionele eigenschappen.

### **Participatie in onderzoek**

Bedrijven stimuleren om onderzoek naar de effectieve aanpak van overgewicht, waar mogelijk, te ondersteunen.

## 3. Inleiding

### 3.1 Achtergrond

De Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie (FNLI) is dé koepelorganisatie van bedrijven en brancheorganisaties in de Nederlandse levensmiddelenindustrie (food en non food). Op 27 januari 2005 is het Convenant Overgewicht ondertekend door o.a. de Nederlandse overheid, de FNLI en andere partners uit het bedrijfsleven en een aantal maatschappelijke organisaties. Het convenant beoogt om tot een geïntegreerde aanpak te komen om overgewicht in Nederland terug te dringen. Het convenant biedt een platform voor kennis- en informatie-uitwisseling om zo elkaars acties verder te versterken.

De verschillende convenantpartijen hebben elk concrete actieplannen opgesteld die aansluiten bij hun maatschappelijke rol. Zo heeft de voedingsmiddelenindustrie een actieplan opgesteld dat aansluit bij haar specifieke rol in de voedingsketen.

De basis van het FNLI-actieplan is reeds gelegd in het FNLI-beleidsdocument van 21 april 2004. Van daaruit is het eerste actieplan opgesteld, dat op 15 juli 2005 is ingediend bij het Convenantbureau. Op basis van de actuele situatie is dit actieplan uit 2005 aangepast met als resultaat een tweede versie dat nu voorligt (maart 2009). De belangrijke wijzigingen zijn de navolgende:

#### **Samenwerking convenant partners**

In de afgelopen periode heeft de FNLI nieuwe activiteiten in het kader van het convenant ontplooid, deze zijn toegevoegd aan het herziene actieplan. Om samenwerking tussen de diverse convenantpartners te bevorderen, is een overleg in het leven geroepen van het bedrijfsleven, bestaande uit Veneca, Koninklijke Horeca Nederland, Centraal Bureau Levensmiddelenhandel en de FNLI. De ketenpartners en VNO-NCW hebben gezamenlijk een coördinator aangesteld om de activiteiten af te stemmen en nieuwe initiatieven te ontwikkelen. Hieruit is een concreet actiepunt voortgekomen: een eet- en beweegposter met 10 tips op gebied van verantwoord eten en bewegen, zie hoofdstuk 4 actiepunt: 'Aanpak overgewicht werknemers'.

#### **Interactieve voorlichtingsmodule**

Het aanvankelijke idee was om interactieve materialen te ontwikkelen ondersteunend aan bestaande campagnes en lespakketten. Via deze materialen zou 'tailor-made' informatie verstrekt kunnen worden op scholen, kinderdagverblijven, bedrijven, kantines, supermarkten, etc. die de beleving aanspreekt. Van dit idee is afgestapt nadat drie communicatiebureau's hun ideeën hiervoor hadden geschetst. Deze pitch gaf het inzicht dat er, om echt effectief te zijn in de aanpak van overgewicht, meer nodig zal zijn dan een interactief lespakket. Om te komen tot een effectieve aanpak is een begeleidingsgroep bestaande uit marketeers van de levensmiddelenindustrie in het leven geroepen. In de update van het FNLI-actieplan is deze verschuiving weergegeven onder het actiepunt: 'Aanpak overgewicht jongeren'.

### **+** **Adoptieprogramma van beweegoffensief**

In het actieplan uit 2005 lag de nadruk op het inspelen op een overeenkomst tussen het Ministerie van Onderwijs Cultuur & Wetenschap en NOC\*NSF met als doel jongeren meer te laten bewegen door samenwerkingsvormen tussen onderwijs en de georganiseerde sport te stimuleren. Deze omschrijving sluit niet meer aan bij de huidige praktijk. De focus is verschoven van jongeren naar werknemers in de levensmiddelenindustrie. Dit sluit meer aan bij de FNLI kernactiviteiten. Hiertoe zal een toolbox worden ontwikkeld in samenwerking met het NISB.

