

Supermarkten in de fout met kindermarketing

11-04-2016 07:42

Zestien supermarkten en zeven voedselabrikanten hebben de reclameregels voor kindermarketing overtreden. Dat meldt Foodwatch op basis van uitspraken van de Reclame Code Commissie (RCC), in zaken die door de voedselwaakhond waren aangespannen.

Onder de overtreders bevinden zich onder meer Plus, Dekamarkt, Coop, Hoogvliet, Spar en Emté. Zij zijn lid van inkooporganisatie Superunie en geven het gratis jeugdblad Tsjakka uit. De producten die in het blad stonden bevatten volgens de reclameregels meer suiker of vet dan is toegestaan voor kinderen tussen de zeven en dertien jaar. De RCC stelde verder in meerdere zaken dat er sprake is van ongeoorloofde sluikreclames, omdat ze voor kinderen onvoldoende herkenbaar waren als reclame.

In september werden twaalf voedselabrikanten en Hoogvliet al berispt vanwege kindermarketing in een vakantieboek. Foodwatch is medepartner van de Alliantie Stop kindermarketing ongezonde voeding, die bij staatssecretaris Van Rijn aan op een verbod op kindermarketing voor ongezonde producten. Zelfregulering zou namelijk falen, omdat de regels te slap zijn en vaak niet worden nageleefd.