

Oktober 2019



DIËTISTEN, ONTSPONSOR U!

Advies diëtist mede mogelijk gemaakt door pizza-, ijs- en
suikerfabrikanten

INHOUD

Samenvatting	3
1. Brancheorganisatie diëtisten en mogelijke belangenverstrengeling	4
Diëtisten met Coca-Cola 'gesprekskaart' naar de klant	6
NVD lokt diëtisten naar 'studiedagen' suikerlobby en voedingsbedrijven.....	7
Workshops.....	8
Dubbele petten	9
2. Langzame erkenning probleem?	11
3. Wat wil foodwatch?	13
Bronnen.....	14

SAMENVATTING

“De diëtist is bij uitstek de deskundige om je te helpen op het gebied van voeding en gezondheid... Door haar medische en voedingskundige kennis én ervaring kan zij het beste beoordelen welke voeding jij precies nodig hebt”, stelt de brancheorganisatie van diëtisten NVD op haar website.¹

In de perfecte wereld zou het ook zo zijn natuurlijk. Maar in de praktijk ligt dit minder eenduidig. In de wereld van de diëtisten wordt niet teruggedeinsd voor sponsoring en samenwerking met de voedingsindustrie, met alle gevaren voor belangenverstremming van dien. Zo wordt de brancheorganisatie gesponsord door FrieslandCampina, Unilever, Nestlé, Nutricia en vele andere bedrijven die juist een groot deel van hun omzet halen uit junkfood. In het lijfblad van de diëtisten wordt een ‘gesprekskaart’ van Coca-Cola bijgevoegd waarmee diëtisten hun cliënten zouden moeten voorlichten om gezonder te drinken. Diëtisten in opleiding krijgen studiepunten om congressen bij te wonen die worden georganiseerd door de Suiker Unie. Het is een kleine greep uit de opmerkelijke verstremming van belangen tussen diëtisten en de voedingsindustrie. Hoe onafhankelijk is het advies van de diëtist eigenlijk?

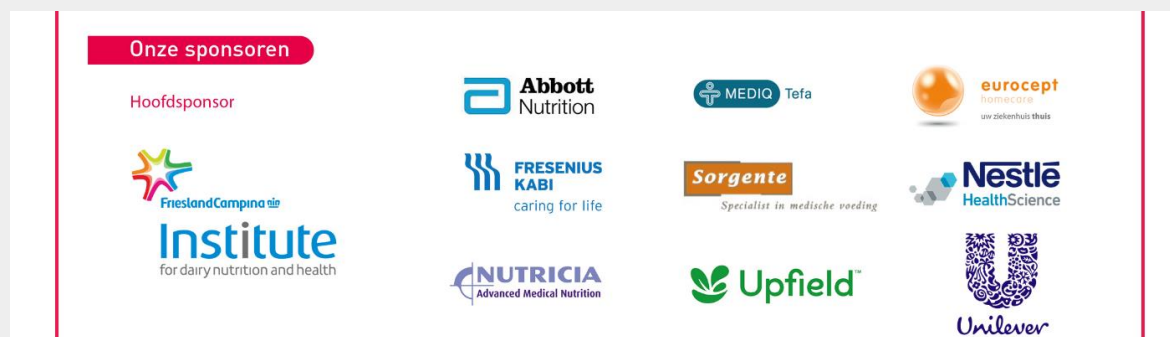
Natuurlijk zijn er heel veel diëtisten die met hart en ziel proberen op een integere manier mensen aan gezonde voeding te krijgen. Juist hen roept foodwatch op om schoon schip te maken in de branche en garant te staan voor de objectieve gezonde adviezen, zonder het gevaar te lopen dat vanwege sponsordeals of andere samenwerking, andere belangen sluipenderwijs aan invloed winnen.