Dit betekent echter niet dat het stimuleren van beweging onder jongeren tot stilstand komt: de FNLI blijft zich inzetten om bestaande beweegprogramma's van derden actief onder de aandacht te brengen bij haar eigen achterban. De leden zullen worden gestimuleerd om kennis en kunde en eventueel ook financiële middelen ter beschikking te stellen. Kortom, dit is en blijft een belangrijk aandachtspunt van de FNLI, maar dit ligt meer bij de individuele bedrijven. Dergelijke activiteiten worden ook weergegeven in het FNLI-zichtboek. Zie eveneens het actiepunt: 'Aanpak overgewicht jongeren' en 'Aanpak overgewicht werknemers'.

### **+** **Een centraal product informatie systeem**

De rol van de FNLI bij het centraal product informatie systeem is gewijzigd: volgend i.p.v. leidend. Uit FNLI bijeenkomsten en een enquête onder de FNLI achterban is gebleken dat op dit moment de animo, zeker bij de grotere bedrijven, zeer gering is om in dit dossier het voortouw te nemen (met alle verantwoordelijkheden die dat met zich meebrengt). Bovendien reikt het doel van de ontwikkeling van een dergelijk systeem verder dan alleen het dossier overgewicht. Daarom is dit actiepunt niet meer opgenomen in deze herziene versie van het actieplan in kader van het Convenant Overgewicht. Dit betekent echter niet dat de FNLI niet meer actief is op dit vlak, alleen de noemer waaronder en haar rol wijzigt.

## **3.2. Uitgangspunten**

De uitgangspunten van het actieplan zijn de navolgende:

- +** Het Convenant Overgewicht richt zich op het herstel van de verstoorde balans tussen energieinname en energieverbruik.
- +** Elk voedingsmiddel heeft een plaats in een verantwoord voedingspatroon. Er zijn dan ook geen 'gezonde' of 'ongezonde' voedingsmiddelen, alleen goede of slechte voedingspatronen. Een gezonde leefstijl is een combinatie van verantwoorde voeding en voldoende beweging (gezien de kerncompetenties van de FNLI, tellen we in dit kader rook- en drinkgedrag niet mee als onderdeel van de leefstijl).
- +** De focus van het FNLI-actieplan ligt met name op haar kernactiviteiten: het produceren van levensmiddelen. Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld productinnovatie en informatie op het etiket. Echter, vele factoren zijn van invloed op overgewicht en daarom onderneemt de FNLI ook activiteiten die verder van de kern van het produceren van levensmiddelen af staan, maar wel relevant zijn, zoals bijvoorbeeld het participeren in onderzoek en het stimuleren van beweging. De rol van de FNLI hierbij is stimulerend en speelt in op activiteiten die worden ontplooid door andere partijen.
- +** Synergie en samenwerking met convenantpartners van het Convenant

Overgewicht (in specifiek de ketenpartners) is essentieel. Op deze wijze kunnen de activiteiten van convenantpartijen elkaar versterken. Dit kan alleen bereikt worden als de convenantpartners een gelijkwaardige inbreng en inzet hebben. Het FNLI-actieplan richt zich met name op de actieve rol van de voedingsmiddelenindustrie. Om de doelstellingen te realiseren is samenwerking nodig. De FNLI zoekt dan ook actief naar samenwerking voor de uitvoering van haar actieplan.

- ✚ De FNLI vraagt speciale aandacht voor de rol van de overheid als convenantpartner. Deze rol gaat verder dan alleen het faciliteren van het convenantproces. Op diverse beleidsterreinen (denk bijvoorbeeld aan de inrichting van de openbare ruimte en het stimuleren van bewegingsonderwijs) kan en moet de overheid een belangrijke rol spelen. De FNLI gaat er vanuit dat dit naar voren komt in de activiteiten van de overheid.
- ✚ Het totaal aan inspanningen in dit actieplan wordt door de FNLI in het algemeen gedragen. Gezien de diversiteit aan branches en producten onder FNLI-leden zijn niet alle speerpunten altijd relevant voor ieder individueel voedingsmiddelenbedrijf.
- ✚ De activiteiten van de betrokken partijen dienen zoveel mogelijk gecoördineerd en op elkaar te worden afgestemd.
- ✚ De FNLI zal haar actieplan aanpassen indien nodig (als deze bijvoorbeeld niet in lijn zijn met Europese ontwikkelingen of niet meer aansluiten bij de huidige praktijk).

