



Persinformatie

Onderzoek Consumentenbond benadrukt belang vloeibaar frituurvet

Rijswijk, 30 januari 2009 – Onderzoek van de Consumentenbond onder snackbars toont aan dat al meer cafetaria-ondernemers vloeibaar frituurvet gebruiken, dan je op grond van de deelnamecijfers aan de campagne Verantwoord Frituren zou verwachten. Volgens de Consumentenbond bakken 23 van de 75 niet-aangesloten zaken in vloeibaar vet dat voldoet aan de criteria van de campagne 'Verantwoord Frituren'. Dit impliceert dat de campagne effect heeft, ook als ondernemers zich niet aansluiten.

Uit onderzoek van het productschap MVO (Margarine, vetten en oliën) blijkt dat 76% van het aantal liters frituurvet bestaat uit vloeibare vetten. Dit percentage lag in 2007 nog op 70%. Ook met betrekking tot vaste vetten is er een grote beweging in de markt gemaakt. Lag het aandeel transvetzuren in vaste vetten vorig jaar volgens de consumentenbond nog op maximaal 30%, vanaf deze maand is conform de Code of Practice het aandeel gedaald tot maximaal 20%. Maar vloeibaar is beter. MVO en de Nederlandse frituurvetfabrikanten spannen zich met de Campagne Verantwoord Frituren daarom al jaren in om het gebruik van vloeibaar frituurvet te laten stijgen. Zij ondersteunen een verbod op vaste vetten als dit op Europees niveau kan worden afgedwongen.

Het onderzoek van de Consumentenbond is uitgevoerd bij 75 cafetaria's die *niet* zijn aangesloten bij de campagne Verantwoord Frituren. Hieruit blijkt dat 2/3 van deze groep vaste frituurvetten gebruikt. Helaas berichtte de algemene media vaak foutief over deze resultaten, en concludeert dat 2/3 van alle cafetaria's vaste vetten gebruikt. Uit onderzoek van de Voedsel en Waren Autoriteit uit 2007 bleek al dat dit percentage toen op 50% lag. De verwachting is dat dit percentage sinds 2007 verder is gedaald.

Het onderzoek van de Consumentenbond is een extra oproep aan de ondernemers die nog geen vloeibaar frituurvet gebruiken om over te stappen. Door dit onderzoek weten hun consumenten dat patat gezonder is als het gefrituurd is in vloeibaar frituurvet. Hopelijk zullen zij daardoor eerder kiezen voor de snackbar waar verantwoord gefrituurd wordt. Snackbars die deelnemer zijn van de campagne zijn immers herkenbaar aan de groengele deursticker met daarop het logo Verantwoord Frituren. Daarnaast kunnen consumenten op de website www.fiturenindehoreca.nl kijken voor de dichtstbijzijnde snackbar bij hen in de buurt. De campagne blijft zich ook het komende jaar inspannen voor een verdere groei van het aantal snackbars dat vloeibaar frituurvet gebruikt.

De meest actuele gegevens over de campagne zijn te vinden op de website van de campagne Verantwoord Frituren: www.fiturenindehoreca.nl.

Noot voor de redactie – niet voor publicatie

Voor meer informatie: kijk op www.fiturenindehoreca.nl of bel naar:
Nicole Vervaet, Voorlichtingsbureau Margarine, Vetten en Oliën, 070-3195115/ 06-53702162.