

'Nieuwe etiketregels beschermen klant niet'

12-12-2014 00:00

Consumenten zijn bij de nieuwe Europese regels rond informatie op voedselverpakkingen nog steeds onvoldoende beschermd tegen misleiding. Dat stelt voedselwaakhond Foodwatch over de verordening die vanaf 13 december van kracht wordt.

Fabrikanten mogen bijvoorbeeld op snoep en frisdrank een gezondheidsclaim plaatsen, zolang er enkele vitamines aan het product zijn toegevoegd. Daarnaast mogen er volgens de organisatie nog steeds misleidende foto's en tekeningen op de verpakkingen worden gedrukt. 'Zelfs als er slechts een minustukje aardbei in aardbeiyoghurt zit, mogen er grote aardbeien op het yoghurtpak staan', schetst Foodwatch.

De nieuwe regels zorgen daarnaast niet voor duidelijker informatie over het product. Zo is de ingrediëntenlijst zonder loep nauwelijks leesbaar, aldus de organisatie. In het oorspronkelijke wetsvoorstel van de Europese Commissie moest deze informatie minstens drie millimeter groot zijn. Na protesten vanuit de foodbranche is dat teruggebracht tot 1,2 millimeter. Gevreesd werd dat er te weinig ruimte voor de marketing van het product zou overblijven en dat de verpakkingen daardoor groter moesten worden. Dat zou leiden tot meer afval.

Daarnaast worden de regels rond het vermelden van dierlijke ingrediënten op het etiket niet aangepast. Uit eerder onderzoek van Foodwatch bleek dat producten soms ingrediënten als varkensgelatine bevatten, terwijl dat niet vermeld wordt. Dat is met name lastig voor consumenten die vanuit hun religieuze overtuiging of om principiële redenen bepaalde producten willen vermijden, aldus de organisatie die voor een verplichte vermelding pleitte.