



Een groeimarkt voor gezond voedsel

Auteur(s):

Sjauw -Koen-Fa, A.R.

De auteur is werkzaam bij de Stafgroep Economisch Onderzoek van Rabobank Nederland.

Verschenen in:

ESB, 85e jaargang, nr. 4281, pagina 936, 17 november 2000

Rubriek:

Monitor

Trefwoord(en):

nieuw e, markten

Voedingsmiddelen met een gezondheidsaanspraak, 'functional foods', vormen een nieuwe groeimarkt. Wat zijn de bronnen van die groei en het perspectief van functional foods?

De relatie tussen voeding en gezondheid is niet nieuw. Nieuw is wel een omslag in het denken over voeding en gezondheid, namelijk dat niet voeding als geheel, maar de afzonderlijke ingrediënten met een actieve rol ten aanzien van gezondheid centraal staan. In de 'oude' voedingsleer ging men er vanuit dat met een goed samengesteld, evenwichtig en gevarieerd totaalpakket de gezondheid het meest gediend is. In het nieuwe paradigma ligt de nadruk op een actieve bijdrage die afzonderlijke levensmiddelen en ingrediënten hebben voor de gezondheid.

Het verhoogde gezondheidsbewustzijn beperkt zich niet tot ouderen die met het levenseinde worden geconfronteerd, maar strekt zich uit tot jongere groepen in de samenleving. Daarbij wordt het traditionele 'medische model', dat gebaseerd is op het diagnostiseren en behandelen van ziektes, vervangen door een zogenaamd 'functioneel medisch model', dat wil zeggen een levenswijze die de risico's van een verouderend lichaam (pro)actief probeert te voorkomen. Het gezondheidsstreven is niet louter gericht op bestrijding van ziekten en de dood zonder meer, maar vooral ook op een zichtbare gezondheid: een esthetisch verantwoord en fit lichaam.

Definitie functional foods

'Functional foods', in gewoon Nederlands ook wel 'gezondheidsbevorderende voeding' genoemd, zijn traditionele voedingsmiddelen (zoals brood, rijst, melk, yoghurt, sla en appels), waaraan één of meerdere extra eigenschappen of componenten zijn toegevoegd waaraan substantiële positieve effecten op de gezondheid of op specifieke lichaamsfuncties worden toegeschreven. Hierbij valt te denken aan zaken als jezelf fit voelen, helder kunnen denken en het versterken van het immuunsysteem van het lichaam.

Voorbeelden van voedingscomponenten met een gezondheidsaanspraak zijn: lycopene (zou prostaatkanker voorkomen), vitamine E (zou lichaamscellen tegen oxidatie beschermen), foliumzuur (zou de kans op darmkanker verkleinen), jodium (zou krop voorkomen) en cafeïne (zou het cognitieve vermogen verbeteren).

Voorbeelden van functional foods zijn: energiedranken, speciale voeding voor sporters, probiotische zuivelproducten (dit zijn producten waaraan goedaardige bacteriën zijn toegevoegd), zoetwaren en voedingsmiddelen die verrijkt zijn met vitamines, ballaststoffen, mineralen en spoorelementen, speciale vetzuren of speciale melkzuurbacteriën.

Naast functional foods bestaan er ook voedingssupplementen, 'novel foods' of 'nutraceuticals' genaamd, zoals vitamines, mineralen, vetzuren en aminozuren, die als drank, capsules, pillen of poeders verkocht worden door drogisterijen en reformwinkels. Een derde categorie 'gezondheidsproducten' omvat klinische voeding, die gebruikt wordt in ziekenhuizen en bij speciale diëten.

