

10.2.e

Van: 10.2.e
Verzonden: maandag 26 augustus 2019 14:15
Aan: 10.2.e @jumbo.com'
CC: 10.2.e
Onderwerp: brief van Minister Carola Schouten
Bijlagen: Motie_van_het_lid_De_Groot_over_afspraken_met_supermarkten_over_de_transitie_n
aar_kringlooplandbouw.pdf

Beste 10.2.e .

Begin dit jaar heeft onze Minister, Carola Schouten, een brief aan 10.2.e gestuurd met de vraag wat de zienswijze van Jumbo is m.b.t. kringlooplandbouw en hoe Jumbo kan bijdragen aan de ontwikkeling hiervan. Dit om daar rekening mee te houden bij het opstellen van het realisatieplan voor de LNV-Visie. Voor zover wij kunnen nagaan is die brief niet beantwoord door jullie.

Bij de behandeling van dat realisatieplan in de Tweede Kamer, is Kamerbreed een motie aangenomen die de Minister oproept om met supermarkten afspraken te maken over de transitie naar kringlooplandbouw (zie bijlage). Graag zouden wij met jullie in gesprek komen om na te gaan hoe we tot dergelijke afspraken kunnen komen. Dergelijke gesprekken voeren wij ook met AH, Lidl en Plus. Uiteraard sluiten wij daarbij graag aan op de prioriteiten die jullie zelf stellen bij de verduurzaming van de voedselketen.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e .

10.2.e

Van: 10.2.e @jumbo.com>
Verzonden: maandag 16 september 2019 14:19
Aan: 10.2.e
Onderwerp: RE: brief van Minister Carola Schouten

Dag 10.2.e

Ik heb vanmiddag nog intern overleg over onderstaande. Ik neem daarna contact op.

Groeten 10.2.e

Van: 10.2.e @minlnv.nl>
Verzonden: maandag 16 september 2019 14:15
Aan: 10.2.e @jumbo.com>
Onderwerp: RE: brief van Minister Carola Schouten

Dag 10.2.e kunnen we vanmiddag even contact hebben hierover?

Met vriendelijke groet,
10.2.e

.....
 LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels](#)/[Spaans](#)/[Duits](#)/[Frans](#)
[Programma Realisatie Visie LNV](#)
[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)
 Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4
 Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
 M +31 6 10.2.e
[@10.2.e](#)
 10.2.e [@minlnv.nl](#)

Van: 10.2.e
Verzonden: dinsdag 10 september 2019 17:22
Aan: 10.2.e [@jumbo.com](#)>
Onderwerp: Re: brief van Minister Carola Schouten

Dag 10.2.e

Om tijd te winnen is het misschien een idee om een telefonische vergadering te beleggen, wellicht zelfs in twee stappen: eerst om de vragen die achter de motie vandaan komen te bespreken en te verkennen wat jullie reactie zou kunnen zijn. En een tweede gesprek waarin we - met ws andere mensen - een of meer specifiekere thema's kunnen doornemen. Is dat wat?

Groet, 10.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPad

Op 10 sep. 2019 om 13:44 heeft 10.2.e [@minlnv.nl](#)> het volgende geschreven:

Dag 10.2.e
 stom van mij, deze mail had ik gezien en had dus ook kunnen weten dat en hoe ik je kon bereiken, excuses, ook dat ik niet gelijk gereageerd had.

Ik bel je na 16u.

Intussen alvast een reactie op je vragen:

- Buiten reikwijdte wob-verzoek
[redacted]
- Het is voor ons belangrijk om te weten wie aan tafel zit, zodat wij ook de juiste mensen aan tafel zetten. Kunt u ons laten weten wie er precies worden afgevaardigd vanuit het LNV voor dit gesprek? Vorige keer is Minister Schouten helaas niet aanwezig geweest. Zouden we er op mogen rekenen dat Minister Schouten dit keer aanschuift? **We willen graag eerst ambtelijk overleg hebben (ca 1uur) over hoe jullie denken over wat er in de motie gevraagd wordt. Dat hebben we recent al gehad met drie andere supermarkten. Voor een overleg met de minister is de datum van 2 oktober gereserveerd. Het idee is dat elk van de 4 supermarkten in een kwartier met de minister bespreekt welke afspraken zij zouden willen maken.**
- We hebben onlangs ook een uitnodiging gehad vanuit het taskforce verdienvermogen van het LNV. Hoe verhoudt die uitnodiging zich tot dit gesprek? **Voor zover ik dit goed begrepen heb, gaat dit verzoek over het meedenken over het (concept-)advies van deze taskforce. De motie roept op tot het maken van concrete afspraken met supermarkten.**
- Wat is de insteek van dit gesprek precies? Kunt u iets concreter worden wat betreft de onderwerpen/ thema's die in dit gesprek aan de orde komen? **Laten we dit dadelijk telefonisch doornemen – in de mail van 10.2.e [redacted] legt hij uit wat de insteek is; hopelijk kan ik dit per telefoon beter toelichten**
- Vindt er ook een gesprek plaats met het CBL, de branchevereniging van de supermarkten? **Omdat de motie uitdrukkelijk spreekt van 'supermarkten' (en niet van 'de supermarkten') richten wij ons in de gesprekken tot individuele supermarkten die naar onze inschatting ontvankelijk zijn voor de vraag die de Tweede Kamer hen – via de minister – stelt.**

Tot dadelijk.

10.2.e

.....
LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels](#)/[Spaans](#)/[Duits](#)/[Frans](#)
[Programma Realisatie Visie LNV](#)
[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
M +31 6 10.2.e
10.2.e
10.2.e @minInv.nl
.....

Van 10.2.e @jumbo.com>
Verzonden: maandag 9 september 2019 18:03
Aan: 10.2.e @minInv.nl>
cc: 10.2.e @minInv.nl; 10.2.e @minezk.nl>
Onderwerp: FW: brief van Minister Carola Schouten
Urgentie: Hoog

Geachte meneer van 10.2.e beste 10.2.e

Bedankt voor uw verzoek om in gesprek te gaan met Jumbo. Ik begrijp dat u contact heeft gezocht met verschillende directeuren en RvB leden binnen Jumbo.
N.a.v. uw mail heb ik nog een aantal vragen, zodat we dit verzoek goed kunnen beoordelen en de juiste mensen aan tafel kunnen schuiven.

- Buiten reikwijdte wob-verzoek
- Het is voor ons belangrijk om te weten wie aan tafel zit, zodat wij ook de juiste mensen aan tafel zetten. Kunt u ons laten weten wie er precies worden afgevaardigd vanuit het LNV voor dit gesprek? Vorige keer is Minister Schouten helaas niet aanwezig geweest. Zouden we er op mogen rekenen dat Minister Schouten dit keer aanschuift?
- We hebben onlangs ook een uitnodiging gehad vanuit het taskforce verdienvermogen van het LNV. Hoe verhoudt die uitnodiging zich tot dit gesprek?
- Wat is de insteek van dit gesprek precies? Kunt u iets concreter worden wat betreft de onderwerpen/ thema's die in dit gesprek aan de orde komen?
- Vindt er ook een gesprek plaats met het CBL, de branchevereniging van de supermarkten?

Alvast bedankt voor uw aanvullende informatie. Op basis daarvan zullen we kijken bij wie en wanneer we ruimte in de agenda kunnen vrijmaken.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

JUMBO Supermarkten B.V.

Rijksweg 15
5462 CE Veghel

Mob: 06-10.2.e

www.jumbo.com

Niet aanwezig op vrijdag

Van: 10.2.e @minlnv.nl>

Verzonden: woensdag 4 september 2019 14:39

Aan: 10.2.e @jumbo.com>

cc: 10.2.e @minlnv.nl>; 10.2.e

@minezk.nl>

Onderwerp: brief van Minister Carola Schouten

Beste 10.2.e ,

Begin dit jaar heeft onze Minister, Carola Schouten, een brief aan 10.2.e gestuurd met de vraag wat de zienswijze van Jumbo is m.b.t. kringlooplandbouw en hoe Jumbo kan bijdragen aan de ontwikkeling hiervan. Zoals bekend heeft het kabinet hierover vorig jaar een Visie opgesteld en naar de Tweede Kamer gestuurd. De brief was bedoeld om in het realisatieplan voor de LNV-Visie melding te maken van hetgeen andere partijen, zoals de supermarkten, zoal doen aan de verduurzaming van de voedselproductie. Voor zover wij kunnen nagaan is die brief niet beantwoord door jullie.

Bij de behandeling van dat realisatieplan in de Tweede Kamer, is Kamerbreed een motie aangenomen die de Minister oproept om met supermarkten afspraken te maken over de transitie naar kringlooplandbouw (zie bijlage).

Graag zouden wij met jullie in gesprek komen om na te gaan wat jullie al doen om dit terrein en hoe we tot eventuele verdere afspraken daarover kunnen komen. Dat zou bijvoorbeeld kunnen met 10.2.e . Dergelijke gesprekken voeren wij ook met AH, Lidl en Plus. Eind van de maand willen we komen tot de nodige publiciteit daarover. Uiteraard sluiten wij daarbij graag aan op de prioriteiten die jullie zelf stellen bij de verduurzaming van de voedselketen. Begin oktober is een gesprek van de Minister met supermarkten voorzien.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

realisatie Visie,

Ministerie van LNV.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

10.2.e

Van: 10.2.e @lidl.nl
Verzonden: donderdag 19 september 2019 11:18
Aan: 10.2.e
CC: 10.2.e
Onderwerp: Betr: afspraken nav motie Kamerlid De Groot

Beste 10.2.e

Dank voor onderstaande. We gaan er mee aan de slag en komen op korte termijn bij jullie terug. Mochten er nog vragen zijn, dan laten we het weten!

Met vriendelijke groeten,
Mit freundlichen Grüßen,

10.2.e

Corporate Social Responsibility
Lidl Nederland

Tel. +31 (0)10.2.e
 Mail 10.2.e @lidl.nl

Van: 10.2.e @minInv.nl>
 Aan: 10.2.e @lidl.nl) 10.2.e @lidl.nl>
 Cc: 10.2.e @minInv.nl>
 Datum: 17-09-2019 14:56
 Onderwerp: afspraken nav motie Kamerlid De Groot

Dag 10.2.e

We spraken elkaar net over jullie inbreng voor het gesprek met de minister (en uiteindelijk ook voor de reactie van de minister op de motie). Misschien helpt het als ik wat meegeef over de hamvraag: 'over wat voor afspraken kan of moet het gaan?'. In het eerdere gesprek is denk ik al duidelijk geworden dat 'afpraak' opgevat kan worden als een toezegging door jullie, en als een ruil ('minister en supermarkt hebben afgesproken dat minister X doet om het voor de supermarkt gemakkelijker te maken om Y te doen').

Maar waar gaan die afspraken over? Afgaande op de motie, zullen die gaan over wat een supermarkt kan doen om 'hun' leveranciers en klanten te prikkelen, helpen of anderszins zo aantrekkelijk mogelijk maken om verdere stappen te zetten op duurzaamheidsdoelen zoals die verwoord zijn in de meetlat van de visie van minister Schouten. Die meetlat heb ik bijgevoegd.

De afspraken zullen dan concreet gaan over de zakelijke relatie tussen supermarkt en leveranciers & klanten, dus over hoe een supermarkt die relatie wil en kan beïnvloeden. Die beïnvloeding of sturing kan minstens vijf vormen aannemen – er zijn als het ware minstens vijf soorten afspraken te bedenken. Die vijf beschrijf ik hieronder, waarbij alle voorbeelden zijn wat het zijn: *voorbeelden* waarvan jij er vast en zeker meer en betere kent!

1. *Bestaande criteria aanpassen, of uitbreiden* met (meer) criteria uit de meetlat. Supermarkten hanteren natuurlijk in hun samenwerking of anderszins zakelijke contacten al standaardcriteria (bijv. over productkwaliteit, veiligheid, levertijd, etc.) en criteria die meer of minder in lijn zijn met de doelen uit de meetlat. Een supermarkt kan meetlatcriteria toevoegen die het nog niet of op bescheiden schaal hanteert. Daarbij kun je denken aan criteria (of in jargon: kritische prestatie-indicatoren, kpi's) op het gebied van emissies, van kunstmestgebruik, krachtvoergebruik, verspilling, etc. Ook is denkbaar dat bestaande criteria net even anders geformuleerd worden, zodat bijvoorbeeld 'afwijkend' groente en fruit toch hun weg naar klanten vindt. De afspraak kan dan gaan over welke criteria een supermarkt wil toevoegen of wijzigen, hoe de supermarkt die gaat formuleren zodat ze praktisch hanteerbaar worden voor henzelf en hun leveranciers en afnemers, en uiteraard hoe ze daar gedrag mee gaan sturen. De overheid kan een rol spelen bij het (laten) concretiseren van die criteria, zodat ze hanteerbaar worden voor alle partijen en de goede werking hebben.
2. *Voorrang geven aan 'kringloop-achtige' keurmerken.* De keurmerken waar een supermarkt mee werkt gaan vaak over een specifiek thema (biologisch, fair trade, BeterLeven-vlees zijn veel voorkomende), maar ze kunnen zich ervoor uitspreken méér, of zelfs alleen, te gaan werken met bredere of zo breed mogelijke keurmerken die meerdere visiedoelen dekken. Een keurmerk als planet proof is zo'n breder keurmerk, maar een supermarkt kan natuurlijk zelf ook kiezen voor een ander breder keurmerk. Het is dan vervolgens wel zaak om de diversiteit via benchmarking in beweging te houden – hier zou de overheid een rol in kunnen hebben;
3. *Ondergrenzen (verder) optrekken* van wat een supermarkt verantwoord vindt, en/of stoppen met wat een supermarkt niet meer verantwoord vindt. Bijvoorbeeld afspreken alleen vlees met minimaal 1 ster te verkopen of de intentie uitspreken om over X jaar *voornamelijk* 2 sterren of meer te verkopen. Of: geen groente en fruit verkopen die echt buiten het seizoen komt – dus geen aardbeien in de winter. Vergelijk de eerder gedane inspanning: geen kooieieren meer in de winkel. Om nieuwe grenzen te 'borgen' en het speelveld (weer) gelijk te trekken zal de overheid vervolgens in actie moeten komen.
4. *Bestaande ketensamenwerking uitbreiden* en zo mogelijk nog transparanter maken. Veel supermarkten hebben al een lange traditie van preferred suppliers en we zien daar eerder intensivering dan het omgekeerde. Afspraken kunnen er bijvoorbeeld uit bestaan dat een supermarkt toezegt bestaande samenwerkingsverbanden elk jaar / elke x jaar een slag groter maken, en/of de openheid over de achtergrond van het product en de producent verder uit te breiden zodat er ook een sterkere verbinding ontstaat tussen leveranciers en de klanten van de supermarkt.
5. *Co-innoveren.* Samen met individuele agrarisch ondernemers nieuwe duurzame marktconcepten ontwikkelen, zoals is gedaan bij Rondeel en Kipster. Dit type afspraken kan gaan over inspanningen om hier als supermarkt nauwer bij betrokken te worden, meer in te gaan investeren, etc. In de pre-competitieve sfeer kan de overheid hierin via het kennis- en innovatiebeleid aan deelnemen.

Helpt dit?! Voor de goede orde: ik geef dit ook mee aan de contactpersonen bij de andere supermarkten.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

.....
LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels](#)/[Spaans](#)/[Duits](#)/[Frans](#)
[Programma Realisatie Visie LNV](#)
[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
M +31 6 10.2.e

10.2.e

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.[bijlage "meetlat_visie.jpg" is verwijderd door 10.2.e /HQNL001/NL/LIDL]

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: woensdag 2 oktober 2019 11:50
Aan: 10.2.e
CC: 10.2.e
Onderwerp: CBL Kringlooplandbouw
Bijlagen: 19.021 Brief aan Minister Schouten Kringlooplandbouw en supermarkten.pdf

Beste 10.2.e

Hierbij de inbreng van het CBL over Kringlooplandbouw. Graag deze brief onder de aandacht van Minister Schouten brengen.

Aangezien de voorbereiding op het antwoord van de Minister op de motie van De Groot nu via een schriftelijke procedure plaatsvindt, het verzoek aan de Minister om bijgevoegde reactie van de supermarkt- en foodservicebranche mee te nemen in het antwoord geven aan de in de motie gedane oproep.

Wij hopen dat wij onze brief in een bestuurlijk overleg met minister Schouten kunnen toelichten en de dialoog kunnen aangaan over de visie op Kringlooplandbouw en de rol van supermarkten hierin.

Gezien de verwachtingen over de rol van supermarkten in het realiseren van de visie op Kringlooplandbouw die regelmatig door de Minister worden geuit en veelvuldig in de publieke opinie aan de orde komen, is het denk ik zeer gewenst om het persoonlijke gesprek met de Minister aan te gaan. Helaas is dit ondanks herhaalde pogingen tot op heden niet gelukt. Wij blijven proberen een geschikt moment te vinden.

Mocht je vragen of opmerkingen hebben aan aanleiding van onze brief dan verneem ik dat graag.

Met vriendelijke groet,

Marc Jansen
Directeur

T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](#)

Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit
mevrouw drs. C.J. Schouten
Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Overgoo 13
2266 JZ Leidschendam
070 3376200
info@cbl.nl
www.cbl.nl

Leidschendam, 2 oktober 2019

postadres
Postbus 262
2260 AG Leidschendam

Ref.: 19.021/MJ

NL15 ABNA 0513 5446 74
BIC: ABNANL2A
KvK V 40412403

Betreft: Kringlooplandbouw: de rol van de Nederlandse supermarkt

Excellentie,

De Nederlandse overheid wil een omschakeling naar kringlooplandbouw realiseren voor een toekomstbestendige landbouw in Nederland. Het gaat om een omschakeling waarin 'niet druk op de kostprijs van producten leidend is, maar het streven naar voortdurende verlaging van het verbruik van grondstoffen en vermindering van de druk op de leefomgeving'.

