

MAIL ZEMBLA AAN CBL, 22 JUNI 2021

Op 28 september 2020 stelde minister Schouten in een brief aan de Kamer (bijlage) o.a. dat “er meer moet gebeuren om te komen tot een werkelijk vertrouwde samenwerking van supermarkten met boeren en tuinders die vol in willen zetten op een volhoudbare landbouw. [...] Supermarkten onderkennen dit, werken hier op hun manier ook aan, en kunnen hier in mijn optiek vanwege hun ketenpositie (nog) meer het voortouw nemen.”

In de brief stelt de minister dat ze met deze brief ook invulling geeft aan de motie De Groot (<https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-35000-XIV-78.pdf>)

“verzoekt de regering, voor de behandeling van de begroting 2020 concrete afspraken te maken met supermarkten die de transitie naar kringlooplandbouw mogelijk maken”

en dat “gesprekken met de supermarktvertegenwoordigers hebben geleid tot een aantal concrete gezamenlijke werkafspraken”.

- *Welke concrete afspraken zijn er hierover precies gemaakt met supermarkten? Welke toezeggingen zijn er gedaan? Met welke deadlines? Wat zijn concrete resultaten?*

ANTWOORD CBL:

De afspraken die hier bedoeld worden, zijn de werkafspraken die in de Kamerbrief (die je meestuurde) staan, te weten:

- Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming versterken.
- Aanbod regio- en streekproducten vergroten.
- Transparantie via duurzaamheidsrapportage en datadelen verbeteren.
- Samenwerking stimuleren binnen de wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven.
- Voedselverspilling verder terugdringen.

Deze afspraken zijn nog niet op alle vlakken concreet. Veel van de verdere uitwerking ligt nog bij het ministerie van LNV.

In het recent verschenen zichtboek Ketensamenwerking zijn vast een aantal goede, concrete voorbeelden te zien van wat er op de winkelvloer gebeurt. Het zichtboek is hier te vinden: <https://www.cbl.nl/zichtboek-ketenrelaties-duurzame-relaties-tussen-boer-en-supermarkt/>

In de brief staat ook supermarktvertegenwoordigers in gesprek gaan met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming. En dat supermarkten hebben zich aangesloten bij het netwerk voor verduurzaming dierlijke producten.

- *Wat is dit precies voor netwerk? Welke afspraken zijn daarin gemaakt? Met welke deadlines? Wat zijn concrete resultaten van gesprekken met ondernemers in primaire sector?*

ANTWOORD CBL:

Op korte termijn verschijnt hierover wat meer concrete informatie. Ik vraag mijn collega om tijdens mijn vakantie de berichtgeving hierover naar jou door te sturen.

Verder refereert de minister in de brief aan de motie van Sneller en De Groot (bijlage)

“verzoekt de regering, in overleg met supermarkten en andere «keten- partners» te komen tot een standaard voor jaarlijkse rapportage, zodanig dat die rapportage inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedsel- systeem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.”

- *Hoe staat het CBL tegenover deze motie en de gevraagde standaard voor een jaarlijkse rapportage?*

ANTWOORD CBL:

Het CBL heeft hierbij gepleit voor het uitvoeren van een grondige inventarisatie van rapportageactiviteiten en verplichtingen. De supermarktbranche is van mening dat er periodiek al veel rapportages worden opgesteld en dat er daarbij dus al veel informatie beschikbaar is over de duurzaamheidsresultaten van de supermarkten. Bijvoorbeeld op het gebied van energiebesparing, maar ook voedselverspilling en het IMVO-convenant Voedingsmiddelen. Neem vooral een kijkje op het subonderdeel 'Duurzaamheid' op de website van het CBL: <https://www.cbl.nl/themas/duurzaamheid/>

De minister zegt in de brief toe om de mogelijkheden te onderzoeken.

- *Wat is de stand van zaken? Gaat zo'n standaardrapportage er komen? Zo ja, per wanneer en hoe ziet zo'n rapportage er dan uit. Zo nee, waarom niet?*

ANTWOORD CBL:

Dit ligt momenteel nog bij de minister en hier kunnen we op dit moment nog niet veel meer over vertellen.