1. BRANCHEORGANISATIE DIËTISTEN EN MOGELIJKE BELANGENVERSTRENGELING

Advies diëtist mede mogelijk gemaakt door pizza-, ijs- en mayonaisefabrikanten

De brancheorganisatie Nederlandse Vereniging van Diëtisten (NVD)² behartigt de belangen van diëtisten in Nederland.³ Opmerkelijk genoeg laat zij zich hierbij sponsoren door diverse voedingsbedrijven.⁴ Hoofdsponsor is FrieslandCampina. Andere sponsoren zijn onder andere Nestlé en Unilever. Stuk voor stuk bedrijven die veel ongezond voedsel produceren. Voorbeelden zijn de Calvé mayonaises, pakjes en zakjes van Knorr, Lipton suikerdranken, ijsjes van Ola en rookworsten van Unox, allen van Unilever.⁵ FrieslandCampina verkoopt onder meer slagroom, de toetjes van Mona en de chocolademelk drinkpakjes. Nestlé verkoopt onder meer Wagner Pizza's en Maggi-sauzen. De NVD heeft hierover sponsorbeleid opgesteld⁶ waarin onder andere staat (punt4): "De NVD laat zich niet sponsoren door bedrijven en/of organisaties wiens kernactiviteiten tegengesteld zijn aan de belangen van de NVD, diëtetiek en/of diëtisten". Dit voorkomt kennelijk niet dat de voedingsadviezen van de diëtisten mede mogelijk gemaakt worden door producenten van pizza's, ijs, rookworsten, mayonaise en suikerdranken.

Ook bijten de sponsorschappen met het politieke en beleidsmatige werk van de NVD. Zo is de NVD lid van de alliantie 'Stop kindermarketing ongezonde voeding'⁷, terwijl de NVD-sponsoren Unilever en hoofdsponsor FrieslandCampina volgens onderzoek in opdracht van het kabinet juist worden genoemd als degene die nog vaak aan kindermarketing doen⁸. Zo worden vaak posters geplaatst nabij kinderspeelplaatsen voor Unilevers ijsjesmerk Ola en FrieslandCampina's Chocomel. Ola (Unilever) wordt zelfs het vaakst genoemd als merk waarvoor kinderspeellocaties worden benaderd voor sponsoring. Ook zijn Unilever (Ola) en FrieslandCampina (Chocomel) partners in de kindermarketing van kindersprookjespark de Efteling waarmee zij exclusiviteit en zichtbaarheid terugkrijgen in het park.⁹



Sponsoren NVD zoals vermeld in jaarverslag 2018

Het beleid van de NVD is in strijd met de visie van haar Australische evenknie. In 2018 concludeerde de Australische diëtisten vereniging DAA dat het zich laten sponsoren door voedselbedrijven niet ethisch is. Na een raadpleging van de leden¹⁰ nam zij in haar sponsorbeleid op hiermee te stoppen.¹¹



Figuur 1: Sponsors EFAD zoals vermeld in jaarverslag 2018

NVD is niet de enige diëtistenvereniging die zich laat sponsoren door voedingsbedrijven. Ook de Europese evenknie, de EFAD, laat zichzelf¹² en haar congressen¹³ sponsoren door bedrijven als Kellogg's, Bayer, Nestlé, FrieslandCampina en Nutricia, evenals de Britse diëtisten¹⁴ en de Duitse Vereniging van Voedselkundigen¹⁵. De Vlaamse Beroepsvereniging van Diëtisten laat zich zelfs sponsoren door een bedrijf als Coca-

Cola.¹⁶ Een campagne van de diëtisten met Coca-Cola over dat *“suiker deel kan uitmaken van een gezond eetpatroon”* kreeg veel kritiek, zelfs tot in Nederland.¹⁷ Ook in Amerika ontstond kritiek over de sponsoring van 's werelds grootste vereniging van voedselkundigen, de Academy of Nutrition and Dietetics (AND). Door de jaren heen liet AND zich onder andere sponsoren door McDonalds, Coca-Cola, PepsiCo, Nestlé en Mars.¹⁸

Diëtisten met Coca-Cola 'gesprekskaart' naar de klant

In Nederland ontstond vorig jaar kritiek onder enkele diëtisten over een 'gesprekskaart' van Coca-Cola die in het ledenblad van de NVD werd bijgevoegd. Met de gesprekskaart van Coca-Cola kon de diëtist klanten dieetadvies geven over hoe gezonder te drinken. Er werd aangeraden kleinere porties of frisdrank met zoetstoffen te drinken, geheel in lijn met de lobby van Coca-Cola. De redactie van het NVD blad betuigde via sociale media snel spijt nadat het 'verkeerd was gevallen' binnen de beroepsgroep. Hoeveel diëtisten de gesprekskaart desondanks hebben gebruikt of nog steeds gebruiken, is niet duidelijk.