### 3.3. Tot slot

Naast het FNLI-actieplan wordt geregeld een stand van zaken-document opgesteld, waarin de resultaten worden weergegeven. In het nu voorliggende document worden alleen de acties met de bijbehorende doelstelling omschreven. Voor een actueel overzicht van de stand van zaken wordt verwezen naar het overzichtsdokument op de FNLI-website ([www.fnli.nl](http://www.fnli.nl)). Hier is eveneens het eerste FNLI actieplan Convenant Overgewicht te raadplegen.

## 4. De acties van de levensmiddelenindustrie

Hieronder wordt een omschrijving gegeven van de activiteiten die de FNLI onderneemt in het kader van het Convenant Overgewicht. Per actiepoint wordt de setting omschreven zoals deze ook is benoemd in het Convenant Overgewicht. Er zijn vijf verschillende settings waar de aandacht naar uit gaat: thuis, recreatie, school, werk en kennis delen en voorlichting.

<i>Eenduidige informatie voor consumenten</i>	
Setting	Thuis (met uitstraling naar de overige settings)
Doel	Consumenten meer inzichtelijke en duidelijke informatie verschaffen over de voedingswaarde van levensmiddelen. Door feitelijke informatie te verstrekken op de verpakking, zonder daar 'goed' of 'slecht' aan te koppelen, kunnen consumenten zelf de keuze maken voor een verantwoord eetpatroon en een gezond gewicht.
Omschrijving	Levensmiddelenproducenten bieden consumenten verbeterde voedingswaarde informatie aan op hun verpakkingen. Met de Dagelijkse Voedingsrichtlijn wordt de huidige voedingswaarde informatie op het etiket aangevuld. Consumenten wordt meer inzicht geboden in de samenstelling van wat ze eten en drinken. Het concept van het Energielogo, de vermelding van de energetische waarde van een portie op de voorkant van een verpakking, is hiermee uitgebreid, al dan niet op de voorzijde van de verpakking. De CIAA, de Europese koepelorganisatie van de voedingsmiddelenindustrie, heeft de richtwaarden van de Dagelijkse Voedingsrichtlijn opgesteld op basis van Europese richtlijnen (Eurodiet).
Randvoorwaarden	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ De kennis en instrumenten om verantwoorde keuzes te kunnen maken, moeten gezamenlijk worden aangereikt door onderwijs en voorlichtingsinstanties, alsmede door producenten en aanbieders van voedingsmiddelen. Er is dus niet alleen een rol voor de producent (via het etiket), maar ook een taak voor de overheid.</li> <li>➤ Zoveel mogelijk producenten moeten de Dagelijkse Voedingsrichtlijn toepassen op het gehele productassortiment.</li> <li>➤ Financiële middelen zijn nodig om de Dagelijkse Voedingsrichtlijn onder de aandacht te brengen van consumenten.</li> <li>➤ In lijn met EU-regelgeving, rekening houden met het belang van in- en export.</li> </ul>
Betrokken partijen	Andere ketenpartners. De Dagelijkse Voedingsrichtlijn is een open systeem. Voor consumenten is het van belang dat naast de FNLI leden ook andere voedselaanbieders (retailbedrijven, horeca, catering, automatenexploitanten) informatie kunnen en mogen verschaffen over de Dagelijkse Voedingsrichtlijn op hun producten.
Meer informatie	<a href="http://www.dagelijksevoedingsrichtlijn.nl">www.dagelijksevoedingsrichtlijn.nl</a> Voorbeelden van activiteiten van individuele bedrijven/branches op dit vlak zijn te raadplegen via <a href="http://www.fnli-zichtboek.nl">www.fnli-zichtboek.nl</a>

<i>Publicatie 'best practices' – zichtboek-</i>	
Setting	Kennis delen en voorlichting
Doel	De 'best practices' van de levensmiddelenindustrie bundelen om zo de activiteiten zichtbaar te maken voor maatschappelijke organisaties en de FNLI-achterban te stimuleren activiteiten te instigeren. De 'best practices' hebben betrekking op de inspanningen van levensmiddelenindustrie op het gebied van overgewicht.
Omschrijving	De FNLI zal regelmatig de 'best practices' bundelen en publiceren in een online zichtboek. Hierin worden praktijkvoorbeelden uit de levensmiddelenindustrie getoond op het gebied van voeding en gezondheid zoals productinnovaties, voorlichting en zelfregulering. Fabrikanten en branches van de voedingsmiddelenindustrie laten zien wat hun bijdragen zijn om overgewicht aan te pakken. Zo kan getoond worden aan stakeholders wat er ondermeer gebeurt op dit vlak. Bovendien vormt het een stimulans voor fabrikanten die (nog) niet actief zijn op het gebied van overgewicht en fungeert als een inspiratiebron voor bedrijven.
Randvoorwaarden	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Bedrijven materiaal aanleveren van voorbeelden t.b.v. het zichtboek.</li> <li>✚ Creëren van een website die bezocht wordt door de doelgroep.</li> </ul>
Betrokken partijen	De FNLI heeft ervoor gekozen om de visie van andere convenantpartners ten opzichte van de activiteiten van de lidbedrijven van de FNLI ruimte te bieden in deze bundeling. Hiervoor zijn vertegenwoordigers van deze organisaties geïnterviewd. Bij een update, zullen visies van andere partners worden meegenomen.
Meer informatie	<a href="http://www.fnli-zichtboek.nl">www.fnli-zichtboek.nl</a> <a href="http://www.fnli.nl/werkgebieden/convenant_overgewicht.php">http://www.fnli.nl/werkgebieden/convenant_overgewicht.php</a>

<i>Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV)</i>	
Setting	Thuis, school
Doel	Heldere en transparante gedragscode m.b.t. de marketing van voedingsmiddelen met het oog op voeding en gezondheid - met name gericht op overgewicht - opstellen en uitdragen.
Omschrijving	<p>Met de code stelt de FNLI regels om op een verantwoorde wijze marketing van voeding uit te voeren. De RvV is van toepassing op alle voor Nederland bestemde reclame voor voedingsmiddelen. Dit betekent dus dat alle adverteerders van voedingsmiddelen zich moeten conformeren aan de code. Deze code is objectief toetsbaar en laagdrempelig voor consumenten om een beroep op te doen. Iedereen die meent dat een reclame in strijd is met de Reclamecode voor Voedingsmiddelen, kan bij de Reclame Code Commissie een klacht indienen.</p> <p>In de code zijn o.a. passages opgenomen die ingaan op de volgende aspecten met het oog op overgewicht: het verplicht tonen van volwaardige maaltijden, een verbod op het tonen van overmatige consumptie en aanzetten tot extra consumptie van voedingsmiddelen die een lagere energetische waarde hebben dan het oorspronkelijke product (artikel 5 t/m 7). Daarnaast ook een aantal specifieke regels voor marketing gericht op kinderen.</p> <p>Regelmatig zal de code worden geëvalueerd.</p>

Randvoorwaarde	✚ Bedrijven de RvV integreren in eigen beleid.
Betrokken partijen	VNO-NCW, Stichting Reclamecode, Reclame Rakkers
Meer informatie	<a href="http://www.reclamecode.nl">www.reclamecode.nl</a>