MAIL ZEMBLA AAN CBL, 8 JULI 2021

We hebben voor onze komende uitzending over de verduurzaming bij supermarkten nog een aantal vragen over de open brief over kringlooplandbouw die CBL in oktober 2019 aan minister Schouten stuurde.

<https://www.cbl.nl/app/uploads/2019/05/Kringlooplandbouw.pdf>

Bij voorstel 1.

Op weg naar Kringlooplandbouw door de consument centraal te stellen, schrijft het CBL:

Allereerst moet er meer aansluiting worden gezocht bij de wensen van de consument: pas als de consument een product koopt, verdienen alle schakels in de keten geld.

Hier lijkt de verantwoordelijkheid bij consument te worden gelegd. Terwijl de supermarkt juist een grote rol kunnen hebben in het beïnvloeden van de keuzes die consumenten maken. Zoals: meer transparantie over de effecten van producten op natuur en milieu. Wanneer consumenten bewust zijn gemaakt van de negatieve effecten van een product, is 68% bereid voortaan een duurzamer versie van dat product kopen, blijkt uit onderzoek van CapGemini.

Ook blijkt uit onder andere een proef in een COOP supermarkt dat de vraag naar biologische producten goed is te stimuleren: De totale verkoop van biologische melk steeg in deze pilot, uitgevoerd in twee Gelderse filialen van Coop, met 19 procent en liep bij bepaalde interventies op tot wel 72%. →Wat doen supermarkten nu precies concreet om consumenten te helpen duurzamere keuzes te maken?

ANTWOORD CBL:

Het antwoord hierop is tweeledig. Allereerst het assortiment: er zijn een heel aantal productcategorieën waar duurzaam al de standaard is. Je kunt dan denken aan palmolie, cacao, koffie, thee, et cetera. Dit is standaard Rainforest Alliance-gecertificeerd. Dan heb je ook nog producten waar naast een 'reguliere' optie een duurzame optie wordt aangeboden. Dat zijn producten die bijvoorbeeld PlanetProof-gecertificeerd zijn. **Een consument maakt in de supermarkt eigen keuzes, maar de supermarkten zorgen er op hun beurt voor dat er altijd duurzame alternatieven aangeboden worden.**

Naast de certificering die je in de winkel ziet, werkt de sector ook samen in bijvoorbeeld DISCO en het Leefbaar Loon Bananenproject om duurzaamheid en arbeidsomstandigheden in de keten te verbeteren.

Verder wordt er aandacht aan duurzaamheid en duurzame alternatieven besteed in verschillende bladen van supermarkten. Bijvoorbeeld als het gaat om koken met restjes en de Schijf van Vijf. Dat komt ook terug in de communicatie op de winkelvloer. **Supermarkten streven ernaar de duurzame keuzes zo goed mogelijk naar voren te brengen. Er wordt continue gekeken wat werkt op dit vlak en hoe je duurzame alternatieven het beste kunt neerzetten.** Dat gebeurt bijvoorbeeld in de PPS Transparant & Duurzaam waar de supermarktsector in vertegenwoordigd is.

En wil de consument meer aandacht voor duurzaamheid? Dan kan er in de keten samen worden gewerkt aan direct herkenbaar duurzamere productiemethoden.

"dan kan er gewerkt worden aan", is geen concrete toezegging.

→ Wat gaan supermarkten concreet doen als consumenten meer aandacht vragen voor duurzaamheid?

→ Vraagt supermarkt gericht naar duurzame wensen van consument?

ANTWOORD CBL:

Supermarkten zijn continue bezig met de verbetering van hun assortiment. Duurzame en gezonde producten zijn steeds meer in trek en daar wordt volop op ingespeeld, o.a. met de voorbeelden in het eerste antwoord.

Verder verkrijgen supermarkten op individuele basis de benodigde informatie over wensen van klanten, bijvoorbeeld door klant- en marktonderzoek. Daar hebben wij als branchevereniging geen zicht op en kunnen we geen uitspraken over doen.

Door informatie te delen met ketenpartners en samen nieuwe initiatieven te ontwikkelen, kunnen supermarkten helpen om boeren en tuinders meer betrokken te maken en te houden.

→ wat betekent dit concreet? Wat voor info delen, welke nieuwe initiatieven? Graag concrete voorbeelden.

