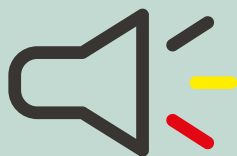


THE



Belgian Food Advertising Code

**De reclamecode
voor voedings-
middelen**

Versie 2025 (5.0 – Belgian Food Advertising Code)

comeos

Fevia

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

UBA

THE
**Belgian
Food
Advertising
Code**

De reclamecode
voor voedings-
middelen

 **Fevia**  

1. De reclame dient zo opgesteld te worden dat ze de regels en de geest van de wetgeving, van de autodisciplinaire codes in het algemeen en van deze code in het bijzonder naleven om het vertrouwen in de reclame en in de zelfregulering te bewaren.

Nutritionele of gezondheidsbeweringen

2. Elke bewering of iedere communicatie die redelijkerwijs door de consument geïnterpreteerd kan worden als een nutritionele of gezondheidsbewering, moet op gepaste wijze wetenschappelijk kunnen bewezen worden.

Beweringen moeten overeenstemmen met de aard en de draagwijdte van de wetenschappelijke bewijzen en aan de consument verifieerbare informatie verstrekken.

De beweringen moeten beoordeeld worden op de manier waarop de gemiddelde consumenten die waarschijnlijk begrijpen, in het bijzonder wanneer het kinderen en jongeren betreft.

Elke vergelijking inzake voedingswaarde moet gesteund zijn op een objectieve en helder begrijpelijke basis.

Gezonde levenswijze

3. De reclame voor voedingsmiddelen mag geen buitensporig verbruik aanmoedigen of vergoelijken, en de grootte van de porties moet aangepast zijn aan het weergegeven tafereel.

De reclame voor voedingsmiddelen mag geen afbreuk doen aan de bevordering van gezonde en evenwichtige eetgewoonten en aan het belang van een gezond en actief leven.



Niet misleidende reclame

4. De tekst, het geluid en het beeld van de reclame voor voedingsmiddelen moeten de kenmerken van het product die in de reclame voorgesteld worden, zoals de smaak, de grootte, de inhoud, het voedingsvoordeel of het gezondheidsvoordeel, correct weergeven en mogen consumenten niet misleiden omtrent een van die kenmerken.

Tests over de smaak of voorkeur van consumenten mogen niet worden gebruikt op een wijze die een bepaalde statistische waarde ervan laat uitschijnen, als die onbestaande is.

Voedingsmiddelen die niet bedoeld zijn om een maaltijd te vervangen, mogen ook niet als zodanig worden voorgesteld.

Algemene bepalingen inzake reclame bestemd voor kinderen en jongeren

5. Exploitanten van levensmiddelenbedrijven moeten er in het bijzonder aandacht voor hebben dat in de reclame voor voedingsmiddelen bestemd voor kinderen en jongeren geen gebruik gemaakt wordt van uit de media bekende (levende of getekende) figuren op een manier dat de grens vervaagt tussen redactionele inhoud en programma-inhoud, enerzijds, en de reclame met het oog op de verkoop van producten, premies of diensten, anderzijds.
6. De reclame voor voedingsmiddelen bestemd voor kinderen en jongeren mag geen gevoel scheppen van hoogdringendheid of van een ongepaste minimalisering van de prijs.
7. De reclame voor voedingsmiddelen mag de rol van ouders en andere volwassenen die verantwoordelijk zijn voor het welzijn van het kind of de jongere inzake de keuze van eetgewoonten en levenswijze niet ondermijnen.

Reclame mag kinderen en jongeren er niet rechtstreeks toe aanzetten hun ouders of andere volwassenen te overreden om voor hen de producten aan te kopen waarvoor reclame wordt gemaakt.

8. Met respect voor de in deze materie geldende wetgeving, moeten bij aanbiedingen van promotionele verkopen bestemd voor kinderen en jongeren de voorwaarden van het aanbod van de premie of van de wedstrijd in een voor kinderen en jongeren begrijpelijke taal worden aangekondigd.



De adverteerders moeten ernaar streven om zeker te zijn dat de kinderen en jongeren een goed begrip hebben van de producten die desgevallend moeten worden aangekocht om een premie te ontvangen en wat betreft wedstrijden, van de voorwaarden tot deelname, het soort prijzen en de winstkansen.

- 8'. De specifieke bepalingen inzake reclame gericht naar kinderen en jongeren onder de 16 jaar die nageleefd moeten worden, m.n. de bepalingen van de Belgian Food Advertising Code, zijn opgenomen in het addendum van de Reclamecode.