Technologie

Voedingsmiddelen zijn een bron van vitamines, vetzuren, aminozuren en mineralen. Deze beïnvloeden de gezondheid van de consument en zijn op één of andere wijze nuttig voor de cellen of de cellulaire weefsels van ons lichaam, waardoor deze langer vitaal blijven. Er zijn aanwijzingen dat er in de levende natuur (voornamelijk in planten) tienduizenden componenten aanwezig zijn waarvan wij het bestaan nog niet weten, laat staan dat het effect daarvan op ons lichaam bekend is. In de komende jaren verwacht de wetenschap echter dit geheim van de natuur verregaand te kunnen ontrafelen. Eén van de belangrijkste ontwikkelingen op dit gebied is kennis over de genetische eigenschappen van alle soorten organismen. De complete erfelijke informatie van mens, plant, dier en micro-organisme is of wordt in kaart gebracht. Op basis van deze informatie kan men de werking en samenhang van de genen gaan ontleden. Hierdoor zal men veel beter in staat zijn om het natuurlijk aanwezige biologische vermogen in een organisme duurzaam en optimaal te benutten. Dit opent bijvoorbeeld de weg om het gehalte aan stoffen (vitamines, mineralen, vetzuren en dergelijke) dat reeds aanwezig in een plant is te verhogen. Recente voorbeelden hiervan zijn tomaten met extra vitamine C en rijst met vitamines A en ijzer. Ook kan men met de kennis over het genoom de relatie tussen voedsel (voedingscomponenten) en allergie en effecten op bepaalde cellulaire functies verklaren.

De grens tussen medicijnen en voedingsmiddelen zal door deze kennisontwikkeling vervagen. Medicijnen zullen gericht zijn op gezondheid op de korte termijn, terwijl voedingsmiddelen gericht zullen zijn op gezondheid voor de lange termijn, met name vermindering

van de veroudering. De ontwikkeling van de kennis over werking en samenhang van erfelijke eigenschappen, mede in relatie tot voedselcomponenten, 'genomics' genoemd, zal een enorme impuls kunnen geven aan functional foods ¹. Met name de gezondheidszorg en de agrarische en voedingsmiddelensector zullen hiervan profijt hebben.

Marktaspecten

Marketing

Functional foods bieden de mogelijkheid om in te spelen op de trend naar meer geïndividualiseerde consumptiepatronen. Ze moeten aansluiten op veranderingen in de gezondheid van individuele consumenten als functie van genetische aanleg, leefomstandigheden en veroudering. Bovendien maken functional foods het de individuele consument mogelijk om meer controle uit te oefenen op de eigen gezondheid. Dit sluit aan bij de heersende trend naar welzijnsbewust gedrag door consumenten en bij de vergrijzing van de bevolking. Producenten van functional foods leggen in hun communicatie met de consument dan ook ondermeer de relatie tussen functional foods en het belang van een gezonde levensstijl. Verwacht wordt, dat de markt voor functional foods met name te vinden is in het leeftijdssegment van consumenten van twintig jaar en ouder.

Omzet

De wereldjaaronzet van functional foods wordt geschat op circa \$ 32 miljard (1999), waarvan ongeveer tweederde deel wordt gerealiseerd in de VS en circa tien procent in de EU. Voor 2004 verwacht men, dat de wereldomzet van functional foods zal zijn toegenomen tot boven de vijftig miljard dollar; een stijging van ruwweg 66 procent ten opzichte van 1999.

[tabel 1](#) geeft een overzicht van de omzet van de belangrijkste categorieën functional foods in de diverse landen van de wereld. In Europa vormen zuivelproducten (melkproducten met toevoegingen van calcium, vitaminen, probiotica enzovoort) met bijna tweederde aandeel de belangrijkste categorie. Geschat wordt dat zuivelconcerns, zoals Danone, Nestlé en Sodiaal, een marktaandeel hebben van respectievelijk 24, 9 en 6 procent.

Tabel 1. Omzet belangrijkste categorie functional foods per land/regio 1995-1999, miljoenen dollars

Land	categorie	1995	1999
Japan	probiotische zuivel	22	823
Canada	bakkerij-producten	502	561
VS	bakkerij-producten	6552	9755
Australië	kant en klare graanproducten	387	331
België	zuivel	21	19
Denemarken	zuivel	22	52
Finland	probiotische zuivel	333	274
Frankrijk	zuivel	520	524
Duitsland	sportdranken	230	240
Noorwegen	zuivel	4	16
Nederland	zuivel	88	165
Oostenrijk	zuivel	7	47
Zweden	zuivel	47	79
Zwitserland	probiotische zuivel	7	43
VK	kant en klare graanproducten	599	726
totaal		9341	13655

Bron: Euromonitor, Eurofood, 3-2-2000.