→ Vraagt supermarkt gericht naar duurzame wensen van consument?

ANTWOORD CBL:

Samenwerking in de keten, bijvoorbeeld middels dedicated supply chains, is de laatste jaren steeds belangrijker geworden en dit zal alleen maar toenemen. Het gaat dan niet zomaar om samenwerking, maar om strategische samenwerking. Dit houdt in dat supermarkten en foodservicebedrijven intensiever samenwerken met agrarische ondernemers en fabrikanten. In het Zichtboek Ketenrelaties ([hier te vinden](#)) staat een groot aantal mooie voorbeelden van de winkelvloer.

Bij voorstel

2. Op weg naar Kringlooplandbouw door samenwerking in de keten

Hierdoor zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming en circulariteit worden gesteld.

De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld worden gebracht en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken.

→ Geen garantie dus dat boer meer betaald krijgt voor gemaakte meerkosten bij voldoen aan bovenwettelijke eisen? Waarom niet?

ANTWOORD CBL:

Prijsafspraken zijn onderdeel van de afspraken tussen individuele supermarkten en de samenwerking met hun ketenpartners. Vanuit het collectief kunnen we hier mededingingstechnisch geen uitspraken over doen.

Het CBL biedt echter wel aan om samen met uw ministerie te kijken naar de mogelijkheid om de

kennis over deze typische Nederlandse samenwerkingsverbanden te 'exporteren' naar andere (Europese) landen.

→Heeft dit al geleid tot concrete projecten voor boeren die niet aan NL supermarkten leveren?

ANTWOORD CBL:

Het CBL heeft dit inderdaad aan het ministerie aangeboden, omdat wij dit een belangrijk element vinden. We delen graag onze kennis over oplossingen in de gremia waar we in plaatsnemen. Op dit moment heeft dit nog niet tot concrete projecten geleid. Daar zie wij op dit specifieke moment geen leidende rol voor onszelf, vanuit de branchevereniging ligt de focus nu namelijk eerst op de verduurzaming van de Nederlandse markt.

Bij voorstel

3. Op weg naar Kringlooplandbouw door meer transparantie

Hierdoor kan de consument beter geïnformeerd worden over de herkomst en het gehele productieproces van voedsel. Dit is essentieel. [...] Supermarkten willen hier graag, waar mogelijk, hun steentje aan bijdragen omdat ook de consument uiteindelijk mee moet in de overtuiging dat de door de overheid gewenste Kringlooplandbouw de juiste weg is.

→als transparantie zo belangrijk is waarom mag biologisch fruitimporteur Eosta dan van supermarkten niet een barcode toevoegen bij levering aan supermarkt waarop meer informatie staat over de teler en de externe kosten die hij/zij maakt?

→Waarom wordt dan niet standaard de externe kosten van producten vermeld?

Zo wordt geprobeerd de consument mee te krijgen door **op een positieve en proactieve manier informatie** te geven over bijvoorbeeld de herkomst van producten, de voordelen van regionale of seizoensgebonden producten en **het voor iedereen toegankelijk maken van biologische producten**

→wat betekent "op een positieve en proactieve manier informatie te geven" concreet?

→Wat valt er daardoor buiten? Is true pricing en transparantie over de telers achter producten niet positief en pro actief?

ANTWOORD CBL:

Vanuit het CBL kunnen wij niet ingaan op specifieke cases, maar wij zien wel dat het creëren van transparantie steeds belangrijker wordt. Bijvoorbeeld door het toevoegen van QR-codes.

Dit gebeurt dan ook al bij diverse supermarkten: op specifieke producten zijn QR-codes op de verpakkingen te vinden, waarmee de consument precies kan zien welke route het product heeft afgelegd en waar dit vandaan komt. Op een positieve en proactieve manier informatie geven, betekent bijvoorbeeld de informatie die in de verschillende bladen en bij de schappen wordt gegeven. Er ontstaan ook steeds meer initiatieven die inzicht geven in de samenstelling van een product. Je kunt dan denken aan een Nutri-Score en Ecoscore.