In 2030 wil Nederland koploper kringlooplandbouw zijn. Om dit mogelijk te maken zijn een aantal voorwaarden gesteld door de overheid. Dit zijn: een goed verdienenvermogen voor (agrarische) ondernemers; kennis en innovatie van hoog niveau; voortbouwen op internationale voorsprong; landbouw en natuur versterken elkaar; er is waardering voor voedsel en agrarische ondernemers en tot slot stimuleert wet- en regelgeving de transitie.

Uitgangspunt transitie

De Nederlandse landbouw- en tuinbouwsector kent een groot aantal ondernemers. Deze individuele boeren en tuinders verkopen vaak homogene producten, die vooral op een internationale markt worden verhandeld. Dit betekent dat de prijs die boeren ontvangen wordt bepaald door algemene, vaak internationale, marktomstandigheden en door de verhouding tussen vraag en aanbod.

Voor een aantal productgroepen is in kaart gebracht welk aandeel terecht komt in de Nederlandse supermarkt.



Bij het CBL zijn aangesloten:

Albert Heijn | Aldi | Bidfood | Boni Markten | Boon Sliedrecht | Coop Supermarkten | Deen Supermarkten | Detailresult | EMTÉ Supermarkten | Hoogvliet | Jan Linders | Jumbo Supermarkten | De Kweker | Lekkerland | Lidl Nederland | Makro Nederland | Nettorama | NS Stations Retail Bedrijf | PLUS Retail | Poiesz Supermarkten | Sligro | Spar | Vakcentrum | Groothandel in Levensmiddelen Van Tol | Vomar Voordeelmarkt |

Uitdagingen van vandaag

Het gedrag van consumenten verandert. Door het gebrek aan tijd, het toenemende aantal één- en tweepersoonshuishoudens en de technologische ontwikkelingen is er meer behoefte aan gemak. Maar ook wordt de consumentenvraag steeds diverser en is er een alsmaar groeiende aandacht voor gezond en duurzaam. De vraag om duurzaamheid zorgt ook voor een toenemende maatschappelijke druk. Er is discussie over de houdbaarheid van het huidige voedselsysteem. Ook voedselverspilling, dierenwelzijn, uitputting van grondstoffen, arbeidsomstandigheden in ontwikkelingslanden en klimaat zijn momenteel belangrijke thema's.

Daarnaast is er in de voedselketen veel onzekerheid. Over de oogsten, de prijzen op de wereldmarkt, maar bijvoorbeeld ook over de regeldruk. 80% van de boeren geeft bijvoorbeeld aan dat overregulering het ondernemen steeds moeilijker en duurder maakt.

Consument en supermarkt

De consument is erg tevreden over zijn of haar supermarkt. De supermarkt krijgt gemiddeld een rapportcijfer van 7,9 van zijn klant. Dit hoge rapportcijfer komt doordat supermarkten weten in te spelen op de wensen én eisen van de consument. Zo wordt er gewerkt aan een gezonder productaanbod, meer gemak, minder verpakkingsmateriaal, meer beleving, een duurzamer aanbod en meer transparantie over de herkomst van voedsel. Daarnaast vervult de supermarkt een belangrijke sociale rol in de leefomgeving van Nederlanders.

Om er ook in de toekomst voor te kunnen zorgen dat supermarkten de consument kunnen blijven voorzien van goed, veilig, duurzaam, gezond en betaalbaar voedsel is het essentieel dat alle schakels in de keten een goede boterham kunnen verdienen. Juist ook de agrarisch ondernemer. Hoe gaan we dit realiseren?

1. Op weg naar Kringlooplandbouw door de consument centraal te stellen

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. Er moet daarom meer worden ingezet op innovatieve producten die meer waarde voor de consument brengen. Wil de consument bijvoorbeeld meer gemak tijdens een drukke werkweek dan kan worden gedacht aan het maken van samengestelde verspakketten voor een maaltijd. Wil de consument gezonder eten? Dan kan worden gedacht aan gezonde innovatieve producten als spaghetti gemaakt van groente. En wil de consument meer aandacht voor duurzaamheid? Dan kan er in de keten samen worden gewerkt aan duurzamere productiemethode.

Juist de supermarkt heeft vaak goed inzicht in de wensen van de consumenten. En de verwachting is dat dit door technologische ontwikkeling alleen maar gaat toenemen.

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.

2. Op weg naar Kringlooplandbouw door samenwerking in de keten

We zien de afgelopen jaren een toename van de zogenaamde strategische samenwerking in de voedselketen. Hierbij werken supermarkten en foodservicebedrijven intensiever samen met agrarische ondernemers en fabrikanten. Hierdoor zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming en circulariteit worden gesteld. Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld worden gebracht en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken. Voorbeelden van dit soort ketensamenwerking zijn Kipster met Lidl, A-ware met Albert Heijn en Vion met Plus.

De verwachting is dat deze vorm van samenwerking de komende jaren verder gaat toenemen. Belangrijk hierbij is om te realiseren dat deze ketenrelaties echter niet voor alle boeren in Nederland mogelijk zijn, aangezien een groot deel van de boeren en tuinders niet voor de Nederlandse markt produceert. Uiteraard wil het CBL wel samen met uw ministerie kijken naar de mogelijkheid om de kennis over deze typische Nederlandse samenwerkingsverbanden te 'exporteren' naar andere (Europese) landen.

Door een gezamenlijke workshop te organiseren over strategische ketensamenwerking tijdens de komende editie van de Grüne Woche in Berlijn van 16 tot 18 januari kunnen andere landen geïnformeerd worden over het succesvolle Nederlandse model.

3. Op weg naar Kringlooplandbouw door meer transparantie

Ketens waarin leveranciers goed samenwerken met afnemers bieden ook de mogelijkheid om meer transparantie tussen ketenpartijen te realiseren. Hierdoor kan de consument beter geïnformeerd worden over de herkomst en het gehele productieproces van voedsel. Dit is essentieel, omdat ook de consument uiteindelijk mee moet in de overtuiging dat de door de overheid gewenste Kringlooplandbouw de juiste weg is.

Supermarkten willen hier graag, waar mogelijk, hun steentje aan bijdragen. 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 en producten met andere, door Milieucentraal geaccepteerde, duurzaamheidskeurmerken. Ook door bijvoorbeeld het organiseren van boerderijdagen of het geven van meer informatie bij het schap, proberen supermarkten de consument meer kennis bij te brengen.

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.

4. Op weg naar Kringlooplandbouw door initiatieven in de supermarkt

Ook supermarkten hebben een rol in de voorgestelde transitie. Overigens is er de afgelopen jaren door supermarkten al veel 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.
- 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.
- 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.
- In steeds meer supermarkten is volop aandacht voor regionale producten in het schap.
- Het tegengaan van voedselverspilling vinden supermarkten erg belangrijk. Er is gezamenlijk afgesproken om in 2030 de verspilling van voedsel in de supermarkt met zeker 50% te hebben gereduceerd.
- Supermarkten stellen specifieke eisen aan de grondstoffen die gebruikt worden voor hun producten. Zo vragen supermarkten RSPO-gecertificeerde palmolie voor alle huiskamerproducten, is RTRS-certificering de standaard voor soja voor veevoer voor de huiskamerproducten vlees, eieren en zuivel en zijn huiskamer cacao-producten gecertificeerd duurzaam.
- Alle supermarkten vragen gegarandeerde weidegang voor melkkoeien voor de huiskamer-zuivelproducten.
- Alle supermarkten stellen bovenwettelijke eisen aan het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en de maximale hoeveelheid residu ervan op producten.

- Het CBL was betrokken als kwartiermaker bij de het Deltaplan Biodiversiteitsherstel en zal hierbij betrokken blijven.
- Het CBL werkt binnen de Alliantie Verduurzaming Voedsel en MeatNL samen om de dierlijke sectoren verregaand te verduurzamen. Hierin wordt nauw samengewerkt met uw ministerie.
- Het CBL heeft namens de supermarkten en foodservicebedrijven samen met uw ministerie en het ministerie van Buitenlandse Zaken het IMVO-Convenant Voedingsmiddelen getekend. Samen met producenten, vakbonden en maatschappelijke organisaties werken wij hiermee aan sociale verduurzaming in de internationale productieketens. Alle supermarktorganisaties voeren due diligence-onderzoek uit conform de OESO-Richtlijnen en brengen zo risico's in ketens in beeld en bepalen acties om deze risico's te verminderen en uit te sluiten. Bovendien hebben supermarkten afgesproken om projecten te starten om leefbaar loon te realiseren voor medewerkers op productiebedrijven in ontwikkelingslanden. Het eerste concrete project in de bananenketen is gestart.
- Alle supermarkten hebben via het CBL het Nationaal Preventieakkoord getekend. Dit Akkoord is er op gericht om de Nederlandse bevolking te stimuleren gezonder te leven. Eén van de acties waar supermarkten aan werken is verhoging van de consumptie van producten uit de Schijf van Vijf. Gunstig bijeffect hiervan is dat deze verandering van consumptie ook bijdraagt aan verduurzaming van de productie.
- Alle supermarkten werken aan 20% minder en voor 95% recyclebare verpakkingen voor voedselproducten via het ambitieuze Brancheverduurzamingsplan. Tevens wordt fors geïnvesteerd in energiebesparing en de inzet van duurzame energie en is het streven van de sector dat in 2030 bedrijfsvoering CO₂-neutraal is.
- 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.

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.

5. Op weg naar Kringlooplandbouw door een sturende overheid

Om in 2030 koploper op het gebied van Kringlooplandbouw te zijn, kan de Nederlandse overheid ook kijken naar het aanpassen van wet- en regelgeving. Essentieel hierbij is een consistent beleid vanuit alle departementen. De overheid moet als één optreden en moet een eenduidig doel voor ogen hebben. Een aantal punten die volgens het CBL ook van belang zijn:

- Er is vooralsnog weinig aandacht voor de positie die Nederland inneemt als exporterend land en de gevolgen die dat heeft als productieland. Het is essentieel dat hierover een duidelijk standpunt wordt ingenomen. Want willen we als Nederland koploper zijn op het gebied van Kringlooplandbouw, dan bestaat er een kans dat onze concurrentiepositie op de wereldmarkt verandert.
- 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.
- Creëer duidelijkheid voor samenwerking door de hele keten heen. Er wordt momenteel een wetswijziging voorgesteld om te expliciteren welke ruimte het Gemeenschappelijke Landbouwbeleid biedt voor samenwerking tussen agrarisch ondernemers. Het zou beter zijn om hier ook direct de samenwerking in de keten in mee te nemen, omdat de eerdergenoemde strategische samenwerking van essentieel belang is. De verwachting is dat deze vorm van samenwerking de komende jaren verder gaat toenemen. Het CBL zou graag zien dat het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit hier een extra impuls aan geeft, bijvoorbeeld door het organiseren van 'best practice' bijeenkomsten.

- Maar liefst 80% van de agrarische ondernemers heeft aangegeven dat er sprake is van overregulering waardoor de kostprijs nodeloos stijgt en het ondernemen moeilijker is geworden. En ondernemen is juist ook nodig om de stap te maken richting Kringlooplandbouw. 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.
- 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.
- Om er in de toekomst voor te zorgen dat Nederlanders meer waarde toekennen aan voedsel is de jongere generatie essentieel. Het ministerie zou zich daarom hard moeten maken voor structureel voedselonderwijs op Nederlandse scholen.

Tot slot

Het CBL en haar leden staan positief tegenover de omslag naar een Kringlooplandbouw. Om de transitie naar Kringlooplandbouw te laten slagen, is het essentieel dat de goede samenwerking tussen boer, fabrikant en retailer een grotere rol krijgt.

Graag lichten wij onze inzet voor het streven naar Kringlooplandbouw nader toe in een persoonlijk gesprek.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

10.2.e

Van: 10.2.e
Verzonden: dinsdag 8 oktober 2019 16:56
Aan: 10.2.e @ah.nl'; 10.2.e @lidl.nl'; 10.2.e @plusretail.nl';
 10.2.e @jumbo.com'; 10.2.e
CC: 10.2.e
Onderwerp: Kamerbrief supermarkten

Beste mensen,

Met jullie hebben we de afgelopen weken veelvuldig gesproken. Vooral in verband met een motie van de Tweede Kamer over de rol van supermarkten bij de realisatie van kringlooplandbouw. Dat heeft mooie resultaten tot-nu-toe opgeleverd. Desondanks hebben we besloten op dit moment geen brief aan de Kamer te sturen. Dit heeft met twee zaken te maken. Allereerst wordt het debat (en wordt ook de begrotingsbehandeling van LNV, morgen en donderdag) sterk bepaald door de stikstofproblematiek. Dat doet een goede landing van een brief over supermarkten geen goed. Daarnaast heeft CBL recent een brief aan de Minister gestuurd, waarover op 22 oktober een gesprek wordt gevoerd met onder andere de Directeur Generaal.

Hetgeen we hebben gewisseld krijgt dus zeker een vervolg, evenals een gesprek met de Minister. Wij melden ons dan weer. En excuses dat we jullie, achteraf onnodig, van deadlines hebben voorzien.

Met vriendelijke groet,

10.2.e



Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit

10.2.e

TER INFORMATIE

Aan de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Directoraat-generaal Agro
Programma realisatie visie LNV

Auteur

10.2.e

T 06 10.2.e
10.2.e

Datum

5 november 2019

Kenmerk

DGA-PRV / 19261838

Bhm: 19272392

Bijlage(n)

1

nota

Gesprek met supermarkten n.a.v. motie De Groot

Parafenroute

10.2.e

10.2.e

10.2.e

Aanleiding

Ambtelijk is reeds met supermarkten voorbereidend gesproken over hoe zij kunnen bijdragen aan kringlooplandbouw. In een gesprek met u en CEO's van vier supermarkten (Albert Heijn, Plus, Lidl en Jumbo) en de voorzitter van het CBL kunnen afspraken bezegeld worden. Daarmee geeft u tevens invulling aan een motie van kamerlid De Groot (zie bijlage).

Van LNV-zijde nemen 10.2.e en 10.2.e deel aan het gesprek.

Advies

U wordt geadviseerd ~~nog voor het Kerstreces~~ een agendareservering te maken voor een besluitvormend gesprek van maximaal 1 uur met CEO's van supermarkten en de voorzitter van het CBL. U ontvangt een week voor aanvang de inhoudelijke voorbereiding.

Kernpunten

- Op ambtelijk niveau zijn met vier supermarkten gesprekken gevoerd. Hierin kwam naar voren dat zij individueel en gezamenlijk afspraken met u willen maken over hun bijdrage aan kringlooplandbouw - bovenop wat zij al doen - en over de overheidsinbreng die daarvoor nodig kan zijn.
- De afspraken gaan over een of meer van deze vijf punten: (1) positie van de boer in de keten, (2) ketentransparantie, (3) verduurzaming veehouderij, (4) streekproducten, en (5) voedselverspilling.
- De supermarkten hechten aan een gesprek om de afspraken te bezegelen.
- In een gesprek van DG A met het CBL is overeengekomen dat de brancheorganisatie niet het voortouw neemt in dezen, maar het initiatief bij de supermarkten laat en hen ondersteunt bij het formuleren en uitvoeren van de afspraken.

Ontvangen BPZ

Toelichting

- Met een vijfde supermarkt (Aldi) hopen wij tijdig gesprek op ambtelijk niveau te kunnen hebben, zodat deze ook voorbereid bij het gesprek aan kan sluiten.
- Om maximale scherppte en resultaat uit het gesprek met supermarkten te halen, stellen wij voor het gesprek in vier delen te laten plaatsvinden:
 - elk van de vier eerst vijf minuten de tijd te geven om een pitch te geven over de afspraak die zij met u willen maken, gevolgd door
 - een aanbod van het CBL over hoe zij ondersteuning kunnen geven aan de uitvoering van de afspraken – vooral voor die delen van de afspraken die voor alle supermarkten gelden.
 - vervolgens kunt u reageren op hetgeen supermarkten en CBL naar voren hebben gebracht en aangeven welke toezeggingen u wilt doen om de afspraken effectief te laten zijn.
 - het laatste kwartier van de bijeenkomst wordt besteed aan afspraken over het verdere proces (het definitief maken van de afspraken) en de externe communicatie.

Vergaderjaar 2018–2019

35 000 XIV

Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (XIV) en het Diergezondheidsfonds (F) voor het jaar 2019

Nr. 78

MOTIE VAN HET LID DE GROOT

Voorgesteld tijdens het Notaoverleg van 24 juni 2019

De Kamer,

gehoord de beraadslaging,

overwegende dat supermarkten een belangrijke rol hebben in de transitie naar kringlooplandbouw voor zover het de Nederlandse markt betreft;

overwegende dat vernieuwende initiatieven alleen kunnen slagen indien supermarkten zich langdurig verbinden aan marktinitiatieven voor kringlooplandbouw;

overwegende dat supermarkten tevens verduurzaming van de voedselproductie ondergraven door import van niet-EU-waardige producten of producten waarin niet-EU-waardige grondstoffen zijn verwerkt;

overwegende dat supermarkten duurzaamheidseisen kunnen stellen in hun inkoopvoorwaarden en samenwerking op dit vlak in toenemende mate mag;

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

en gaat over tot de orde van de dag.

De Groot

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: dinsdag 21 januari 2020 17:58
Aan: 10.2.e
CC: 10.2.e
Onderwerp: RE: opzet afspraken-documenten
Bijlagen: Voorbereidende notitie CBL t.b.v. van het gesprek Kringlooplandbouw 5 februari - inclusief bijlage (concept versie 21012019).pdf

Beste 10.2.e

Bijgevoegd stuur ik je graag de conceptnotitie met daarin de voorgestelde aanvullende plannen t.b.v. kringlooplandbouw vanuit het CBL als input voor het gesprek 5 februari.
 Gelieve deze nog vertrouwelijk behandelen.

Terugkomend op je onderstaande mail; in algemenere zin komt het onderwerp van voedselverspilling duidelijk naar voren in de notitie.

Laten we dit document, samen met het verdere proces en de insteek van het gesprek, morgen verder bespreken.

Fijne avond!

