

## 5. Slechte voeding en obesitas in België: hoe kunnen we de situatie verbeteren?

*Door Jonathan Peuch, onderzoeker aan de UCL en lid van de raad van bestuur van FIAN*

De voedingssituatie in België, gekenmerkt door een toename van overgewicht en obesitas, is zeer zorgwekkend. Om hieraan het hoofd te bieden en de noodzakelijke beleidswijzigingen te identificeren is het nuttig om de determinanten van voedselkeuzes op verschillende niveaus te analyseren: op individueel niveau, op het niveau van de voedselomgeving en op het niveau van het voedselsysteem in zijn geheel. Alleen door het onderwerp op een transversale manier te benaderen kunnen we hopen om doeltreffend te handelen<sup>1</sup>.

Het recht op voedsel kan niet worden teruggebracht tot een recht om niet te verhongeren, of tot een recht op het verkrijgen van de nodige calorieën om te overleven. Toegang tot “voedzaam” en geschikt voedsel moet worden begrepen als het recht op voedsel dat alle voedingsstoffen bevat die nodig zijn voor een gezond en actief leven.

<sup>1</sup> Dit artikel is met name gebaseerd op het volgende rapport: In kaart brengen van maatregelen ter bestrijding van zwaarlijvigheid in het Waalse Gewest, Jonathan Peuch & Olivier De Schutter, 2019, Eindrapport van het Food-4Gut-project, T5.

### IN BELGIË ETEN MENSEN NAUWELIJKS GOED

In Europa, en in het bijzonder in België, is de voedingssituatie verre van schitterend en is het voedselvraagstuk nog lang niet opgelost. Dit lijkt misschien verrassend als je kijkt naar de enorme keuze in supermarkten of het weelderige koopwaar in buurtwinkels. Dit is de paradox van voeding: terwijl de keuze in voedingsproducten nog nooit zo groot is geweest, neemt een groot deel van de bevolking potentieel ernstige risico's tijdens het eten.

Meerdere indicatoren geven duidelijke signalen. Vooral de percentages zwaarlijvigheid en overgewicht zijn zorgwekkend. De helft van de bevolking (49,3 %) heeft overgewicht, oftewel obesitas<sup>2</sup>. En naar schatting had minstens 15,9 % van de Belgische bevolking in 2019 een Body Mass Index (BMI) gelijk aan of groter dan 30, wat overeenkomt met een morfologische toestand die een risicofactor is voor verschillende gevaarlijke chronische ziekten. De cijfers stijgen lineair sinds 1997. Chronische ziekten

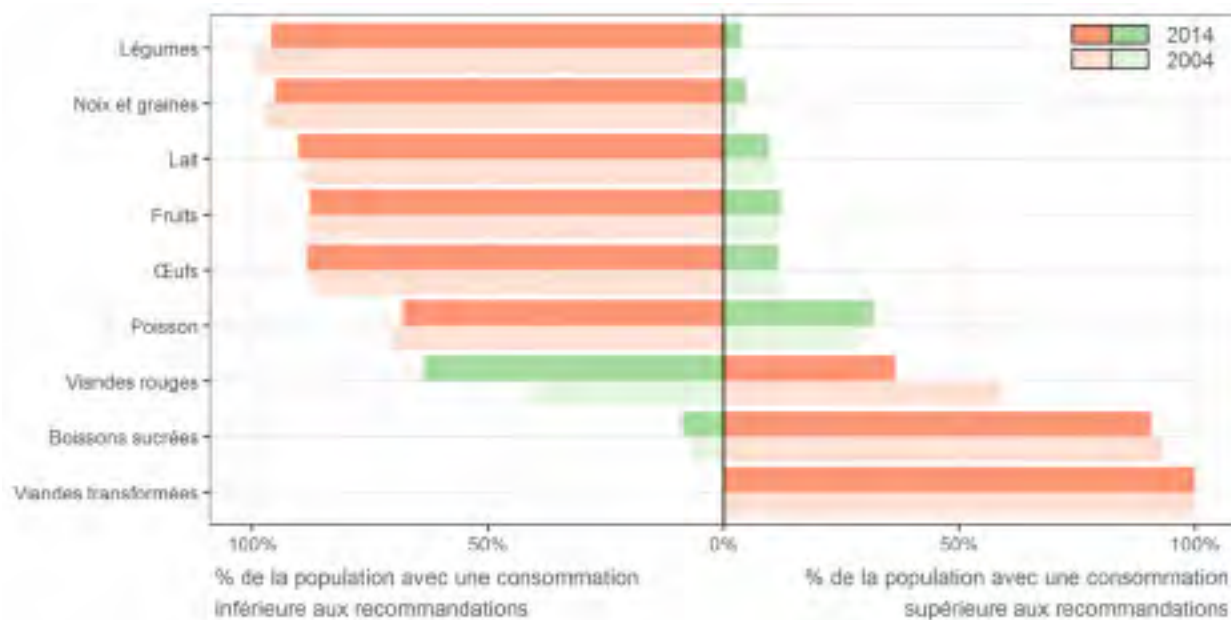
<sup>2</sup> Voedingstoestand. Gezondheidsenquête. Sabine Driessens, SCIENSANO-rapport, 2019.

