nieuws

Nieuwe Greenpeacecampagne oogst kritiek

nieuws

Greenpeace lanceerde een grootschalige campagne aan het adres van Studio 100. Het bedrijf is licentiehouder van Maya De Bij en verkoopt allerlei producten met de beeltenis van het figuurtje. “Sommige van die producten zijn echter schadelijk voor de gezondheid van onze kinderen, zoals charcuterie. In een opvallende video promoot Maya dit keer valse sigaretten”, klinkt het bij Greenpeace. Studio 100 wil dat Greenpeace zich excuseert en ook de Stichting Tegen Kanker vindt het campagnefilmpje ‘kort door de bocht’.

23 MEI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:45

Lees meer over:
voedingsindustrie



Greenpeace lanceerde een grootschalige campagne aan het adres van Studio 100. Het bedrijf is licentiehouder van Maya De Bij en verkoopt allerlei producten met de beeltenis van het figuurtje. “Sommige van die producten zijn echter schadelijk voor de gezondheid van onze kinderen, zoals charcuterie. In een opvallende video promoot Maya dit keer valse sigaretten”, klinkt het bij Greenpeace. Studio 100 wil dat Greenpeace zich excuseert en ook de Stichting Tegen Kanker vindt het campagnefilmpje ‘kort door de bocht’.

"Maya stelt voor: de enige echt Maya de Bij-sigaretten. Voortaan kunnen kinderen ook van échte sigaretten genieten! Handig: in kleine pakjes voor de kleine kinderhandjes. Met de beste tabak en een heerlijk, zachte honingsmaak. … Maya De Bij-sigaretten bestaan niet. Maar er zijn wel Maya-producten die de gezondheid van je kinderen kunnen schaden. De waarheid op MayaLight.be"

Met deze parodie van Maya De Bij klaagt Greenpeace aan dat Studio 100 ongezonde charcuterie voor kinderen blijft verkopen. “Studio 100 gebruikt haar populaire figuren zoals Maya, Plop, K3 en Samson om ongezonde producten voor kinderen te promoten. De sigaretten uit de video zijn vals, maar de charcuterie van Studio 100 is weldegelijk echt. En helaas bijzonder schadelijk voor de gezondheid van onze kinderen”, legt Sébastien Snoeck uit, expert Vlees en Veeteelt bij Greenpeace. “De WHO bestempelt charcuterie als kankerverwekkend”, klinkt het bij Greenpeace. “Uit een recente analyse door gezondheidsspecialisten blijkt bovendien dat de charcuterie van Studio 100 te veel zout, nitrieten en ongezonde vetten bevat. Diëtisten raden de consumptie ervan dan ook zoveel mogelijk af, zeker voor kinderen.”

Hans Bourlon, CEO van Studio 100, zegt geschrokken te zijn van het Greenpeace-filmpje en zou excuses van milieuorganisatie Greenpeace op zijn plaats vinden. "De vergelijking tussen roken en vlees eten vind ik heel bijzonder, en op zijn minst totaal buiten proportie. Roken is verslavend en kankerverwekkend, dat heb ik nog niet gelezen over vlees eten." De CEO vindt ook dat Greenpeace warm en koud blaast. "In Spanje zetten we, samen met Greenpeace, Maya De Bij net in voor een campagne om bijen te

beschermen", zegt Bourlon. "Wij doen al inspanningen om gezonde voeding te promoten en plannen het assortiment uit te breiden naar onder meer vegetarische producten. Greenpeace was daarvan dus op de hoogte, maar toch kiezen ze ons als doelwit. Ze weten ook dat zelfs een voortrekkersrol proberen spelen: we vervangen bijvoorbeeld suiker in ijsjes."
Volgens de Stichting tegen Kanker is het nieuwe campagnefilmpje kort door de bocht. Voor de Stichting tegen Kanker is er een groot verschil tussen (passief) roken en charcuterie eten. "Het is een verschil in grootteorde", zegt woordvoerder Mathijs Goossens. "Charcuterie eten en roken verhogen inderdaad allebei de kans op kanker. Bij roken zal de kans op kanker 20 tot 30 keer verhogen, maar bij charcuterie is die kans vele malen lager. Charcuterie is bovendien, in tegenstelling tot roken, niet verslavend." Volgens Goossens moeten ouders zich geen zorgen maken als hun kind af en toe charcuterie eet, maar er zijn natuurlijk wel gezondere alternatieven. "Charcuterie bevat weinig voedingswaarde, en blijft een risico," zegt Goossens.
Ook Cimabel, de Belgisch-Luxemburgse federatie van sigarettenfabrikanten, distantieert zich van het campagnefilmpje van Greenpeace. "Tabaksproducten zijn enkel en alleen voor volwassenen bestemd", zegt de federatie. "In een tijdperk waarin kinderen, soms op zeer jonge leeftijd, zelfstandig onlinevideo's bekijken, lijkt het ons niet verstandig om dergelijke beelden te verspreiden." De federatie benadrukt dat ze er al lang voor pleit om de verkoop van tabaksproducten te verbieden voor minderjarigen, omdat dat de beste manier is om te verhinderen dat minderjarigen beginnen met roken.

Bron: Belga / eigen verslaggeving

Beeld: Greenpeace

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