Algemene bepalingen inzake reclame bestemd voor kinderen en/of jongeren

9. Terwijl het gebruik van fantasie, inclusief animatie, geschikt is in de communicatie met kinderen en jongeren, moet er over gewaakt worden dat hun verbeelding niet wordt misbruikt op een manier die hen misleidt over de nutritionele voordelen van het betrokken product.
10. Reclame voor voedingsmiddelen mag consumenten niet misleiden over de potentiële gezondheidsvoordelen of andere voordelen door verbruik van het aangeprezen product. In de reclame gericht naar kinderen en jongeren omvat dit onder meer allusies op status of populariteit onder leeftijdsgenoten, succes op school of in de sport, of intelligentie.



ADDENDUM

Specifieke bepalingen inzake voedingsreclame gericht naar kinderen en jongeren jonger dan 16 jaar

Reclame voor voedingsmiddelen die specifiek gericht is naar kinderen en jongeren onder de 16 jaar is niet toegestaan, tenzij de voedingsmiddelen voldoen aan de voedingskundige criteria zoals bepaald in de Belgian Food Advertising Code Nutrition White Paper – Editie 2025. Bedrijven voorzien alle redelijke maatregelen om deze bepalingen te respecteren.

Toelichting

Voor de toepassing van de Belgian Food Advertising Code wordt verstaan onder “reclame voor voedingsmiddelen”: betalende advertenties of commerciële verkoopboodschappen voor voeding en niet-alcoholische dranken, inclusief marketingcommunicaties waarbij onder licentie gebruik gemaakt wordt van uit de media bekende (levende of getekende) figuren en licentiegames die vooral aantrekkelijk zijn voor kinderen en/of jongeren onder de 16 jaar. Bedrijfseigen figuren, karakters of mascottes vallen buiten de scope van de Belgian Food Advertising Code.

Voor de toepassing van de Belgian Food Advertising Code wordt verstaan onder “specifiek gericht naar kinderen en/of jongeren onder de 16 jaar”: een publiek dat voor minstens 30% uit kinderen en/of jongeren onder de 16 jaar bestaat.

In functie van de beschikbare gegevens van de mediakanalen, kunnen bedrijven zich ook op andere factoren baseren om de demografische doelgroep te bereiken, zoals technieken ter beschikking gesteld door sociale mediaplatforms, websites en applicaties om de leeftijd te screenen of om zich op leeftijdsgroepen te richten.

Indien geen andere criteria voor targeting voorhanden zijn, wordt de algemene indruk van de communicatie in overweging genomen om te bepalen of ze primair gericht is op kinderen en/of jongeren onder de 16 jaar: op basis van criteria zoals taalgebruik, vormgeving en animatie, gebruik van games, speelse activiteiten e.d. wordt dan geëvalueerd of de reclame vooral aantrekkelijk is voor een doelgroep onder de 16 jaar.

1. Reclame gericht op kinderen en/of jongeren onder de 16 jaar is nooit toegestaan voor specifieke producten zoals bepaald in de Belgian Food Advertising Code Nutrition White Paper – editie 2025. Het gaat om frisdrank, ijsjes, chips, suiker en producten op basis van suiker met inbegrip van chocolade en chocoladeproducten, confituur en marmelade, honing en stroop, en suikerwerk zonder chocolade, tenzij het product in kwestie cumulatief voldoet aan de Europese claims “suikerarm”, “vetarm” en “zoutarm”: in dit geval mag het gepromoot worden naar kinderen vanaf 13 jaar.
2. De principes zoals hiervoor vermeld in punt 1 en 2 zijn van toepassing op de volgende geselecteerde media: TV, radio, drukwerk, bioscoop, online (incl. influencer marketing, bedrijfswebsites en bedrijfsprofielen op sociale media), DVD, direct marketing, product placement, interactieve spelletjes, app's, outdoor marketing, mobile en SMS marketing.

