

Zelfregulering van de voedingsindustrie is een lachertje



De voedingsindustrie heeft maar een doel, welke mooie marketingcampagnes ze ook laten zien, en dat is geld verdienen, hoe meer hoe beter. Gezondheid heeft helaas geen prioriteit, dat blijkt wel uit de praktijk. En natuurlijk komen ze met hele mooie marketingcampagnes om te laten zien hoe goed ze het wel met ons voorhebben. Maar de praktijk laat andere dingen zien en dat is wat telt.

Zelfregulering van de voedingsindustrie faalt: Nog steeds te veel suiker en zout in eten. Onze regering denkt dat de voedingsindustrie aan zelfregulering doet om ons gezonder te krijgen, terwijl ze dan minder geld gaan verdienen. Dat lijkt mij dan niet heel aannemelijk en dat blijkt nu weer uit de afspraken tussen de overheid en de voedingsindustrie over het terugbrengen van de hoeveelheid suiker en zout in onze voeding. Er worden wel stappen gemaakt maar deze zijn heel erg klein en eigenlijk verwaarloosbaar.

En dat terwijl de inname alleen maar stijgt en mensen steeds meer suiker en zout binnenkrijgen. Nederlanders consumeren nu dagelijks zo'n 8,7 gram zout, zou 6 moeten zijn, en 114 gram suiker, zou 25 gram moeten zijn. Dit is volgens het RIVM veel te veel.

Dit [meldt](#) gezondheidsinstituut RIVM op basis van onderzoek.

Het meeste zout krijg je binnen door brood, vlees en kaas. En de meeste suikers via frisdranken, melkproducten en banket en zoetwaren. De zelfregulering zou er toe moeten leiden dat het zoutgehalte met 10 % wordt teruggedrongen en de suiker met 5 %, dat natuurlijk veel te weinig is. Maar zelfs dat krijgen ze niet voor mekaar. Zelfregulering van de voedingsindustrie is een lachertje, de voedingsindustrie heeft geen voornemen om dit te verbeteren anders hadden ze dit allang gedaan. Het is nu belangrijk dat onze regering ingrijpt, of zijn zij ook niet geïnteresseerd in onze gezondheid net zoals de voedingsindustrie? Ik denk dat de regering meer op de hand is van de industrie dan van de burgers, dat blijkt keer op keer, het is dus zaak

om zelf bewust om te gaan met wat je eet en drinkt.

Zelfregulering van de voedingsindustrie is een lachertje, de voorbeelden

In het verleden heb ik hier al een aantal voorbeelden van gegeven, ik zal deze nog een keer aanhalen zodat je wat verder kunt verdiepen in de materie.

1. Zelfregulering voedselindustrie, 51 kilo suiker per kind per jaar

- Een kind van acht consumeert jaarlijks ruim zijn eigen gewicht aan suikers, namelijk 51 kilo. De helft daarvan is gewone tafelsuiker.
- 50% van de kinderen in Nederland drinkt meer dan een halve liter gesuikerde drankjes per dag. Dat zijn gemiddeld 12 suikerklontjes per dag! De gevolgen voor hun gezondheid zijn ernstig.
- Door deze drankjes lopen kinderen een verhoogd risico op diabetes type 2, hartziekten en beroertes. Maar ook overgewicht en steeds slechtere tanden, nee maar er is zelfregulering in de voedselindustrie, lees meer over [zelfregulering voedselindustrie](#)

2. [Blauwe ik kies bewust Vinkje verdwijnt en terecht](#)

- Op inmiddels 11.000 producten en maaltijden in de supermarkt staan ze: groene of blauwe vinkjes. Het is simpel, [het Blauwe vinkje misleid en werkt niet](#). Bij een actie van de Consumentenbond stemden daarom dan ook bijna 20.000 Nederlanders tegen het Blauwe ik kies bewust Vinkje.
- Het werkte niet omdat het onduidelijk was, ongezonde producten leken daarmee wel gezond en het was opgezet door de voedingsindustrie zelf. Namelijk door de stichting 'Ik kies bewust', dat een initiatief is van Campina, Friesland Foods en Unilever. De stichting 'Ik kies bewust' staat op naam van Schuttelaar & Partners, het reclamebureau dat werkt voor Unilever.
- Kijk dat de de industrie dit zelf bedenkt is tot daar aan toe, maar dat onze minister Schippers en ook het Voedingscentrum daar in mee gaan is op zijn minst triest te noemen.

3. Voedselabrikanten overtreden massaal de reclameregels kindermarketing

- 12 voedselabrikanten hebben de reclameregels voor [kindermarketing](#) overtreden. Dit heeft de Reclame Code Commissie bekend gemaakt. Onder de fabrikanten bevinden zich grote voedselbedrijven als Unilever, Kellogg's, Heinz, Iglo en Friesland Campina.
- De ongeoorloofde reclames voor ongezonde producten als koekjes, snoep, hagelslag en frisdrank zijn gepubliceerd in een 'Vakantie Doeboek' voor kinderen van supermarkt Hoogvliet. De producten bevatten meer suiker, vet of zout dan toegestaan volgens de nieuwe regels voor reclames gericht op kinderen van 7 tot 13 jaar.
- Ze maken gebruik van ongeoorloofde sluikreclame omdat de reclames 'vermomd' waren als puzzels, kleurplaten en andere kinderspelletjes. Zo willen ze onze kinderen ongezond krijgen en houden, je ziet de zogenaamde zelfregulering van de voedselindustrie blijkt niet te werken. Lees hier meer over [Voedselabrikanten](#)

[overtreden massaal de reclameregels kindermarketing](#)

Ik bespeur toch wel een trend bij de voedingsindustrie, winst boven onze gezondheid. Dat er nu nog iemand is die geloofd in zelfregulering van de voedingsindustrie kan ik me haast niet voorstellen. **Zelfregulering van de voedingsindustrie is een lachertje.**

Shares

- -

[Facebook](#)

- -

[Twitter](#)

- -

[Google+](#)

- -

[LinkedIn](#)

- -

[Pinterest](#)

- -

[Tumblr](#)

- -

[Gmail](#)

- -

[Uitprinten](#)

Gezondheid & Voeding