Door een publiekscampagne over de waarde van voedsel, waar supermarkten graag aan deelnemen kunnen we uiteindelijk komen tot het doel: een grotere vraag naar duurzaam geproduceerd voedsel waardoor de kringlooplandbouw weer een stap dichterbij komt.

→is die publiekscampagne er gekomen?

ANTWOORD CBL:

Het CBL kan niet spreken voor de overheid en de eventuele plannen op dit vlak die zij mogelijk uitwerken. Als een dergelijke publiekscampagne ontwikkeld wordt, nemen wij hier uiteraard graag deel aan en denken we graag actief mee.

Bij voorstel

4. Op weg naar Kringlooplandbouw door initiatieven in de supermarkt

Ook supermarkten hebben **een rol in de voorgestelde transitie**.

→ hoe ziet die rol en dan concreet uit?

ANTWOORD CBL:

Zoals eerder ook aangegeven, zijn supermarkten druk bezig met het verduurzamen van het assortiment en nemen ze de consument hierin zoveel mogelijk mee.

Daarnaast is de sector actief bezig met het verduurzamen van de bedrijfsprocessen (denk aan duurzame verpakkingen, duurzaam transport en energieverbruik). De sector maakt dus flink werk van alle facetten van verduurzaming.

Bij de opsomming van wat door supermarkten al is gedaan in de richting van de Kringlooplandbouw en de hierbij behorende transparantie richting consument:

Door supermarkten en ketenpartners zijn afspraken gemaakt over het **Varken van Morgen**. Hierdoor voldoet momenteel al het verse varkensvlees in de Nederlandse supermarkten aan bovenwettelijke eisen rondom duurzaamheid en dierenwelzijn.

→ *Varkens in Nood: De slachterijen delen het 'Varken van Morgen'-vlees in bij één ster Beter Leven. Waarom is er niet gekozen voor een grotere stap naar 2 of 3 sterren?*

ANTWOORD CBL:

De afspraken die destijds gemaakt zijn over het Varken van Morgen zijn opgesteld om de toen geldende standaard voor varkensvlees te verhogen. Het was belangrijk dat dit gebeurde middels realistische en werkbare stappen, zodat het gehele assortiment aan die standaard zou kunnen gaan voldoen.

Dit zijn beweegredenen geweest om de criteria vorm te geven. Het is goed te weten dat het CBL vanuit het collectief nooit afspraken heeft mogen maken over een specifiek Beter Leven-keurmerk. Dat mag vanuit de branchevereniging om mededingingstechnische redenen niet en is daarom aan de individuele supermarkten.

→ *Beter leven is vooral dierenwelzijn label, wat is effect van Varken van Morgen op milieu/biodiversiteit?*

ANTWOORD CBL:

Het Beter Leven-keurmerk is meer dan een dierenwelzijnslabel. Wat het precies inhoudt, is in de GlobalG.A.P.-standaard te vinden: https://www.globalgap.org/uk_en/for-producers/globalg.a.p.-add-on/sustainable-meat-initiative/. Het Varken van Morgen gaat ook over o.a. antibioticagebruik, waterkwaliteit, fijnstof en verantwoorde soja in veevoer.

Alle supermarkten werken met pluimveehouders en verwerkers samen in duurzame kipvleesconcepten waarbij **extra bovenwettelijke eisen** worden gesteld aan de productieomstandigheden voor mens, dier en milieu.

→ welke dan?

ANTWOORD CBL:

Supermarkten hebben de afgelopen jaren individueel gewerkt aan het verduurzamen van het pluimveeassortiment. Zoals ook het geval was bij het Beter Leven-keurmerk, kunnen en mogen daar vanuit het CBL geen collectieve afspraken over gemaakt worden, maar is dat aan de individuele supermarkten. Zoals jullie vast hebben meegekregen, kwam eind vorige week naar voren dat de laatste Nederlandse supermarkt heeft toegezegd dat er alleen nog 1-ster Beter Leven-kip verkocht wordt. Daarmee hebben alle supermarkten dit toegezegd. Meer informatie hierover is hier te vinden: <https://beterleven.dierenbescherming.nl/alleen-beter-leven-kip-in-supermarkten/>

Binnen het Klimaatakkoord is onder andere afgesproken dat de verhouding van consumptie van dierlijke eiwitten en plantaardige eiwitten **gaat verschuiven** naar 40% dierlijk en 60% plantaardig → *wanneer moet die 60 procent zijn gehaald.*
→ *en hoe staat het er nu voor?*

ANTWOORD CBL:

Wanneer dit precies moet gebeuren, is niet afgesproken. Het CBL was groot voorstander van het expliciet verwerken hiervan in het Klimaatakkoord. In de uiteindelijke versie komt dit helaas niet terug.