zijn de belangrijkste doodsoorzaak in België, Europa en de wereld. 30% van de sterfgevallen in 2004 hield verband met een voedingsrisico, en de situatie is sindsdien alleen maar verslechterd.<sup>3</sup> Merk wel, obesitas hebben betekent niet dat men ziek is: het is een risicofactor. Bovendien zijn chronisch zieke mensen kwetsbaarder voor andere ziekten, zoals COVID-19 heeft aangetoond.

Een andere indicator is de opvallende kloof tussen eetpatronen en de aanbevelingen rond voeding. Zo eet slechts 14% van de bevolking de aanbevolen hoeveelheid van minstens 400 gram fruit en groenten per dag.

<sup>3</sup> Hypertensie, koolhydraatwaarden, cholesterolwaarden, overgewicht en obesitas en een lage consumptie van fruit en groenten combineren en veroorzaken mogelijk beroerte, diabetes, kanker, maar ook depressie of vormen van handicaps.

Grafiek 1 : Percentage van de bevolking boven of onder de nationale en internationale voedingsaanbevelingen, per voedingsgroep en per jaar, België 2004-2014<sup>1</sup>



1 Voedselconsumptiepeiling (FCS) 2014, Sciensano, <https://fcs.wiv-isp.be/SitePages/Home.aspx>.

Bovendien verergeren andere factoren deze situatie nog. Opleidingsniveau en inkomen zijn cruciaal: voor mensen met de laagste inkomens is het risico op zwaarlijvigheid drie keer zo hoog als voor de mensen met de hoogste inkomens (ongeveer 25 % tegenover 8 %). Geslacht lijkt niet erg relevant te zijn op dit gebied, maar leeftijd is dat wel: zwaarlijvigheids-cijfers zijn hoger onder senioren dan onder jongeren, zelfs nu obesitas bij kinderen toeneemt. Ten slotte moet worden benadrukt dat obesitas niet alleen een meetbare morfologische toestand is. Sociaal wordt obesitas

beschouwd als een vorm van abnormaliteit en worden personen met obesitas vaak gediscrimineerd (ook wel "vetfobie" genoemd), zodanig dat zware mensen dit als beschaamd ervaren en hun gevoel van eigenwaarde aangetast wordt, wat de vicieuze cirkel van armoede kan versterken.

#### HANDELEN OP DRIE NIVEAUS: INDIVIDU, VOEDSELOMGEVING, VOEDSELSYSTEEM

Ook al is de situatie buitengewoon problematisch, we moeten eerst de

oorzaken van deze situatie begrijpen voordat we eventuele wijzigingen overwegen die moeten worden doorgevoerd in het kader van het recht op voedzaam voedsel. De meest omvattende manier om deze vraag te benaderen zou zijn om de determinanten van voedselkeuzes in drie niveaus te verdelen: het individu in het centrum, de voedselomgeving eromheen en uiteindelijk de macrofactoren.

1. **Op individueel niveau**, en in een vrije markt systeem - zoals de interne markt georganiseerd door de Europese Unie en de gerelateerde verdragen - is de uitdaging om de consument te informeren zodat die vrije en geïnformeerde keuzes kan maken. Het is ook noodzakelijk dat men weet welke producten te kiezen en samen te stellen om op lange termijn een evenwichtig voedingspatroon op te bouwen. Het Europese consumentenrecht zegt dat een consument moet worden geïnformeerd omtrent alle essentiële kenmerken van het product zodat deze een bewuste keuze kan maken en zonder te worden misleid. Verscheidene elementen moeten duidelijk, zichtbaar en ondubbelzinnig aan consumenten worden gepresenteerd: het type en de aard van de producten, de prijs, de betalings- of leveringsvoorwaarden en andere specifieke informatie, zoals onder meer de oorsprong van vlees en groenten en het alcoholpercentage per liter. De voedingswaarde-informatie moet worden weergegeven, al is het duidelijk dat ze niet opvalt, enkel informatie bevat over bepaalde voedingsstoffen en de consumenten geen duidelijk idee geeft van de voedingsinname van een product. Vandaar het belang van maatregelen ten gunste van een duidelijke en begrijpelijke nutritionele weergave in één oog-

opslag, zoals de nutri-score. Een eerste mogelijke maatregel.

