

‘Britse voedingsindustrie achterbaks’

04-12-2006 00:00

De consumentenorganisatie Which? beschuldigt de Britse voedingsindustrie van 'achterbakse' methoden. Volgens de organisatie maken producenten reclame voor junkfood bij een jonge doelgroep via websites, pop-ups, sms'jes en emails.

Which? richt zijn pijlen vooral op de methode waarbij marketeers persoonlijke gegevens van kinderen verzamelen om ze daarna te bestoken met reclame. De consumentenorganisatie volgde de marketingmethoden van onder meer Burger King, Coca-Cola, Pepsi-Co, Haribo en McDonald's gedurende een half jaar.