Nederland

In ons land brengt een aantal voedingsmiddelenbedrijven functional foods onder een merknaam op de markt. [tabel 2](#) geeft een overzicht van de belangrijkste Nederlandse bedrijven op het gebied van functional foods. Via acquisitie en overname van gerenommeerde bedrijven in de functional foods- en nutraceuticalssector, proberen grote, traditionele bedrijven zich een positie op de internationale markt te verwerven. Men beoogt met deze strategie de groeimogelijkheden en de betere marges die de markt van gezondheidsvoeding biedt, te benutten.

Tabel 2. Nederlandse bedrijven met functional foods

bedrijf	product/merknaam
Campina Melkunie	Campina, Mona
CSM	Karvan Cevitam, King, Sportlife, Roosvicee
Friesland Coberco Dairy Foods	CoolBest, Friesche Vlag, Hollandia
Kelderman Broodspecialisten	Kelderman
Numico	Extran, Olvarit, Zonnatura
Remia	Remia
Ton Puts Speciaalprodukten	Delight-line

Bron: Food and Agribusiness Research/Rabobank International

Om een voorsprong in de markt voor gezondheidsvoeding te kunnen bestendigen, verrichten de bedrijven gerichte onderzoeksinspanning. Zo heeft Numco een onderzoekslaboratorium op het gebied van functional foods in Wageningen opgezet waar circa tweehonderd personen werkzaam zijn. Unilever beschikt over een 'health institute' met circa 150 onderzoekers.

In 1998 werd het Technologisch Topinstituut Voedselwetenschappen opgericht, waarin onderzoeksinstituten en bedrijven waaronder Unilever, Cebeco Groep, COSUN, AVEBE en de NZO (Nederlandse Zuivel Organisatie) samenwerken op het gebied van voedseltechnologie, waarbij voeding en ziekten het zwaartepunt vormen. Dit instituut wordt gefinancierd door overheid, bedrijfsleven en onderzoeksinstituten.

Wat het nieuwe vakgebied 'genomics' betreft, wordt in de OESO in de komende jaren voor miljoenen euro's in onderzoek en ontwikkeling gestoken. De VS lopen daarin vooraan, terwijl in Japan, Oostenrijk en Duitsland geheel nieuwe genomics onderzoeks- en ontwikkelingscentra worden opgericht. Voor de Nederlandse economie vormt kennis een belangrijk concurrentiewapen. Nederland beschikt over gerenommeerde onderzoeksinstituten op medisch-, biologisch-, agrarisch- en voedingsmiddelengebied, die als basis kunnen dienen voor het ontwikkelen van genomics. In Nederland is echter sprake van een versnippering van kennis over tal van instituten. Dit vormt een belemmering voor een grootschalige en breed opgezette aanpak. Wetenschappelijke instellingen hebben daarom kort geleden een plan neergelegd bij de betrokken ministers. Zij pleiten voor vorming van een consortium waarin kennisinstellingen en bedrijven participeren en waarbinnen het genomics-onderzoek tot bloei kan komen.

Op basis van de positie van Nederland op de wereldmarkt worden vijf speerpunten van de Nederlandse genomics onderkend: ontwikkeling van voedingsmiddelen tegen veroudering; milieuvriendelijke en gezonde plantaardige producten; gezonde en verbeterde voeding; veilig en gezond voedsel door industriële micro-organismen; welzijn van dieren en veilige dierlijke producten. Functional foods zijn met name te vinden in de eerste drie categorieën.

Dilemma's en barrières

Producenten van functional foods hebben een neiging om zoveel mogelijk gezondheidsclaims te leggen, zonder echter daadwerkelijk op het gebied der geneesmiddelen terecht te komen. Het is namelijk zowel in Nederland als in andere EU-landen wettelijk verboden medische aanspraken voor eet- en drinkwaren te stellen. Voedingsmiddelen vallen in Nederland onder de Warenwet en diverse daaraan gekoppelde Warenbesluiten en -regelingen, terwijl geneesmiddelen gereguleerd worden door de Wet op de Geneesmiddelenvoorziening. Nutraceuticals kennen sinds 1995 een eigen (zelf)reguleringsstelsel, namelijk de Code Aanprijzing Gezondheidsproducten.