Wel wordt aangegeven dat partijen ernaar streven om in 2050 een gezonde balans te hebben in de verhouding van dierlijke en plantaardige eiwitten in ons dieet, conform de adviezen hieromtrent van het Voedingscentrum. Supermarkten zijn hard bezig om in hun assortiment nog meer plantaardige eiwitten te verwerken. Zo is er bijvoorbeeld een steeds groter aanbod van vegetarische en veganistische producten. Daarnaast wordt met een aantal partijen bekeken of dit gemonitord kan worden.

Alle supermarkten stellen **bovenwettelijke eisen** aan het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en de maximale hoeveelheid residu ervan op producten.

→ *welke eisen dan precies?*

ANTWOORD CBL:

Het CBL kan niet inzien welke specifieke inkoop-eisen supermarkten stellen, maar veel producten zijn wel gecertificeerd. Bijvoorbeeld met '[On the way to PlanetProof](#)' (de link gaat naar een overzicht met supermarkten die producten met dit keurmerk verhandelen). Ook GlobalG.A.P., waar vrijwel alle CBL-leden bij zijn aangesloten, besteedt hier aandacht aan. Wellicht kan het Groentenfruihuis specifiekere antwoorden geven op de specifieke eisen.

Het CBL was betrokken als **kwartiermaker bij de het Deltaplan Biodiversiteitsherstel** en zal hierbij betrokken blijven.

→ *wat houdt dit concreet in? Heeft dit concrete meetbare resultaten, toezeggingen of afspraken opgeleverd?*

ANTWOORD CBL:

Het CBL is middels de Alliantie Verduurzaming Voedsel partner van het Deltaplan. Naast die betrokkenheid zijn supermarkten ook zelf bezig met het verbeteren van de biodiversiteit in het assortiment.

Concrete resultaten zijn o.a. te vinden in het [Zichtboek Ketensamenwerking](#), met bijvoorbeeld de verkoop van Kipster-eieren.

Het CBL werkt binnen de Alliantie Verduurzaming Voedsel en MeatNL samen om de dierlijke sectoren **verregaand te verduurzamen**.

→ *Wat betekent dit concreet? Welke doelen zijn gesteld? Met welke deadline? Wat is nulmeting? Hoe wordt hierover gerapporteerd?*

ANTWOORD CBL:

Binnenkort komt er meer informatie over het marktprogramma Verduurzaming Dierlijke Producten naar buiten. In dit samenwerkingsverband werken partijen binnen de voedselketen, ngo's en de overheid samen aan het verduurzamen van dierlijke ketens. Dit gebeurt in samenspraak met het ministerie van LNV. Op korte termijn zal hier formeel over gecommuniceerd worden. Dit duurt iets langer dan verwacht.

Supermarkten zijn bij de Topsector Agri&Food een Publiek-Privaat onderzoekprogramma van 4 jaar gestart samen met de Rijksuniversiteit Groningen en de Wageningen Universiteit. Doel van het onderzoekprogramma 'Transparant Gezond&Duurzaam' is om op wetenschappelijk verantwoorde manier consumenten tot duurzamere en gezondere keuzes aan te zetten in de fysieke en online supermarkt.

→ heeft dit al concrete resultaten opgeleverd?

ANTWOORD CBL:

Wanneer er formeel over de resultaten gecommuniceerd wordt, zal dit op de website van de WUR verschijnen: <https://www.wur.nl/nl/project/Transparently-healthy-sustainable.htm>

Op deze pagina is ook wat meer specifieke informatie te vinden over het onderzoeksprogramma.

Het CBL gaat graag met uw ministerie in gesprek om te bezien op welke manier aan deze initiatieven extra impuls kan worden gegeven. **Met name omdat ook supermarkten soms worstelen met de ogenschijnlijke tegenstrijdigheden in de wensen van de consument en de wensen van de samenleving.**

→ welke ogenschijnlijke tegenstellingen worden hier concreet bedoeld?

