

Vergaderjaar 2015–2016

**32 793**

## **Preventief gezondheidsbeleid**

**Nr. 217**

### **BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN VOLKSGEZONDHEID, WELZIJN EN SPORT**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 30 maart 2016

Hierbij zend ik u het rapport «Voedingsreclame gericht op kinderen» en bijbehorende deelrapportages<sup>1</sup>. Hierin is onderzocht in hoeverre partijen de afspraken over reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen (RvV, Reclamecode voor Voedingsmiddelen, artikel 8 en verder) naleven in de domeinen kinderdagverblijven, basisonderwijs en online media.

Aanleiding voor het onderzoek is de constatering in mijn brief van 6 juli 2015 (Kamerstuk 32 793, nr. 194) dat online mediavormen momenteel nog niet goed zijn meegenomen in de monitoring van voedingsreclame gericht op kinderen. Hierbij heb ik u toegezegd de naleving van de afspraken uit de RvV via deze mediavormen te onderzoeken en u te informeren over de resultaten.

Dit onderwerp is reeds geagendeerd voor het algemeen overleg preventiebeleid op 31 maart 2016 (agendapunt «Reactie op aanscherping Reclamecode voor Voedingsmiddelen artikel 8 e.v.»). Ik vind het van belang dat u deze rapportage, die ik op 20 maart jl. heb ontvangen, nog voor aanvang van het overleg ontvangt, zodat u de uitkomsten van het onderzoek eventueel mee kunt nemen in het overleg.

Uit het onderzoek blijkt dat kinderen met name via vloggers op Youtube in aanraking komen met voedingsreclame. Ook online games en platforms, in combinatie met social-media kanalen, worden benut om reclame voor voeding(sproducten) te maken. Tenslotte wordt op productverpakkingen veel gebruik gemaakt van kinderidolen, waarbij verwezen wordt naar het online domein van deze idolen – waarbij overigens op deze online domeinen geen reclame wordt gemaakt voor de producten waar de idolen op staan. Het benutten van de productverpakkingen is in lijn met de huidige afspraken in de RvV.

<sup>1</sup> Raadpleegbaar via [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl)

Geconstateerd kan worden dat in de domeinen televisie en kinderopvang de voedingsindustrie de afspraken uit de RvV grotendeels naleeft, maar dat kinderen met name in het online domein in aanraking kunnen komen met reclame voor voedingsmiddelen. Het rapport benadrukt dat niet altijd duidelijk is of deze reclamevormen (doelbewust) vanuit de voedingsindustrie worden ingezet, en in hoeverre het om een nationale (marketing-)actie gaat.

Desalniettemin is de voedingsindustrie verantwoordelijk voor de naleving van de eigen regels.

De resultaten van het onderzoek wil ik daarom op zeer korte termijn bespreken met de voedingsindustrie en partijen die nadrukkelijk in het rapport naar voren komen. Hierbij zal ik deze partijen aanspreken op het belang van naleving van de – door hen zelf gemaakte – afspraken. Naar aanleiding van de uitkomsten van dit overleg zal ik u informeren over eventuele vervolgstappen op dit thema.

De Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,  
M.J. van Rijn