Indien een voedingsmiddelenproducent de gezondheidsaanspraak als een stellig gegeven presenteert, zijn wetenschappelijke bewijzen vereist. Deze blijken echter over het algemeen moeilijk te vinden, omdat de wetenschap nog niet zo ver is, of omdat klinische proeven te kostbaar zijn. Om de gezondheidsaanspraak te staven via klinische proeven, zijn namelijk omvangrijke investeringen vereist. Voor de voedingsmiddelenindustrie vormt dit een barrière. In de farmaceutische industrie is met het ontwikkelen en op de markt brengen van een nieuw geneesmiddel gemiddeld \$ 500 miljoen gemoeid. Deze industrie heeft echter een omvangrijk onderzoeks- en ontwikkelingsbudget (tien tot twintig procent van de omzet vergeleken met de één tot twee procent van de voedingsmiddelenindustrie). Ook liggen de handelsmarges van geneesmiddelen veel hoger dan die van de voedingsmiddelen. Met het oog hierop zullen de voedselproducenten afzien van heldere, expliciete gezondheidsclaims en zullen zij hun gezondheidsbevorderende producten bijvoorbeeld aanprijzen met globale toespelingen in de reclame. Kwaliteitscontrole schiet hierdoor zijn doel voorbij.

Ook doemen er allerhande vragen op juridisch, politiek en ethisch gebied op, waaronder gevaar voor vervaging van de grenzen tussen voedingsmiddelen en geneesmiddelen en bescherming van de consument tegen misleiding. In de praktijk is de situatie extra gecompliceerd, doordat het juridisch onderscheid tussen medische en gezondheidsaanspraken niet helder is geformuleerd en ruimte laat voor een grote grijze zone.

Perspectief

Het lange-termijn succes van functional foods hangt sterk af van de onderbouwing van de werkzaamheid en veiligheid van de componenten. De toegenomen kennis over genomics zal de onderbouwing van gezondheidsclaims in de toekomst makkelijker en minder kostbaar maken.

Ook de regelgeving rond gezondheidsaanspraken is voor het succes van groot belang. Harmonisatie daarvan op internationaal niveau is gewenst om het marktpotentieel te kunnen benutten. Meningsverschillen tussen consumentenorganisaties en producenten van functional foods over de gezondheidsaanspraken accentueren, dat er een dringende behoefte is aan een heldere wet- en regelgeving². Met betrekking tot deze regelgeving wordt op dit moment op Europees niveau gewerkt aan harmonisering van regels, bijvoorbeeld op het gebied van novel foods.

De toegang tot de markt van functional foods is weggelegd voor kennisgedreven industriële bedrijven in de voedingsmiddelenbranche. Dit zijn in principe de grote bedrijven (zie onder meer [tabel 2](#)) maar er is, gezien de relatief jonge markt, ruimte voor kleine initiatieven. Om de ontwikkeling van functional foods te stimuleren, wordt er door sommige deskundigen gepleit voor het invoeren van een tijdelijk exclusief gebruiksrecht (patentering), waarmee de ontwikkelingskosten kunnen worden terugverdiend.

Bij dit alles blijft wel de vraag of de huidige consument op een werkelijke doorbraak van functional foods en de bijbehorende technologie zit te wachten. Hiervoor moet hij of zij immers bereid zijn om ondermeer zijn eigen genetische paspoort te (laten) bepalen, zijn of haar

eetpatroon hierop af te stemmen, de genetische modificatie-technologie te accepteren en aanzienlijk meer voor zijn of haar voedsel te betalen. Vele consumenten zijn hierop nog niet voorbereid

1 Genomics is een nieuw vakgebied dat zich richt op het blootleggen, begrijpen en benutten van de biologische functie en samenhang van het genetisch materiaal aanwezig in de cellen van alle levende organismen.

2 Een bekende casus is het proces dat de Consumentenbond tegen twee zuivelfabrikanten aanspande. De aanklacht was, dat een reclametekst op een product een toespeling bevatte op medische aanspraken. De gewraakte tekst luidde "Helpt het cholesterolgehalte te verlagen". De tekst "Past in een cholesterolverlagend dieet" zou wel mogen, omdat deze slechts een toespeling op gezondheidsaanspraken maakt.