Met vriendelijke groet,

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](#)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e 10.2.e @minInv.nl>
Verzonden: dinsdag 21 januari 2020 14:49
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: opzet afspraken-documenten

Dag 10.2.e

Over de branche-brede afspraken waar je aan werkt: maakt een meer op duurzaamheid gerichte omgang met cosmetische eisen daar onderdeel van uit? (zie ook de [motie](#) die hier specifiek over gaat)

Tot morgen,

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: vrijdag 17 januari 2020 09:18
Aan: 10.2.e @minInv.nl>
CC: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: opzet afspraken-documenten

Beste 10.2.e

Zoals besproken kan er helaas 5 februari niemand van Plus aanwezig zijn bij het gesprek.

Om het traject voort te kunnen blijven zetten willen wij voorstellen dat 10.2.e, de CEO van Superunie, eenmalig aansluit bij dit gesprek i.p.v. een afgevaardigde vanuit Plus.

Graag je reactie, dank alvast.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](https://twitter.com/cblnieuws)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e [<@minInv.nl>](mailto:@minInv.nl)

Verzonden: woensdag 15 januari 2020 16:54

Aan: 10.2.e [<@cbl.nl>](mailto:@cbl.nl); 10.2.e [<@cbl.nl>](mailto:@cbl.nl)

cc: 10.2.e [<@gmail.com>](mailto:@gmail.com)

Onderwerp: opzet afspraken-documenten

Dag 10.2.e en 10.2.e

Bijgaand stuur ik jullie een document met daarin het 'format' voor de afspraken die op 5-2 ter tafel kunnen liggen. Dit format heb ik al helemaal in kun vullen voor de Plus omdat hetgeen zij eerder hebben aangeleverd volledig paste in dit format. Voor de andere drie supermarkten is het alleen mogelijk om de eerste van de twee categorieën (zie het doc) in te vullen op basis van hun eerdere inbreng. De PLUS-versie ligt al bij de PLUS, en ik verstuur de andere drie morgen aan AH, resp Lidl en Jumbo, hopelijk met daarbij het PLUS-document als voorbeeld en inspiratie (de mensen van PLUS moeten hier nog mee akkoord gaan – if so, dan stuur ik die uiteraard ook aan jullie).

Ik zou het mooi vinden als jullie de branche-brede afspraken waar we maandag over spraken ook in dit format kunnen gieten. Dit vergt wel dat jullie wat moeten editen omdat dit format gericht is op 1 supermarkt. Maar dat lijkt me niet zo moeilijk.

Het is goed om te weten dat ik erop aanstuur, zoals we ook besproken hebben, dat op 5 februari afspraken op hoofdlijnen worden gemaakt, we die vervolgens gezamenlijk gaan uitwerken en ook afspreken binnen welke termijn die bezegeld gaan worden (zie het kader aan het eind waarin iets staat over de locatie!)

Hopelijk kunnen jullie hiermee uit de voeten. @10.2.e Ik neem morgen of vrijdag contact met je op hierover.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

.....
LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels](#)/[Spaans](#)/[Duits](#)/[Frans](#)

[Programma Realisatie Visie LNV](#)

[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
M +31 6 10.2.e

10.2.e

10.2.e [<@minInv.nl>](mailto:@minInv.nl)

.....

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Voorstel afspraken CBL ter bevordering van de kringlooplandbouw

Deze notitie zet uiteen welke afspraken het CBL voorstelt om te maken met het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) ter bevordering van de kringlooplandbouw. Zoals omschreven in de brief *Kringlooplandbouw: de rol van de Nederlandse supermarkt*, is de supermarktbranche via diverse activiteiten en coalities betrokken bij de totstandkoming van kringlooplandbouw (onder andere via de Alliantie Verduurzaming Voedsel, het Deltaplan Biodiversiteitsherstel en de bovenwettelijke eisen gesteld op dierenwelzijn en duurzaamheid). De brief is bijgevoegd bij deze notitie.

In navolging op de reeds ingezette activiteiten zoals beschreven in de bijgevoegde brief stelt het CBL vier aanvullende afspraken voor die bijdragen aan de realisatie van kringlooplandbouw:

1. Besluitvorming en prioritering via transparante methodologie

Verschillende methodologieën zijn tot op heden ontwikkeld ter onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen (bijvoorbeeld via The Sustainability Consortium en de samenwerking tussen Tesco en WWF om via de *Sustainable Basket Metric* methode duurzaamheidsimpact van voedsel te kwantificeren). Keuzes maken vanuit een methodologie geeft hierbij de mogelijkheid om te sturen op impact, waarbij helder wordt welke beslissingen kunnen leiden tot resultaat. Tevens ontstaan steeds meer internationale benchmarking methodieken om vooruitgang te berekenen en te vergelijken.

De supermarktbranche gaat graag op zoek naar een methode om helder te krijgen welke keuzes de gewenste impact binnen de kringlooplandbouw realiseren. Samenwerking, met bijvoorbeeld ngo's als het WWF, is hierbij essentieel. Het is van belang dat in gezamenlijkheid met verschillende stakeholdergroepen: ngo's, de overheid en het bedrijfsleven, wordt bepaald bij welke deelgebieden de prioriteiten liggen. Door de complexiteit en diversiteit van de thema's binnen kringlooplandbouw (onder andere klimaat, biodiversiteit, landbouwpraktijken) is het gezamenlijk kiezen van elementen waar extra op ingezet gaat worden van belang.

2. Transparantie via data ten behoeve van duurzaamheid en waardering van voedsel

Diverse schakels in de keten verzamelen grote hoeveelheden data. Data kan helpen bij het maken van weloverwogen keuzes ter bevordering van duurzaamheid en gezondheid ten dienste van de consument. Tevens kan transparantie leiden tot vertrouwen van de consument en binnen ketenpartijen onderling. Dit kan bijdragen aan een verhoogde waardering van voedsel door de consument en een verbetering van verdienmodellen. Om deze transparantie te creëren is de koppeling van data binnen verschillende ketenschakels cruciaal, wat op dit moment nog niet optimaal plaatsvindt.

In het verlengende van het PPS project *Transparant, gezond & duurzaam* gaat het CBL graag keten-breed aan de slag om transparantie via data verder te bewerkstelligen. De supermarkten verzoeken hierbij de Minister om de verschillende ketenpartijen bij elkaar te brengen om de koppeling en benutting van data te bevorderen, om zo te komen tot keuzes die bijdragen aan de kringlooplandbouw. Wij zien hierbij een belangrijke rol weggelegd voor de samenwerking tussen overheidsorganisaties die data kunnen delen en de transparantie-initiatieven zoals opgezet door het bedrijfsleven.

3. Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven

De ervaring heeft uitgewezen (onder andere de Kip van Morgen) dat samenwerking ten behoeve van duurzaamheid kan worden geremd door mededingingswetgeving. De nieuwe wet die op dit moment ter behandeling in de Tweede Kamer ligt, *Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven*, biedt de mogelijkheid om onder bepaalde voorwaarden deze mededingingsregels bij het ontplooiën van duurzaamheidsinitiatieven te verruimen.

Het CBL stelt voor om in samenwerking met het ministerie van LNV een voorstel in te dienen onder de bovengenoemde wet ter bevordering van kringlooplandbouw. Het CBL zal binnen twee maanden met een gewenste casus komen. Een mogelijk onderwerp is de verhoging van de vleesstandaarden (bijvoorbeeld het verplicht stellen van 1 Ster Beter Leven voor varkensvlees). Het verhogen van deze standaarden moet worden

opgepakt samen met de fabrikanten, verwerkende industrie, foodservice en horeca, om zo de standaard ketenbreed te verhogen.

4. Voedselverspilling

Met de breed gedragen doelstelling om te komen tot een halvering van de huidige voedselverspilling in 2030 zijn succesvolle initiatieven opgezet, waarbij tevens (juridische) belemmeringen zijn gedefinieerd om deze ambitie te versnellen. Voorbeelden van belemmeringen zijn de discrepantie tussen de Nederlandse en Europese definitie van voedselverspilling, de toegestane bestemming van reststromen en de restricties binnen het gebruik van sensoren voor houdbaarheidsbepaling.

Het CBL verzoekt het ministerie van LNV tot het voeren een vervolgesprek samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling om verder in te gaan op de zichtbare (juridische) belemmeringen binnen Nederland en Europa, om daarbij mede te komen tot benodigde aanpassingen.

Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit
mevrouw drs. C.J. Schouten
Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Overgoo 13
2266 JZ Leidschendam
070 3376200
info@cbl.nl
www.cbl.nl

Leidschendam, 2 oktober 2019

postadres
Postbus 262
2260 AG Leidschendam

Ref.: 19.021/MJ

NL15 ABNA 0513 5446 74
BIC: ABNANL2A
KvK V 40412403

Betreft: Kringlooplandbouw: de rol van de Nederlandse supermarkt

Excellentie,

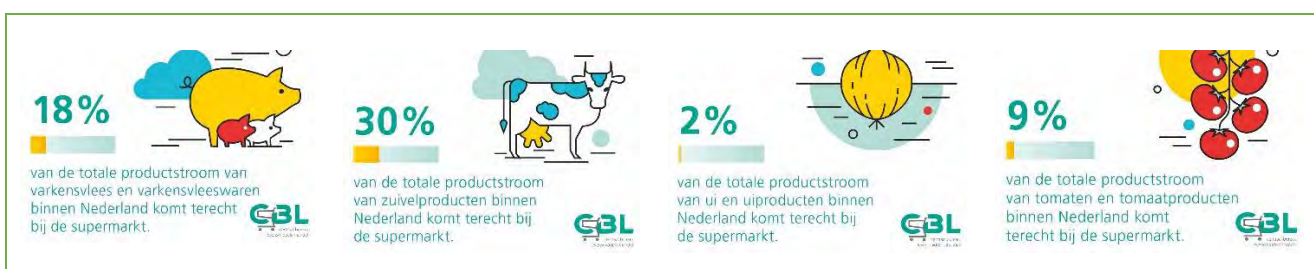
De Nederlandse overheid wil een omschakeling naar kringlooplandbouw realiseren voor een toekomstbestendige landbouw in Nederland. Het gaat om een omschakeling waarin 'niet druk op de kostprijs van producten leidend is, maar het streven naar voortdurende verlaging van het verbruik van grondstoffen en vermindering van de druk op de leefomgeving'.

In 2030 wil Nederland koploper kringlooplandbouw zijn. Om dit mogelijk te maken zijn een aantal voorwaarden gesteld door de overheid. Dit zijn: een goed verdienenvermogen voor (agrarische) ondernemers; kennis en innovatie van hoog niveau; voortbouwen op internationale voorsprong; landbouw en natuur versterken elkaar; er is waardering voor voedsel en agrarische ondernemers en tot slot stimuleert wet- en regelgeving de transitie.

Uitgangspunt transitie

De Nederlandse landbouw- en tuinbouwsector kent een groot aantal ondernemers. Deze individuele boeren en tuinders verkopen vaak homogene producten, die vooral op een internationale markt worden verhandeld. Dit betekent dat de prijs die boeren ontvangen wordt bepaald door algemene, vaak internationale, marktomstandigheden en door de verhouding tussen vraag en aanbod.

Voor een aantal productgroepen is in kaart gebracht welk aandeel terecht komt in de Nederlandse supermarkt.



Bij het CBL zijn aangesloten:

Albert Heijn | Aldi | Bidfood | Boni Markten | Boon Sliedrecht | Coop Supermarkten | Deen Supermarkten | Detailresult | EMTÉ Supermarkten | Hoogvliet | Jan Linders | Jumbo Supermarkten | De Kweker | Lekkerland | Lidl Nederland | Makro Nederland | Nettorama | NS Stations Retail Bedrijf | PLUS Retail | Poiesz Supermarkten | Sligro | Spar | Vakcentrum | Groothandel in Levensmiddelen Van Tol | Vomar Voordeelmarkt |

Uitdagingen van vandaag

Het gedrag van consumenten verandert. Door het gebrek aan tijd, het toenemende aantal één- en tweepersoonshuishoudens en de technologische ontwikkelingen is er meer behoefte aan gemak. Maar ook wordt de consumentenvraag steeds diverser en is er een alsmaar groeiende aandacht voor gezond en duurzaam. De vraag om duurzaamheid zorgt ook voor een toenemende maatschappelijke druk. Er is discussie over de houdbaarheid van het huidige voedselsysteem. Ook voedselverspilling, dierenwelzijn, uitputting van grondstoffen, arbeidsomstandigheden in ontwikkelingslanden en klimaat zijn momenteel belangrijke thema's.

Daarnaast is er in de voedselketen veel onzekerheid. Over de oogsten, de prijzen op de wereldmarkt, maar bijvoorbeeld ook over de regeldruk. 80% van de boeren geeft bijvoorbeeld aan dat overregulering het ondernemen steeds moeilijker en duurder maakt.

Consument en supermarkt

De consument is erg tevreden over zijn of haar supermarkt. De supermarkt krijgt gemiddeld een rapportcijfer van 7,9 van zijn klant. Dit hoge rapportcijfer komt doordat supermarkten weten in te spelen op de wensen én eisen van de consument. Zo wordt er gewerkt aan een gezonder productaanbod, meer gemak, minder verpakkingsmateriaal, meer beleving, een duurzamer aanbod en meer transparantie over de herkomst van voedsel. Daarnaast vervult de supermarkt een belangrijke sociale rol in de leefomgeving van Nederlanders.

Om er ook in de toekomst voor te kunnen zorgen dat supermarkten de consument kunnen blijven voorzien van goed, veilig, duurzaam, gezond en betaalbaar voedsel is het essentieel dat alle schakels in de keten een goede boterham kunnen verdienen. Juist ook de agrarisch ondernemer. Hoe gaan we dit realiseren?

1. Op weg naar Kringlooplandbouw door de consument centraal te stellen

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. Er moet daarom meer worden ingezet op innovatieve producten die meer waarde voor de consument brengen. Wil de consument bijvoorbeeld meer gemak tijdens een drukke werkweek dan kan worden gedacht aan het maken van samengestelde verspakketten voor een maaltijd. Wil de consument gezonder eten? Dan kan worden gedacht aan gezonde innovatieve producten als spaghetti gemaakt van groente. En wil de consument meer aandacht voor duurzaamheid? Dan kan er in de keten samen worden gewerkt aan duurzamere productiemethode.

Juist de supermarkt heeft vaak goed inzicht in de wensen van de consumenten. En de verwachting is dat dit door technologische ontwikkeling alleen maar gaat toenemen.

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.

2. Op weg naar Kringlooplandbouw door samenwerking in de keten

We zien de afgelopen jaren een toename van de zogenaamde strategische samenwerking in de voedselketen. Hierbij werken supermarkten en foodservicebedrijven intensiever samen met agrarische ondernemers en fabrikanten. Hierdoor zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming en circulariteit worden gesteld. Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld worden gebracht en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken. Voorbeelden van dit soort ketensamenwerking zijn Kipster met Lidl, A-ware met Albert Heijn en Vion met Plus.

De verwachting is dat deze vorm van samenwerking de komende jaren verder gaat toenemen. Belangrijk hierbij is om te realiseren dat deze ketenrelaties echter niet voor alle boeren in Nederland mogelijk zijn, aangezien een groot deel van de boeren en tuinders niet voor de Nederlandse markt produceert. Uiteraard wil het CBL wel samen met uw ministerie kijken naar de mogelijkheid om de kennis over deze typische Nederlandse samenwerkingsverbanden te 'exporteren' naar andere (Europese) landen.

Door een gezamenlijke workshop te organiseren over strategische ketensamenwerking tijdens de komende editie van de Grüne Woche in Berlijn van 16 tot 18 januari kunnen andere landen geïnformeerd worden over het succesvolle Nederlandse model.

3. Op weg naar Kringlooplandbouw door meer transparantie

Ketens waarin leveranciers goed samenwerken met afnemers bieden ook de mogelijkheid om meer transparantie tussen ketenpartijen te realiseren. Hierdoor kan de consument beter geïnformeerd worden over de herkomst en het gehele productieproces van voedsel. Dit is essentieel, omdat ook de consument uiteindelijk mee moet in de overtuiging dat de door de overheid gewenste Kringlooplandbouw de juiste weg is.

Supermarkten willen hier graag, waar mogelijk, hun steentje aan bijdragen. 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 en producten met andere, door Milieucentraal geaccepteerde, duurzaamheidskeurmerken. Ook door bijvoorbeeld het organiseren van boerderijdagen of het geven van meer informatie bij het schap, proberen supermarkten de consument meer kennis bij te brengen.

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.

4. Op weg naar Kringlooplandbouw door initiatieven in de supermarkt

Ook supermarkten hebben een rol in de voorgestelde transitie. Overigens is er de afgelopen jaren door supermarkten al veel 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.
- 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.
- 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.
- In steeds meer supermarkten is volop aandacht voor regionale producten in het schap.
- Het tegengaan van voedselverspilling vinden supermarkten erg belangrijk. Er is gezamenlijk afgesproken om in 2030 de verspilling van voedsel in de supermarkt met zeker 50% te hebben gereduceerd.
- Supermarkten stellen specifieke eisen aan de grondstoffen die gebruikt worden voor hun producten. Zo vragen supermarkten RSPO-gecertificeerde palmolie voor alle huiskmerkproducten, is RTRS-certificering de standaard voor soja voor veevoer voor de huiskmerkproducten vlees, eieren en zuivel en zijn huiskmerk cacao-producten gecertificeerd duurzaam.
- Alle supermarkten vragen gegarandeerde weidegang voor melkkoeien voor de huiskmerk-zuivelproducten.
- Alle supermarkten stellen bovenwettelijke eisen aan het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en de maximale hoeveelheid residu ervan op producten.