Verpakking, in-store, point of sale alsook enige vorm van marketingcommunicatie die niet onder de directe controle valt van de onderneming (zoals user-generated content) vallen buiten de scope van de Belgian Food Advertising Code.
3. Communicatie over voedingsmiddelen is niet toegestaan in basisscholen en secundaire scholen, behalve in die scholen waar de directie er specifiek naar vraagt of er uitdrukkelijk mee akkoord gaat omwille van educatieve doeleinden. Bedrijven verbinden zich er ook toe om geen reclame te maken voor producten die niet onder de criteria van de Belgian Food Advertising Code vallen op posters en billboards die zich binnen een perimeter van 150 meter rond scholen bevinden.
4. De gewijzigde specifieke bepalingen van de Belgian Food Advertising Code zullen vanaf 1 januari 2026 van toepassing zijn.
5. Nieuwe wijzigingen aan de principes van de Belgian Food Advertising Code zullen pas plaatsvinden wanneer deze door Fevia, Comeos, UBA en de Raad voor Reclame voorgelegd worden aan hun respectieve Raden van Bestuur en wanneer deze unaniem goedgekeurd worden. De bevoegde werkgroepen binnen Fevia en Comeos zullen in overleg met UBA en de Raad voor Reclame twee keer per jaar beoordelen of verduidelijkingen en aanvullingen in de leidraad voor implementatie nodig zijn, en zo ja, deze ook ter goedkeuring voorleggen aan dezelfde respectieve Raden van Bestuur.
6. De controle op de naleving van de Belgian Food Advertising Code wordt toevertrouwd aan de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP). De JEP zal nagaan of de ingediende klachten ontvankelijk en gegrond zijn en zal hierover haar beslissing nemen overeenkomstig de modaliteiten voorzien in het JEP-Reglement.
7. De uitspraken van de JEP worden gepubliceerd op de website van JEP. Voor elk volledig kalenderjaar maakt de JEP een [evaluatieverslag](#) op.
8. Bij onduidelijkheid over de precieze draagwijdte van een Belgian Food Advertising Code-bepaling, gebruikt de JEP de Leidraad voor de implementatie van de Belgian Food Advertising Code versie 2025 als interpretatieleidraad.

Belgian Food Advertising Code Nutrition White Paper – editie 2025

CATEGORIE 1: Plantaardige en dierlijke oliën, vetten en vetbevattende smeersels en sauzen op basis van emulsies

Subcategorie A: Plantaardige en dierlijke oliën, vetten en vetbevattende smeersels: alle dierlijke en plantaardige vetten en oliën die worden gebruikt als smeersel op brood **en/of** bij de bereiding van voedsel.¹

Voorbeelden	Energie (kcal/ portie*)	Natrium (mg/100 g of 100 ml*)	Verzadigde vetten (g/100 g of 100 ml*)	Totale suikers (g/100 g of 100 ml*)	Aan te moedigen bestanddelen
*Energiewaarden zijn per portie en voedingswaarden per 100 g, tenzij anders vermeld					
Oliën en vetten (alle soorten), volle en magere margarine, botermelanges, vaste of vloeibare olie/ vetproducten om te braden en te frituren	< 85	< 500	< 33% totale vetten zijn verzadigde vetzuren (incl. totale vetzuren)	(5)	> 25 % van totale vetten zijn poly-onverzadigde vetzuren

Subcategorie B: Sauzen op basis van emulsie: sauzen die slechts een klein bestanddeel vormen van de maaltijd waaraan een emulgator is toegevoegd OF die een vetgehalte hebben van > 10% w/w.

Mayonaise, salad dressings, marinades, vinaigrettes...	< 85	< 750	< 33% totale vetten zijn verzadigde vetzuren (incl. totale vetzuren)	< 5	> 25 % van totale vetten zijn poly-onverzadigde vetzuren
--	------	-------	--	-----	--

CATEGORIE 2: vruchten, groenten en zaden,² uitgezonderd olie Groenten omvatten peulvruchten en aardappelen. Zaden omvatten zaden, korrels, noten. Noten omvatten pinda's en boompitten.

Subcategorie A: Producten van vruchten en groenten, uitgezonderd oliën en aardappelen (> 50 g vruchten **en/of** groenten per 100 g of eindproduct) die een wezenlijk onderdeel van de maaltijd vormen.

Groentegratin, groenten in blik, gebakken bonen, vruchtencompote, vruchten op siroop, vruchtensalade	<170	< 300	< 1,5	< 15	Min. ½ portie vruchten en/of groenten Voedingsstoffen geleverd via ingrediënten (vruchten en/of groenten).
--	------	-------	-------	------	--

Subcategorie B: aardappelen & aardappelproducten, uitgezonderd gedroogde aardappelproducten: alle gerechten op basis van aardappelen (> 50 g aardappelen per 100 g of eindproduct) die een substantieel onderdeel van de maaltijd vormen.