Brief bij 'gesprekskaart' Coca-Cola in blad diëtisten

De advertentie is ook binnen de beroepsgroep verkeerd gevallen, vooral met de reden dat we een advertentie plaatsen van een bedrijf die ongezond voedingsmiddel produceert. Reden om het te plaatsen was dat diëtisten aansluiten op het voedingspatroon van mensen en dat vermindering van het frisdrankgebruik vaak al winst is. Plaatsing van deze advertentie was niet de juiste keuze. Hinke Kruizenga, hoofdredacteur NTVD

15

NVD blad betuigt spijt via Facebook

NVD lokt diëtisten naar ‘studiedagen’ suikerlobby en voedingsbedrijven

In september 2017 organiseerde het Kenniscentrum Suiker en Voeding (KSV), de lobbyclub van de suikerfabrikanten gefinancierd door de Suiker Unie¹⁹, het Koolhydratencongres.²⁰ Dit deed zij niet alleen, maar in samenwerking met de diëtistenorganisaties Vereniging van Diëtisten (NVD) en Diëtisten Coöperatie Nederland (DCN) en het vakblad Voeding Nu. Verschillende door KSV betaalde wetenschappers waren aanwezig als spreker of dagvoorzitter.²¹ Waar je misschien zou (mogen) verwachten dat belangenverenigingen van diëtisten hun leden waarschuwen voor eenzijdige informatie op bijeenkomsten van belangenpartijen als de voedingsindustrie, is het tegendeel waar. Diëtisten werden juist naar het congres van de suikerlobby gelokt met 5,5 accreditatie-punten in het kader van de verplichte bij- en nascholing.²² Uiteindelijk bezochten ruim 300 diëtisten en andere gezondheidsprofessionals het congres.²³

Uitnodiging congres: Dialogo over koolhydraten

14 juni 2017

Donderdag 28 september 2017
Jaarbeurs Utrecht

[Meld je direct aan voor het congres »](#)

Accreditatie St. ADAP (diëtisten): **5,5 punt**

KSV lokt diëtisten met accreditatie-punten om haar congres over koolhydraten te bezoeken.

“Wat is de reden dat de NVD zich verbindt aan een bijeenkomst gesponsord door het kenniscentrum suiker? ... Volgende keer een dialoog over vetten met Unilever, over alcohol met Bierinstituut en over suikertaks met Coca Cola?”

Hoogleraar voeding Jaap Seidell toont zich kritisch over de samenwerking tussen de NVD en KSV.²⁴

Uit het persbericht van KSV blijkt gekozen te zijn voor de beproefde tactieken om suiker in gunstiger perspectief te krijgen.²⁵ Harde feitelijke onwaarheden worden vermeden, maar de aandacht wordt afgeleid van de suikerproblematiek. Zo spreekt men vaak over koolhydraten in plaats van suiker, wordt de focus vooral gelegd op algehele calorie-inname of voedingspatroon en wordt de beproefde methode van stal gehaald om de aandacht te verleggen naar meer beweging in plaats van een gezondere voeding met minder suiker.²⁶



Stelling bij koolhydraatcongres van de suikerlobby. Bron: YouTube

Strijdigheid met richtlijnen Wereldgezondheidsorganisatie en advies Gezondheidsraad

De beweringen wekken de suggestie dat de huidige consumptie van suiker geen gezondheidsprobleem geeft. Dit is in strijd met de standpunten van bijvoorbeeld de Wereldgezondheidsorganisatie die een sterke reductie van vrije suikers aanbeveelt.²⁷ Tevens zijn ze in strijd met het overheidsbeleid dat gericht is op verlaging van suiker-, vet- en zoutgehaltes in producten.²⁸ En het is in strijd met de kern van het advies van de Gezondheidsraad die in 2015 werd gepubliceerd in de Richtlijnen Goede Voeding: eet meer plantaardig en drink suikervrij.²⁹

