



DOELGROEPAANDUIDINGEN BIJ VOEDINGSSUPPLEMENTEN

Wat is een doelgroepaanduiding

Een doelgroepaanduiding geeft aan voor welke groep consumenten, met specifieke behoeften, een product is samengesteld. Dit om duidelijk te maken aan de consument dat het product is afgestemd op bepaalde specifieke behoeftes. De doelgroep kan op deze manier een product herkennen en selecteren uit het brede aanbod van voedingssupplementen.

Een doelgroepaanduiding op voedingssupplementen mag niet de indruk wekken dat het gaat om Voeding voor Medisch Gebruik (VMG). Voedingssupplementen hebben uitsluitend tot doel de “normale voeding” aan te vullen en kunnen daarmee voorzien in bijzondere voedingsbehoeften. VMG vervangt het normale voedingspatroon geheel of gedeeltelijk en is daarmee uitsluitend voor patiënten bestemd, waarbij het dan tevens aan allerlei voorwaarden moet voldoen zoals vastgelegd in de wetgeving met betrekking tot VMG.

Welke doelgroepen wel van toepassing kunnen zijn op een voedingssupplement wordt in deze notitie verder toegelicht.

Soorten doelgroepen

De volgende doelgroepen kunnen zoal worden aangeduid op de verpakking van een voedingssupplement:

- Mannen/vrouwen
- Zwangere vrouwen
- 50+’ers
- Sporters
- Kinderen
- Bariatrische patiënt
- Voor en na een operatie

Voorwaarden voor gebruik

- De doelgroepaanduiding mag niet misleidend zijn voor de consument.
 - Het moet aangetoond zijn dat de bedoelde doelgroep een specifieke voedingsbehoefte heeft en dat de samenstelling van het product hierop is afgestemd.

- Het is aan te bevelen dat duidelijk wordt gemaakt hoe de samenstelling van het product is aangepast voor de doelgroep.
- De doelgroepaanduiding kan niet uitgelegd worden als (ongeautoriseerde) gezondheidsclaim of medische claim.
- De doelgroepaanduiding mag nimmer suggereren dat het product een gehele of gedeeltelijke vervanging is van een gevarieerde voeding.

Bariatrische patiënt

Sinds 2018 is het toegestaan aan te duiden dat een voedingssupplement voor bariatrische patiënten is bedoeld. Deze duiding moet niet als claim kunnen worden uitgelegd. Het mag dus enkel gaan over de specifieke voedingsbehoefte en niet over het verbeteren van een medische toestand of conditie.

Omdat de doelgroep in dit geval medisch is, is het belangrijk te letten op het volgende:

- De productaanduiding is ten alle tijden primair, de doelgroepaanduiding secundair.
Toelichting
Bijvoorbeeld een multivitamine, waaruit elders op de verpakking blijkt dat het voor bariatrische patiënten is. Het type product is meteen duidelijk, daarna kan men lezen voor welke doelgroep dit type product is bestemd.
- Afbeeldingen of uitingen die een medische indruk wekken, zoals plaatjes van organen, zijn niet toegestaan.
- Het type ingreep, zoals gastric bypass of sleeve, kan op de verpakking worden vermeld. Doe dit bijvoorbeeld als categorie, maar niet in de naam van het product.
- Zorg dat je een rechtvaardiging hebt voor de doseringen gebruikt in het product. Aan welke vitamines en mineralen heeft deze groep een hogere behoefte en hoe draagt het product hieraan bij?

Specifieke behoeftes doelgroepen

- Zwangere vrouwen
 - Het is advies van Gezondheidsraad voor zwangere vrouwen is om elke dag 400 microgram extra foliumzuur te slikken, ongeacht de inname via de voeding.
- 50-plussers
 - Vrouwen 50 – 70 jaar: 10 microgram vitamine D per dag
 - Mannen en vrouwen boven de 70 jaar: 20 microgram vitamine D per dag
- Kinderen
 - Advies Gezondheidsraad, tot 4 jaar: 10 microgram vitamine D per dag
 - Over het algemeen lagere hoeveelheden dan reguliere supplementen voor volwassenen, heeft ook te maken met andere productaspecten.

- Barbarische patiënt
 - Behoeftte aan diverse vitamines en mineralen is verhoogd, afhankelijk van de ingreep.
 - Met name vitamine B12, vitamine D, als ook de behoefte aan ijzer, foliumzuur, vitamine A en zink is verhoogd.

- Voor of na een operatie
 - Behoeftte aan diverse nutriënten is verhoogd om een goede voedingstoestand te behouden.