Britten ruziën over eetlabels

05-01-2007 00:00

Engelse voedingsmiddelenfabrikanten en winkelketens zijn een campagne gestart ter promotie van een nieuw informatielabel voor voedingsmiddelen. De ondernemingen zetten zich af tegen het systeem dat de nationale voedingsmiddelenorganisatie Food Standards Agency aanbeveelt.

Ondernemingen als Tesco, Schweppes, Coca Cola, Nestlé, Masterfoods en Unilever gebruiken een systeem waarbij op voedingsmiddelen te lezen is hoeveel vet, zout, suiker en andere ingrediënten er in de producten is verwerkt. Ook geeft het label met een percentage aan hoe deze hoeveelheid zich verhoudt tot de hoeveelheid die dagelijks wordt aanbevolen.

De Food Standards Agency vreest dat consumenten moeite zullen hebben om de percentages te begrijpen. Daarom gebruikt de voedingsmiddelenorganisatie het zogenaamde ‘stoplichtsysteem’ met een groene, gele en rode sticker. Ook winkelketens als Sainsbury’s en Marks & Spencer gebruiken dit systeem. Volgens de winkelketens en de Food Standards Agency is het kleurensysteem veel makkelijker te begrijpen. Groen betekent ‘gezond’ en in verpakkingen met een rode sticker erop zitten ingrediënten die je niet al te vaak moet eten. De tegenstanders van dit systeem zijn echter bang dat de rode stippen op producten zullen leiden tot lagere verkopen.