

Antwoorden van Ferrero op de vragen die door foodwatch zijn gesteld:

- 1) Sinds wanneer is Kinder Maxi verkrijgbaar op de Nederlandse markt?

Antwoord: Kinder Maxi is in 2004 op de Nederlandse markt gebracht.

- 2) Aan Kinder Maxi zijn aroma's toegevoegd. Kunt aangeven uit welke stoffen de aroma's zijn opgebouwd en welke aroma's u hiermee wilt imiteren? Zijn de aroma's natuurlijk of synthetisch?

Antwoord: Dit product bevat slechts één smaakstof: vanilline (kunstmatige smaakstof), die voornamelijk gebruikt wordt om de bittere smaak van cacao te verzachten.



- 3) Kunt u aangeven wat het verschil is tussen verse melk en melkpoeder? Uw claimt namelijk op uw verpakking melk te gebruiken (glas melk) terwijl uit de ingrediëntenlijst blijkt dat uw slechts gebruik maakt van melkpoeder.

Antwoord: Kinder Maxi behoort tot één van de melkrijkste producten (27%) op de markt. Zoals de meeste industriële chocoladeproducten maken wij voor onze recepten inderdaad gebruik van melkpoeder. Hiervoor zijn twee belangrijke redenen. Ten eerste is verse melk veel sneller aan bederf onderhevig dan melkpoeder. Ten tweede tast verse melk door de grote hoeveelheid water die het bevat de bewaareigenschappen van de chocolade aan. Om te voorkomen dat de voedselveiligheid in het geding komt, maken wij juist daarom gebruik van melkpoeder. Graag maak ik er u op attent dat wij op onze verpakkingen volkomen open zijn over het gebruik van melkpoeder in onze producten.

- 4) Bij de presentatie van uw product ligt de focus melk. Wat is het voordeel van de melkpoeder in uw product als we Kinder Maxi vergelijken met een willekeurige ander chocolade reep? In normale melkchocolade ligt het percentage melk rond de 20% en dat is bij Kinder Maxi niet veel hoger. Waarom suggereert u dat dit wel het geval is?

Antwoord: Met betrekking tot het belang dat wij toekennen aan de melk in onze Kinder-producten willen wij allereerst bevestigen dat wij, net als u, van mening zijn dat onze producten geen voedingskundige boodschap dienen te verspreiden over de melk die ze bevatten. Melk, dat een significant bestanddeel vormt van onze producten, blijft echter een objectief onderscheidend element ten opzichte van onze concurrenten. Het is een belangrijk ingrediënt van de vulling van Kinder Maxi. De melk draagt op belangrijke wijze bij tot de zeer specifieke smaak en structuur van deze producten.

- 5) Waarom is Kinder Maxi speciaal gemaakt voor kinderen? Op de website geeft Ferrero aan dat de reclames uitingen en uitzendingen gericht zijn op kinderen boven de 10 jaar. Hoe garandeert u dat kinderen onder de 10 jaar de reclame uitingen van Ferrero daadwerkelijk niet zien? Waarom kunnen we dan toch informatie voor kinderen onder de 10 jaar op uw website vinden, zoals bij kinderspel en kinderfun?

Antwoord: Met betrekking tot onze communicatieacties in Nederland willen wij allereerst benadrukken dat wij nooit beweerd hebben dat Kinder Maxi een product speciaal voor kinderen is. Bovendien hebben wij inderdaad beloofd onze communicatie niet te richten op kinderen jonger dan 12 jaar. Dit uit zich in de totale afwezigheid van onze merken in reclameblokken tijdens kinderprogramma's. Eerst en vooral willen we benadrukken dat de doelgroep van onze communicatie de ouders zijn. We communiceren niet via de algemene media wanneer het totale publiek uit meer dan 25% bestaat uit kinderen jonger dan 12 jaar. Om dit te realiseren werken we samen met inkoopbureaus van advertentieruimte die de naleving van dit principe kunnen garanderen. Dit houdt natuurlijk niet in dat geen enkel kind jonger dan 12 jaar onze reclames te zien krijgt. Door bovengenoemde maatregel te nemen, hopen wij echter dat ze niet alleen voor de televisie zitten, maar onder begeleiding van een verstandige ouder die hun vragen kan beantwoorden of de boodschappen die de kinderen te zien krijgen, kan uitleggen.

In uw brief verwijst u ook naar de spelletjes die op de website van Kinder te vinden zijn. De website is bestemd voor ouders en wij willen ook benadrukken dat dit geen spelletjes zijn die op de computer worden gespeeld. Het gaat om kaart- en knutsel-spelletjes die door het hele gezin, zowel binnen als buiten gespeeld kunnen worden en waarvan we hopen dat ze bijdragen aan het creëren van groepsactiviteiten samen met de ouders. Bovendien verwijzen deze spelletjes op geen enkele wijze naar onze producten.

- 6) Op uw website bij de FAQ schrijft u “Kinder bekommert zich sterk om de voedingskwaliteit van haar producten voor kinderen”. Is het dan niet vreemd dat u kinderen een product verkoopt dat voor meer dan de helft bestaat uit suiker en voor ruim een derde uit vet, wat samen neerkomt op bijna 85%? Ook als we samenstelling van andere chocolade producten vergelijken zoals Twix of Bounty, dan blijkt Kinder Maxi vergelijkbare hoeveelheden suikers en vetten te gebruiken. Kunt u in dit kader uitleggen wat Ferrero bedoelt met “Kinder bekommert zich om de voedingskwaliteit”?

Antwoord: Voor wat betreft het suiker- en vetgehalte van onze producten, willen wij nogmaals bevestigen dat wij er volledig voor uitkomen dat onze producten lekkernijen zijn. Wij vinden het dan ook belangrijk volledig transparant te zijn over de samenstelling van onze producten door hun voedingswaarden per 100 g en per portie op de verpakkingen te vermelden. Ook hechten we belang aan het promoten van een gematigde consumptie in het kader van een evenwichtig voedingspatroon en voldoende lichaamsbeweging. Verder voldoen onze grondstoffen aan zeer strenge kwaliteitsnormen en is de kwaliteit van onze producten één van de kernwaarden van ons bedrijfsbeleid.

In de mededeling die u hebt gedaan over Kinder Maxi op 6 februari j.l., stelt u het principe van de ADH, vermeld op onze verpakkingen, opnieuw ter discussie. Met name, het feit dat wij naar de voedingsbehoeften van een volwassene verwijzen en niet naar die van een kind. Zoals u wellicht weet, bestaat er vandaag de dag nog geen enkele consensus over de ADH voor kinderen. Het is immers moeilijk om de behoeften van een kind te formuleren. Dit hangt erg af van de leeftijd, het geslacht, het niveau van fysieke activiteit, enz. Derhalve hebben wij ons voor de ADH vermeld op de verpakking (net zoals de meeste andere spelers binnen de voedingsmiddelensector) gebaseerd op de behoeften van een volwassen vrouw.

Wij willen eveneens terugkomen op uw verklaring over de hoeveelheid energie die een pak van 11 repen Kinder Maxi bevat (volgens u 77% van de behoefte aan energie voor een kind). In onze ogen is deze vaststelling hier misplaatst aangezien het zeer onwaarschijnlijk is dat een kind 11 chocoladerepen op één dag consumeert. Dit soort verklaringen lijkt ons bedrieglijk voor de gebruiker.