Persinformatie

Bijna al het frituurvet in de horeca vloeibaar

Zoetermeer, 4 april 2024 –Het overgrote deel van de cafetaria's in Nederland gebruikt nu vloeibaar frituurvet. Sinds de start van de campagne Verantwoord Frituren in 2004 zijn bijna alle horecaondernemers overgestapt van vaste naar vloeibare frituurvetten (inclusief oliën). Daardoor is het aandeel vloeibaar frituurvet in de horeca gestegen van 51% tot 90% in 2024. Ook is de vetzuursamenstelling van zowel de vloeibare als de vaste frituurvetten sterk verbeterd.

Zelfregulering
De campagne heeft laten zien dat door zelfregulering belangrijke verbeteringen in productsamenstelling zijn te behalen. Producenten en afnemers van frituurvetten en - olien hebben zich de afgelopen twintig jaar ingezet voor verbetering van de vetzuursamenstelling van friet en snacks in de horeca. Een groot deel van de ongezondere vetzuren in zowel de vloeibare als de vaste frituurvetten zijn vervangen door gezonde vetzuren. Hierdoor wordt de gezonde keuze makkelijker.

Goede vetten
Het advies van de Gezondheidsraad en het Voedingscentrum is om verzadigde vetzuren (in harde vetten) te vervangen door onverzadigde vetzuren (in vloeibare vetten of oliën). In vloeibare frituurvetten zitten in vergelijking met vaste frituurvetten veel gezonde onverzadigde vetten. Deze onverzadigde vetten verlagen het cholesterolgehalte. Een laag (LDL-) cholesterolgehalte vermindert het risico op hart- en vaatziekten.

De campagne
De campagne gaat ook de komende jaren door. Dit jaar zijn de normen voor frituurolie en vloeibaar frituurvet verder aangescherpt. Vloeibaar frituurvet met het Verantwoord Frituren logo moet minimaal 70% onverzadigde vetzuren bevatten. De campagne draagt al jaren bij aan de diverse overheidsinitiatieven op het gebied van preventie, zoals de Nationale Aanpak Productverbetering (NAPV).

Jubileum
Om te vieren dat de campagne 20 jaar bestaat is deze week een jubileumwedstrijd gelanceerd voor alle deelnemers aan de campagne.

Noot voor de redactie – niet voor publicatie
MVO- de ketenorganisatie voor oliën en vetten en de Koninklijke Horeca Nederland zijn initiatiefnemers van de campagne Verantwoord Frituren. Zij hebben zich de afgelopen 20 jaar samen met fabrikanten van frituurvetten ingespannen om het gebruik van vloeibaar frituurvet onder de aandacht te brengen van cafetariaondernemers.. Met de campagne Verantwoord Frituren wil MVO bijdragen aan de doelen van het Nationale Aanpak Productverbetering (NAPV). MVO heeft de bijdrage van deze campagne aan het gezondheidsbeleid ook 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: kun je contact opnemen met Janneke van der Bijl , MVO - de ketenorganisatie voor oliën en vetten, 06–52605964, email: vanderbijl@mvo.nl; website: www.friturenindehoreca.nl.