ANTWOORD CBL:

Het gaat hier dan om de meerdere factoren die een consument meeneemt in zijn of haar keuze in de supermarkt. Naast de prijs valt bijvoorbeeld te denken aan het dieet, aan de mate van gezondheid en duurzaamheid, et cetera. Over het algemeen roept de maatschappij om je heen bijvoorbeeld dat alles gezonder moet, maar een consument beperkt zich in zijn of haar keuze vaak niet tot slechts één element.

Bij voorstel

5. Op weg naar Kringlooplandbouw door een sturende overheid

Stel als overheid duidelijke kaders. Kies bijvoorbeeld voor het verhogen van de wettelijke normen voor dierenwelzijn bij de productie van vlees of het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. Door de lat hoger te leggen, worden ook de beter presterende agrarisch ondernemers weer gestimuleerd om additionele stappen te zetten.

→ Is strengere wetgeving volgens het CBL nodig om echt grote stappen te kunnen zetten?

ANTWOORD CBL:

Het CBL vindt dat je innovatie en verduurzaming sneller in de hand werkt als je samen als het ware de bodem 'op kan tillen'. Dat gaat op dit moment niet, want de Wet Ruimte verduurzamingsinitiatieven is er bijvoorbeeld nog niet doorheen. Ook hier geldt dat het CBL vanuit het collectief mededingingstechnisch geen afspraken kan en mag maken, maar wij roepen wel actief op tot het versneld introduceren van deze wet, zodat er innovatie op de nieuwe bodem plaats kan vinden.

Er zou samen met de agrarische ondernemers moeten worden gekeken naar de regels die momenteel knellen. **Zo is er het voorbeeld van het verbod om dierlijke eiwitten te gebruiken als grondstof voor veevoer. Dit soort wet- en regelgeving verdient aanpassing.**

→ waarom is dit belangrijk, eiwitten in veevoer? Of waarom is het voor boeren een probleem dat dit niet mag?

ANTWOORD CBL:

Het CBL kan uiteraard niet voor agrarische ondernemers spreken, maar een belangrijk punt is dat het lang niet toegestaan was om dierlijke componenten in veevoer te verwerken. Zo mocht er geen pluimveemeel of varkensmeel in veevoer worden verwerkt. Dat maakt dat er altijd veel soja nodig is geweest om het veevoer te produceren. Dit proberen we gezamenlijk waar we kunnen terug te dringen. Het teveel gebruiken van soja zorgt namelijk voor onnodige ontbossing. Onlangs is er een wetswijziging ingezet binnen de Europese Commissie die het mogelijk lijkt te maken dat het gebruik van dierlijke componenten wél mag. Dit loopt nog. Je hebt dan dus minder soja nodig en je gebruikt producten/afval wat er toch al is, opnieuw. Het CBL is blij met deze ontwikkeling en hoopt dat deze wet binnenkort wordt aangenomen.

Het ministerie zou zich hard moeten maken om **onjuiste beeldvorming over voedsel tegen te gaan en stelling te nemen tegen feitelijke onjuistheden die het zicht ontnemen op mogelijkheden om duurzamer en meer circulair te produceren**. Voorbeelden hiervan zijn discussies over gebruik van moderne biotechnologie en het rationeel gebruik van gewasbeschermingsmiddelen om voedselverspilling tegen te gaan.

→ *Heel graag concrete voorbeelden van onjuiste beeldvorming over voedsel en feitelijke onjuistheden.*

→ *Wie produceert die beeldvorming en onjuistheden*

→ *” discussies over gebruik van moderne biotechnologie en het rationeel gebruik van gewasbeschermingsmiddelen om voedselverspilling tegen te gaan”, wat is aan deze voorbeelden feitelijk onjuist of onjuiste beeldvorming?*

ANTWOORD CBL:

