



Gepubliceerd in STW FoodGate 05/07/2012

Heeft verpakking een aandeel in toename van obesitas?

Het toenemende aanbod aan portieverpakkingen en snack-gebaseerde producten stimuleert consumenten om sneller en meer onderweg te eten, wat kan leiden tot overmatige consumptie en op termijn obesitas.

Een recente Britse publicatie stelt vast dat Groot-Brittannië bovenaan de Europese lijst staat voor wat betreft obesitas bij zowel mannen als vrouwen. Dit is schril contrast met Frankrijk, dat zich onderaan deze lijst bevindt. De auteur van de publicatie relateert dit onder andere aan de grote hoeveelheid voedingsproducten die in Groot-Brittannië in portieverpakkingen worden aangeboden. Consumenten worden erg gestimuleerd om een waaier aan bereide producten aan te schaffen. Het zelf thuis bereiden van maaltijden waar de consument zelf een keuze kan maken naar de nutritionele eigenschappen van zijn maaltijd neemt gestaag af. Daarenboven leidt de toename aan verpakte producten tot het minder gebruiken van de geurzintuig door de consument tijdens aankopen, die zo een stuk voeling verliest met de eigenlijke kwaliteit van het product.

De consumenten vertrouwen erop dat een verpakt product 'niet-besmet' en 'onbezoedeld' is en daarenboven veilig en gezond. Verpakte voeding wordt nu aangekocht door consumenten zonder enige communicatie of voeling met de producenten (lees: met de oorsprong) en daarenboven laten de portieverpakkingen, snack-gebaseerde verpakkingen of bereide producten toe om meer bezig te zijn met andere gelijktijdige activiteiten zoals televisie kijken of surfen op internet. Zou het toeval zijn dat in Frankrijk, waar volgens de auteur minder van deze verpakkingconcepten worden aangeboden en waar consumenten hun zintuigen volledig gebruiken bij de aankoop van voedingsproducten, veel minder obesitas voorkomt?

Verpakking heeft uiteraard verschillende functies die onontbeerlijk zijn in deze geglobaliseerde en veeleisende maatschappij zoals bescherming tijdens transport, behoud van kwaliteit van de levensmiddelen en informatie verschaffen aan de consumenten. Dat de snel evoluerende markt aan verpakte voeding consumenten zou aanzetten om teveel te consumeren, dient verder onderzocht te worden bij voorkeur via een zeer multidisciplinaire aanpak. Heel wat andere factoren spelen namelijk mogelijk een rol in de toename aan obesitas zoals de nutritionele samenstelling van de aangeboden voedingsproducten, eetgewoontes bij de consument maar ook andere sociale factoren zoals fysieke activiteit van consumenten (vb. sporten). Op al deze factoren zijn reeds nationale en internationale onderzoeksprojecten lopend. Een nog meer multidisciplinaire aanpak zal ongetwijfeld bovenaan de agenda staan van heel wat toekomstige nationale en internationale projectoproepen.

Bron:

- Relton, C. 2012. Plastic food packaging encourages obesity. BMJ, 344, doi: 10.1136/bmj.e3824
- Pack4Food

peter.ragaert@UGent.be