- Het CBL was betrokken als kwartiermaker bij de het Deltaplan Biodiversiteitsherstel en zal hierbij betrokken blijven.
- Het CBL werkt binnen de Alliantie Verduurzaming Voedsel en MeatNL samen om de dierlijke sectoren verregaand te verduurzamen. Hierin wordt nauw samengewerkt met uw ministerie.
- Het CBL heeft namens de supermarkten en foodservicebedrijven samen met uw ministerie en het ministerie van Buitenlandse Zaken het IMVO-Convenant Voedingsmiddelen getekend. Samen met producenten, vakbonden en maatschappelijke organisaties werken wij hiermee aan sociale verduurzaming in de internationale productieketens. Alle supermarktorganisaties voeren due diligence-onderzoek uit conform de OESO-Richtlijnen en brengen zo risico's in ketens in beeld en bepalen acties om deze risico's te verminderen en uit te sluiten. Bovendien hebben supermarkten afgesproken om projecten te starten om leefbaar loon te realiseren voor medewerkers op productiebedrijven in ontwikkelingslanden. Het eerste concrete project in de bananenketen is gestart.
- Alle supermarkten hebben via het CBL het Nationaal Preventieakkoord getekend. Dit Akkoord is er op gericht om de Nederlandse bevolking te stimuleren gezonder te leven. Eén van de acties waar supermarkten aan werken is verhoging van de consumptie van producten uit de Schijf van Vijf. Gunstig bijeffect hiervan is dat deze verandering van consumptie ook bijdraagt aan verduurzaming van de productie.
- Alle supermarkten werken aan 20% minder en voor 95% recyclebare verpakkingen voor voedselproducten via het ambitieuze Brancheverduurzamingsplan. Tevens wordt fors geïnvesteerd in energiebesparing en de inzet van duurzame energie en is het streven van de sector dat in 2030 bedrijfsvoering CO₂-neutraal is.
- 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.

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.

5. Op weg naar Kringlooplandbouw door een sturende overheid

Om in 2030 koploper op het gebied van Kringlooplandbouw te zijn, kan de Nederlandse overheid ook kijken naar het aanpassen van wet- en regelgeving. Essentieel hierbij is een consistent beleid vanuit alle departementen. De overheid moet als één optreden en moet een eenduidig doel voor ogen hebben. Een aantal punten die volgens het CBL ook van belang zijn:

- Er is vooralsnog weinig aandacht voor de positie die Nederland inneemt als exporterend land en de gevolgen die dat heeft als productieland. Het is essentieel dat hierover een duidelijk standpunt wordt ingenomen. Want willen we als Nederland koploper zijn op het gebied van Kringlooplandbouw, dan bestaat er een kans dat onze concurrentiepositie op de wereldmarkt verandert.
- 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.
- Creëer duidelijkheid voor samenwerking door de hele keten heen. Er wordt momenteel een wetswijziging voorgesteld om te expliciteren welke ruimte het Gemeenschappelijke Landbouwbeleid biedt voor samenwerking tussen agrarisch ondernemers. Het zou beter zijn om hier ook direct de samenwerking in de keten in mee te nemen, omdat de eerdergenoemde strategische samenwerking van essentieel belang is. De verwachting is dat deze vorm van samenwerking de komende jaren verder gaat toenemen. Het CBL zou graag zien dat het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit hier een extra impuls aan geeft, bijvoorbeeld door het organiseren van 'best practice' bijeenkomsten.

- Maar liefst 80% van de agrarische ondernemers heeft aangegeven dat er sprake is van overregulering waardoor de kostprijs nodeloos stijgt en het ondernemen moeilijker is geworden. En ondernemen is juist ook nodig om de stap te maken richting Kringlooplandbouw. 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.
- 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.
- Om er in de toekomst voor te zorgen dat Nederlanders meer waarde toekennen aan voedsel is de jongere generatie essentieel. Het ministerie zou zich daarom hard moeten maken voor structureel voedselonderwijs op Nederlandse scholen.

Tot slot

Het CBL en haar leden staan positief tegenover de omslag naar een Kringlooplandbouw. Om de transitie naar Kringlooplandbouw te laten slagen, is het essentieel dat de goede samenwerking tussen boer, fabrikant en retailer een grotere rol krijgt.

Graag lichten wij onze inzet voor het streven naar Kringlooplandbouw nader toe in een persoonlijk gesprek.

Met vriendelijke groet,



10.2.e

10.2.e

Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit

9

10.2.e

TER ADVISERING

10.2.e

Aan de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

10.2.e

nota

Overleg met supermarkten over afspraken

10.2.e

Directoraat-generaal Agro
Programma realisatie visie LNV

Auteur

10.2.e

T 06 18121212

10.2.e @min.v.nl

Datum

23 januari 2020

Kenmerk

DGA-PRV / 20023238

Bhm: 20023574

Bijlage(n)

10.2.e

Parafenroute

10.2.e

10.2.e

10.2.e

10.2.e

10.2.e

Aanleiding

U heeft op 5 februari, van 11u-12.15u overleg met CEO's van vier supermarkten (Marit van Egmond van Albert Heijn, Dick Roozen van Superunie (ook namens PLUS), Marcel Oosterwijk van Lidl, Olaf de Boer van Jumbo en de voorzitter van het CBL (Bert Roetert of directeur Marc Jansen).

Doel van het overleg is afspraken te maken over hoe supermarkten kunnen bijdragen aan het gezamenlijk realiseren van de visie Waardevol en verbonden. Met dit overleg kunt u tevens invulling geven aan een aantal Kamermoties en een initiatiefnota van Dik-Faber.

Van LNV-zijde nemen 10.2.e
deel aan het gesprek.

Advies

U wordt geadviseerd dit overleg te benutten om én de relatie met de supermarkten aan te halen én hen uit te dagen om extra commitment te tonen op opgaven die volgen uit uw visie Waardevol en verbonden. Deze dubbelslag van verbinden en uitdagen tot verdere stappen is nodig om hetgeen in de afgelopen maanden via de ambtelijke weg is bereikt verder te brengen (bijlage 1).

Kernpunten

- Uw *waardering* uitspreken over wat supermarkten al doen is nodig om commitment te krijgen voor vervolgspraken (en gerechtvaardigd op grond van wat zij al doen en hebben aangegeven te blijven en gaan doen);
- De voorgestelde *agenda* geeft zowel ruimte aan de supermarkten (en CBL) om te laten zien hoe zij hun verantwoordelijkheid nemen, als aan een indringend gesprek over de mate waarin zij bijdragen aan uw visiedoelen en aan de verwachtingen van de Tweede Kamer;

Ontvangen BPZ



- Aan *onderwerpen waar afspraken over (extra) inspanningen goed mogelijk zijn* hoeft in het overleg weinig discussietijd besteed worden. Dit betreft vooral transparantie, langjarige samenwerking met boeren en tuinders, en het gezamenlijk werken aan kpi's (met name de methodologie);
- Uw reactie betreft vooral *de onderwerpen waar supermarkten (en CBL) geen afspraken over lijken te willen maken*. Deze onderwerpen zijn het bieden van solide economisch perspectief aan producenten in vers-segmenten (AGF, vlees, zuivel) voor bovenwettelijke prestaties (verdienvermogen), het vergroten van het aandeel regionale producten (waardering voor voedsel), en het terugschroeven van cosmetische eisen (voedselverspilling). De toelichting bevat concrete adviestekst die u kunt gebruiken in het overleg.
- U kunt aan het eind van het overleg uw mening geven over de gemaakte afspraken en de houding die de supermarkten in het overleg aannemen.
- Dit overleg heeft relatie met meerdere moties en andere Kamerstukken.
- **Buiten reikwijdte wob-verzoek**

Toelichting

Waardering voor inbreng supermarkten

- Zoals blijkt uit de vele voorbeelden die in de fiche worden gegeven, is verduurzaming een voornaam onderdeel van de ondernemingsstrategie van de vier supermarkten (bijlage 1). De vier supermarkten vinden dat dit onvoldoende gezien wordt door 'Den Haag'.
- Om te komen tot betere prestaties op duurzaamheidsthema's als dierenwelzijn, milieubelasting, voedselverspilling en economische zekerheid, hebben alle vier de samenwerking met producenten flink geïntensiveerd en/of leunen zij sterker op keurmerken – dit gebeurt vooral bij de versketens AGF, vlees en zuivel. Het 'intensiveren' neemt verschillende vormen aan: meerjarenovereenkomsten, mee-investeren in vernieuwing, en het organiseren van meer transparantie.
- Per supermarkt één markante duurzaamheidsprestatie:
 - PLUS is vanaf september 2019 over gegaan naar een korte en volledig transparante keten voor varkensvlees en -vleeswaren.
 - AH gaat richting 2025 alle versketens voor klanten transparant maken en de dialoog tussen klanten en boeren, telers en vissers verder versterken
 - Lidl: eind 2020 voldoet alle groente en fruit van Nederlandse bodem aan een hogere duurzaamheidsstandaard.
 - Jumbo: in 2022 wordt alleen nog maar duurzamere zuivel verkocht.
- Alleen PLUS heeft in de inbreng ook aangegeven welke stappen zij extra zouden willen zetten, en waarvoor zij hulp van de overheid kunnen gebruiken.

Agendavoorstel

Om maximale scherpste en resultaat uit het gesprek met supermarkten te halen, stellen wij voor het gesprek strak te structureren:

- 11.00-11.10 Korte kennismaking, uw toelichting op doel en opzet, waarbij u ook aangeeft wat voor u het gewenste resultaat van het overleg is.
- 11.10-11.15 Toelichting door Marit van Egmond (AH) over wat deze supermarkt al doet en voornemens is om de doelen van de LNV-visie te helpen realiseren, en op welk resultaat van dit overleg hij hoopt
- 11.15-11.20 Idem door Olaf de Boer (Jumbo)
- 11.20-11.25 Idem door Dick Roozen (SuperUnie, ook sprekend namens PLUS)
- 11.25-11.30 Idem door Marcel Oosterwijk (Lidl)
- 11.30-11.35 Idem door Bert Roetert (CBL) over wat CBL heeft voorgesteld om de doelen van de LNV-visie te helpen realiseren, en op welk resultaat van dit overleg hij hoopt
- 11.40-11.45 Uw eerste reactie op de toelichtingen (zie spreeklijnen hierna)
- 11.45-12.05 Discussie
- 12.05-12.15 Praktische vervolgspraken maken en afronding

Onderwerpen waar afspraken over (extra) inspanningen goed mogelijk zijn

Over een aantal onderwerpen die in de ambtelijke voorbereiding zijn besproken kunt u aangeven erop te vertrouwen dat nader uitgewerkte afspraken gemaakt kunnen worden. Deze gaan over transparantie, de wet duurzaamheidsinitiatieven, en het verdiepen van samenwerking met producenten.

U kunt voorstellen dat over deze onderwerpen ambtelijk contact plaatsvindt om er verdere uitwerking aan te geven. Daarmee maakt u ruimte om de discussie te richten op een aantal aanvullende vraagstukken: (zie volgende blokjes).

Onderwerpen waar supermarkten (en CBL) geen afspraken over lijken te willen maken

a) Bedrijfseconomisch perspectief voor ondernemers die bovenwettelijke prestaties leveren

Stand van zaken:

- Ook de supermarkten vinden het belangrijk dat Nederlandse boeren een goede boterham kunnen verdienen. Ze tekenen daarbij aan dat de prijs die boeren ontvangen vaak wordt bepaald door algemene, vaak internationale marktomstandigheden en door de verhouding tussen vraag en aanbod.
- Zij zien de oplossing in strategische ketensamenwerking (onlangs gepresenteerd tijdens de Grüne Woche), in het zoeken van betere aansluiting bij de wensen van de consument. Op deze manier kunnen boeren en tuinders meer innovatie en exclusieve producten produceren.
- Voor de overheid zien de supermarkten een rol bij het zorgdragen voor een goede informatievoorziening over de mogelijkheden van onderlinge samenwerking, en wetgeving te realiseren die die de (internationale) concurrentiepositie van ondernemingen niet aantast.

Advies voor afspraken hierover:

- De aanpak om via strategische ketensamenwerking boeren meer inkomenszekerheid te geven en aangeven is een stap in de goede richting.

- U kunt hen *uitdagen* om - al of niet samen met andere ketenpartners - in de contracten met leveranciers **standaard** concrete afspraken te maken over een reële vergoeding voor de extra kosten die zij moeten maken om te voldoen aan bovenwettelijke eisen. "Wat kunt u doen om het voorbeeld van Friesland Campina die boeren een paar cent extra betaalt voor weidemelk tot standaard te maken?"

b) Brede introductie van streek- en regioproducten:

Stand van zaken:

- In de kamerbrief (augustus 2019) over de Initiatiefnota van het lid Dik-Faber heeft u aangekondigd in de gesprekken met de supermarkten in te zetten op een bredere introductie van regioproducten in de supermarkten. En via een nog op te zetten benchmark dit inzichtelijk te willen maken voor consumenten.
- Behalve PLUS-supermarkten, geeft geen van de supermarkten aan om zich extra in te willen spannen voor streek- en regioproducten. Het CBL heeft ook geen afspraken op dit onderwerp aangedragen.

Advies voor afspraken hierover:

- Zijn de supermarkten bereid om ieder voor zich en gezamenlijk het aanbod van streek- en regioproducten in hun schappen te vergroten?
- U kunt voorstellen dat CBL en Ministerie gezamenlijk een onafhankelijke benchmark ontwikkelen waarmee het aanbod van streek- en regioproducten in de supermarkten gemonitord wordt.

c) Terugschroeven van cosmetische eisen

Stand van zaken:

- In eerdere gesprekken met supermarkten is gesproken over de cosmetische eisen die zij stellen aan groenten en fruit. De supermarkten geven aan dat ze flexibele afspraken maken met hun leveranciers; in geval van "mismatch" of kwaliteitsissues, passen ze criteria aan. Dit wordt bevestigd uit gesprekken met aantal leveranciers.
- Veelal kiezen de supermarkten er echter voor om hierover niet actief naar buiten te treden.

Adviestekst voor afspraken hierover:

- Het aanpassen van criteria is kennelijk grotendeels al de praktijk. Dat is op zich een adequaat antwoord op de Motie van Kamerlid Dik Faber.
- U kunt voorstellen *nú* af te spreken dat supermarkten bevestigen dat zij in overleg met de leveranciers het hele jaar door aanpassingen doen aan de reguliere specificaties om zo de verspilling van voedsel verder te verminderen.

Gerelateerde moties en andere Kamerstukken (bijlage 2)

Toezeggingen om te komen tot afspraken met supermarkten komen voort uit de volgende moties en andere Kamerstukken:

- Motie van het lid de Groot, juni 2019; verzoekt de regering, voor de behandeling van de begroting 2020 concrete afspraken te maken met supermarkten die de transitie naar kringloop-landbouw mogelijk maken, (Kamerstuk 35000-XIV, nr. 78)

- Motie van het lid Dik-Faber c.s., juni 2018; verzoekt de regering tevens met supermarktorganisaties in gesprek te gaan om te stoppen met het weren van producten alleen vanwege het uiterlijk, en de Kamer over de voortgang te informeren (Kamerstuk 31 532, nr. 203)
- Initiatiefnota Dik-Faber, december 2018; over Verbinding boer(in)-burger, voedsel dichtbij (Kamerstuk 35068, nr. 3). Inclusief Kamerbrief met reactie op deze initiatiefnota (Kamerstuk 35069, nr. 4)



Albert Heijn

Voortgaan op ingeslagen weg van verduurzaming: stappen die de Albert Heijn zet voor kringlooplandbouw op het gebied van samenwerking in de keten, transparantie, een duurzaam aanbod, klimaat-impact, keurmerken en streekproducten en duurzaamheidscriteria in ketenverband.

Samenwerking in de keten

Met een toenemend aantal boeren en telers die direct voor Albert Heijn produceren en met de ketenpartijen die de eigen merken en het vers assortiment van Albert Heijn verzorgen, werken we aan verschillende doelstellingen. Bijvoorbeeld de verbetering van land- en bodemkwaliteit, dierenwelzijn en circulair grondstof gebruik. Gesloten ketensamenwerkingen zijn wij continue aan het versterken en er komen steeds nieuwe productgroepen bij.

Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de boer als bij Albert Heijn. Zo kunnen boeren met toenemende zekerheid ondernemen en investeren in duurzame productiemethoden. We werken bijvoorbeeld al zestig jaar samen met Bakker Barendrecht, die ons verbindt aan een vast telersnetwerk. Zestig procent van de telers die zijn aangesloten zijn dat al 20 jaar en veel zijn als ondernemers gestaag gegroeid.

In onze gesloten ketens betalen we de boer extra voor zijn inspanningen. Ook denken we mee met het verlagen van kosten door duurzame alternatieven, zoals circulair veevoer. Samen met de keten gaan we komend jaar in overleg om hier concrete plannen te maken.

Transparantie

Albert Heijn gaat richting 2025 alle versketens voor klanten transparant maken en de dialoog tussen klanten en boeren, telers en vissers verder versterken. We delen met onze klanten waar het product vandaan komt, wat erin zit en hoe het is gemaakt. Consumenten kunnen bij ons steeds vaker kiezen voor een product uit een volledig transparante keten - onder meer met behulp van blockchaintechnologie en DNA-tracking - die de herkomst, samenstelling en het werk van de boer laten zien. Afgelopen jaar hebben we een blockchainplatform opgezet over de herkomst van eieren. In 2025 willen wij al onze eigen merkproducten transparant kunnen maken richting de consument.

Duurzaam aanbod

Duurzame en gezonde producten maken we bij Albert Heijn breed beschikbaar. Zo is Albert Heijn de supermarkt met het grootste vegetarische assortiment (7.776 producten) en het grootste assortiment biologisch groente en fruit met een marktaandeel van 64% in 2018.

Klimaat-impact

We werken er hard aan om onze CO2-footprint te verlagen. In 2025 willen wij volledig CO2-neutraal zijn en in de afgelopen 10 jaar tijd is de footprint van onze eigen winkels en de logistiek al met 39.6% gedaald. Per product in onze gesloten ketens gaan we voor een zo laag mogelijke uitstoot. Door onze ketenpartners wordt er bijvoorbeeld zoveel mogelijk groene stroom gebruikt of wekken zij zelf stroom op met zonnepanelen.

Keurmerken en streekproducten

Keurmerken helpen onze klanten om gemakkelijk de duurzame keuze te kunnen maken. Hierbij volgen wij de 10 topkeurmerken zoals gedefinieerd door Milieu Centraal. Onze biologische producten zijn gekeurd door Skal Biocontrole en hebben daarom het Europese biologisch keurmerk. Via Ahold Delhaize werken wij nauw samen en zitten we in het bestuur van standaarden zoals BSCI, UTZ/Rainforest Alliance en RSPO, om certificering te verbeteren.

Momenteel biedt AH 61 streekproducten aan en dit breidt snel uit. Onder de het merk Streeckgenoten maken we deze producten van eigen bodem toegankelijk voor onze klanten. Al ons verse varkensvlees en Nederlandse vleeswaren hebben sinds 2011 minimaal één ster Beter Leven keurmerk, sinds oktober 2018 hebben alle eigen merk eieren van Albert Heijn minimaal 1 ster Beter Leven Keurmerk van de Dierenbescherming en onze koeien krijgen uiteraard weidegang, waardoor ze buiten kunnen grazen.

We verkopen alleen nog vis met het MSC- of ASC-keurmerk waar ook een duurzaam bestandsbeheer in wordt opgenomen. Dierenwelzijn is momenteel nog geen onderdeel van de certificering. We zijn daarom initiatiefnemer (samen met ASC, Dierenbescherming, industrie-partners en Wageningen Universiteit) van een project om dierenwelzijn voor kweekvis te borgen.

Duurzaamheidscriteria in ketenverband

Op dit moment werken we er hard aan om onze milieudoelstellingen te vangen in Science Based Targets, we ondertekenden vanuit Ahold Delhaize het Science Based Targets Initiative¹⁵, zodat we stapsgewijs en per keten onze klimaatdoelstellingen kunnen realiseren.

Samen met Royal A-ware hebben wij een gesloten zuivelketen opgezet met oog voor koe, natuur en boer.

Jumbo

Voortgaan op ingeslagen weg van verduurzaming: stappen die de Jumbo zet met betrekking tot kringlooplandbouw op het gebied van samenwerking met producenten, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, dierenwelzijn en milieu, vermindering van voedselverspilling.

Samenwerking met producenten

De lange termijn partnerships die Jumbo heeft met onze leveranciers bieden zekerheid, stabiliteit en kwaliteit en een stevig fundament voor bilaterale prijsonderhandelingen. Jumbo werkt al jaren met dezelfde leveranciers van varkensvlees, pluimveevlees, zuivel, eieren, AGF op basis van meerjarenovereenkomsten. Inkoop vindt plaats op basis van de erkende condities en werkwijzen voor kwaliteit en duurzaamheid, zoals GFSI erkende systemen, Global Gap, BeterLevenKeurmerk met 1 ster, vierkantsverwaardiging, Jumbo protocol nieuw standaardkip, voor eigen merk weidegang en Planet Proof.

In 2022 wordt alleen nog maar duurzamere zuivel verkocht (afpraak met Milieudefensie).

Het overgrote deel van zuivel en vlees heeft Nederlandse oorsprong; voor AGF geldt: Nederlands waar het kan, buitenlands waar het moet.

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Jumbo biedt producten die voortkomen uit een keten waarin alle medewerkers goede leef- en arbeidsomstandigheden hebben (nr 1 van de 3 focuspunten): mensenrechtenbeleid, due diligence op hoogrisicoproducten, samenwerking in de keten en andere partijen, ruim assortiment Fair trade en UTZ. We werken steeds meer naar transparante ketens toe om verder te kunnen verduurzamen en risico's aan te kunnen pakken.

In veel ketens worden al bovenwettelijke eisen gehanteerd op het gebied van duurzaamheid en dierenwelzijn. Dit vraagt om strategische samenwerking – commitment dat we samen met onze leveranciers aangaan voor de langere termijn.

Dierenwelzijn en milieu

We streven ernaar dat de dieren waarvan onze vleesproducten, eieren en zuivelproducten, afkomstig zijn een goed leven hebben (gehad) (nr 2 van de 3 focuspunten): nieuwe standaardkip, zuivel met 1 ster BLK, varkensvlees, kalfsvlees, kalkoenvlees met 1 ster BLK, groot biologisch assortiment, eieren minimaal 1 ster BLK

Wij voeren een assortiment dat voortkomt uit een keten met minimale milieu-impact (nr 3 van de 3 focuspunten): Nederlandse AGF On the Way to Planet Proof, partner van Beedeals, zuivel met Planet Proof, bijna alle vis MSC of ASC gecertificeerd.

Jumbo wil voortrekker zijn als het gaat om dierenwelzijn en introduceert als eerste Nederlandse supermarktketen 'eieren zonder kuikendoden'. Hiertoe is Jumbo de samenwerking aangegaan met Respeggt, het bedrijf dat een geavanceerde techniek hanteert die geslachtsbepaling in het broedei mogelijk maakt. De eerste eieren - die te herkennen zijn aan het Respeggt logo - zijn vanaf eind maart 2020 verkrijgbaar bij alle Jumbo supermarkten.

Vermindering voedselverspilling

Jumbo heeft afspraken met leveranciers van AGF om af te wijken van criteria in minder goede tijden, om zo verspilling tegen te gaan.



PLUS

Voortgaan op ingeslagen weg van verduurzaming: stappen die de PLUS zet voor kringlooplandbouw.

Verduurzaming op ketenniveau

PLUS verduurzaamt stap voor stap al haar vers-ketens. Hiervoor heeft het haar Ken-de-keten-aanpak ontwikkeld. Deze aanpak is reeds beschreven voor bananen, cacao, koffie, vis en recentelijk ook voor varkensvlees. Steeds staat voorop dat PLUS de keten wil verduurzamen, transparanter wil maken, het verdienvermogen voor de producent wil vergroten en tegelijkertijd de consument een betere kwaliteit cq. lekkerder product wil leveren.

Versterking samenwerking met producenten

PLUS heeft een unieke samenwerking met 17 zorgvuldig geselecteerde Nederlandse varkenshouders, die werken vanuit de criteria van het 1 ster Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming. PLUS is vanaf september 2019 over gegaan naar een korte en volledig transparante keten voor varkensvlees en -vleeswaren. We beginnen met 14 varkenshouders met Beter Leven keurmerk 1 ster van de Dierenbescherming en werken met 1 slachterij. Het uiteindelijke doel is om in samenwerking met circa 30 dierhouders al ons varkensvlees en -vleeswaren te produceren.

Transparantie via keurmerken

Nagenoeg alle groenten en fruit van Nederlandse bodem en een groot deel van onze huismerk kaas en zuivel voldoet aan de criteria van On the way PlanetProof. Onze bananen en alle koffie, thee en cacao in onze chocolade van het huismerk is Fairtrade. Dat geldt ook voor cashewnoten, alle haricot verts, alle kokosnoten, alle limoenen, physalis, rijst, sinaasappelsap, rozen en kerststerren. Onze vis is MSC/ASC gecertificeerd. Voor lokale ketens hebben wij het huismerk GIJS streekproducten.

Checks & balances duurzaamheid optimaliseren

De kans op MVO-issues bepalen we op basis van algemeen bekende informatie, zoals te vinden is in de risicochecker van MVO Nederland. PLUS heeft op basis van deze informatie een aantal ketens, waaronder de keten voor varkensvlees, aangemerkt als mogelijk hoge risicoketen. Daarom hebben wij voor varkensvlees de belangrijkste risico's in kaart gebracht. En gepubliceerd op de site in onze ken de keten aanpak

Verdere vermindering voedselverspilling

PLUS werkt hier op meerdere manieren aan: bewust inkopen om zo min mogelijk over te houden, temperatuur in de hele keten goed regelen om bederf tegen te gaan, ook de producten aanbieden met afwijkende maten en die iets minder mooi ogen, afprijzen van producten die tegen de houdbaarheidsdatum aanzitten, samenwerking met maatschappelijke initiatieven zoals voedselbanken, en producten die niet meer verkocht kunnen worden in de supermarkt én niet meer geschikt zijn voor consumptie aanbieden aan de veevoederindustrie of naar biogasinstallaties om energie uit op te wekken.

Extra stappen die gezamenlijke inspanningen vergen met het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Hanteerbaar maken van kritische prestatie-indicatoren (KPI's)

De criteria uit de meetlat kringlooplandbouw zijn nu voor PLUS en de betrokken varkenshouders nog vrij abstract. Het zou helpen indien deze criteria verder uitgewerkt worden, en voorzien worden van heldere resultaten in de toekomst, bijvoorbeeld in de vorm van kritische prestatie-indicatoren, met een duidelijke tijdshorizon. Het zou goed zijn om koplopers uit de sector PLUS keten met een

voorstel te laten komen over KPI's in de varkensketen. Dit project kan voor de overheid dienen als pilot dienen voor KPI's in de keten.

Verbreiding keurmerk

Op dit moment werkt PLUS voor het varkensvlees met het Beter leven keurmerk. Dit keurmerk is nu uitsluitend gericht op dierenwelzijn. De Dierenbescherming is in samenwerking met Stichting Natuur & Milieu bezig om dit keurmerk uit te breiden met eisen inzake milieu en wellicht andere 'kringloop-achtige' criteria. Het zou helpen indien deze nieuwe criteria op een breed maatschappelijk draagvlak kunnen rekenen, zeker ook bij de boeren. Het ministerie kan een rol spelen in deze brede consultatie.

Speelveld gelijk trekken verwijderen (wordt meegenomen in het stuk van het CBL)

Om nieuwe grenzen te 'borgen' en het speelveld (weer) gelijk te trekken zal de overheid vervolgens ook in actie moeten komen. En hoe eerder de overheid hiermee aan de slag kan gaan, des te gemakkelijker wordt het voor een supermarkt om hogere/andere ondergrenzen daadwerkelijk toe te passen.

Versterken communicatie met burgers/consumenten

PLUS wil de varkensvleesketen nog transparanter maken. Bijvoorbeeld door het mogelijk te maken dat consumenten op bezoek gaan bij de varkenshouder. Ook andere vormen waarop er meer openheid over de achtergrond van het product en de producent is, kan ertoe leiden dat er een sterkere verbinding ontstaat tussen boer en burger. Dergelijke initiatieven zijn zeer tijdsintensief. Daarvoor zoeken wij samenwerking met de keten en met de overheid en kunnen we een verder uitgewerkt plan duurzamere varkensketen opstellen.

Vergroting assortiment streekproducten

PLUS ziet veel potentie in streekproducten. Diverse ondernemers geven daarvoor ook ruimte in de schappen in hun winkel. We onderzoeken nieuwe mogelijkheden. Daarvoor zouden we graag in overleg treden met de minister om ook haar wensen op dit terrein te verkennen.

Verdieping samenwerking met producenten

Samen met de individuele agrarisch ondernemers is een nieuwe duurzaam marktconcept in de varkenshouderij ontwikkeld. Zo'n co-innovatie is nog niet uitontwikkeld; het is bijvoorbeeld wenselijk om in alle stallen het stalklimaat meer te kunnen monitoren via een vaste systematiek. Ondersteuning vanuit de overheid is daarbij wenselijk.



Lidl

Voortgaan op ingeslagen weg van verduurzaming: stappen die de Lidl zet voor kringlooplandbouw op het gebied van transparantie, een duurzaam aanbod, duurzaam de gemakkelijkste keuze, klimaat, samenwerking in de keten en vermindering voedselverspilling.

Transparantie

We verdiepen ons in deze ketens, zodat we weten waar producten vandaan komen en door wie en onder welke omstandigheden ze zijn gemaakt. Hiervoor werken we samen met onze vaste leveranciers en verbeteren het assortiment stap voor stap. Om de waardering voor het werk van onze leveranciers te vergroten, vinden we het belangrijk onze medewerkers en klanten te laten zien waar onze producten vandaan komen, door wie en hoe ze worden geproduceerd. We gaan langs bij leveranciers om te filmen en delen deze video's via sociale media, hiermee laten we een grote groep klanten kennis maken met de boeren en telers achter het product. Dit doen we ook met de organisatie van gratis 'Oogstfeesten'.

Duurzaam aanbod

De verduurzaming van ons assortiment is op verschillende manieren terug te zien, zoals bijvoorbeeld het volledig certificeren van bepaalde productgroepen middels keurmerken als Fairtrade, Biologisch of Rainforest Alliance bij koffie, thee en chocolade, MSC en ASC bij vis, of het Beter Leven keurmerk voor dierlijke producten. Doordat bijvoorbeeld alle verse vis in koeling en diepvries bij Lidl 100% gecertificeerd is, kiest de klant automatisch voor een duurzamer product. Dit geldt bijvoorbeeld ook voor onze koffie en chocolade.

In 2019 is Lidl volledig overgestapt naar witte eieren met minimaal 1-ster van het Beter Leven keurmerk. Dit betekent onder andere dat de kippen meer ruimte en afleidingsmateriaal hebben. Eind 2020 voldoet ons groente en fruit van Nederlandse bodem aan een hogere duurzaamheidsstandaard. Sinds 2011 voldoet onze verse zuivel aan de criteria van weidemelk (...). Om continue ons assortiment te blijven verduurzamen gaan we voor onze verse zuivel werken met twee nieuwe keurmerken: het PlanetProof keurmerk voor zuivel en de Duitse standaard ProWeideland. De dagverse melk die straks in onze winkels te koop is voldoet aan één van deze twee keurmerken.

Duurzaam de gemakkelijke keuze

Een verantwoord assortiment bestaat enerzijds uit het verduurzamen van bestaande producten, anderzijds bestaat het uit de keuzes die we maken om wel of niet een product in het assortiment op te nemen. We hebben ervoor gekozen om bepaalde ongezonde producten niet langer te verkopen of niet aan iedereen aan te bieden. Zo zijn we o.a. gestopt met de verkoop van energydrinks aan kinderen onder de 14 jaar en stoppen we uiterlijk 2022 met de verkoop van sigaretten en tabak.

Klimaat

Energiebesparing in winkels en distributiecentra. Zo voldoen onze distributiecentra in Waddinxveen en Oosterhout beide aan de hoogst haalbare certificering voor duurzame bouw; 5 sterren BREEAM-NL Outstanding. Daarnaast hebben we recent in Woerden het eerste energieneutrale filiaal van Nederland geopend.

Samenwerking in de keten

Sinds oktober 2017 is het ei van de meest mens-, dier-, en milieuvriendelijke boerderij ter wereld te koop bij Lidl: Kipster. Dankzij langdurige samenwerkingen met vaste leveranciers, rechtstreeks bij boeren en telers in te kopen, efficiënte logistiek en goede controles kunnen we producten van hoge kwaliteit bieden. Samen met 19 vaste leveranciers werken we aan het verbeteren van de milieu-impact van ons groente en fruit van Nederlandse bodem. Concrete ambitie hierbij is dat leveranciers in 2020 producten leveren die minimaal voldoen aan de eisen van PlanetProof, Biologisch of van een

vergelijkbarduurzaamheidsniveau zijn. We hebben adviesbureau CLM gevraagd de leveranciers te ondersteunen die ervoor kiezen om via een eigen landbouwplan te werken. Zij richten zich in ieder geval op de volgende thema's: gewasbeschermingsmiddelen, mineralen, biodiversiteit, water en energie.

Vermindering voedselverspilling

Een duidelijke doelstelling voor het verminderen van voedselverspilling die Lidl omarmt is: 50% minder voedselverspilling in de gehele keten in 2030. Lidl is aangesloten bij de stichting 'Samen tegen voedselverspilling'.

CBL

Voorgestelde afspraken die het CBL met het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit wil maken ter bevordering van de kringlooplandbouw.

De Minister van LNV is via een Kamermotie opgeroepen concrete afspraken te maken met supermarkten die de transitie naar kringlooplandbouw mogelijk maken. Het CBL stelt voor om onderstaande onderwerpen te bespreken met Minister Schouten ter bevordering van de kringlooplandbouw. Zoals omschreven in de brief 'Kringlooplandbouw: de rol van de Nederlandse supermarkt', is de supermarktbranche via diverse activiteiten en coalities betrokken bij de verduurzaming van de voedselketen waardoor ook kringlooplandbouw kan worden gerealiseerd. Het CBL draagt actief bij aan de Alliantie Verduurzaming Voedsel, het Deltaplan Biodiversiteitsherstel en supermarkten stellen bovenwettelijke eisen op dierenwelzijn en duurzaamheid. In navolging op de reeds ingezette activiteiten zoals beschreven onder hoofdstuk 4 in de bijgevoegde brief stelt het CBL vier aanvullende afspraken voor die bijdragen aan de realisatie van kringlooplandbouw:

1. Besluitvorming en prioritering via transparante methodologie

Verschiedende methodologieën zijn tot op heden ontwikkeld ter onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen in de voedselketen. Voorbeeld zijn The Sustainability Consortium en de Sustainable Basket Metric methode, een samenwerking tussen Tesco en WWF om via duurzaamheidsimpact van voedsel te kwantificeren. Keuzes maken vanuit een methodologie geeft hierbij de mogelijkheid om te sturen op impact, waarbij helder wordt welke beslissingen kunnen leiden tot resultaat. Tevens ontstaan steeds meer internationale benchmarking methodieken om vooruitgang te berekenen en te vergelijken. De supermarktbranche gaat graag op zoek naar een methode om helder te krijgen welke keuzes de gewenste impact binnen de kringlooplandbouw realiseren. Samenwerking, met bijvoorbeeld ngo's als het WWF, is hierbij essentieel. Het is van belang dat in gezamenlijkheid met verschillende stakeholdergroepen: ngo's, de overheid en het bedrijfsleven, wordt bepaald bij welke deelgebieden de prioriteiten liggen. Door de complexiteit en diversiteit van de onderwerpen en de dilemma's en trade-offs tussen thema's binnen kringlooplandbouw (klimaat, biodiversiteit, dierenwelzijn, economie) is het gezamenlijk als maatschappelijke actoren kiezen van elementen waar extra op ingezet gaat worden van belang.

2. Transparantie via data ten behoeve van duurzaamheid en waardering van voedsel

Diverse schakels in de keten verzamelen grote hoeveelheden data. Data kan helpen bij het maken van weloverwogen keuzes ter bevordering van duurzaamheid en gezondheid ten dienste van de consument. Tevens kan transparantie leiden tot vertrouwen van de consument en tussen ketenpartijen onderling. Dit kan bijdragen aan een verhoogde waardering van voedsel door de consument en een verbetering van verdienmodellen. Om deze transparantie te creëren is de koppeling van data binnen en tussen verschillende ketenschakels cruciaal, wat op dit moment nog niet optimaal plaatsvindt. Ook de overheid beheert en stuurt datastromen die geschikt en nodig zijn om binnen keten te gebruiken. In het verlengende van het PPS project Transparant, gezond & duurzaam gaat het CBL graag keten-breed aan de slag om transparantie via data verder te bewerkstelligen. De supermarkten verzoeken hierbij de Minister om de verschillende ketenpartijen en overheidsinstanties bij elkaar te brengen om de koppeling en benutting van data te bevorderen, om zo te komen tot keuzes die bijdragen aan de kringlooplandbouw. Wij zien hierbij een belangrijke rol weggelegd voor de samenwerking tussen overheidsorganisaties die data kunnen delen en de transparantie-initiatieven zoals opgezet door het bedrijfsleven.

3. Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven

De ervaring heeft uitgewezen (onder andere de Kip van Morgen) dat samenwerking ten behoeve van duurzaamheid kan worden geremd door mededingingswetgeving. De nieuwe wet die op dit moment ter behandeling in de Tweede Kamer ligt, Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven, biedt de mogelijkheid om onder bepaalde voorwaarden deze mededingingsregels bij het ontplooiën van duurzaamheidsinitiatieven te verruimen. Het CBL stelt voor om in overleg met het ministerie van LNV een voorstel als test-case in te dienen onder de bovengenoemde wet ter bevordering van kringlooplandbouw. Het CBL zal binnen twee maanden met een gewenste casus komen. Een mogelijk onderwerp is de verhoging van de vleesstandaarden (bijvoorbeeld het verplicht stellen van 1 Ster Beter Leven voor varkensvlees). Het verhogen van deze standaarden moet worden opgepakt samen met de fabrikanten, verwerkende industrie, foodservice en horeca, om zo de standaard ketenbreed in te voeren.

4. Voedselverspilling

Met de breed gedragen doelstelling om te komen tot een halvering van de huidige voedselverspilling in 2030 zijn succesvolle initiatieven opgezet, waarbij tevens (juridische) belemmeringen zijn gedefinieerd om deze ambitie te versnellen. Voorbeelden van belemmeringen zijn de discrepantie tussen de Nederlandse en Europese definitie van voedselverspilling (categorisering stromen die tot veevoer verwerkt worden als voedselverspilling), de toegestane bestemming van reststromen (mogelijkheid verwerking tot veevoer) en de mogelijkheid om op basis van sensorinformatie een alternatieve aanduiding van de houdbaarheid te mogen communiceren binnen de geldende afspraken over productaansprakelijkheid. Ook spelen de Europese handelsnormen op groente en fruit een rol, waarbij wij mogelijkheden zien voor afschaffing. Het CBL verzoekt het ministerie van LNV tot het voeren een vervolgesprek samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling om verder in te gaan op de zichtbare belemmeringen binnen Nederland en Europa, om daarbij mede te komen tot benodigde aanpassingen.

2018

Op weg naar transparante en duurzame ketens

Jaarverslag Duurzame Handel
Resultaten en voortgang





2	Voorwoord
3	Samenvatting
4	Over Superunie
5	Risicomanagement
6	Focusgebieden
13	Realisatiegebieden
17	Gezondheid en biologisch
19	Samenwerkingen
22	Tot slot

Klik op een hoofdstuk om direct te navigeren. Het logo van Superunie navigeert terug naar de inhoudsopgave.

De wereld staat voor grote uitdagingen op het gebied van klimaat, voedselvoorziening, circulariteit en sociale gelijkheid. Deze onderwerpen staan in toenemende mate op de politieke en maatschappelijke agenda. De urgentie wordt sterker gevoeld dan ooit. Zo verscheen in 2018 de landbouwvisie van minister Schouten gericht op kringlooplandbouw, werden de hoofdlijnen voor een Nederlands Klimaatakkoord opgesteld en werd op Europees niveau ingestemd met een verbod op single use plastics. Ook bij Superunie staan deze uitdagingen hoog op de agenda. Middels dit jaarverslag Duurzame Handel 2018 informeren wij u over onze inspanningen en voortgang bij het transparanter en duurzamer maken van onze ketens.

Onze ketenverantwoordelijkheid

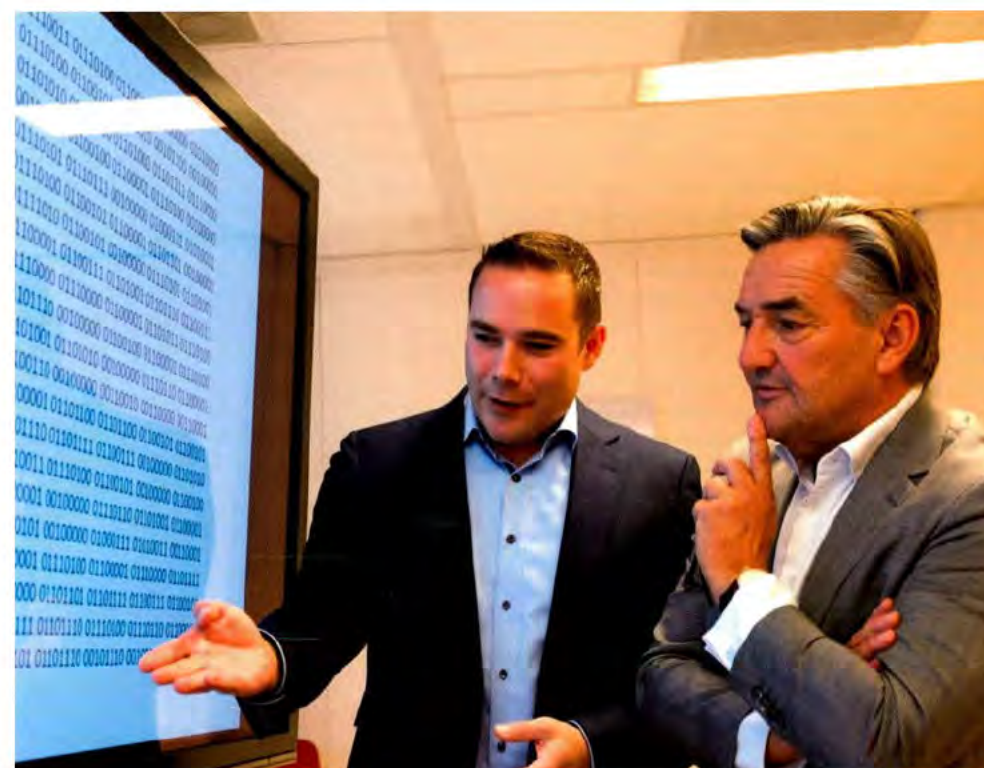
Superunie heeft als inkooporganisatie een unieke positie in de voedselketen. Een positie waarin wij het verschil willen maken voor maatschappij, milieu en onze leden. 2018 was daarbij een belangrijk jaar. De overname van Bio+ toont onze ambitie om ons biologisch assortiment uit te breiden. De pilot van Hamletz® - een vernieuwend varkensvleesconcept - toont aan dat wij kijken naar kansen om ons assortiment te verduurzamen. Datzelfde geldt voor de snelle groei van het aantal 'On the way to Planet Proof' gecertificeerde producten in ons AGF-assortiment. Bovendien benadrukt de ondertekening van het IMVO Convenant Voedingsmiddelen onze jarenlange inspanningen om vanuit onze positie in de keten de problematiek rondom leef-, arbeidsomstandigheden en milieu aan te pakken, in samenwerking met andere partijen in de keten.

Inzicht als sleutelrol

Het is onze ambitie om nu en in de toekomst verzekerd te zijn van goede producten tegen de juiste voorwaarden. Daarbij willen wij slim werken aan onze ketenverantwoordelijkheid door inzicht te krijgen in knelpunten en verbeteringen. Data-intelligentie speelt hierbij een steeds belangrijker rol.

Dit jaar lanceerden wij ons Business Intelligence systeem adam en verzamelden wij meer data over de samenstelling, herkomst en verpakkingen van onze producten. In gezamenlijkheid met onze leveranciers kunnen we daardoor verkennen waar en welke verbeteringen mogelijk zijn. Inzicht en samenwerking vormen volgens ons dan ook de sleutel naar transparante en duurzame ketens.

Dick Roozen - Algemeen Directeur Superunie



SAMENVATTING






FOCUS

	2016	2017	2018	2019	2020
 Varken			70%		100%
 Kip			60%		100%
 AGF		36%	60%		*
 Verpakkingen			Start		*

Belangrijkste doelstelling

In 2020 is 100% van ons verwerkte varkensvlees verduurzaamd volgens criteria van 'Varken van Morgen', Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar.
In 2020 is 100% van ons verwerkte kippenvlees verduurzaamd volgens criteria van 'Kip van Morgen', Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar.
In 2018 is 50% van ons AGF-assortiment uit Europese laag risicolanden gecertificeerd volgens PlanetProof of gelijkwaardig.
In 2025 hebben we 20% minder verpakkingsmateriaal en is 95% van het verpakkingsmateriaal recyclebaar.





REALISATIE

	2016	2017	2018	2019	2020
 Zuivel			✓		
 Soja			N.B.		100%
 Palmolie	23%	29% (gecertificeerd)	30%		100%
 Vruchtensappen			Start		30%
 Transport	<50%	50%	65%		100%

Belangrijkste doelstelling

In 2018 zijn al onze leveranciers van verse en houdbare zuivelproducten aangesloten bij een erkend verduurzamingsprogramma.
In 2020 is 100% van de gebruikte soja in dierlijke ketens RTRS gecertificeerd volgens het Mass Balance principe.
In 2020 is 100% van producten met palmolie RSPO gecertificeerd volgens het Segregated principe.
In 2020 is 30% van onze vruchtensappen duurzaam gecertificeerd.
In 2020 heeft 100% van onze leveringen een minimale dropgrootte van 15 palletplaatsen.

MONITORING

	2016	2017	2018	2019	2020
 Cacao	99%	100%	✓		100%
 Vis	73%	87%	91%		100%
 Hazelenoten		68%	✓		50%
 Koffie & Thee	0%	100%	✓		100%

Belangrijkste doelstelling

In 2020 is 100% van onze cacaohoudende producten duurzaam gecertificeerd volgens criteria van UTZ of een vergelijkbaar keurmerk.
In 2020 is 100% van onze verse vis MSC of ASC gecertificeerd.
In 2020 is 50% van de producten met >5% hazelnoot duurzaam gecertificeerd volgens UTZ of een gelijkwaardig keurmerk.
In 2020 is 100% van ons koffie- en thee assortiment Klimaatneutraal Gegarandeerd.

% Doelstelling ✓ Doelstelling gehaald ● On track ● Aandachtspunt * Te bepalen N.B. Niet Bekend



13
leden



29%
marktaandeel



1.700
winkels



62.500
artikelen

91 fte



€ 6,8
miljard
inkoopwaarde

Superunie als coöperatie

Superunie is een coöperatie. Dit betekent dat de 13 retailorganisaties die wij vertegenwoordigen tegelijkertijd eigenaar en lid zijn. Alle leden betalen jaarlijks contributie, waarvan de kosten van Superunie betaald worden. Superunie kent geen omzet en winst.

Superunie & duurzaamheid: missie, visie en ambitie

Superunie werkt actief aan veilige, transparante en duurzame productieketens en wil hierin blijvend voorop lopen. We willen weten waar onze producten gemaakt zijn, door wie en onder welke omstandigheden. Hierbij staan ketentransparantie en ketenmanagement centraal. Dit doen wij in nauw samenspel met onze leden en leveranciers.

Beleid Duurzame Handel

In 2015 hebben wij in samenwerking met onze leden een vijfjarenplan Duurzame Handel vastgesteld. In ons beleid richten we ons op dat deel van de keten waarvoor Superunie verantwoordelijk is. Dit begint bij de inkoop van grondstoffen en producten bij onze leveranciers. Daarnaast zijn we verantwoordelijk voor de verpakkingen van onze producten en een deel van het transport naar onze leden. De communicatie naar de consument is primair het domein van de leden.

Ons doel is om te komen tot transparantere en duurzamere ketens. Alle keuzes die wij met betrekking tot verduurzaming maken, dragen bij aan dit doel. We realiseren ons dat we niet alle producten tegelijkertijd kunnen verduurzamen. Daarom maken we onderscheid tussen focusgebieden, realisatiegebieden en monitoringsgebieden. De voortgang wordt periodiek besproken in de Stuurgroep Duurzame Handel, bestaande uit de algemeen directeur van Superunie en directieleden van vier van onze leden.

RISICOMANAGEMENT

SOCIAAL & MILIEU



Gedragscode Duurzame Handel

Als wereldwijde ketenspeler met leveranciers in circa 70 landen streeft Superunie naar Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Wij hebben daarom een Gedragscode Duurzame Handel opgesteld, met minimumeisen die wij aan onze leveranciers stellen op het gebied van arbeidsomstandigheden, mensenrechten en het milieu.

Deze gedragscode¹ is gebaseerd op internationaal erkende normen. Wij verwachten van al onze leveranciers, dat zij de normen in de gedragscode respecteren, waarbij zij er ook op moeten toezien dat eigen toeleveranciers deze verplichtingen naleven. Wij monitoren of onze leveranciers voldoen aan onze eisen. Momenteel beschikt 72% van de productielocaties die in hoog risicolanden liggen (voor AGF producten inclusief laag risicolanden) over een aantoonbaar geldig bewijs volgens een van de door Superunie geaccepteerde sociale standaarden.

Wij worden direct geïnformeerd bij constatering van non-conformiteiten in auditrapporten op het gebied van kinderarbeid, gedwongen arbeid, arbeidscontracten en lonen. Het is onze prioriteit te zorgen dat ook de overige leveranciers aan de eisen gaan voldoen.

IMVO Convenant Voedingsmiddelen

Als leef- of arbeidsomstandigheden en milieu niet voldoen aan onze standaard heeft dat vaak meerdere oorzaken. Een individueel bedrijf heeft niet altijd genoeg invloed om daar verbetering in te kunnen brengen. Daarom heeft Superunie met een brede coalitie in 2018 het IMVO Convenant Voedingsmiddelen ondertekend.

In dit Convenant is afgesproken dat we het niveau van leefbaar loon in een specifieke keten gaan vaststellen en onderzoeken hoe we samen kunnen zorgen dat dit loon ook wordt uitbetaald. Als eerste stap is gekozen voor de bananenketen, met de intentie om deze systematiek verder uit te rollen en toe te passen in andere ketens.

Verder is in het convenant afgesproken om risicomanagement waar nodig te verbeteren en hierover transparantie te bieden naar belanghebbenden. Denk daarbij aan het bieden van inzicht in welke voedselketens prioriteit hebben voor Superunie, wat wij eraan doen om deze ketens te verbeteren en wat de resultaten hiervan zijn.

¹) <https://www.superunie.nl/superunie/gedragscode/>



FOCUSGEBIEDEN



Varken: focus in 2019 op verwerkt vlees



Resultaten en uitdagingen

Sinds 2017 heeft 100% van ons verse varkensvlees en vleeswaren – in totaal zo'n 22 miljoen kilo per jaar - het 'Varken van Morgen' of Beter Leven Keurmerk. Wij zijn continu op zoek naar kansen om verdere verbetering door te voeren. In 2018 is Superunie gestart met een pilot in 60 winkels van haar leden om het Hamletz® concept te testen bij de consument, zoals uitgelicht op de volgende pagina.

Onze focus ligt aankomend jaar op verwerkt varkensvlees. In 2020 moet namelijk ook ons verwerkte varkensvlees zijn verduurzaamd volgens 'Varken van Morgen', Beter Leven Keurmerk of gelijkwaardig. Jaarlijks zit er in onze producten zo'n 4,9 miljoen kilo varkensvlees verwerkt. Denk daarbij aan pizza's, saucijzenbroodjes, maaltijdsalades en kant-en-klaar maaltijden. Het verduurzamen van deze categorie is zeer uitdagend gezien de verscheidenheid aan producten en het aantal leveranciers. Momenteel werken we samen met onze directe leveranciers hard aan de optimale verwaarding van het varken en de beschikbaarheid. Met deze stappen kunnen we ook het verwerkte vlees duurzamer maken.

In 2018 was 70% van het verwerkt varkensvlees in ons assortiment verduurzaamd volgens criteria van 'Varken van Morgen', Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar. In 2020 moet dit 100% zijn.



Pilot met Hamletz® varkensvlees



Hamletz® is een nieuw merk duurzaam varkensvlees van een Nederlands varkensras, met diervriendelijke huisvesting en een energie neutrale bedrijfsvoering. Hamletz® heeft een zeer lage CO₂ footprint en draagt als enige in Nederland het 'twee sterren Beter Leven Keurmerk'. De varkens worden gevoerd met in Nederland geteeld Lupine, in plaats van voer op basis van soja.

De ondernemers achter Hamletz®, Annechien en Menno ten Have Mellema en hun kinderen, hebben een varkensboerderij, een akkerbouwbedrijf en een biogasinstallatie in het Groningse Beerta. Hiermee laten de ondernemers een mooi voorbeeld van kringlooplandbouw zien.

De Dierenbescherming werkt actief mee aan de introductie van Hamletz® op de Nederlandse markt.



Kip: stappen in verduurzaming verwerkt kippenvlees



Resultaten en uitdagingen

'Kip van Morgen'

Vóór 2018 was al ons verse kippenvlees – jaarlijks ruim 20 miljoen kilo – verduurzaamd volgens 'Kip van Morgen'. Daarom lag onze focus in 2018 op producten waar kippenvlees in verwerkt is. Denk bijvoorbeeld aan de maaltijdsalades, babyvoeding en ragouts. De verduurzaming van deze volumes kippenvlees is extra uitdagend omdat het (vaak in kleine hoeveelheden) in een groot aantal producten verwerkt is. Herhaaldelijk zijn daarbij vele leveranciers betrokken. In 2018 zijn we gestart met een inventarisatie van producten waarin kippenvlees is verwerkt. In 2018 ging dit om een totaalvolume van ruim 3 miljoen kilo. Momenteel zijn we in gesprek met leveranciers over de verduurzaming van de keten. In 2018 was 60% van het verwerkt kippenvlees in ons assortiment verduurzaamd volgens de opgestelde criteria, in 2020 moet dit 100% zijn.