Wij hopen dat het toepassen van moderne biotechnologie onderdeel wordt van het denken in de kringlooplandbouw. Technologische ontwikkelingen hebben ons veel gebracht en we hopen dat de overheid bereid is om met een open blik naar moderne, technologische oplossingen voor problemen te kijken. Het toepassen van moderne biotechnologie kan ertoe bijdragen dat er veiliger en verantwoorder geproduceerd kan worden. En voorbeeld is het creëren van resistentie tegen ziektes en plagen: met moderne biotechnologie kun je gewassen produceren zonder dat je veel gewasbeschermingsmiddelen nodig hebt. Niet ieder detecteerbaar stofje hoeft schadelijk te zijn voor de gezondheid. Sterker nog: als je op een fatsoenlijke manier gebruik maakt van de technieken, kun je ook voedselverspilling tegengaan, doordat gewassen sterker en weerbaarder worden tegen allerlei omstandigheden, zoals plagen of droogte.

Verder hebben we eerder mailcontact gehad over de brief van de minister en een vraag uit die mail staat nog open:

In de brief staat ook supermarktvertegenwoordigers in gesprek gaan met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming. En dat supermarkten hebben zich aangesloten bij het netwerk voor verduurzaming dierlijke producten.

- *Wat is dit precies voor netwerk? Welke afspraken zijn daarin gemaakt? Met welke deadlines? Wat zijn concrete resultaten van gesprekken met ondernemers in primaire sector?*

ANTWOORD CBL:

Op korte termijn verschijnt hierover wat meer concrete informatie. Ik vraag mijn collega om tijdens mijn vakantie de berichtgeving hierover naar jou door te sturen.

→ is hierover al meer bekend inmiddels?

ANTWOORD CBL:

Binnenkort komt er inderdaad meer informatie over het marktprogramma Verduurzaming Dierlijke Producten naar buiten. In dit samenwerkingsverband werken partijen binnen de voedselketen, ngo's en de overheid samen aan het verduurzamen van dierlijke ketens. Dit gebeurt in samenspraak met het ministerie van LNV. Op korte termijn zal hier formeel over gecommuniceerd worden. Dit duurt iets langer dan verwacht.

Over de motie Sneller Groot schreef je:

Het CBL heeft hierbij gepleit voor het uitvoeren van een grondige inventarisatie van rapportageactiviteiten en verplichtingen. De supermarktbranche is van mening dat er periodiek al veel rapportages worden opgesteld en dat er daarbij dus al veel informatie beschikbaar is over de duurzaamheidsresultaten van de supermarkten.

Uit onderzoek van Questionmark (superlijst groen) blijkt nu juist dat die rapportages geen bruikbaar beeld geven van de bijdrage van supermarkten aan een duurzaam voedselsysteem. Rapportages zijn anekdotisch en selectief. Voorbeelden van goede initiatieven zijn er genoeg, maar harde cijfers die een compleet beeld geven van wat supermarkten wel én niet doen, ontbreken.

→ wat is hierop de reactie van CBL?

ANTWOORD CBL:

Het CBL heeft kennisgenomen van de 'Superlijst Groen' van Questionmark. Questionmark heeft een vergelijking gemaakt tussen acht supermarkten, waarvan zeven aangesloten bij het CBL, om inzichtelijk te maken wat supermarkten doen om het Nederlandse voedingspatroon duurzamer en gezonder te maken. Wij zijn het ermee eens dat het noodzakelijk is een transitie te maken naar een zo duurzaam mogelijk aanbod in de supermarkten. Daarom worden er al jaren flinke stappen gezet in de verduurzaming van de voedselketen. **Het CBL herkent zich niet in de bewering dat er te weinig zichtbaar is op het gebied van het stimuleren van duurzaam voedsel, dat doet namelijk geen recht aan de stappen die de afgelopen jaren zijn gezet.** De branche is alle onderzochte vlakken actief, denk aan de [eiwittransitie](#), [duurzame landbouw](#), [ontbossing](#) en [duurzaam verpakken](#).

Consumenten zijn zich heel bewust van duurzame producten en supermarkten helpen hen graag in het maken van een zo gezond én duurzaam mogelijke keuze. Daarom blijven wij ook de komende jaren hard werken aan de verduurzaming van de voedselketens.

MAIL ZEMBLA AAN CBL, 1 SEPTEMBER 2021

True pricing

Zoals je weet werken we aan een uitzending over verduurzaming bij supermarkten.