<i>Aanpak overgewicht werknemers</i>	
Setting	Recreatie en werk
Doel	Bijdrage leveren aan de preventie van overgewicht onder personeel in de Nederlandse levensmiddelenindustrie.
Omschrijving	<p>Hoewel de levensmiddelenindustrie zich niet primair richt op beweging en sport, wil zij haar bijdrage leveren door initiatieven op dit vlak te stimuleren.</p> <p>De focus is in eerste instantie gericht op het stimuleren van beweging onder het personeel in de levensmiddelensector. Hiertoe zal een toolbox worden ontwikkeld in samenwerking met het NISB. Ook wordt hierbij aandacht besteed aan een verantwoord eetpatroon. Zo zal algemene informatie beschikbaar worden gesteld om een verantwoord eet- en beweegpatroon onder personeel te stimuleren (in de diverse sectoren: supermarkt, horeca, catering en levensmiddelenindustrie). Deze informatie zal in de vorm van posters en met een hiervoor speciaal ontwikkelde toolbox in de desbetreffende sectoren worden verspreid.</p>
Randvoorwaarden	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Gericht op preventie van overgewicht</li> <li>✚ Vrijwilligheid werknemers participeren in activiteiten</li> <li>✚ Stimulering bewegen gaat zowel om sport als dagelijkse beweging</li> <li>✚ Positieve insteek</li> </ul>
Betrokken partijen	NISB, bedrijven, overige partijen die beweegactiviteiten initiëren
Meer informatie	<a href="http://www.nisb.nl">www.nisb.nl</a>

<i>Aanpak overgewicht jongeren</i>	
Setting	Thuis en school
Doel	Bijdrage leveren in een effectieve aanpak om overgewicht onder jongeren te voorkomen.

Omschrijving	<p>De aandacht richt zich bij de aanpak van overgewicht daar waar veel winst te behalen valt: kinderen/jongeren en specifiek op de groep lage Sociaal Economische Status (SES). Een groep waar relatief veel overgewicht voorkomt.</p> <p>Er zijn, helaas, weinig bewezen effectieve aanpakken voorhanden. Echter de lokale aanpak, zoals toegepast binnen het EPODE-project, blijkt wel zijn vruchten af te werpen. De FNLI geeft invulling aan dit actiepunt door Stichting Go4kids, die deze aanpak in Nederland verder zal uitrollen, te ondersteunen. Go4Kids ondersteunt gemeentelijke projecten die vanuit een integrale aanpak bijdragen aan het voorkomen van overgewicht bij kinderen.</p> <p>Naast de lokale aanpak hebben jongeren uit de lage SES (Sociaal Economische Status), veelal allochtonen, extra de aandacht. Doel is om deze groep bewust te maken van een gebalanceerde leefstijl, waaronder verantwoorde voeding in combinatie met (sport en) bewegen. Zoals bekend komt overgewicht bij deze groep relatief veel voor en is ze lastig te bereiken. Om de aanpak tot stand te brengen zal gebruik worden gemaakt van de kennis van de levensmiddelenindustrie op het gebied van voeding, marketing en communicatie.</p> <p>Daarnaast kunnen individuele bedrijven een bijdrage leveren aan initiatieven die door andere partijen worden ontwikkeld om beweging onder jongeren te bevorderen. Indien er een beweegprogramma wordt ontwikkeld dat voldoet aan de randvoorwaarden (zie hieronder) zal de FNLI een positieve aanbeveling opstellen.</p>
Randvoorwaarde	<p>Randvoorwaarden voor het neerzetten FNLI module:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Effectieve aanpak: dit betekent dat het een langdurig karakter moet hebben.</li> <li>✚ Aanpak gericht op de <i>preventie</i> van overgewicht, niet zozeer obesitas (dat is meer een medische issue).</li> <li>✚ Focus op de groep waar de meeste winst te behalen is: personen met een laag Sociaal Economische Status (SES). Dit aangezien overgewicht in deze groep relatief veel voorkomt en bovendien de lage SES benoemd is tot prioriteit binnen het Convenant Overgewicht.</li> <li>✚ De nodige financiële middelen moeten worden vrijgemaakt.</li> </ul> <p>Randvoorwaarden voor beweeginitiatieven van derden om actief door de FNLI onder de achterban onder de aandacht te brengen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Bestaand en bewezen initiatief</li> <li>✚ Richt zich op jongeren in de lagere SES</li> <li>✚ Insteek bij voorkeur via scholen</li> <li>✚ Breed draagvlak bij stakeholders</li> <li>✚ Structureel karakter gebaseerd op bestaande infrastructuur</li> </ul>
Betrokken partijen	Convenant partners, media partners, scholen
Meer informatie	<p><a href="http://www.go4kids.org">www.go4kids.org</a>  <a href="http://www.epode.fr/pdf/communiqués/Compte_rendu_congres_europeen.pdf">http://www.epode.fr/pdf/communiqués/Compte_rendu_congres_europeen.pdf</a></p> <p>Voorbeelden van activiteiten van individuele bedrijven/branches op dit vlak zijn te raadplegen via <a href="http://www.fnli-zichtboek.nl">www.fnli-zichtboek.nl</a></p>

