



Kandidaat Gouden Windeï 2023

Blue Band Roombeter (Upfield)

Kritiek Foodwatch:

Laat iemand deze verpakking zien en vraag daarna wat voor product het is. Bijna iedereen zegt: roomboter! En dat is niet eens zo gek. De gouden wikkel, een productnaam die als roomboter leest en een krul harde boter als illustratie op de wikkel. Blue Band draait ons een flinke loer. Wij spreken vanaf nu ook liever van Boe Band...

Feiten en bronnen

- Blue Band Roombeter is het meeste getipte product ooit door door kritische consumenten bij het Meldpunt Misleiding van Foodwatch.
- Wat Upfield/Blue Band doet is volgens Foodwatch zowel wettelijk als gevoelsmatig misleidend (zie punten verderop). De Reclame Code Commissie¹ is echter een ander oordeel toebedeeld. Eerder dit jaar wees de voorzitter een klacht over Roombeter af.

“De voorzitter begrijpt de klacht zo dat uit de verpakking onvoldoende blijkt dat het product geen roomboter betreft. Deze klacht slaagt niet. In de naam “Roombeter” valt de eerste e op door een afwijkende kleur, lettertype en lettergrootte. Verder staat direct onder de naam “100% plantaardig”. Uit dit alles blijkt voldoende duidelijk dat het geen roomboter betreft, maar een plantaardig product.”

- Hiermee staan heel veel consumenten in de kou en voelen zich wel misleid. Juist door de gekozen typografie lezen mensen de gele ‘e’ als een ‘o’. Enkele reacties van consumenten die dit product hebben aangedragen voor het Gouden Windeï:

“In de verwachting dat we roomboter hadden gekocht van Blue Band kwamen we er thuis achter dat er geen roomboter aan te pas komt. Beter kijken en er staat een 'e' ipv een 'o', maar dat maakt je hoofd er niet zo snel van. Handige marketingtruc. En ja, er staat 100% plantaardig onder, toch vinden wij het misleidend. Discussie over wat gezonder is daargelaten. Wij gingen voor echte roomboter.”

Ingrediënten:

Plantaardige oliën (kokos, zonnebloem, raapzaad), water, tuinbonenbereiding, emulgator (lecithine), natuurlijke aroma's, kleurstof (bètacaroteen)

Voedingswaarden per 100gr:

Energie:	
2932kJ/701kcal	
Vet:	79 g
verzadigd:	45g
Koolhydraten:	0,5 g
waarvan suikers	0,5 g
Eiwitten	<0,5 g
Zout	0 g

Verkoopprijs in winkel:

2,19 - 2,29€/pak 250g

¹ <https://www.reclamecode.nl/uitspraken/roombeter/voeding-en-drank-2023-00412/454160/>

“De kleur is van roomboter en de ‘e’ is zoveel mogelijk als een ‘o’ gemaakt. Flauw dit!”

“Het is geen roomboter en zou deze naam, ook al schrijf je het met een e, niet mogen hebben. De e is nog nadrukkelijk lichter gemaakt om te zorgen dat mensen zich vergissen. Het staat ook in de schappen bij de echte roomboter.”

- Consumenten krijgen keer op keer de deksel op de neus, omdat onder meer bij klachten die worden behandeld bij de Reclame Code Commissie² de commissie ervan uitgaat dat de gemiddelde consument de hele verpakking bestudeerd voor iedere aankoopbeslissing en altijd de ingrediëntenlijst doorneemt. Wetenschappelijk onderzoek³ toont echter aan dat weloverwogen aankoopbeslissingen (dus geen toeval of willekeur) tijdens het boodschappen doen worden gemaakt in minder dan 1 seconde.

“Proefpersonen konden in slechts 313 ms bovengemiddelde beslissingen nemen en kozen in meer dan 70% van de proeven hun favoriete voedingsmiddel met een gemiddelde snelheid van 404 ms.” (vertaling Foodwatch)

In deze korte tijd kan geen enkele ‘gemiddelde consument’ een hele verpakking inclusief alle kleine lettertjes en de ingrediëntenlijst tot zich nemen.

- Bij een van onze winkelbezoeken op 31 juli 2023 komen we erachter dat men bij Jumbo ook denkt dat het roomboter van Blue Band is. Op het digitale schapkaartje staat: ‘B BAND WIKKEL RMBOTER’.



² <https://www.reclamecode.nl/uitspraken/aroma/voeding-en-drank-2022-00350/388692/>

³ <https://www.cambridge.org/core/journals/judgment-and-decision-making/article/consumers-can-make-decisions-in-as-little-as-a-third-of-a-second/9711447249D813E954260FDCA39E3C70>

- In een plantaardig alternatief voor roomboter zit uiteraard geen zuivel, en dus ook geen room(boter). Het is verwonderlijk dat het product Roombeter als naam heeft gekregen, omdat zowel volgens de Warenwet als volgens het NVWA Handboek Etikettering van Levensmiddelen het niet lijkt toegestaan om een ingrediënt te suggereren dat niet aanwezig is.

Uit het Warenwetbesluit Zuivel, artikel 16, lid 1⁴ :

“De aanduiding room mag uitsluitend worden gebezigd voor het uitsluitend uit koemelk door verhoging van het vetgehalte verkregen vloeibare of dikvloeibare zuivelprodukt met een vetgehalte van ten minste 10%.”

Uit het NVWA Handboek Etikettering van Levensmiddelen⁵:

“Het uitgangspunt voor voedselinformatie is dat het niet misleidend mag zijn (artikel 7, lid 1 Verordening (EU) nr. 1169/2011), met name niet: [...] door via presentatie de aanwezigheid van een bepaald levensmiddel of ingrediënt te suggereren, terwijl het in werkelijkheid een levensmiddel betreft waarin een van nature aanwezig bestanddeel of ingrediënt is vervangen door een ander.

Voorbeeld

Een cordon bleu met een plantaardig product ter vervanging van kaas waarbij de kaas wordt benadrukt of een slagroomschnitt waarin geen room zit en waarbij de room wordt benadrukt; door de wijze van presenteren verwacht de consument kaas of room in deze producten, maar dat is niet het geval en zijn er vervangende ingrediënten gebruikt.”

- Het product heet Roombeter, omdat het qua klimaatimpact in een door fabrikant Upfield uitbesteed vergelijkingsonderzoek beter scoort dan roomboter. De op basis van voedingswaarden vergeleken vermeende voorganger van Blue Band Roombeter - Blue Band te gebruiken als Roomboter - heeft volgens de website OpenFoodFacts⁶ een Eco-score van E, de laagste score. Dat terwijl de gemiddelde Eco-score van soortgelijke producten een D is (één categorie beter).
- De Europese verordening Nr. 1169/2011⁷ bepaalt dat voedselinformatie niet misleidend mag zijn, met name niet ten aanzien van de kenmerken van het levensmiddel zoals eigenschappen, samenstelling, hoeveelheid of productiewijze. In het geval van deze Blue Band Roombeter is het sterk de vraag of het product de toets op het vlak van eigenschappen, samenstelling en productiewijze goed zal doorstaan.

⁴ <https://wetten.overheid.nl/BWBR0006982/2016-12-22>

⁵ <https://www.nvwa.nl/onderwerpen/etikettering-van-levensmiddelen/documenten/consument/eten-drinken-roken/etikettering/publicaties/handboek-etikettering-van-levensmiddelen>

⁶ https://nl.openfoodfacts.org/product/8719200199477/blue-band#panel_ecoscore

⁷ <https://eur-lex.europa.eu/NL/legal-content/summary/labelling-of-foodstuffs.html>

- De NVWA onderzoekt in Nederland of er sprake is van misleidende etikettering. Bij inspecties naar de benaming, lijst van ingrediënten en de afbeeldingen van ingrediënten op een etiket constateert de NVWA misleiding bij ongeveer 30% van de etiketten⁸. Dus als een consument 10 boodschappen in z'n mandje doet dan zitten er gemiddeld drie bij die wettelijk misleiden.
- Een gemiddeld huishouden in Nederland is bij benadering haast 2.000 euro per jaar kwijt aan voedingsmiddelen die wettelijk misleidend zijn⁹! En dan hebben we het nog niet eens over gevoelsmatige misleiding, of misleiding met claims en termen die nog niet zijn gereguleerd. Misleiding is een groot en structureel probleem. Foodwatch eist daarom dat de Nederlandse overheid misleiding strenger strafbaar stelt. Misleiding moet strafbaar worden gesteld met direct hoge boetes. Als consumenten voedselabrikanten ieder jaar 'spekken' met al die euro's, dan wordt het hoog tijd dat producenten en supermarkten gaan meebetalen aan dit economische verlies. Consumenten kunnen hun onvrede over misleiding kenbaar maken door mee te aan de online petitie van Foodwatch¹⁰.

⁸ <https://www.nvwa.nl/binaries/nvwa/documenten/consument/eten-drinken-roken/etikettering/publicaties/aandachtspunten-eerlijke-informatie-op-etiket/aandachtspunten-eerlijke-informatie-op-etiket.pdf>

⁹ <https://www.foodwatch.org/nl/onze-campagne-themas/onze-campagnes/misleiding-en-fraude/dit-kost-misleiding-jou-per-jaar>

¹⁰ <https://www.foodwatch.org/nl/onze-campagne-themas/onze-campagnes/misleiding-en-fraude/dit-kost-misleiding-jou-per-jaar>