Aardappelpuree, gnocchi, gratin, knoedels, gebakken of geroosterde aardappel...	<170	< 300	< 1,5	< 5	Voedingsstoffen geleverd door hoofdingrediënt (aardappel)
---	------	-------	-------	-----	---

Subcategorie C: aardappelchips en snacks op basis van aardappelen, inclusief producten op basis van deeg³

1 Boters zoals omschreven in Verordening (EU) 1308/2013, bijlage VII, zijn van deze categorie uitgesloten omdat er geen reclame voor kinderen voor wordt gemaakt.

2 Vrijstellingen: 100% vruchten en groenten en producten daarvan, met inbegrip van 100% vruchten- en groentesappen, alsmede 100% noten en zaden en mengsels daarvan (zonder toegevoegd zout, suiker of vet). Deze producten, vers, bevroren, gedroogd of in een andere vorm aangeboden, mogen zonder beperkingen opgenomen worden in reclame gericht aan kinderen.

3 Reclame voor deze productcategorie gericht op kinderen is sinds 1 juni 2023 verboden.



Subcategorie D: Zaden en noten					
Voorbeelden	Energie (kcal/portie*)	Natrium (mg/100 g of 100 ml*)	Verzadigde vetten (g/100 g of 100 ml*)	Totale suikers (g/100 g of 100 ml*)	Aan te moedigen bestanddelen
*Energiewaarden zijn per portie en voedingswaarden per 100 g, tenzij anders vermeld					
Gezouten of gearomatiseerde noten, gemengde noten, noten-vruchtenmengelingen, pindakaas	<200	<603	<10	< 15	Voedingsstoffen geleverd door ingrediënten (noten en zaden)
Subcategorie E: Maaltijdsauzen op basis van vruchten/groenten: alle sauzen op basis van vruchten/groenten (> 50 g vruchten en/of groenten per 100 g eindproduct) die een substantieel onderdeel van de maaltijd vormen					
Tomatensaus, pastasaus...	< 100	< 450	< 1,5	<9	Voedingsstoffen geleverd via ingrediënten (vruchten en/of groenten)
Subcategorie F: Smaakmakers op basis van vruchten/groenten: alle sauzen op basis van vruchten/groenten (> 50 g vruchten en/of groenten per 100 g eindproduct) die een substantieel onderdeel van de maaltijd vormen					
Tomatenketchup, chutney...	< 85	< 750	< 1,5	< 25	Voedingsstoffen geleverd via ingrediënten (vruchten en/of groenten)
CATEGORIE 3: Vleesproducten: alle soorten verwerkt vlees/pluimvee en vleesproducten, bestaande uit minimaal 50 g vlees per 100 g eindproduct					
Gehaktballen, salami, gegrilde ham, kipfilet, worstjes...	< 250	< 675	< 6	(< 5)	> 12% van de energie als eiwitten
CATEGORIE 4: Visserijproducten: alle soorten verwerkte vis, schaal- en schelpdieren, bestaande uit min. 50 g vis, schaal- en/of weekdieren per 100 g eindproduct					
Kabeljauw nuggets, gebakken schelvisfilet, vissticks, ingemaakte mosselen, tonijn in blik	< 170 OF > 170 INDIEN > 25% totale vetten zijn poly-onverzadigde vetzuren	< 450	< 33% totale vetten zijn verzadigde vetzuren (incl. totale vetzuren)	(< 5)	> 12% van de energie als eiwitten
CATEGORIE 5: Zuivelproducten					
Subcategorie A: Andere zuivelproducten dan kaas: Moet minimaal 50% zuivel bevatten (Codex Alimentarius-norm)					
Melk en melk- vervangers; yoghurt; zoete verse/zachte kaas; wrongel en kwark; gefermenteerde melk; zuiveldesserts	<170	< 160	< 2,6	< 12,5	Eiwitten: >12 E% of > 2 g /100 g of 100 ml en/of Ten minste 1 bron van: Ca of Vit D of een Vit B
Subcategorie B: Kaas en hartige zuivelproducten: Moet minimaal 50% zuivel bevatten (Codex Alimentarius-norm)					
Harde, halfharde kazen	< 85	< 855 indien verzadigde vetzuren <15 Of <760 indien verzadigde vetzuren <16	< 15 indien natrium < 855 Of <16 indien natrium <760	(< 5)	Rijk aan: Calcium, Vit B12, Vit B2
Andere kazen, wrongel en kwark en hartige zuivelproducten	<170	< 800 of <700 indien verzadigde vetzuren ≤11	< 10 of <11 indien natrium ≤700	< 8	



CATEGORIE 6: Producten op basis van granen

Subcategorie A: Zoete koekjes, banketbakkerswaren en andere producten op basis van granen: granen moeten als hoofdingrediënt op de ingrediëntenverklaring worden vermeld.

