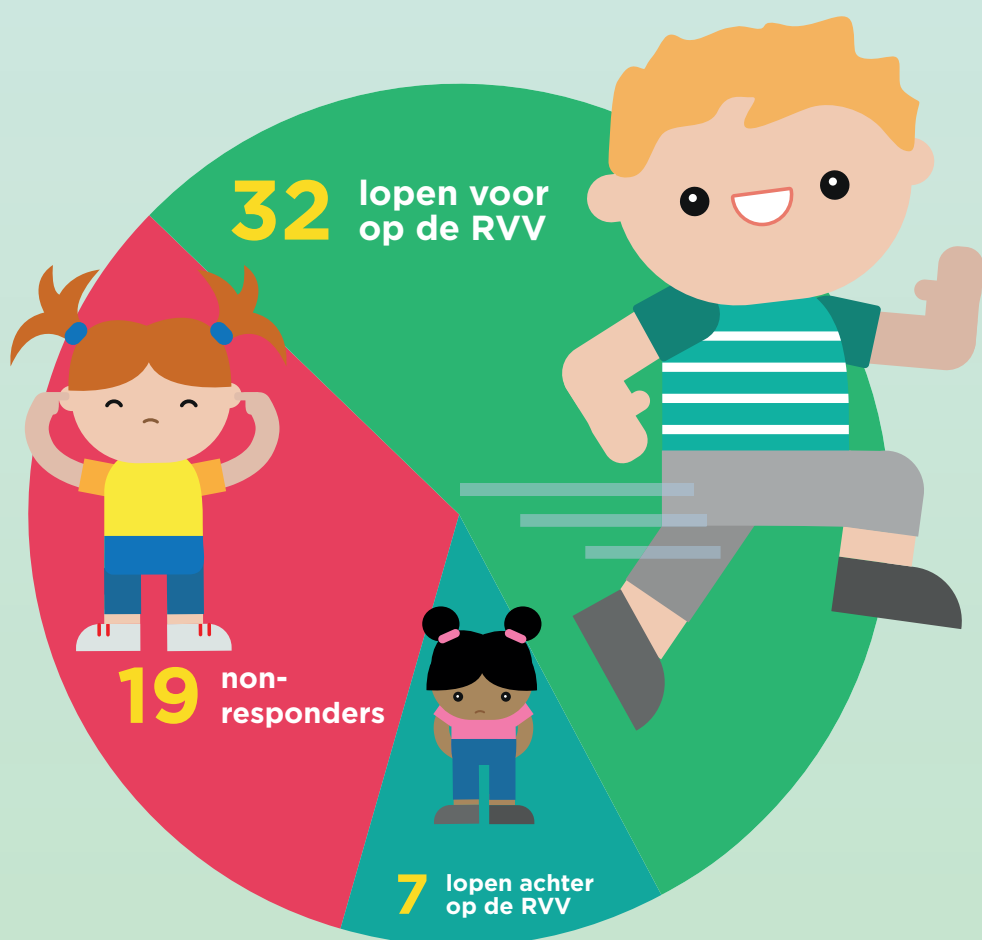


Nederland schiet tekort in kindermarketing**regelgeving**

De Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RVV) **loopt achter op** kindermarketingbeleid van fabrikanten en supermarkten.



Het beleid van fabrikanten en supermarkten op

- mediadragers specifiek gericht op kinderen
 - verpakking
 - point-of-sale materiaal
- loopt sterk voor op RVV.**

Tijd voor nieuwe en scherpere **regelgeving**

“Het is onbegrijpelijk dat de landelijke regelgeving zo ver achterloopt op de realiteit. Het is tijd voor aanscherping. Alleen kindermarketing voor Schijf van Vijf voedingsmiddelen!”

Carolien Martens Alliantie Stop kindermarketing ongezonde voeding