In het najaar 2018 organiseerde de KSV tweemaal een Congres Nascholing gewichtsconsulenten, samen met de Beroepsvereniging Gewichtsconsulenten Nederland (BGN). Onder de slogan 'Koolhydraten en gewicht. Wat adviseer jij de cliënt?' en met het vooruitzicht op 2 accreditatiepunten, werden de consulenten door onder andere een door KSV betaalde wetenschapper³⁰ over dit onderwerp voorgelicht.³¹



Bron afbeelding: www.kenniscentrumsuiker.nl

Workshops

Eerder, in april 2016, gaven NVD en DCN, KSV een platform tijdens de NVD Diëtistendagen. Op de KSV workshop 'Suiker Het Witte Vergif? Tijd Voor Nuancering!' gaven wederom twee door KSV betaalde wetenschappers invulling aan de inhoud.³² Ook Unilever, Alpro, Nutricia en de fabrikanten van kindervoeding waren van de partij met een workshop. In 2009 organiseerde de KSV zelfs samen met de NVD en DCN vier aparte workshops, getiteld 'Hersenen, stemming en voeding', wederom verzorgd door

een KSV betaalde wetenschapper. Alle leden van de diëtistenorganisaties kregen hiervoor een uitnodiging toegestuurd³³, waardoor naar eigen zeggen de workshops goed zijn bezocht³⁴.

KSV heeft ook een gratis informatiemap, mede gericht op diëtisten.³⁵

Ook staan bedrijven met stands op de algemene ledenvergadering van de diëtisten (NVD) zoals Yakult³⁶ op 5 november en andere sponsors in eerdere jaren³⁷.

Het is dus geen éénmalige samenwerking met de voedingsindustrie maar regulier beleid. Zo worden bijvoorbeeld komende twee maanden nascholingscursussen gegeven in samenwerking met Nutricia³⁸, Yakult³⁹, FrieslandCampina⁴⁰, Alpro⁴¹ en Hero⁴² en promoot de NVD een bijscholing dag van de bakkersbranche⁴³.

De cursussen worden beoordeeld⁴⁴ op programma, omschrijving en abstract-niveau, maar daarmee voorkom je niet dat een voedingsproducent van ongezonde voeding een verkeerde ongezonde boodschap verkondigd.

Dubbele petten

Centrale personen binnen de diëtistenwereld zijn ook met de voedingsindustrie verstrengeld. Opvallend is bijvoorbeeld de rol van de invloedrijke diëtiste Van Ginkel-Res. Zij was jarenlang voorzitter van de NVD en momenteel erevoorzitter van de Europese diëtistenorganisatie EFAD⁴⁵ waarmee ze onder meer gesprekspartner is van de Wereld Gezondheidsorganisatie (WHO)⁴⁶ en de Europese Commissie⁴⁷.

Naast deze functies en haar werk binnen de diëtistenwereld⁴⁸, is zij ook al jaren vicevoorzitter van de Wetenschappelijke Raad van de suiker lobbyorganisatie KSV⁴⁹. Deze opdrachtgever, geheel gefinancierd door de Suiker Unie, heeft een tegenovergesteld doel dan een gemiddelde diëtist: de suikerconsumptie stimuleren.⁵⁰ Statutair is de doelstelling van KSV onder meer *'het behartigen van de belangen van de suikerindustrie, onder andere op het gebied van wet- en regelgeving'*. Denk hierbij bijvoorbeeld aan lobby tegen een suikertaks. Hoe valt dit te rijmen met de gesprekken die met de WHO of de Europese Commissie worden gevoerd, namens de diëtisten?

Opmerkelijk is dat deze dubbele pet vaak niet wordt vermeld. Zo staat dit niet op haar LinkedIn pagina.⁵¹ En ook niet in bijvoorbeeld de nieuwsbrief 'Suiker in perspectief' waar ze wordt opgevoerd als directeur van de landelijke organisatie van diëtisten 'Diëtheek' en onder die functie kritiek levert op het feit dat groente in blik met toegevoegde suiker niet in de Schijf van Vijf staat.

“Ik vind zelf dat er een grote stap vooruit is gemaakt, maar er zijn ook inconsequenties. Zo is er geen rekening gehouden met broodbeleg en vallen producten als groenten in blik met suiker en zout buiten de Schijf.”

Annemieke van Ginkel-Res als “directeur diëtheek” over de nieuwe Schijf van Vijf van het Voedingscentrum in de KSV-nieuwsbrief⁵²

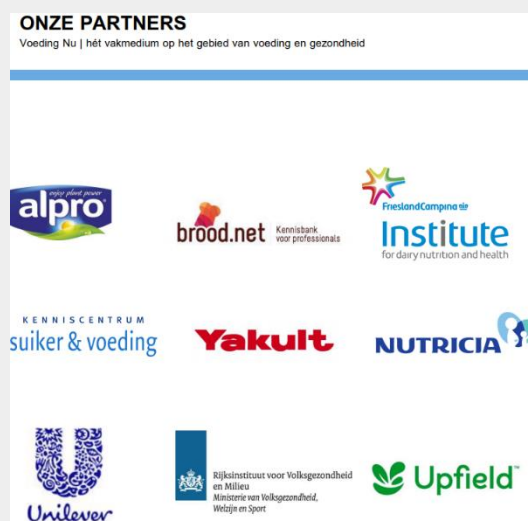
Ook in 2016 werd ze als spreker op een congres van KSV opgevoerd als directeur Diëtië en in haar Europese functie bij EFAD. Niks staat in het verslag over haar dubbele rol bij KSV.⁵³ Ook niet bij het congres ‘Dialogo over koolhydraten’ van suikerlobby organisatie KSV, waar zij als spreker wederom als directeur in de diëtistenbranche wordt gepresenteerd. Met hierbij een quote dat je naar het KSV congres moet komen om over *‘suiker in het bijzonder met elkaar in gesprek moet zijn op basis van wetenschappelijke feiten’*.⁵⁴ En ook in het interview in het diëtistenblad⁵⁵, waar ze vanwege haar nieuwe functie bij EFAD wordt geïnterviewd en haar huidige functies en nieuwe functies worden benoemd, niks over haar functie bij suikerlobbyclub KSV⁵⁶.

De belangen van KSV, de Suiker Unie en de diëtisten, zijn over het algemeen strijdig met elkaar. Dit maakt dergelijke dubbele functies precair en uiterst ongewenst. Met welke pet wordt wanneer gepraat? De dubbele functie lijkt ook niet te rijmen met het beleid van de EFAD, waar Ginkel-Res leiding aan geeft. EFAD sluit in haar eigen sponsorbeleid producenten van ongezonde voeding uit: *“EFAD will not, under any circumstances, work with... - Organizations that are characterized predominantly by sales and / or production of foods which are not conducive to a healthy lifestyle”*.⁵⁷ Het feit dat bij publieksoptredens regelmatig geen openheid gegeven lijkt te worden over de dubbele functie, maakt een goede beoordeling van uitspraken en standpunten over suiker en gezondheid van een dergelijk centrale persoon lastig. De diëtisten zouden dergelijk risico op belangenverstremgeling moeten voorkomen. Een nevenfunctie bij de suikerlobby lijkt ook strijdig met de gedragscode voor diëtisten, waarin staat: *“onthoud ik me van iedere zakelijke regeling, die mijn professionele onafhankelijkheid zou kunnen aantasten”*.⁵⁸

2. LANGZAME ERKENNING PROBLEEM?

Los van de opstelling van de diëtistenbrancheorganisatie is het sowieso moeilijk om als diëtist niet beïnvloed te worden door lobby. De diëtistenwereld is er van vergeven. Maar toch zie je hier wel dat het langzaam doordringt dat bij innige samenwerking van de diëtistenwereld met de voedingsindustrie, mogelijke belangenverstremgeling op de loer ligt. Er moeten maatregelen genomen worden om de geloofwaardigheid te behouden.

Zo is het blad Voeding Nu een vaak geziene verschijning in de wereld van de diëtisten. Het blad richt zich naar eigen zeggen op een breed publiek: *“Diëtisten, voedingsdeskundigen in (zorg)instellingen en voedselproducerende en -verwerkende bedrijven, gewichtsconsulenten, lifestyle coaches, voedingsvoorlichters en ook huisartsen en specialisten”*.⁵⁹



Partners Voeding NU volgens mediabrochure 2019

Het blad werkt daarbij samen met commerciële ‘partners’, waaronder tot voor kort KSV en Coca-Cola. Zodoende kon KSV dit platform gebruiken om tegen betaling haar welgezinde ‘partnerberichten’ te verspreiden onder deze brede doelgroep waarbij bijvoorbeeld de relatie tussen suikerconsumptie en kanker en diabetes type 2 worden gebagatelliseerd.⁶⁰