Voorbeelden	Energie (kcal/portie*)	Natrium (mg/100 g of 100 ml*)	Verzadigde vetten (g/100 g of 100 ml*)	Totale suikers (g/100 g of 100 ml*)	Aan te moedigen bestanddelen
*Energiewaarden zijn per portie en voedingswaarden per 100 g, tenzij anders vermeld					
Alle soorten koekjes en cake, graanrepen, flensjes...	≤200	<450	≤8	≤30	Vezels (>3 g/100 g); en/of volkoren (15% totale ingrediënten); en/of >20%E uit onverzadigde vetzuren en >70% onverzadigde vetzuren/totale vetten

Subcategorie B: Hartige koekjes, fijne bakkerswaren en andere producten op basis van granen, met inbegrip van producten op basis van deeg: granen moeten als hoofdingrediënt op de ingrediëntenverklaring worden vermeld.

Hartige crackers, geëxtrudeerde, gepelleteerde & op popcorn gebaseerde snacks, popcorn, pretzelproducten	≤170	<700	<10% kcal uit verzadigde vetzuren	≤10	Vezels: >3 g/100 g; en/of volkoren (15% totale ingrediënten); en/of >70% onverzadigde vetzuren/totale vetten
--	------	------	-----------------------------------	-----	--

Subcategorie C: Ontbijtgranen inclusief pap

Kant-en-klare ontbijtgranen zoals cornflakes, gepofte rijst, pap	≤210	≤450	≤5	≤27	Vezels (>3 g/100 g); en/of volkoren (15% volkoren per totale ingrediënten)
--	------	------	----	-----	--

Subcategorie D: Granen en graanproducten, uitgezonderd ontbijtgranen, koekjes en banketbakkerswaren: granen moeten als hoofdingrediënt worden vermeld.

Brood, beschuit, rijst, noedels, pasta, polenta	<340	≤450	≤5	≤5	Vezels (>3 g/100 g); en/of volkoren (15% van de totale ingrediënten)
---	------	------	----	----	--

CATEGORIE 7: Soepen, samengestelde gerechten, hoofdgerecht en belegde broodjes

Subcategorie A: Soepen: alle soorten soepen en bouillons die ten minste 1 van de volgende elementen bevatten: 30 g vruchten, groenten, granen, vlees, vis, melk of een combinatie daarvan (berekend als vers equivalent) per portie. (Drempels gelden voor levensmiddelen zoals opnieuw samengesteld, klaar voor consumptie, volgens de aanwijzingen van de producent).

Tomatensoep uit blik, instant groentesoep, soep in staande zakjes	< 170	< 315	< 1,5	< 6.75	Voedingsstoffen geleverd via ingrediënten (vruchten en/of groenten, granen, vlees, vis, melk)
---	-------	-------	-------	--------	--

Subcategorie B: Samengestelde gerechten, hoofdgerechten en belegde broodjes: alle soorten gerechten en broodjes die ten minste 2 van de volgende elementen bevatten: 30 g vruchten, groenten, granen, vlees, vis, melk of een combinatie daarvan (berekend als vers equivalent) per portie. (Drempels gelden voor voedsel zoals opnieuw samengesteld, klaar voor consumptie, volgens de instructies van de producent).

Pastasalade met groenten, noedels met saus, pizza, croque-monsieur, moussaka, gevulde pannenkoeken	< 425	< 400 mg	< 5	< 7,5	Voedingsstoffen geleverd via ingrediënten (vruchten en/of groenten, granen, vlees, vis, melk)
--	-------	----------	-----	-------	--

CATEGORIE 8: Maaltijden: De combinatie van producten die als maaltijd (hoofdgerecht, bijgerecht(en) en een drankje) wordt geserveerd voor ontbijt, lunch of diner, of een klein tussendoortje, gedefinieerd als de combinatie van twee of meer componenten die als snack wordt geserveerd en los van de drie hoofdmaaltijden wordt genuttigd.