<i>Stimuleren productinnovatie</i>	
Setting	Kennis delen en voorlichting
Doel	Stimuleren van de ontwikkeling van innovatieve producten die een bijdrage kunnen leveren aan gewichtsbeheersing.
Omschrijving	Consumenten de gelegenheid bieden een verantwoorde voedingskeuze te maken via een uitgebreid en gevarieerd assortiment van producten in diverse portiegroottes. Daarnaast richt de industrie zich op de optimalisatie van de productsamenstelling, zoals de energiedichtheid. Aandacht voor energiedichtheid is een belangrijk aspect echter voor algehele gezondheid is het zinvol om gehele productsamenstelling (natriumreductie, vetzuursamenstelling e.d.) te verbeteren. Beide aspecten: reductie energetische waarde en productsamenstelling zijn derhalve nauw met elkaar verweven. De FNLI stimuleert deze beide aspecten. Dergelijke ontwikkelingen worden aangemoedigd door de FNLI door middel van seminars veelal in samenwerking met de NVVL (network for food experts). Daarnaast worden de mogelijkheden onderzocht voor een nieuw instrument om innovatie onder de achterban te stimuleren.
Randvoorwaarde	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Productinnovatie met (behoud van) een goede smaak en andere functionele eigenschappen.</li> </ul>
Betrokken partijen	NVVL
Meer informatie	<a href="http://www.nvvl.nl">www.nvvl.nl</a> Voorbeelden van activiteiten van individuele bedrijven/branches op dit vlak zijn te raadplegen via <a href="http://www.fnli-zichtboek.nl">www.fnli-zichtboek.nl</a>

<i>Participatie onderzoek</i>	
Setting	Kennis delen en voorlichting
Doel	Onderzoek stimuleren naar een effectieve aanpak van overgewicht. De FNLI zal deze initiatieven daar waar mogelijk ondersteunen in de vorm van advies en bedrijven oproepen om steun.
Omschrijving	De FNLI zal steun en input geven aan onderzoek dat bijdraagt aan inzage in een effectieve aanpak van overgewicht. FNLI kan nagaan of het onderzoek waarvoor participatie wordt aangevraagd voldoet aan de randvoorwaarden (zie hieronder) en de achterban informeren en een positieve aanbeveling doen.
Randvoorwaarde	De voorwaarden waaraan het onderzoek ten minste moet voldoen om een positieve FNLI aanbeveling te krijgen zijn de navolgende: <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Doel van het onderzoek moet duidelijk zijn aangegeven: concreet en transparant.</li> <li>✚ Geen in vitro en/of dierexperimenteel onderzoek.</li> <li>✚ Onderzoek moet er bijdrage aan leveren om bestaande hiaten in de kennis te verminderen.</li> </ul>
Betrokken partijen	Kennisinstellingen en universiteiten
Meer informatie	Voorbeelden van activiteiten van individuele bedrijven/branches op dit vlak zijn te raadplegen via <a href="http://www.fnli-zichtboek.nl">www.fnli-zichtboek.nl</a>