“Er is geen bewijs dat fructosehoudende suikers, zowel in vast en vloeibare vorm, gerelateerd zijn aan een verhoogd risico op diabetes type 2”

Gesponsord “partnerbericht” van KSV op de website van Voeding Nu⁶¹

Met name bovenstaand bericht uit 2017 is opmerkelijk omdat de Gezondheidsraad in haar meest recente voedingsadvies van 2015 duidelijk stelt: *“De commissie concludeert dat overtuigend is aangetoond dat de consumptie van dranken met toegevoegd suiker het risico op diabetes verhoogt”*.⁶²

De partnerberichten in Voeding Nu hebben een redactionele opmaak en zijn niet direct duidelijk te herkennen als reclame. Daarnaast was Voeding Nu in 2017 zoals aangegeven medeorganisator van het KSV Koolhydratencongres.

Begin dit jaar heeft Voeding Nu echter besloten te stoppen met de partnerschappen met Coca-Cola en suikerlobbyorganisatie KSV. Voeding Nu stelt hierover bij navraag: *“Wij kregen signalen van onze lezers dat ze gesteld zijn op een zo onafhankelijk mogelijke positie van Voeding Nu. Het imago van onze partners speelde daarbij parten”*. Ondertussen zijn alle partnerschappen met voedingsbedrijven van de homepage verdwenen, alleen de kennispartners zijn nog zichtbaar op de website van Voeding Nu.⁶³ Bij navraag is het reclamebeleid strikt genomen niet gewijzigd maar wordt wel steeds kritischer nagedacht over dit soort ‘bij de lezers gevoelige’ reclames en zijn de partnerschappen als naam voor commerciële samenwerking gestopt.

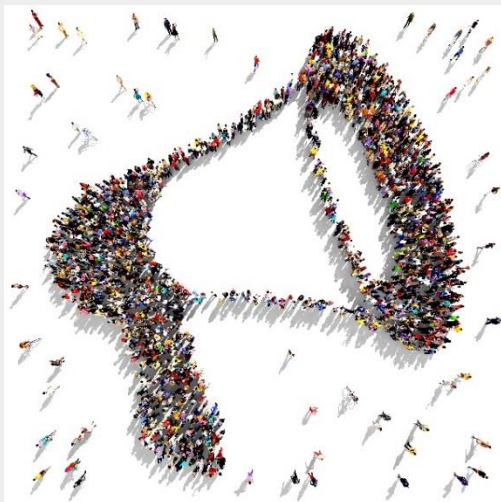
En ook kritische diëtisten lijken steeds vaker van zich te laten horen zoals in columns: *“Het is schadelijk dat vakbladen hun geloofwaardigheid verliezen en dat voedingswetenschappers hun goede naam te grabbel gooien. Het is schadelijk dat diëtisten en hun beroepsverenigingen zich laten fêteren door de suikerlobby”*⁶⁴ en op Twitter⁶⁵.

3. WAT WIL FOODWATCH?

foodwatch maakt zich zorgen over belangenverstrengeling in wetenschap, politiek en de medische wereld.

Ons onderzoek maakt duidelijk dat het gevaar van belangenverstrengeling in de diëtistenwereld groot is. Bedrijven als Unilever, Nestlé en de Suiker Unie werken natuurlijk niet voor niets samen met deze branche. Dit soort bedrijven investeren geld omdat ze geloven dat zich dit terugverdient. Uit het voorbeeld van het congres van de suikerlobby blijkt ook dat de boodschap gericht is op het bagatelliseren van de gezondheidsproblemen van suiker.

Hier moeten de diëtisten niet naïef over zijn. Hun brancheorganisatie moet zich ervoor sterk maken dat hun geloofwaardigheid boven alle twijfel is verheven. Dit is een maatschappelijke en morele plicht in het belang van hun klanten, die juist vaak in een kwetsbare periode van hun leven het advies van een diëtist inroepen.



foodwatch roept de diëtisten daarom op om niet meer recht te praten wat krom is maar daadwerkelijk dit kromme beleid recht te zetten. We weten dat veel diëtisten het hart op de goede plek hebben en integer te werk gaan. foodwatch roept juist hen op tegen dit beleid in verzet te komen en van binnenuit dit probleem aan te pakken. Stop de sponsoring van voedingsbedrijven, stop de accreditatiepunten voor lobbycongressen, stop de (schijn van) belangenverstrengeling, wees transparant, ook over nevenfuncties, baseer je op onafhankelijke bronnen.

