nieuws

Engagement voor kindvriendelijke reclame vanaf 2009

nieuws

Elf grote voedingsproducenten passen tegen ten laatste in 2009 hun reclame voor kinderen aan. De bedrijven komen daarmee de Europese Unie tegemoet in de strijd tegen overgewicht van kinderen. Reclame voor kinderen jonger dan twaalf jaar mag vanaf dan enkel nog gaan over verantwoorde voeding. De bedrijven spraken ook af geen reclame meer te maken op basisscholen. Alleen reclame voor educatieve doeleinden en in overleg met het schoolbestuur kan nog door de beugel.

13 DECEMBER 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:02

Elf grote voedingsproducenten passen tegen ten laatste in 2009 hun reclame voor kinderen aan. De bedrijven komen daarmee de Europese Unie tegemoet in de strijd tegen overgewicht van kinderen. Reclame voor kinderen jonger dan twaalf jaar mag vanaf dan enkel nog gaan over verantwoorde voeding. De bedrijven spraken ook af geen reclame meer te maken op basisscholen. Alleen reclame voor educatieve doeleinden en in overleg met het schoolbestuur kan nog door de beugel.

Volgens corporate affairs manager Karlien Desmet van Mars Belgium komen de afspraken er ook op vraag van de industrie zelf. De deelnemende bedrijven zijn naast Mars ook Burger King, Coca-Cola, Danone, Ferero, General Mills, Kellogg, Kraft, Nestlé, PepsiCo en Unilever. Die bedrijven vertegenwoordigen 60 procent van de voedingsindustrie. Bij elkaar opgeteld geven ze twee derde van al het reclamegeld uit op de voedsel- en drankenmarkt in de EU.

Een aantal bedrijven had al een eigen gedragscode. Zo trok Unilever in mei de minimumleeftijd voor reclame voor kinderen op naar twaalf jaar. Coca-Cola engageert zich al jaren. "Wij waren een van de voorlopers met een wereldwijde interne richtlijn over verantwoordelijke marketing", zegt woordvoerder Frédéric de Ridder van Coca-Cola. "Daar hoort ook de reclame voor kinderen onder twaalf jaar bij. De overeenkomst is daar gewoon een bekrachtiging van".

Mars Belgium start begin 2008 met een marketingcode over reclame voor kinderen. "Nu gebeurt het sporadisch dat we via televisie, print en promotie in winkels reclames voeren gericht op kinderen. Vanaf volgend jaar doen we dat niet meer", zegt Desmet. "Sowieso plaatsten we al geen snoepautomaten in scholen". Door met andere bedrijven een overeenkomst te tekenen, wordt die boodschap volgens Desmet verder versterkt. "Dat de voedingsindustrie zo'n initiatief neemt, is een heel duidelijk signaal". (KS)

Bron: De Morgen

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada