

Bijlage - Het 15 puntenplan van foodwatch

1. Informatie gaat vóór reclame

De belangrijkste productinformatie moet op de voorkant van de verpakking staan, in grote letters en begrijpelijke taal. Alle voedselproducenten moeten dit op dezelfde manier vermelden, zodat consumenten de informatie snel herkennen en begrijpen. Reclame op de verpakking en de naamstelling mag niet ten koste gaan van deze heldere productinformatie - of die informatie tegenspreken.

2. Leesbare letters

Alle productinformatie moet duidelijk leesbaar zijn, ook voor oudere of slechtziende consumenten. Het lettertype op de verpakking moet daarom net zo groot zijn als gemiddeld in boeken en kranten: minstens 2 mm. Nu is de verplichte lettergrootte in de EU slechts 0,9 of 1,2 mm.

3. Realistische afbeeldingen

Afbeeldingen van het voedselproduct moeten overeenkomen met de werkelijkheid. Plaatjes die het product mooier of beter voorstellen dan het is, moeten verboden worden.

4. Werkelijke hoeveelheid van een aangeprezen ingrediënt vermelden

Als bepaalde ingrediënten worden uitgelicht op de verpakking ('extra veel aardbei!'), moet de producent aangeven hoeveel daarvan écht in het product zit. Dat percentage ('0,3% aardbei') moet goed zichtbaar direct naast de wervende slogan of illustratie (op de voorkant van de verpakking) staan.

5. Land of regio van herkomst aantonen

Voedselproducenten zijn in ons plan verplicht op de verpakking aan te geven uit welke landen de hoofdingrediënten afkomstig zijn. 'Lokaal' of 'regionaal' geproduceerd zijn termen die alleen op de verpakking mogen staan als de hoofdingrediënten uit die regio komen. In dat geval moet de producent de herkomst van alle ingrediënten vermelden.

6. Heldere informatie over voedingswaarden op de voorkant van de verpakking

Geen verwarrende portiegroottes meer. Calorieën en de belangrijkste voedingswaarden - suiker, (verzadigd) vet en zout - moeten op de voorkant van de verpakking staan. Om het voor consumenten makkelijk te maken producten te vergelijken, is een uniforme maat verplicht: x gram per 100 gram of x g per 100 ml. Veruit het meest begrijpelijke en transparante systeem hiervoor is het verkeerslichtsysteem, ontwikkeld door het Britse Food Standards Agency.

7. Heldere aanduiding van aroma's en additieven

Fabrikanten moeten op de verpakking helder communiceren over de aroma's en additieven in het product. Zit er aroma in van echt fruit, dan hoort in de ingrediëntenlijst 'natuurlijk aroma' te staan mét de naam van de vrucht. Voor alle andere aroma's is de enige acceptabele vermelding 'kunstmatig aroma'. Toevoegingen die mogelijk schadelijk zijn voor de gezondheid, moeten worden verboden. Producenten gebruiken ook ingrediënten als additieven die niet voorkomen op de EU-lijst van toegestane

voedseladditieven. Een goed voorbeeld is gistextract dat in werkelijkheid als smaakversterker dient. In zo'n geval moet de producent dit expliciet vermelden (bijv. "smaakversterker: gistextract").

8. Transparantie over dierlijke ingrediënten en veehouderijsystemen

De overheid moet boeren en andere producenten wettelijk verplichten om 'productiedieren' diervriendelijk te behandelen. Tot het zover is, moeten de fabrikanten van dierlijke producten transparant zijn over de herkomst: in welk veehouderijsysteem heeft het dier geleefd? Een goed voorbeeld is de eicode op verse eieren: daardoor zijn ze traceerbaar tot op de boerderij. Op de verpakking moet bij elk dierlijk ingrediënt vermeld staan dat het dierlijk is en van welk dier het afkomstig is, ook bij additieven en aroma's op dierlijke basis of als er bekende 'verontreinigingen' zijn met dierlijke ingrediënten. Alleen zo kunnen consumenten die dat willen elk dierlijk ingrediënt - of van bepaalde dieren - vermijden.

9. Waterdichte etiketteringsplicht voor gentechplanten en -dieren

Op etiketten moet nu al staan of in het product genetisch gemanipuleerde planten of dieren zijn verwerkt. Dit geldt echter niet voor voedselproducten van dieren die gentechvoer hebben gegeten. Deze mazen in de wet moeten worden gedicht, zodat consumenten echt vrij zijn om te kiezen voor gentechvrij voedsel.

10. Transparantie over productiemethode

Als fabrikanten hun product aanprijzen als 'authentiek' of 'natuurlijk', moeten ze dat met feiten onderbouwen. Deze termen mogen niet gebruikt worden voor industrieel bewerkt voedsel. En als iets een imitatie is, moet er ook 'imitatie' op het etiket staan.

11. Alcoholpercentage altijd op het etiket vermelden

Als een voedselproduct alcohol bevat, moet het alcoholpercentage op het etiket staan. Ook als die alcohol is ontstaan tijdens het productieproces. De term 'alcoholvrij' mag alleen gebruikt worden voor producten zonder een spootje alcohol.

12. Geen lege huls: minimumeisen voor de inhoud

Het is een bekende truc: een grote verpakking met een teleurstellend kleine inhoud. Dat moet afgelopen zijn. Afbeeldingen van een product mogen niet groter zijn dan het product in de verpakking zelf. En de verpakking moet voor minstens 70 procent gevuld zijn.

13. Verbod op de marketing van onverantwoorde kinderproducten

Kinderen snoepen en snacken te veel, en ze drinken te veel frisdranken. Daarom mogen fabrikanten geen onverantwoorde producten (zoals chips en snoep) als kinderproduct verkopen. We hebben een verbod nodig op de marketing en reclame - onder meer met cartoons en gratis speeltjes - van onverantwoorde producten gericht op kinderen.

14. Verbod op gezondheidsclaims

Een enkel voedselproduct is geen medicijn. Veel gezondheidsclaims zijn misleidend en stimuleren consumenten niet tot een gezond en evenwichtig voedingspatroon. Dit soort claims moet dan ook streng verboden worden.

15. Meer rechten voor consumenten(organisaties)

Niet álle misleidende verpakkingen en reclamepraktijken zijn te voorkomen met etiketteringsregels. Legale misleiding wordt producenten gemakkelijker gemaakt, door een gebrek aan rechten voor consumenten(organisaties). Consumentenrecht op informatie moet, net als voor overheden, ook voor bedrijven gelden. Zij moeten verplicht zijn consumenten(organisaties) te informeren over hun producten.