BRONNEN

- 1 <https://dieetdiedieetdat.nl/wat-doet-de-dietist/>
- 2 <https://www.nvdietist.nl/>
- 3 <https://www.zorgkaartnederland.nl/dietist>
- 4 <https://www.nvdietist.nl/ik-ben-dietist/nvd/partners-en-sponsors/onze-sponsors>
- 5 <https://www.unilever.nl/merken/?category=408118>
- 6 <https://www.nvdietist.nl/images/Sponsors/SPONSORBELEID.pdf>
- 7 <https://www.stopkindermarketing.nl/>
- 8 <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2017/12/01/voedingsreclame-gericht-op-kinderen-monitor-2017>
- 9 <https://www.efteling.com/nl/over-de-efteling/de-organisatie>
- 10 https://daa.asn.au/wp-content/uploads/2018/04/DAA_Corporate_Partnership_Program_Review_member_survey_Apr2018.pdf
- 11 <https://daa.asn.au/wp-content/uploads/2018/11/2018-Partnership-Policy.pdf>
- 12 http://www.efad.org/media/1783/annual_report2018.pdf
- 13 <https://efadconference.com/sponsors/>
- 14 <https://www.bda.uk.com/events/bdalive/sponsors>
- 15 <https://www.vdoe.de/korporative-mitglieder00.html>
- 16 <https://vbvd.be/partners>
- 17 <https://www.hln.be/nieuws/binnenland/coca-cola-sponsort-suikercampagne-van-vlaamse-dietistenvereniging~a5f54de5/> en <https://nos.nl/video/494794-coca-cola-sponsort-dietisten-om-suiker-te-promoten.html>
- 18 <https://www.motherjones.com/environment/2014/05/my-trip-mcdonalds-sponsored-nutritionist-convention/>
- 19 <https://www.kvk.nl/orderstraat/subproduct-kiezen/?kvknummer=41197281&productgroep=Documenten>
- 20 <https://www.kenniscentrumsuiker.nl/actueel/645-28-september-2017-congres-dialoog-over-koolhydraten>
- 21 <http://koolhydratencongres.nl/sprekers/>
- 22 <https://www.nvdietist.nl/ik-ben-professional/werk-en-organisatie/accreditatie>
- 23 <http://www.kenniscentrumsuiker.nl/suikerinperspectief/40-2/files/assets/basic-html/page-4.html>
- 24 <https://twitter.com/jaapseidell/status/913342672429084672>
- 25 <https://www.kenniscentrumsuiker.nl/pers/83-persberichten/650-koolhydratencongres-2017-focus-richten-op-gezonde-leefstijl-en-niet-louter-op-gewichtsreductie>
- 26 <https://www.parool.nl/ps/coca-cola-investeert-in-wetenschappers-met-omstreden-boodschap~beca0e93/>
- 27 <https://www.who.int/mediacentre/news/releases/2015/sugar-guideline/en/>
- 28 <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-31532-177.html>
- 29 <https://www.gezondheidsraad.nl/binaries/gezondheidsraad/documenten/adviezen/2015/11/04/richtlijnen-goede-voeding-2015/persbericht+201524+Richtlijnen+goede+voeding+2015.pdf>
- 30 <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00394-019-01959-w> en <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/05/03/suikerprof-onthult-alsnog-mogelijk-belangenconflict-a3959079>
- 31 <https://www.kenniscentrumsuiker.nl/congres>
- 32 https://www.voedingonline.nl/uploaded/FILES/Algemeen/programma_NVD_Dietistendagen_2016.pdf
- 33 <https://www.kenniscentrumsuiker.nl/actueel/suiker-in-perspectief/voeding-en-bioritme/nieuwsbrief-inhoudsopgave/65-nieuwe-workshop-hersenen-stemming-en-voeding>
- 34 <http://www.kenniscentrumsuiker.nl/images/Publicaties/workshopverslag-hersenen.pdf>
- 35 <https://suikerwetenschap.nl/> en <https://www.kenniscentrumsuiker.nl/aanvraag-brochures-en-publicaties>
- 36 <https://scienceforhealth.nl/activiteit/agenda/>
- 37 <https://www.innopastry.com/innopastry-als-sponsor-aanwezig-op-nvd-dietistendagen/>
- 38 <https://www.pe-online.org/public/OpleidingDetail.aspx?courseID=368612&pid=87>