Voorbeelden	Energie (kcal/portie*)	Natrium (mg/100 g of 100 ml*)	Verzadigde vetten (g/100 g of 100 ml*)	Totale suikers (g/100 g of 100 ml*)	Aan te moedigen bestanddelen
*Energiewaarden zijn per portie en voedingswaarden per 100 g/100 ml, tenzij anders vermeld					
Maaltijden voor kinderen	≤510/maaltijd a) ≤340/maaltijd b)	≤660/maaltijd	<10% kcal uit verzadigde vetten	≤18/maaltijd (minus natuurlijk voorkomende suiker c) van 1 portie d) S/F/G/N/Z)	Elke maaltijd moet minstens bestaan uit: 1 portie d) vruchten/ groenten of 1 portied) 100% sap en/of 1 portie gekwalificeerd d,e) zuivelproduct of melk en/of 1 portie volkoren f)
Tussendoortjes voor kinderen	≤170 g)	Elk onderdeel voldoet aan zijn specifieke categoriecriteria voor natrium	Elk bestanddeel voldoet aan zijn specifieke categoriecriteria voor verzadigde vetten	Elk bestanddeel voldoet aan zijn specifieke categoriecriteria voor suikers	Elk klein tussendoortje moet minstens bestaan uit: ½ portie d) vruchten/ groenten of ½ portied) 100% sap en/of zuiver water en/of ½ portie gekwalificeerd (d,e) zuivelproduct of melk en/of ½ portie volkoren f)

CATEGORIE 9: Eetbaar ijs: alle soorten eetbaar ijs (waterijs en roomijs)¹

4 Reclame voor deze productcategorie gericht op kinderen is sinds 1 juni 2023 verboden.


CATEGORIE 10: Plantaardige producten: Producten op basis van peulvruchten, waaronder sojabonen, peulvruchten, noten, granen en/of zaden
Subcategorie A: Lepel- en drinkbare producten, al dan niet gefermenteerd, gearomatiseerd, met vruchten of zuiver.

Voorbeelden	Energie (kcal/portie*)	Natrium (mg/100 g of 100 ml*)	Verzadigde vetten (g/100 g of 100 ml*)	Totale suikers (g/100 g of 100 ml*)	Aan te moedigen bestanddelen
*Energiewaarden zijn per portie en voedingswaarden per 100 g/100 ml, tenzij anders vermeld					
Voedingsmiddelen op basis van peulvruchten, noten, granen en/of zaden, waaronder soja en andere plantaardige alternatieven voor zuivel	≤170	≤160	≤2	≤10 g/100 g of 100 ml EN ≤12,5 g/portie	Bron van ten minste twee van: • Vezels • Omega 3, 6, 9 • Calcium • Vit D • Een vit D • Eiwitten ≥12% energie of ≥2 g/100 g/ml

Voor bepaalde producten is reclame nooit toegestaan naar kinderen jonger dan 16 jaar:

- Suiker en producten op basis van suiker, waaronder: chocolade en chocoladeproducten; jam of marmelade; suiker, honing of stroop; ander suikerwerk dan chocolade of andere suikerproducten⁵
- Frisdranken
- IJs (omvat geen andere diepvriesproducten of maaltijden die ijs als bestanddeel kunnen hebben)
- Aardappelchips (geen gebakken aardappelen of frietjes)

Tenzij het product in kwestie cumulatief voldoet aan de Europese claims "suikerarm", "vetarm" en "zoutarm". In dit geval mag het wel gepromoot worden naar kinderen vanaf 13 jaar.

Opmerkingen:

^{a)} Voor lunch/avondmaaltijd (30% energie)

^{b)} Voor ontbijt (20% energie)

^{c)} Indien het suikergehalte hoger is dan 20 g voor een maaltijd en meer dan 1 S/F/G/N/Z bevat.

^{d)} Porties zijn:

- Vruchten (F)/Groenten (G): 60-80g
- 100% sap (S): 150-200 ml (tegen eind 2018)
- Zuivel (Z): bijv. 30g kaas/100-150 g yoghurt
- Melk (M): 150-250 ml

^{e)} Voldoen aan individuele categorievereisten

^{f)} Product gekwalificeerd voor een redelijke bron van vezels dat ≥ 8 g volkoren per portie bevat

^{g)} Voor een tussendoortje/snack (10% energie)

⁵ Suikervrije kauwgom en suikervrije pepermuntjes zijn vrijgesteld, d.w.z. dat zij buiten het toepassingsgebied van de Belgian Food Advertising Code-bepalingen vallen.