Beter Leven

Onze ambitie is dat de vleeswaren van kip medio 2019 voldoen aan de criteria van 1 ster Beter Leven Keurmerk. Daarnaast onderzoeken we de mogelijkheden voor de omschakeling naar 1 ster Beter Leven voor het verse kippenvlees. Hierbij voorzien wij onder meer uitdagingen in de beschikbare volumes. Voor onze leveranciers is de omschakeling naar Beter Leven namelijk niet altijd eenvoudig. Onze nadruk ligt dan ook op het verkennen van de markt naar beschikbare volumes, indien noodzakelijk internationaal.

Naast ons kipassortiment hebben we in 2018 het verse kalkoenvlees én de vleeswaren van kalkoen omgeschakeld naar 1 ster Beter Leven Keurmerk.

Doelstellingen

In 2020 is 100% van ons verwerkte kippenvlees verduurzaamd volgens criteria van 'Kip van Morgen', Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar.

In 2019 is de haalbaarheid van 1 Ster BLK verse kip onderzocht en omgevormd tot een plan.



Kip

2017

2018

2019

2020

60%

100%

Start

Plan

AGF: 60% On the way to PlanetProof - verder dan de doelstelling!



Resultaten en uitdagingen

On the way to PlanetProof

In 2017 behaalden we een resultaat van 36% *On the way to PlanetProof* (hierna: *PlanetProof*) voor de AGF producten waarvoor certificering mogelijk was. In de praktijk ging dit vooral om de Nederlands producten. Samen met onze leveranciers hebben wij in 2018 intensief gewerkt aan de uitbreiding van zowel Nederlands producten als producten uit Zuid-Europa, met name Spanje. Het resultaat: inmiddels is 60% van ons AGF volume – waarvoor certificering beschikbaar is – gecertificeerd. Hiermee hebben de doelstelling van 50% in 2018 ruimschoots gehaald. Deze mooie groei is onder andere te danken aan de flinke stijging in *PlanetProof* komkommers, paprika, bloemkool en prei. Bovendien hebben we nieuwe producten – zoals appels, peren en aardappelen – toegevoegd.

In Nederland is sprake van een sterke groei in het aanbod *PlanetProof*. Maar in Europa staat de omschakeling naar deze teeltwijze nog in de kinderschoenen. Hoewel de beschikbaarheid van vruchtgroenten uit Zuid-Spanje (zoals komkommer, paprika en tomaat) hard groeit, is het certificeringsschema voor in Zuid-Europa geteelde producten nog niet volledig. Zo zijn producten als citrus, meloenen en steenfruit nog niet certificeerbaar. Superunie en haar leveranciers zijn in gesprek met Stichting Milieukeur (SMK) met als doel deze producten zo snel mogelijk toe te voegen. Ook werken we met onze leveranciers en SMK samen om telers te motiveren om over te stappen op *PlanetProof*. Hierbij werkt SMK aan schema's voor nieuwe gebieden, waardoor wij ons aanbod *PlanetProof* jaar rond kunnen versterken. Een toelichting is te lezen op de volgende pagina.

Sustainability Initiative Fruit & Vegetable (SIFAV)

Het SIFAV streeft naar 100% duurzame import van AGF-producten uit hoog risicolanden buiten Europa. In 2017 behaalden we al een aandeel van 91% duurzame import; een grote stap ten opzichte van de 50% van 2016. Dit is onder andere bereikt door een groot deel van ons bananenassortiment alleen nog af te nemen van leveranciers met een Rainforest Alliance keurmerk.



AGF

2016

2017

2018

2019

2020

Doelstellingen

36%



60%

50%

91%

100%

In 2018 is 50% van ons AGF assortiment uit Europese laag risicolanden gecertificeerd volgens PlanetProof of gelijkwaardig.

100% tropische AGF-assortiment uit hoog risicolanden duurzaam gecertificeerd.

Vruchtgroenten in Spanje: On the way to PlanetProof



Superunie wil consumenten het hele jaar door duurzaam geteelde groenten en fruit aanbieden. Daarom werken we hard aan een groter Europees aanbod van *PlanetProof* geteelde producten. Als eerste retailorganisatie zijn we aan de slag gegaan met telers buiten Nederland, om zorg te dragen dat ook daar onze groenten en fruit duurzaam worden geproduceerd. We zien deze inspanning als onze verantwoordelijkheid en als investering in een langdurige relatie met onze leveranciers en hun telers.

Regelmatig bezoeken wij onze telers in de verschillende productiegebieden in Europa om de ervaringen en uitdagingen op het gebied van *PlanetProof* bij de bron te bespreken. De omschakeling van conventionele teelt naar *PlanetProof* teelt vergt voor hen een andere manier van werken en denken, op een andere wijze dan in Nederland. Een grote uitdaging is de omschakeling van kunstmatige bestrijdingsmiddelen naar biologische bestrijding van virussen en plagen.

Inmiddels telen diverse Spaanse telers van komkommer, paprika en aubergine volgens *PlanetProof* en zien zij dat het rendement en de kwaliteit van het product gelijk blijft of zelfs toeneemt. Voor courgette blijkt het lastig om te voldoen aan de criteria, vanwege een virus dat moeilijk te bestrijden is met de toegestane maatregelen binnen *PlanetProof*. We houden de ontwikkelingen in de gaten en zullen ons samen met de leveranciers inzetten om ook hier de stap naar *PlanetProof* te kunnen zetten.



Verpakkingen: minder, recyclebaar en hernieuwbaar

Enkele resultaten:

Deel visassortiment: 95% gerecycled PET		✓	
BBQ-assortiment: 100% gerecycled PET		✓	
Noten- en vruchtencups: 80% gerecycled PET		✓	
Noten in zak: 45% biobased folielaag			✓
Melkan plakken kaas: flexibele hersluitbare topfolie, 60% reductie kunststof	✓		

Minder	Recyclebaar	Hernieuwbaar
	✓	
	✓	
	✓	
		✓
✓		

Mooie stap begin 2019

In 2019 zetten we een volgende concrete stap. We vervangen al onze champignonbakjes van PS-materiaal door 80% gerecycled PET. Door het toepassen van gerecycled PET zetten we een duurzame stap omdat we minder virgin materiaal nodig hebben. Bovendien wordt r-PET uitgesorteerd, om vervolgens weer hoogwaardig te worden gerecycled. Voor de consument verandert er niets. Het bakje kan nog steeds in de plastic zak van de gemeente.

Minder, recyclebaar, hernieuwbaar

In 2018 heeft Superunie verpakkingen benoemd als een focusgebied voor de komende jaren. Op elke niveau (Europese commissie, rijksoverheid, CBL) wordt immers beleid gemaakt om (kunststof) verpakkingen terug te dringen en materiaal te hergebruiken. Het recente verbod op 'single use plastics', zoals wattenstaafjes, bestek en rietjes, is hier een concreet voorbeeld van.

Onze doelstelling is om minder verpakkingsmateriaal gebruiken, verpakkingen beter recyclebaar maken en minder fossiele grondstoffen gebruiken. In 2018 hebben we onze verpakkingsdata geanalyseerd om inzicht te krijgen in onze huidige situatie. Het blijkt dat we meer detailinformatie nodig hebben om weloverwogen duurzamere keuzes te kunnen maken. Wij passen hiertoe in 2019 ons systeem aan. Daarnaast breiden we ons business intelligence systeem uit met monitoring van onze duurzame stappen op productniveau.

Uitdagingen

Er zijn nog de nodige uitdagingen om onze verpakkingen duurzamer te maken. Zo zijn voedselveiligheid en voedselkwaliteit vaak redenen om bepaalde soorten verpakking te gebruiken. Aan voedselveiligheid wordt nooit getornd. Houdbaarheid is van belang om kwaliteit te garanderen en voedselverspilling tegen te gaan. Andere uitdagingen zijn de aanpassing van productielijnen bij leveranciers, het gebruiksgemak van het product, de wens van leden om met verpakkingen een eigen identiteit te creëren en ten slotte de gewoontes van de consument. We hebben de samenwerking gezocht met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV) om ons te helpen met deze complexe materie. In 2019 gaan we met KIDV workshops geven aan onze inkopers, brandmanagers en kwaliteitsspecialisten om dergelijke uitdagingen gezamenlijk op te pakken.



Verpakkingen

2016

2017

2018

2019

2020

Start

*

Doelstelling

In 2025 hebben we 20% minder verpakkingsmateriaal en is 95% van het verpakkingsmateriaal recyclebaar.



REALISATIEGEBIEDEN



Onze stappen op het gebied van zuivel en vruchtensappen



ZUIVEL

In 2018 is het certificatieschema *On the way to PlanetProof* voor melk geïntroduceerd. De set met indicatoren dekt alle belangrijke duurzaamheidsthema's als dieiergezondheid, dierenwelzijn, biodiversiteit en klimaat. Superunie heeft deze ontwikkeling nauwlettend gevolgd en introduceert dan ook in 2019 de eerste basiszuivelproducten zoals melk, karnemelk, vla en kaas gemaakt van gecertificeerde melk met het *PlanetProof* keurmerk, onder het eigen merk Melkan.

Hiernaast heeft Superunie in 2018 opnieuw een aantal zuivelproducten voorzien van weidemelk. Het betreft ons kruidenboterassortiment, de Topvit kwark, de naturel kwark en halfvolle vruchtenkwark. In totaal is nu ongeveer 53% van het ingekochte volume van de verse en houdbare zuivel op basis van weidemelk, ten opzichte van 50% in 2017.

Superunie verwacht van al haar zuivelleveranciers dat zij aangesloten zijn bij een erkend verduurzamingsprogramma. Uit onze inventarisatie bleek dat elke leverancier een (eigen) duurzaamheidsprogramma heeft. Superunie is daarom actief op zoek gegaan naar een monitoringsmethodiek voor duurzaamheid binnen zuivel. In 2018 hebben wij meegedaan aan een pilot van The Sustainability Consortium (TSC) met vier zuivelleveranciers om de TSC-tool en het Dairy Sustainable Framework (DSF), dat momenteel wordt ontwikkeld door de sector zelf, te toetsen. DSF bleek een goede optie om duurzaamheidsprestaties van Superunieleveranciers te volgen en te vergelijken. Leveranciers zoals Arla en Royal FrieslandCampina zijn al aangesloten.



VRUCHTENSAPPEN

In de vruchtensappenketen spelen op teeltniveau milieu- en sociale risico's. De milieurisico's betreffen met name gewasbeschermingsmiddelen en niet-duurzame teeltwijzen. De belangrijkste sociale risico's zijn kinderarbeid, gedwongen arbeid en de beperkte toegang tot commerciële landbouw voor kleinschalige boeren.

In 2018 ondertekenden we het Sustainable Juice Covenant (SJC). Hiermee werken we de komende jaren aan de verduurzaming van ons vruchtensappenassortiment. De eerste doelstelling is dat 30% van onze vruchtensappen duurzaam gecertificeerd is in 2020. In 2030 moet dit 100% zijn. Superunie is als eerste retailorganisatie lid van de stuurgroep van SJC om zo samen met de producenten, boeren en NGO's ambities om te zetten in concrete stappen.

Onze eerste stap is de Rainforest Alliance certificering van onze 1 en 1,5 literpakken sinaasappelsap, 1 literpak sinaasappelsap met vruchtvlees en sinaasappelsap pakjes (6 x 0.2 ml). Deze producten staan begin 2019 in het winkelschap van onze leden.

Onze stappen op het gebied van palmolie en soja



PALMOLIE

Veel van onze producten bevatten palmolie, in grote of vaak in heel kleine hoeveelheden. In totaal bedraagt het volume bijna 2.500 ton. Belangrijke kwesties bij de productie van palmolie zijn ontbossing van tropisch regenwoud (verlies van biodiversiteit en klimaatverandering), landroof en mensenrechtenschendingen. Superunie is lid van RSPO, een wereldwijd multi-stakeholder initiatief om palmolie duurzamer te produceren. Via het CBL hebben we ons geconformeerd aan duurzamere palmolie conform RSPO.

In 2018 was het aandeel van producten gecertificeerd volgens 'RSPO Segregated' 30%*. Daarmee is het percentage nagenoeg gelijk gebleven aan vorig jaar. Het overige deel van het assortiment is grotendeels gecertificeerd volgens RSPO Mass Balance. Voor 13% van het aantal producten is nog geen certificering beschikbaar.

In juli 2018 publiceerde Milieudefensie het rapport 'Draw the line; een zwartboek over duistere investeringen van Nederlandse banken in palmolie'. Naar aanleiding van dit rapport hebben we uitleg gevraagd aan onze bank, de Rabobank. De Rabobank bleek op de hoogte van de in het rapport vermelde issues en had de relatie met het betreffende bedrijf al verbroken.

*cijfer 2017 37% gecorrigeerd naar 29% door verbeterde beschikbaarheid van data



SOJA

De soja die in Nederland wordt gebruikt komt vooral uit Zuid-Amerika. Daar zorgt de teelt voor allerlei problemen: ontbossing, bodemuitputting en vervuiling van water door bestrijdingsmiddelen en kunstmest. De meeste soja wordt verwerkt in veevoer, maar er wordt ook sojaolie gebruikt in sauzen, snacks en producten als zeep. De soja voetafdruk van Superunie is bijna 77.000 ton*. Dit getal is hoger dan de 55.000 ton die wij vorig jaar rapporteerden; dit komt doordat onze Business Intelligence tool voor duurzame handel nu ook de voetafdruk van verwerkt vlees en zuivel nauwkeurig kan berekenen.

We eisen al jaren van onze leveranciers dat zij RTRS gecertificeerde soja (indirect) gebruiken. Wij zijn regelmatig in gesprek met belangrijke stakeholders zoals RTRS en IUCN over voldoende borging van standaarden en wat wij nog meer kunnen doen. Denk bijvoorbeeld aan het kopen van certificaten uit specifieke regio's en het bevorderen van soja uit Europa. Het Hamletz concept is hier een mooi voorbeeld van. Daarnaast stimuleren onze leden meer consumptie van plantaardige eiwitten door het aanbod van vegetarische producten uit te breiden.

* Berekend in retail weight.

Onze stappen op het gebied van transport



TRANSPORT

Superunie zet zich actief in voor meer transportbundeling in de aanlevering richting haar leden. Er is een minimale dropgrootte van 15 palletplaatsen ingesteld en de doelstelling is dat alle leveranciers hier in 2020 aan voldoen. Het percentage leveranciers met een duurzame aanleverketen is in 2018 verder verhoogd van 50% naar 65%. Hiermee zijn wederom duizenden vrachtbewegingen van de weg gehaald. Om dit te realiseren is onder andere een Transport Platform opgezet waar de logistieke stromen van verschillende leveranciers worden samengevoegd.

Om de CO₂-registratie per leverancier en transporteur te verbeteren heeft Superunie een voortrekkersrol genomen in de pilot van CO₂-monitor BigMile, een initiatief uit de Topsector Logistiek. Verder gaat de CO₂-uitstoot van onze ritten voor droge kruidenierswaren, uitgevoerd door Nedcargo, gecompenseerd worden door in Peru bossen te beschermen en nieuw aan te planten.

Continue aandacht voor zout- en suikerreductie

Enkele resultaten uit 2018:	Suiker-reductie	Zout-reductie
Knäckebröd	42%	
Pastasauzen	20%	30%
Kinderkwarken	45%	
Melkan halfvolle kwarken	15%	
Zappie assortiment	35%	
Frisdranken, bijvoorbeeld cola	39%	



Resultaten & uitdagingen

Gezondheid blijft een belangrijk thema voor Superunie. Wij werken consequent aan de doelstellingen uit het Akkoord Verbetering Productsamenstelling, dat zich richt op de reductie van suiker, zout en verzadigd vet en een lagere energie inname. Wij kijken daarnaast ook actief naar productgroepen die niet specifiek benoemd zijn binnen dit akkoord.

g'woon gezond

Het merk g'woon is het eigen merk van Superunie, dat staat voor gewoon goede producten. Inmiddels bestaat het assortiment g'woon uit ongeveer 1.400 producten. We zijn actief bezig om deze producten gezonder te maken, door het reduceren van suikers, zout en vetten. Dit doen we niet alleen bij g'woon, maar ook bij andere Superunie (A)merken, zoals Melkan.

Meer variatie & communicatie

Naast specifieke reductiestappen is in 2018 aandacht besteed aan het aanbrengen van variatie in ons assortiment. Bijvoorbeeld door het toevoegen van volkoren alternatieven en het verhogen van het aandeel groente in recepten en receptvariaties op verpakkingen. In het Superunie magazine 'Boodschappen' besteden we regelmatig aandacht aan het assortiment van onze gezondere producten en helpen wij de consument met tips voor gezondere recepten.

Diverse NGO's sturen op de introductie van een stoplicht voor nutriënten op verpakkingen, om consumenten op heldere wijze te informeren over wat gezonder is en om fabrikanten verder te bewegen om productverbeteringen door te voeren. Superunie ondersteunt via het CBL het Franse initiatief om NutriScore in te voeren in Nederland. NutriScore geeft met behulp van een label een oordeel over de voedingswaarde van een product.

Sterke groei van 16% biologisch met Bio+



Resultaten & uitdagingen

Sinds 1 januari 2018 is Superunie eigenaar van het merk Bio+. We spelen hiermee in op de groeiende vraag naar biologische voedingsmiddelen en de forse groei van biologisch in de Nederlandse markt. Bio+ is verkrijgbaar bij alle leden van Superunie en biedt een mooi platform voor bestaande en nieuwe leveranciers van biologische producten.

Bio+ is een unieke samenwerking tussen boeren, producenten en Superunie. Alle leveranciers en ook Superunie zijn uiteraard SKAL gecertificeerd. De leveranciers van Bio+ maken niet of nauwelijks gebruik van kunstmatige gewasbeschermingsmiddelen, de natuur kan grotendeels haar gang gaan en dieren krijgen de rust en ruimte om op te groeien. Het eigen merk Bio+ bevat producten uit alle food-categorieën. Onze ambitie is om te versnellen in de ontwikkeling van biologische producten om zo on par te komen met de markt. We willen Bio+ dan ook in zowel assortiment als volume laten groeien. Dit doen we door:

- Nieuwe samenwerkingen aan te gaan met bijzondere leveranciers, groot en klein.
- Samen met onze leden de huidige invullingen van biologisch om te zetten naar Bio+, om zo een eenduidig en krachtig merk binnen alle productcategorieën te creëren.
- Kritisch te kijken naar de kwaliteit, prijs, het huidige aanbod en innovaties, met als doel Bio+ toegankelijk te maken voor iedereen.