Toch zal het niet voldoende zijn om consumenten op de hoogte te brengen over de voedingswaarde van producten als deze de hele dag lang commerciële fabeltjes horen, hetzij in de straat, aan de kant van de weg, op het internet, via de telefoon, in de krant, via de post of in de mailbox. Advertentie-informatie is bedoeld om de voordelen van een product te benadrukken, de belofte die het wil waarmaken. Voedingswaren worden geruststellend, gezond, lekker, snel, praktisch, luxueus, goedkoop, technologisch, artisaan- of lokaal, en ze zorgen voor een authentiek, gelukkig, sociaal rijk of gezond leven. Slogans en foto's nemen de bovenhand in de geest van de consumenten. We moeten hierbij wijzen op de kracht van de roofzuchtige relatie die bedrijven met hun klanten onderhouden. Een tweede mogelijke maatregel is daarom het reguleren van reclame voor voedingsmiddelen die te vet, te zout of te zoet zijn, geïnspireerd door de regelgeving rond tabak of alcohol.

2. **Op het niveau van de voedselomgeving** kunnen we de ruimte-tijddimensies en de sociale dimensies onderscheiden. Sociaal gezien wordt de individualisering van voedselkeuzes en -praktijken opgemerkt in de

hele sociologie van voedsel. De individualisering van het eten en de presentatie ervan als een persoonlijke keuze brengt vrijheid en flexibiliteit voor de consumenten, maar gaat tegelijkertijd gepaard met verschillende vormen van angst als gevolg van die verantwoordelijkheid. Sterker nog, de individualisering van de keuze is in tegenstrijd met de culturele en traditionele normen die lokale en evenwichtige voedingspatronen promoten, maar ook met een vorm van interactie met de ander gestructureerd rond de maaltijd. Het moderne individu kan zich nauwelijks terugvinden in dit arsenaal aan aanbevelingen, stijlen, tegenstrijdige adviezen en onvolledige en verspreide informatie, die dagelijks op hen afkomt. "Goed eten" kan problematisch worden, zelfs obsessief in het geval van orthorexia. Met andere woorden, we zijn wat we eten: voedsel is een fundament van onze identiteit, een manier om zichzelf en anderen te ontwikkelen. Nutritioneel is het niet anders, en goede wil is misschien niet genoeg om een gezond dieet op te bouwen.

De ruimte-tijd dimensies verschijnen wanneer het individu zich in de praktijk naar een winkel begeeft om boodschappen te doen of naar een snackbar of restaurant om een hapje te eten, of dat hij online een maaltijd bestelt.

Ten eerste moeten de meest praktische winkels vers voedsel aanbieden, wat niet altijd het geval is: we spreken van “voedselwoestijnen” als er geen winkels binnen een redelijke afstand bereikbaar zijn, of “voedselmoerassen” als de enige winkels die beschikbaar zijn alleen ultra-verwerkte voedingsmiddelen aanbieden, of onvoldoende voedzame bereide maaltijden. Vervolgens, eens in de winkel, zijn de ingezette marketingtechnieken om de consument te overtuigen een bepaald product te kopen beangstigend: het parcours doorheen de winkels is gepland, promoties en producten komen in een precieze volgorde, de producten zijn zo gerangschikt dat sommige beter zichtbaar zijn dan andere, de prijsspelletjes versterken of devalueren bepaalde producten, de wachttijden voor de schappen worden berekend, de zintuigen worden gemobiliseerd door de geuren, de muziek, beelden, voorwerpen om aan te raken, etc. In de “grote” ketens zijn gedragingen gemillimeterd, zijn sociale regels streng en is iedereen bezorgd om het optimaliseren van zijn tijd. Men dringt aan op impulsaankopen en legt ons gewoonten en normen op. Al deze beïnvloedingstechnieken zijn natuurlijk niet gericht op het behoud van de gezondheid van de klant, maar op de winstgevendheid per vierkante meter van de winkel.