- 39 <https://scienceforhealth.nl/bijbscholing-gwc/>
- 40 <https://www.pe-online.org/public/OpleidingDetail.aspx?courseID=367959&pid=87>
- 41 <https://www.pe-online.org/public/OpleidingDetail.aspx?courseID=369856&pid=87>
- 42 <https://www.pe-online.org/public/OpleidingDetail.aspx?courseID=363906&pid=87>
- 43 <https://www.facebook.com/nvdietist/posts/2724633894217645>
- 44 <https://www.kwaliteitsregisterparamedici.nl/adap/downloads/1611%20criteria%20bij-%20en%20nascholingsactiviteiten.pdf>
- 45 <https://www.nvdietist.nl/component/content/article?id=353:nederland-is-een-deel-van-het-geheel-europa&catid=68> en <https://www.nvdietist.nl/component/content/article?id=352:european-federation-of-the-associations-of-dietitians-efad&catid=68>
- 46 <http://www.efad.org/media/1624/efad-newsletter-august-2018.pdf>
- 47
- https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/platform_members_en.pdf
- 48 <https://nutri-akt.nl/over-ons/>
- 49 <http://www.kenniscentrumsuiker.nl/over-ons>
- 50 https://www.npostart.nl/zembla/21-02-2013/VARA_101306867 en meer algemeen over suikerlobby
- https://corporateeurope.org/sites/default/files/a_spoonful_of_sugar_final.pdf
- 51 <https://www.linkedin.com/in/annemieke-van-ginkel-res-7928ab1/>
- 52
- <http://www.kenniscentrumsuiker.nl/suikerinperspectief/36/files/assets/common/downloads/Suiker%20in%20perspectief%20editie%2029.pdf>
- 53 <http://nutricom.nl/site/wp-content/uploads/Communicatie-over-voeding-naar-geloofwaardigheid-effectiviteit.pdf>
- 54 <https://www.kenniscentrumsuiker.nl/actueel/645-28-september-2017-congres-dialoog-over-koolhydraten%20-%20op-basis-van-wetenschappelijke-feiten-2>
- 55 https://ntvd.media/wp-content/uploads/2018/03/NTVD-5_2016_interview-Annemieke-van-Ginkel.pdf
- 56 <http://www.kenniscentrumsuiker.nl/suikerinperspectief/35-2/files/assets/common/downloads/Suiker%20in%20perspectief%20editie%2029.pdf>
- 57 <http://www.efad.org/media/1044/efad-guidelines-for-sponsorship-and-collaboration-with-industry-2014.pdf>
- 58 https://www.nvdietist.nl/images/Regelgeving_en_kwaliteit/Beroepscode_2015.pdf
- 59 <https://www.voedingnu.nl/over-voeding-nu>
- 60 <https://www.voedingnu.nl/search?q=partnerbericht> en
- <https://www.voedingnu.nl/voedingwetenschap/nieuws/2017/07/partnerbericht-geen-verband-inname-suikers-en-diabetes-type-2-1019882>
- 61 https://www.voedingnu.nl/Nieuws/Partnerbericht_Geen_verband_inname_suikers_en_diabetes_type_2-170712161356
- 62
- https://www.gezondheidsraad.nl/binaries/gezondheidsraad/documenten/adviezen/2015/11/04/richtlijnen-goede-voeding-2015/201524_Richtlijnen+goede+voeding+2015.pdf
- 63 <https://adverteren.vakmedianet.nl/onze-communities/voeding-nu> en <https://www.voedingnu.nl/>
- 64 <https://www.nieuwsvoordietisten.nl/laat-je-geen-stroop-om-de-mond-smeren/>
- 65 <https://twitter.com/JanetNoome/status/980002412596514816>