

Datum  
8 januari 2010

Ministerie van Jeugd en Gezin  
De heer mr. A. Rouvoet

Ministerie van VWS  
De heer dr. A. Klink

Onderwerp  
Kinderreclame voor ongezonde  
voedingsmiddelen

Geachte heren Rouvoet en Klink,

In de Nota Overgewicht doet u samen met de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport een beroep op partijen tot het uiterste te gaan om uit de impasse rond aanpassing van de Reclamecode te komen. In december hebben wij over dit onderwerp een gesprek gehad met u.

De Consumentenbond zag zich in de Nota Overgewicht gesteund in het streven naar bescherming van kinderen tegen reclame voor ongezonde voedingsmiddelen. De intensieve reclame voor ongezonde voedingsmiddelen richting kinderen is maatschappelijk ongewenst, gezien de schrikbarende stijging van overgewicht onder kinderen.

Om aan uw beroep om uit de impasse te komen tegemoet te komen hebben wij vorig jaar juni samen met een groot aantal partijen, waaronder de Nederlandse Hartstichting, een ultieme poging gedaan de discussie vlot te trekken. Over de afloop van deze poging hebben wij u samen met de Nederlandse Hartstichting geïnformeerd per brief d.d. 17 juni 2009 (ons kenmerk HU/54023).

Gisteren heeft het bestuur van de Stichting Reclame Code ingestemd met een code die kinderen tot de leeftijd van 7 jaar beoogt af te schermen van reclame voor industrieel bereide levensmiddelen.

Naar onze mening schiet de code daarmee tekort ten aanzien van het in de Nota Overgewicht gestelde doel:

*“Kinderen onder de 12 worden zoveel mogelijk gevrijwaard van een reclameaanbod voor voedingsmiddelen die niet passen in een gezond voedingspatroon.”*

De code van de FNLI schiet met name tekort op de volgende punten:

- de leeftijdsgrens van 12 jaar wordt niet gerespecteerd;
- er wordt geen onderscheid gemaakt in voedingsmiddelen die wel, en voedingsmiddelen die niet passen in een gezond voedingspatroon;
- reclame gericht op kinderen via point-of-sale materiaal blijft zelfs bij jonge kinderen onder de 7 mogelijk.

Deze nieuwe reclamecode levert daarmee onvoldoende bijdrage aan de doelstelling in de Nota Overgewicht. Ook staat de code in schril contrast met het draagvlak in de Nederlandse samenleving om reclame voor ongezonde voeding gericht op kinderen tegen te gaan. De Consumentenbond heeft, als bestuurslid van de SRC, tegen de code gestemd maar heeft geen vetorecht.

Sommige bedrijven hebben aangekondigd minder reclame richting kinderen onder de 12 jaar te gaan maken. Op zichzelf zijn dit waardevolle signalen, echter hiermee zal het beoogde doel in de Nota niet worden bereikt.

Over deze reclamecode is jarenlang discussie geweest. Vele communicatie-, voedings- en gedragsdeskundigen evenals maatschappelijke en gezondheidsinstellingen hebben zich eerder uitgesproken voor veel verdergaande maatregelen. Ook bleek uit een peiling die wij deden onder de Nederlandse bevolking dat 79% van de Nederlandse volwassenen vindt dat er actie moet worden ondernomen tegen kidsmarketing voor ongezonde voedingsmiddelen.

Naar onze mening ligt de bal nu bij de politiek om via wetgeving of anderszins de doelstelling in de Nota Overgewicht te halen en om aan de wens van een groot deel van de Nederlandse maatschappij te voldoen. Kinderen zijn kwetsbaar en verdienen bescherming tegen onverantwoorde voedingsmarketing.

Met vriendelijke groet,  
Consumentenbond

Bart Combée  
Algemeen directeur