Daarbij kijken we ook naar de echte prijs van ons voedsel, dus inclusief de verborgen kosten op gebied van milieu, klimaat.

Daarom horen we graag wat de visie van CBL is op het fenomeen true pricing?

Vindt CBL dat de verborgen kosten van producten inzichtelijk moeten worden gemaakt?

En zouden die verborgen kosten moeten worden meegenomen in de prijs.

ANTWOORD CBL:

True pricing is een politieke en maatschappelijke discussie die inhoudelijk zeer complex is. Het CBL volgt deze discussie op de voet.

Vindt CBL dat de verborgen kosten van producten inzichtelijk moeten worden gemaakt?

Hoe bepaalde productie-, distributie- of consumptieaspecten tot politiek of maatschappelijk gewenste effecten leiden, of daar juist van afwijken, is zeer complex en niet eenduidig vast te stellen. De complexiteit neemt toe als deze effecten moeten worden gemonetariseerd. Er zijn diverse studies over uitgevoerd en thans in onderzoek. Het CBL volgt de discussie op de voet.

En zouden die verborgen kosten moeten worden meegenomen in de prijs?

Als politieke of maatschappelijke wensen als productievoorwaarde worden vastgesteld in wetgeving, dan kan dat effect hebben op de kosten van een product. Productiekosten zijn onderdeel van de prijsvorming die leiden tot een consumentenprijs.

MAIL ZEMBLA AAN CBL, 1 SEPTEMBER 2021

Eiwittransitie

De eiwittransitie speelt binnen de supermarktbranche een grote rol, zo lezen we op de site van het CBL. Zo zijn supermarkten bezig met het uitbreiden van het vegetarische en veganistische assortiment.

Tegelijkertijd zien we week in week uit reclame met vlees in de supermarktfolders. Waarom is dat? Hoe passen deze aanbiedingen binnen de ambities mbt de eiwittransitie?

Is het CBL voorstander van het stoppen met aanbiedingen van vleesproducten? Stelt het CBL eisen aan de manier waarop supermarkten omgaan met aanbiedingen van vleesproducten? Zijn hierover gesprekken gaande met de supermarkten?

ANTWOORD CBL:

Iedere verkooporganisatie maakt reclame voor de producten die worden verkocht, om deze producten extra onder de aandacht van de consument te brengen. Dit gebeurt vaak in overleg met de producent van het product. De reclame gaat vaak gepaard met een voor de consument interessante aanbiedingsprijs. Het doel van reclame en aanbiedingen is om meer klanten in de winkel te krijgen. Het is dus één van de marketinginstrumenten in de onderlinge concurrentie tussen aanbieders. Ondanks dat we steeds meer vraag zien naar veganistische/vegetarische producten, blijft er ook nog steeds vraag naar dierlijke producten zoals vlees, eieren en melk. De supermarkten willen de dierlijke producten die in de winkel liggen zo duurzaam mogelijk produceren. Dit is bijvoorbeeld te zien aan de Beter Leven- en PlanetProof-keurmerken op diverse productgroepen (onder andere kip, varken, rund, eieren, zuivel). Diverse supermarkten zijn bezig met het uitbreiden van het vegetarische en veganistische assortiment met bijvoorbeeld vleesvervangers en plantaardige zuivelproducten. De verwachting is dat het veganistische en vegetarische assortiment bij supermarkten in de toekomst alleen maar zal toenemen. Het stimuleren van plantaardige alternatieven richting de consument gaat verder dan het aanpassen en/of uitbreiden van het assortiment. Communicatie-uitingen spelen hierbij een belangrijke rol. Voorbeelden zijn het extra onder de aandacht brengen van veganistische/vegetarische maaltijden in de supermarktbladen en meer aandacht voor deze alternatieven op de website of in de supermarktapps.

Is het CBL voorstander van het stoppen met aanbiedingen van vleesproducten? Stelt het CBL eisen aan de manier waarop supermarkten omgaan met aanbiedingen van vleesproducten? Zijn hierover gesprekken gaande met de supermarkten?

ANTWOORD CBL:

Nee, de aanbiedingen die supermarkten hebben, is niet iets waar het CBL bij betrokken is.