3. Het **macroniveau, ten slotte, is vooral dat van het voedselstelsel** in brede zin. Ook hier zijn de uitdagingen op vlak van voeding groot. De principes van de vrije markt worden nu wereldwijd toegepast: territoriale specialisatie in grondstoffen, veelvoorkomende en verwerkte producten of kwaliteitsproducten; de wereldhandel in landbouwproducten die moeite heeft om verse producten te integreren die kwetsbaar zijn en dure logistieke voorzorgsmaatregelen vereisen; industrialisatie van productie, verwerking, logistiek en distributie. Monocultuurproducten, die in grote hoeveelheden op afgebakende plaatsen worden geteeld, zijn het meest bevorderlijk voor schaalvoordelen (rijst, tarwe, maïs, sojabonen, aardappelen, plantaardige oliën van zonnebloem, raapzaad, palm, rundvlees, kippen, varkens, suikerriet of suikerbiet). De meest praktische producten die op industrieel niveau te produceren zijn, zijn echter niet noodzakelijk de meest voedzame, integendeel. Het bepalende criterium is ook hier de winstgevendheid. De globalisering van het voedselstelsel leidt ruwweg tot de homogenisering van onze voedingspatronen. In deze context, kan de herlokalisering van de productie van groenten en fruit, zoals gepromoot door de lokale voedsel strategieën die overal opduik-

en, een doeltreffende oplossing zijn om groenten te promoten bij stedelingen, op voorwaarde van een gediversifieerde productie. Radicaler als oplossing is productregulering om de agro-industrie ertoe aan te zetten het suiker-, zout- en vetgehalte in de verkochte producten te verlagen. Regulering kan met betrekking tot productspecificaties, inkomsten of prijzen via Pigouviaanse belastingen (die de prijs verhogen van producten met grote maatschappelijke schade).

### EEN COMPLEET EN SAMENHANGEND POLITIEK PLAN

Het rapport waarop dit artikel is gebaseerd, belicht verschillende kernboodschappen. Ten eerste hebben we een overheidsbeleid nodig: je kunt niet alleen de consument de verantwoordelijkheid geven om evenwichtige voedingspatronen op te bouwen in een vrije markt. Sterker nog, als de mensen die de hoogste inkomens ontvangen en het meeste opleiding genoten erin slagen om hun weg te vinden in het kluwen, lukt dit zeker niet voor iedereen. Bovendien versterkt slechte voeding gezondheids- en sociale problemen, waarbij men in een vicieuze cirkel terecht komt die onmogelijk te doorbreken is. Er is nood aan een structureel beleid waarbij een samenhangend plan wordt uitgewerkt dat een invloed heeft op de beschikbare producten en bijgevolg hun productiewijze, op de informatie





die beschikbaar wordt gesteld aan de consumenten (reclame reguleren, aanbevelingen versterken) en op de manier waarop prijzen tot stand komen (door promoties te reguleren of in te spelen op belastingen en btw-tarieven). Een transversale opvolging door alle betrokken actoren moet worden verzekerd met behulp van geschikte bestuursinstrumenten. Het rapport onderzoekt 68 mogelijke maatregelen en benadrukt hun sterke en zwakke punten. Ze moeten coherent zijn en min of meer gelijktijdig worden uitgevoerd, maar ook geleidelijk aan, zodat consumenten en economische actoren zich kunnen aanpassen aan deze veranderingen. Ondanks het feit dat private actoren zelf, op basis van hun maatschappelijke

verantwoordelijkheid, beslissingen kunnen nemen ten gunste van betere voeding, was dit tot nu toe onvoldoende om systeemverandering teweeg te brengen. Er moet met andere woorden geen voorkeur gegeven worden aan vrijwillige initiatieven, want die volstaan niet.

Om ervoor te zorgen dat de Belgen in waardigheid kunnen eten, in overeenstemming met het recht op voedsel, moeten zij beter geïnformeerd worden, aangemoedigd worden bewustere keuzes te maken, maar moeten ze ook beter beschermd worden. De huidige capaciteiten om burgers te respecteren, hen te beschermen tegen technieken die voedingsproducten promoten die ontoereikend

zijn voor een gezond leven; privé-, burger- en publieke initiatieven aanmoedigen die ieders voedingspatroon verbeteren: dit zijn enkele van de vele verplichtingen die serieuze aandacht verdienen omdat ze een antwoord bieden op een ernstig en onderschat probleem. Een probleem dat maar al te vaak gezien wordt als een jammere maar onvermijdelijke bijwerking van onze maatschappelijke overvloed. In een wereld waar chronische ziektes de belangrijkste doodsoorzaak zijn, moeten we dit beeld dringend herzien.