

Persinformatie

Blijvende groei in gebruik van gezonder vloeibaar frituurvet in cafetaria's

89% van frituurvet in horeca vloeibaar

Zoetermeer, 25 september 2020 – Het gebruik van vloeibaar frituurvet in de horeca is in 15 jaar tijd gestegen van 51% tot 89% in 2019. Sinds de start van de campagne Verantwoord Frituren in 2004 is het overgrote deel van de cafetaria's in Nederland overgestapt van vast naar vloeibaar frituurvet. Dat is een belangrijk resultaat want vloeibaar frituurvet is gezonder dan vast frituurvet doordat ze vooral onverzadigde vetzuren bevatten die helpen een normaal cholesterolgehalte te behouden.



Ruim 3000 cafetaria's doen mee aan de campagne. Ze zijn herkenbaar aan de deursticker of aan het gevelschildje en staan vermeld op de website www.friturenindehoreca.nl. Een vloeibaar frituurvet mag alleen het logo van Verantwoord Frituren dragen als het aan specifieke normen voldoet op het gebied van vetzuursamenstelling. Vloeibaar frituurvet met het Verantwoord Frituren logo moet minimaal 65% onverzadigde vetzuren bevatten en maximaal 2% transvetzuren. Daarmee voldoet de campagne al geruime tijd aan de nieuwe Europese wettelijke norm voor transvetzuren, die vanaf 1 april 2021 ingaat.

Het behalen van dit mooie percentage is voor het campagneteam geen reden om achterover te leunen. Sinds 2018 is de campagne ook actief op [Facebook](https://www.facebook.com/verantwoordfrituren) en [Instagram](https://www.instagram.com/verantwoordfrituren). Dit jaar nog zullen de deelnemende cafetaria's een nieuwe animatie over Verantwoord Frituren ontvangen. Daarnaast ontvangen ze in de eerste week van januari 2021, samen met de (populaire) deursticker, een geplastificeerde [spelregelkaart](#). De cafetariaondernemers houden zich aan deze spelregels om de kwaliteit van de olie op peil te houden voor een zo goed mogelijk bakresultaat.

Noot voor de redactie – niet voor publicatie

Koninklijke Horeca Nederland ([KHN](#)) en [MVO](#)- de ketenorganisatie voor oliën en vetten zijn initiatiefnemers van de campagne Verantwoord Frituren. Zij hebben zich de afgelopen 15 jaar samen met fabrikanten van merken en huismerken ingespannen om het gebruik van vloeibaar frituurvet onder de aandacht te brengen van cafetariaondernemers. Mede hierdoor is het aandeel vloeibare frituurvetten (inclusief frituurolie) sterk gestegen en is bovendien de vetzuursamenstelling verbeterd. Hiermee draagt de campagne Verantwoord Frituren al jaren bij aan het beleid van het ministerie van VWS dat beoogt producten met verzadigd vet te vervangen door producten met onverzadigd vet om te komen tot een verbetering van het voedingsaanbod. Met de campagne Verantwoord Frituren wil MVO bijdragen aan de doelen van het Nationaal Preventie-akkoord zoals door MVO bekrachtigd met de ondertekening van een '[Alles is gezondheid-pledge](#)' van de Rijksoverheid.

Beeldmateriaal kan gekopieerd worden vanaf de [campagne-website](#). Voor meer informatie of extra beeldmateriaal: neem contact op met Nicole Vervaet, MVO - de ketenorganisatie voor oliën en vetten, 079-3634348/ 06-53702162, email: vervaet@mvo.nl; website: www.friturenindehoreca.nl.

WWW.FRITURENINDEHORECA.NL

Louis Braillelaan 80 • 2719 EK Zoetermeer • verantwoordfrituren@mvo.nl

