

Geen reclame meer voor ongezonde voeding voor kinderen onder de 16 jaar

nieuws

Vanaf 2026 beloven Belgische voedingsbedrijven geen reclame meer te richten op jongeren onder de 16 jaar voor bepaalde ongezonde producten. De beperking geldt zowel op reguliere media als op sociale media en rond scholen. Toch klinkt er kritiek: het vrijwillige engagement zou te weinig ambitieus zijn.

27 MEI 2025

VILT-redactie

Lees meer over:

voedingsindustrie

voeding

gezondheid



Volgend jaar zullen Belgische voedingsbedrijven, handelaars en restaurantketens zoals Pizza Hut en McDonald's strengere regels invoeren voor reclame naar kinderen en jongeren. Dat hebben sectororganisaties Comeos, Fevia, UBA en de Raad voor Reclame beslist.

Omdat er nog geen algemene wetgeving bestaat rond voedingsreclame gericht op jongeren of kinderen, creëert de sector sinds 2012 zijn eigen regels. In 2023 werd een reclameverbod ingevoerd voor kinderen tot 13 jaar. Vanaf volgend jaar wordt die grens opgetrokken naar 16 jaar. Daarnaast wordt het verbod ook uitgebreid van lagere naar secundaire scholen, en geldt de restrictie voortaan ook binnen een straal van 150 meter rond scholen.

Het reclameverbod geldt ook voor alle mediakanalen waar het publiek voor minstens 30 procent uit jongeren bestaat. Daaronder vallen onder meer tv, radio, bioscoop als online media. Met de update worden de richtlijnen voor sociale media ook strikter en duidelijker afgebakend. Wie de regels schendt, moet zich verantwoorden voor de Jury voor Ethische Praktijken (JEP), die in de schoot van de Raad voor Reclame zelf wordt georganiseerd.

55% van de voedingsproducten

Welke producten onder 'on gezond' gezien kunnen worden, staat beschreven in de overeengekomen [code](#). Volgens Fevia zou 55 procent van de voedingsproducten op de markt uitgesloten worden. Het gaat onder meer over aardappelproducten, chips, sauzen, verwerkte vlees- en visproducten, kant-en-klare maaltijden, koekjes, confituur, ontbijtgranen en frisdranken. Voedingswaren die cumulatief voldoen aan Europese claims 'laag suikergehalte', 'laag vetgehalte' en 'laag zoutgehalte', vormen een uitzondering. Voor deze producten blijft reclame vanaf 13 jaar toegestaan.

Het initiatief kadert binnen de bredere doelstelling van Fevia en Comeos om bij te dragen aan een gezondere levensstijl en een evenwichtig voedingspatroon. Volgens Vlaams minister van Media Cielkje Van Achter (N-VA) geeft de update een krachtig signaal. "De sector toont aan dat hij ook zonder wetgeving maatschappelijke verantwoordelijkheid kan opnemen", klinkt het. "Ik hoop dat dit een inspiratie kan zijn voor andere sectoren."

“Met deze nieuwe code met bindende regels en de leeftijdsgrens van 16 jaar is België internationaal een voorloper op het vlak van zelfregulering”, laat Marc Frederix, Voorzitter van de Raad van Reclame, nog weten.



nieuws

Niet perfect

Maar de beslissing kan niet bij iedereen op bijval rekenen. “Deze vrijblijvende engagementen zitten vol achterpoortjes”, zegt Stefanie Vandevijvere aan Het Nieuwsblad. Vandevijvere is voedingsexperte bij gezondheidsinstituut Sciensano. “De leeftijdsgrens wordt opgetrokken naar 16 jaar, maar de WHO, Unicef en onze eigen Hoge Gezondheidsraad stellen duidelijk dat de grens op 18 jaar zou moeten liggen.”

Ook Sofie Verdoodt van het Vlaams Instituut Gezond Leven klapt niet in de handen: “De industrie heeft zelf de ongezonde voeding ingedeeld. Er bestaan met de Nutriscore en met door de WHO opgestelde profielen nochtans al jaren onafhankelijke scoringssystemen. Het is geen toeval dat die strenger zijn dan wat de industrie zelf opstelde.”

Ook Vlaams minister van Volksgezondheid Frank Vandenbroucke (Vooruit) steunt de code niet. “De

belangrijke doelstellingen in de tekst zijn namelijk niet objectief toetsbaar, met als gevolg dat de realisatie ervan niet nauwkeurig kan gecontroleerd worden”, klinkt het.

“Het staat anderen vrij om vanuit puur academische hoek voorstander te zijn van een nog strengere versie, maar wij willen een groot draagvlak, ook bij onze leden”, reageert Tom Quintelier van Fevia, de federatie van de voedingsindustrie en één van de initiatiefnemers van het charter. “Is het perfect? Zeker niet. Maar in Europa zijn we pionier.”



Uitgelicht

Nieuwe app ‘De Grote Voedselkaart’ laat Vlamingen hun eetomgeving in kaart brengen

nieuws

Gezondheidsinstituut Sciensano heeft vrijdag de app De Grote Voedselkaart gelanceerd, een grootschalig burgerwetenschapsonderzoek waarmee Vlamingen hun voedselomgeving in kaart...

25 APRIL 2025

Lees meer

Bron: Belga, Het Nieuwsblad

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1030 Schaerbeek

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](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra