nieuws

Frituristen en schilbedrijven sponsoren de frietweek

nieuws

Nog geen maand na de ‘Week van de steak-friet’ start de ‘Week van de friet’. De organisator is opnieuw promotieorgaan VLAM. Die roept op om tussen 26 november en 2 december de frituur te bezoeken in gezelschap want "samen smaakt een frietje beter". Over de vorige campagne van VLAM werd druk gediscussieerd. Sommige politici vonden de campagne ongepast omdat ongezonde voeding gepromoot wordt met belastinggeld. Die kritiek werd herhaald in het Vlaams Parlement nadat educatieve brochures voor lagere scholen bestempeld werden als onvervalste vleespromotie. Nu benadrukt VLAM dat de promotie voor frietjes volledig betaald wordt door frituristen en aardappelschilbedrijven.

25 NOVEMBER 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:47

Lees meer over:
marketing



Nog geen maand na de ‘Week van de steak-friet’ start de ‘Week van de friet’. De organisator is opnieuw promotieorgaan VLAM. Die roept op om tussen 26 november en 2 december de frituur te bezoeken in gezelschap want "samen smaakt een frietje beter". Over de vorige campagne van VLAM werd druk gediscussieerd. Sommige politici vonden de campagne ongepast omdat ongezonde voeding gepromoot wordt met belastinggeld. Die kritiek werd herhaald in het Vlaams Parlement nadat educatieve brochures voor lagere scholen bestempeld werden als onvervalste vleespromotie. Nu benadrukt VLAM dat de promotie voor frietjes volledig betaald wordt door frituristen en aardappelschilbedrijven.

De ‘Week van de Friet’ vindt al voor de negentiende keer plaats. Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) wil er de frituristen positief mee in de kijker zetten en de Belg naar het frietkot lokken. Deze keer staat het sociale karakter van de Belgische frietkotcultuur centraal. En daar is een wedstrijd aan gekoppeld. “Bedoeling is om mensen van achter hun computer of smartphone weg te halen om hun vrienden live te ontmoeten, in de frituur”, klinkt het. Wie wil deelnemen aan de wedstrijd, moet wel zijn smartphone meenemen naar het frietkot. Want wie zijn ‘frituurmoment’ fotografeert en deelt op Facebook, Instagram of Twitter met de hashtag #BestFrietFriends, maakt kans op een groot frietfeest voor hem of haar en 99 Facebookvrienden.

De ‘Week van de Friet’ volgt nog geen maand na de ‘Week van de steak-friet’. Die liep van 3 tot 11 november en diende vooral om vlees uit eigen streek te promoten. Op Twitter werd druk over die campagne gediscussieerd. Sommige politici vonden die campagne ongepast omdat de gemiddelde Belg voor zijn gezondheid beter minder vlees zou eten. Zij namen dat op de korrel omdat VLAM gesubsidieerd wordt door de Vlaamse overheid. Dat klopt voor diens algemene werking, maar de campagnes zelf worden gevoerd met middelen van de sectoren, al dan niet met cofinanciering vanuit Europa. Zo ook de ‘Week van de Friet’, die betaald wordt door de frituristen en aardappelschilbedrijven.

In het Vlaams Parlement draaide de discussie vooral rond de brochures over vlees die VLAM samen met een educatieve uitgeverij maakte en voorbestemde voor kinderen uit de lagere scholen. N-VA-parlementslid Peter Wouters stoorde zich eerder aan de kritiek op de brochures dan aan de inhoud ervan. De voormalige slager vindt dat de uitgevers een goed evenwicht vinden want er staat bijvoorbeeld letterlijk in te lezen dat je het best gevarieerd eet. “Vooral het aankopen van lokaal geproduceerd vlees wordt gepromoot”, luidt zijn analyse, en wie kan daar iets op tegen hebben.
Ook Vlaams minister Joke Schauvliege begrijpt de hevige kritiek niet: “VLAM communiceert zeer open en transparant, denk ik. Zij komen ook telkens naar het Vlaams Parlement, om alle promotiecampagnes toe te lichten. Ze zijn ook altijd bereid om op alle vragen te antwoorden. Uiteraard hebben wij soms overleg met VLAM, maar nogmaals, wij komen als Vlaamse overheid niet tussen in de promotie die vanuit de sector gebeurt.”
Voor onafhankelijk parlementslid Hermes Sanctorum zijn de vleesbrochures een brug te ver: “Ik vind het geen neutrale informatie met een hoge educatieve waarde. Het is op zijn minst gekleurd. Ik lees bijvoorbeeld dat vegetarische producten te veel zout kunnen bevatten. Dat kan inderdaad, dat gebeurt wel. Maar tegelijkertijd wordt er met geen woord gerept over de risico's van bewerkt vlees, waar het Vlaams Instituut Gezond Leven wel voor waarschuwt. Ik lees ook dat de kinderen wordt bijgebracht dat alles prima verloopt in de slachthuizen. Quod non. Dat is wel degelijk gekleurde informatie. Het is ook betaald vanuit de sector: je verwacht dus eigenlijk wel dat het een vorm van promotie is van hun product.”
Ook Groen-parlementslid Bart Caron vindt brochures waarin Maud Kippenbout kinderen vraagt welk vlees ze het lekkerst vinden een brug te ver. “We hebben strenge regels in het Mediadecreet voor reclame op televisie en radio gericht naar kinderen, net omdat kinderen relatief weerloos zijn ten aanzien van gekleurde boodschappen. Je kunt zeggen dat volwassenen weten dat het reclame is, maar zelfs dan eisen we dat publireportages of aanverwante dingen als dusdanig gemarkeerd worden. Hier gebeurt dat niet. Dat is dezelfde kwaal die we nog zien. Er is een zijspoor, met name wat de VRT doet met tv-spots van VLAM die onder de categorie ‘boodschappen van algemeen nut’ vallen, en die ook alweer daardoor een soort van stempel van neutraliteit en objectieve informatie krijgen.”
De educatieve bijlage ‘Vlees, van wei tot op je bord’ werd ontwikkeld in lijn met de bestaande voedingsvoorschriften en neemt de nieuwe voedingsdriehoek mee. Dat zegt de sector die de 200.000 brochures financierde die naar de basisscholen werden verstuurd. Boerenbond, het Algemeen Boerensyndicaat, de Landsbond, Fenavian en FEBEV reageren op de kritiek die onder meer van EVA en van de scholen zelf kwam: “Volgens de nieuwe voedingsdriehoek en de adviezen van de Hoge Gezondheidsraad wordt de consumptie van vlees nog steeds aangeraden mits handhaving van correcte porties. De volledige agrovoedingssector ziet het dan ook als zijn maatschappelijke plicht om hierover op een neutrale en correcte manier in lijn met het huidige beleid te informeren.”
Nog volgens de sector geven de brochures extra duiding over de nutritionele waarden van vlees en over hoe het voedingsmiddel past binnen een evenwichtig voedingspatroon.

Bron: Belga / eigen verslaggeving

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