

UPDATE - Open oorlog tussen Hans Bourlon en Greenpeace

Date : 23 mei 2018



Voortaan kunnen kinderen ook van échte sigaretten genieten!

Het is open oorlog tussen Greenpeace en het kinderentertainmentbedrijf Studio 100 van [Hans Bourlon en Gert Verhulst](#). Greenpeace maakte een video-spot bekend waarin Maya de Bij een eigen sigarettenmerk lanceert voor kinderen. De spot toont ook een rokend meisje van om en bij 6 jaar. [Maya de bij](#) is één van de populairste figuurtjes van Studio 100. Greenpeace maakt vreemd genoeg een bocht van rokende kinderen naar kinderen die gerookte charcuterie eten zoals die door de merchandising van Studio 100 op de markt wordt gebracht. Dat vlees is de ware inzet van de campagne. Voor Hans Bourlon is dat er ver over. Hij eist excuses van Greenpeace. Die laatste denkt er niet aan.

“Uit onze studie blijkt dat charcuterie met populaire Studio 100-figuurtjes als Maya, Samson, Plop en K3 een te hoog zoutgehalte, verzadigde vetzuren, nitrieten, fosfaten, dextrose, suiker en additieven bevatten.” zo zegt Greenpeace. “In België ligt de vleesconsumptie minstens 2 keer hoger dan het aanbevolen maximum. (...) Vleesconsumptie heeft een nefaste invloed op het klimaat, milieu en dierenwelzijn. Om de klimaatveranderingen te vermijden, moeten we de wereldwijde productie en consumptie van vlees halveren tegen 2050. De industriële veeteelt leidt tot massale ontbossing en waterverontreiniging.” *(Lees verder onder de foto)*



“Ik vraag me af waarom ze Mickey Mouse niet gebruiken in hun campagne, zegt Bourlon, wellicht omdat ze bang zijn om heel de juridische machine van Disney tegen zich te krijgen.” Een indirecte dreiging met een proces dus, alhoewel Bourlon zegt tevreden te zijn met excuses. Het is evident dat een rokende Maya de Bij grote imagoschade veroorzaakt voor Studio 100. “Op het einde onthouden de kinderen enkel dat Maya de Bij rookt.” aldus Bourlon. Greenpeace wijst er op dat ze al lang vragende partij zijn voor een gesprek met Studio 100 over hun vleesmerchandising evenwel zonder resultaat.

UPDATE

Greenpeace krijgt meer tegenwind. Zowel de Stichting tegen kanker als de tabaksindustrie distancieert zich van de videospot. Volgens de Stichting tegen Kanker kan het risico van sigaretten roken niet worden vergeleken met het risico van eten van charcuterie. De tabaksindustrie reageert via de federatie van sigarettenproducenten. Die stellen dat sigaretten voor jongeren niet kunnen. De Greenpeace spot werkt daarbij verwarrend.