



Forum for Fødevarereklamer

København 21. december 2010

Kære medlem af Folketingets Kulturdvalg

Børns kostvaner bliver ofte debateret. Og påvirkning af børn gennem reklamer bliver ofte peget på som årsag til et højt forbrug af sukker og slik.

I Forum for Fødevarereklamer tager vi børn, medier og mad alvorligt. Det betyder, at vi med vores initiativ bidrager til, at de budskaber, vi sender til børn gennem reklamer om maden, støtter gode kostvaner.

Vi fremsender til din orientering, den nye statusrapport om arbejdet med kodeks for fødevarereklamer. Det er et kodeks, der regulerer markedsføringen af fødevarer med et højt indhold af fedt, sukker eller salt i medier til børn.

Kodekset blev lanceret i januar 2008, og statusrapporten er opmuntrende for så vidt, at kodekset har betydet et fald i markedsføringen af fødevarer med højt indhold af fedt, sukker eller salt i medier til børn. Dette kan læses i rapportens afsnit: Effekten af kodeks.

Parterne bag kodekset omfatter hele reklamekæden med fødevarereproducenterne, dagligvarehandlen, medie- og reklamebranchen. Initiativet omfatter desuden en bred vifte af både gamle og nye medier, og alle parter har fokus på, at kodeks dækker alle medier, og at kodeks efterleves hos medlemmerne. Det er ét af det frivillige kodeks kendetegn og styrke.

I rapporten kan du læse om, hvad vi har arbejdet med i Forum for Fødevarereklamer i det seneste år.

Du kan læse mere om kodeks og hvordan kodeks fungerer i praksis på vores hjemmeside: www.kodeksforfoedevarereklamer.dk

Med venlig hilsen

Forum for fødevarereklamer
v/Astrid Bork Andersen