In 2018 is hard gewerkt aan het verbeteren van de kwaliteit, het vergroten van de distributie en het uitbreiden van het assortiment Bio+. Hierbij kijken we kritisch naar mogelijkheden om de producten zo duurzaam mogelijk te verpakken. Bio+ is in afzet tussen 1 januari en 31 december 2018 met 16% gestegen. Momenteel gaat het om zo'n 300 unieke producten onder het merk Bio+, waarvan tot nu toe 50% van de producten in kwaliteit, verpakking en/of leverancier zijn aangepast. De ambitie is te groeien met ongeveer 100 nieuwe producten, om zo een marktconform assortiment te verwerven.

SAMENWERKINGEN



LEDEN AAN HET WOORD

"Onszelf overbodig maken, dat zou het uiteindelijke doel van de Stuurgroep Duurzame Handel moeten zijn. Totdat er alleen nog maar 'dúúrzame handel' bestaat. Het klinkt als een utopie en waarschijnlijk is het dat ook. De realiteit is immers complex en weerbarstig. 'Papieren oplossingen' werken soms zelfs averechts. En hoeveel we ook verbeteren, er komen altijd weer nieuwe vragen en verwijten op ons af. We weten het. Maar voor ons zijn dit geen redenen om bij de pakken neer te zitten en de dingen maar gewoon over ons heen te laten komen. Integendeel, onze motivatie om te blijven werken aan verduurzaming van onze producten is intrinsiek. Het is een vast onderdeel van ons werk. Daarbij is het de taak van de Stuurgroep om het oog gericht te houden op de positieve effecten op langere termijn. Niet gedreven door de actualiteit van de dag, maar gericht op bestendige vooruitgang."

Leo Linders

Jan Linders Supermarkten

Lid stuurgroep Duurzame Handel Superunie

Verkozen tot Foodmanager 2018



CONVENANTEN & INITIATIEVEN



Sommige complexe thema's, die gelden voor de gehele branche, pakken we in gezamenlijkheid op. Op de volgende onderwerpen werken we samen met het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL):

- Gezondheid: Akkoord Verbetering Productsamenstelling
- Verpakkingen: Brancheplan Verpakkingen 2019-2022
- Leefbaar loon & Riscomanagement: IMVO Convenant Voedingsmiddelen

Daarnaast zoeken we gericht samenwerking als het gaat om verduurzaming van ons AGF-assortiment, op gebied van:

- Vruchtensappen: Sustainable Juice Covenant (SJC)
- Tropisch AGF: Sustainability Initiative Fruit & Vegetables (SIFAV)

Partners van het IMVO convenant:





Totstandkoming verslag

Dit verslag is tot stand gekomen door samenwerking tussen Superunie en Berenschot. Berenschot heeft Superunie ondersteund bij het verzamelen van gegevens, vaststellen van onderwerpen, het analyseren van data en het opstellen van het rapport.

Voor de dataverzameling is gebruik gemaakt van ons Business Intelligence systeem. Berenschot heeft met behulp van dit systeem achterliggende databerekeningen uitgevoerd om inzicht te krijgen in het percentage van het assortiment dat duurzaam is en bijbehorende volumes. Daarnaast werkte Berenschot nauw met ons samen in de verificatie van het systeem. Er is geen validatie gedaan op het invoeren van data door leveranciers. Echter, wanneer er twijfels waren over de juistheid van gegevens, is besloten de cijfers niet te rapporteren.

Afkortingen

adam	article data asset management	PP	On the way to PlanetProof
AGF	Aardappelen, Groente en Fruit	PS	Polystyreen
ASC	Aquaculture Stewardship Council	R-PET	Recycled PET
BLK	Beter Leven Keurmerk	RSPO	Roundtable on Sustainable Palm Oil
CBL	Centraal Bureau Levensmiddelenhandel	RTRS	Round Table Responsible Soy
DKW	Droge Kruidenierswaren	SMK	Stichting Milieukeur
MSC	Marine Stewardship Council	Virgin	Nieuwe (niet gerecyclede) grondstoffen
PET	Polyethyleen		

Keurmerken



ASC - duurzaamheidskeurmerk voor gekweekte vis, schaal- en schelpdieren.



Beter Leven - keurmerk Dierenbescherming m.b.t. dierenwelzijn.



Demeter - keurmerk van de biologisch-dynamische landbouw.



EKO - keurmerk voor biologische producten in Nederland.



Het Europese keurmerk voor biologisch -keurmerk EU voor biologische producten.



Fairtrade zet zich in voor eerlijke handel met boerenorganisaties en coöperaties. Het stelt ook milieueisen.



On the way to PlanetProof - onafhankelijk keurmerk voor duurzamere producten



MSC - internationaal keurmerk voor duurzaam gevangen wilde vis.



Rainforest Alliance - natuurbehoud en betere sociale omstandigheden in landbouw, bosbouw en toerisme.



RSPO Certified Sustainable Palm Oil geeft aan dat minimaal 95% van de palmolie in een product duurzaam is geproduceerd.



UTZ - keurmerk voor koffie, thee, chocolade en hazelnoten dat duurzame landbouw stimuleert.

The logo for Attent, featuring the word "Attent" in a bold, red, italicized sans-serif font. A green leaf-like shape is positioned behind the letters "t" and "e".

Attent

The logo for Boon's Markt, consisting of the words "Boon's Markt" in white sans-serif font inside a red speech bubble shape.

Boon's Markt

The logo for Boni, with the word "Boni" in white bold sans-serif font on a red rectangular background.

Boni

The logo for coop, with the word "coop" in white lowercase bold sans-serif font on an orange rectangular background.

coop

The logo for DEEN, with the word "DEEN" in white bold sans-serif font on a red rectangular background. Below it, the words "• SUPERMARKTEN •" are written in white on a dark blue background.

DEEN
• SUPERMARKTEN •

The logo for DEKAMARKT, with the words "DEKAMARKT" in red bold sans-serif font on a white rectangular background. The letters "D" and "E" are slightly offset to the left.

DEKAMARKT

The logo for Dirk, with the word "Dirk" in white bold sans-serif font on a red rectangular background.

Dirk

The logo for EMTÉ, with the word "EMTÉ" in white bold sans-serif font on a black rectangular background. A small green leaf is above the "É". Below the logo, the text "GEWOON DE LEKKERSTE" is written in small black capital letters.

EMTÉ
GEWOON DE LEKKERSTE

The logo for Hoogvliet, featuring a stylized blue and red "h" icon followed by the word "Hoogvliet" in blue sans-serif font.

Hoogvliet

The logo for Jan Linders, with the words "Jan Linders" in white italicized sans-serif font on a red oval background.

Jan Linders

The logo for MCD, with the letters "M", "C", and "D" in white on red, green, and blue squares respectively. Below it, the words "mijn supermarkt" are written in a blue script font.

MCD
mijn supermarkt

The logo for Nettorama, with the word "Nettorama" in red bold sans-serif font and "MERKEN DISCOUNT" in black bold sans-serif font below it.

Nettorama
MERKEN DISCOUNT

The logo for PLUS, with a green square containing a white plus sign and the word "PLUS" in white bold sans-serif font to its right.

PLUS

The logo for FOIESZ, with the word "FOIESZ" in green bold sans-serif font and "SUPERMARKTEN" in black bold sans-serif font below it, all on a white rectangular background.

FOIESZ
SUPERMARKTEN

The logo for Sligro, with the word "Sligro" in white bold sans-serif font on a dark green oval background. A crown icon is above the "i". Below the logo, the text "Sligro Food Group" is written in small black capital letters.

Sligro
Sligro Food Group

The logo for SPAR, with the word "SPAR" in white bold sans-serif font on a red rectangular background. To the right is a green circular icon with a white tree.

SPAR

The logo for Vomar, with the word "Vomar" in white script font and "VOORDEEL MARKT" in white bold sans-serif font below it, all on a red rectangular background.

Vomar
VOORDEEL
MARKT

Voedsel Verbindt

**Albert Heijn zet in op samenwerking voor lekker
gezond, duurzaam en betaalbaar eten.
Voor iedereen.**

Oktober 2019

Inhoud

1.	Nederland op weg naar kringlooplandbouw	3
2.	De invloed van Albert Heijn binnen het voedselsysteem	4
3.	Albert Heijn verbindt van klant tot land	5
3.1.	De klant heeft toegang tot en waardering voor gezond, duurzaam en lokaal voedsel	5
3.2.	Een sterke positie voor boeren, tuinders en vissers	6
3.3.	Dierenwelzijn wordt altijd meegewogen en ligt aan de basis van onze zuivel- en vleesproducten	7
3.4.	Voedsel wordt geproduceerd met een zo laag mogelijke milieu impact	7
4.	Ketensamenwerking in de praktijk	9
4.1.	Minder verspilling	9
4.2.	Minder grondstofverbruik	9
4.3.	Meer innovatie	10
4.4.	Meer biodiversiteit	10
5.	Onze aanpak & de kringlooplandbouw meetlat	12

1. Nederland op weg naar kringlooplandbouw

De Nederlandse overheid zet in op de omschakeling naar kringlooplandbouw voor een toekomstbestendig voedselsysteem. Het gaat om een omschakeling waarin 'niet druk op de kostprijs van producten leidend is, maar het streven naar voortdurende verlaging van het verbruik van grondstoffen en vermindering van de druk op de leefomgeving'.¹ Als onderdeel van de voedselketen dragen ook supermarkten bij aan deze omschakeling.

Voor Albert Heijn begint alles bij de klant: wij leveren dagelijks de ingrediënten voor vijf miljoen Nederlandse borden. Mensen zijn steeds bewuster met eten bezig en ze willen "beter eten"; lekkerder, gezonder, duurzamer makkelijker. En ook betaalbaar. "Waar voor je geld" is een belangrijke randvoorwaarde bij de dagelijkse vraag: "Wat eten we?".

De supermarkt heeft een unieke positie in de voedselketen als verbindende schakel tussen klanten, producenten, leveranciers, boeren, telers en vissers. In Nederland en daarbuiten. Albert Heijn haalt zijn versproducten zo dichtbij als mogelijk en zo ver weg als noodzakelijk.² Veel van de versproducten bij Albert Heijn komen dan ook van Nederlandse bodem.

Albert Heijn gaat richting 2025 alle versketens voor klanten transparant maken en de dialoog tussen klanten en boeren, telers en vissers verder versterken. We delen met onze klanten waar het product vandaan komt, wat erin zit en hoe het is gemaakt. We werken nauw samen met boeren, tuinders, vissers aan een zo duurzaam mogelijke voedselketen. Zo werken we aan de waardering van voedsel en de bewustwording van herkomst.

Daar waar wij een rol kunnen spelen, kan op onze inzet gerekend worden om het voedselsysteem te versterken. In dit document kunt u lezen hoe onze aanpak bijdraagt aan de transitie naar kringlooplandbouw.³ Wij willen voedsel lekker, gezond, duurzaam en betaalbaar maken zodat iedereen bij Albert Heijn het antwoord vindt op de vraag: "wat eten we vandaag?"

Marit van Egmond
CEO Albert Heijn

¹ Realisatieplan Visie LNV : [op weg met nieuw perspectief](#)

² Dit sluit aan bij het genoemde motto in visie document LNV: Lokaal wat kan, regionaal of internationaal wat moet (p.21).

³ U vindt directe referenties naar de visie-meetlat van LNV in de voetnoten en in hoofdstuk 5 van dit document.

2. De invloed van Albert Heijn binnen het voedselsysteem

Hoewel Albert Heijn een grote speler is in Nederland met een marktaandeel van 34.7%, is de invloed van Albert Heijn op het gemiddelde inkomen van de Nederlandse boer en teler gering. Immers, ongeveer 80% van de Nederlandse agrarische productie wordt naar het buitenland geëxporteerd. Dat maakt Nederland de op één na grootste landbouwexporteur van de wereld, na de Verenigde Staten. Onderzoek wijst uit dat 81% van de Nederlandse eieren, 98% van de uien en 91% van de tomaten worden geëxporteerd. De commerciële dynamiek en prijsvorming van dat soort producten vindt derhalve grotendeels buiten Nederland plaats.⁴ Figuur 1 laat zien dat Albert Heijn met een kleine groep boeren werkt in verhouding tot het totale aantal boeren in Nederland.

Echter, in die ketens waar we nauw samenwerken met boeren of telers, is onze invloed er wél. Met een toenemend aantal boeren en telers die direct voor Albert Heijn produceren en met de ketenpartijen die de eigen merken en het vers assortiment van Albert Heijn verzorgen, werken we aan verschillende doelstellingen. Bijvoorbeeld de verbetering van land- en bodemkwaliteit, dierenwelzijn en circulair grondstof gebruik. Gesloten ketensamenwerkingen zijn wij continue aan het versterken en er komen steeds nieuwe productgroepen bij.

Figuur 1: De invloed van Albert Heijn met gesloten ketens



⁴ CBL (2019) [Ketenvisualisaties](#)

3. Albert Heijn verbindt van klant tot land

Onze klant zetten wij altijd centraal. Zij zet de keten aan tot meer samenwerking omdat zij wil weten wat ze eet: voedsel moet veilig, lekker, gezond en duurzaam zijn. Transparantie maakt het mogelijk dat we ketens zo kort mogelijk kunnen inrichten, want daarmee voorkomen we onnodige schakels of onbekende bronnen. Dit zorgt tevens voor een beter product voor de consument en meer zekerheid voor de boer en teler.

Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de boer als bij Albert Heijn. Zo kunnen boeren met toenemende zekerheid ondernemen en investeren in duurzame productiemethoden en consumenten kunnen gerust genieten en een bewuste keuze maken op smaak, dierenwelzijn en klimaatimpact. We werken bijvoorbeeld al zestig jaar samen met Bakker Barendrecht, die ons verbindt aan een vast telersnetwerk. Zestig procent van de telers die zijn aangesloten zijn dat al 20 jaar en veel zijn als ondernemers gestaag gegroeid. Minstens 50% van alle verse groenten en fruit in onze supermarkten komt uit Nederland. Daarnaast komt, afhankelijk van het seizoen, 30% uit de rest van Europa.

⁵ Dit sluit aan bij punt 5 en 8 van de LNV-visie als meetlat



Figuur 2: Een verbonden keten betekent het beste voor elke schakel

Het verbinden van de keten doen we vanuit de volgende doelstellingen:

3.1. De klant heeft toegang tot en waardering voor gezond, duurzaam en lokaal voedsel⁵

Duurzame en gezonde producten maken we bij Albert Heijn breed beschikbaar. Zo is Albert Heijn de supermarkt met het grootste vegetarische assortiment (7.776 producten) en het grootste assortiment biologisch groente en fruit met een marktaandeel van 64% in 2018. Op dit moment liggen er ruim 1.900 biologische

producten in onze schappen. Albert Heijn wil dat klanten met een gerust hart boodschappen kunnen doen. Keurmerken helpen onze klanten om gemakkelijk de duurzame keuze te kunnen maken. Hierbij volgen wij de 10 topkeurmerken zoals gedefinieerd door Milieu Centraal. Onze biologische producten zijn gekeurd door Skal Biocontrole en hebben daarom het Europese biologisch keurmerk. Via Ahold Delhaize werken wij nauw samen en zitten we in het bestuur van standaarden zoals BSCI, UTZ/Rainforest Alliance en RSPO, om certificering te verbeteren.

De klant heeft een groeiende interesse in streekproducten. Momenteel bieden we 61 streekproducten aan en dit breidt snel uit. Onder de het merk Streeckgenoten maken we deze producten van eigen bodem toegankelijk voor onze klanten.⁶

Consumenten kunnen bij ons steeds vaker kiezen voor een product uit een volledig transparante keten - onder meer met behulp van blockchaintechnologie en DNA-tracking - die de herkomst, samenstelling en het werk van de boer laten zien. Afgelopen jaar hebben we een blockchainplatform opgezet over de herkomst van eieren⁷. Dit doen we omdat ons uitgangspunt is: als je weet waar 't vandaan komt en hoe 't wordt gemaakt, waardeer je het nog meer. Wij vragen altijd aan onze leveranciers van eigen merkproducten om bij alle producten het land van herkomst vermelden. Onze klanten kunnen deze informatie vinden op een wereldkaart op onze website.⁸ In 2025 willen wij al onze eigen merkproducten transparant kunnen maken richting de consument.

⁶ <https://www.ah.nl/streeckgenoten>

⁷ <http://www.ah.nl/check-je-ei>

⁸ <https://www.ah.nl/suppliers/map>



De keten in beeld

Ons klantentijdschrift Allerhande verschijnt 12 keer per jaar met een oplage van 2,1 miljoen en heeft ruim 4,5 miljoen trouwe lezers. In ieder nummer staat een boer, teler of visser centraal met zijn product en wordt inzicht gegeven in de keten van boer tot winkelvloer.

"De consument kent pompoenen inmiddels en is ze gaan waarderen. Daar heeft Albert Heijn zeker een grote rol gespeeld. We leveren al sinds 1999 aan Bakker Barendrecht en Albert Heijn."

– Jeroen Robbers, Teler van De Terp Squachpackers

3.2. Een sterke positie voor boeren, tuinders en vissers⁹

Boeren verdienen een solide positie in de keten, een goed inkomen en continuïteit voor hun bedrijf. Door zekerheid van afname is er meer zicht op de lange termijn bedrijfsresultaten waardoor er ruimte ontstaat voor investering en groei.

⁹ Dit sluit aan bij punt 3 van de LNV-visie als meetlat

In onze gesloten ketens betalen we de boer extra voor zijn inspanningen. Ook denken we mee met het verlagen van kosten door duurzame alternatieven, zoals circulair veevoer. Samen met de keten gaan we komend jaar in overleg om hier concrete plannen te maken.



Zekerheid voor de boer brengt verduurzaming

De maatschap Roorda in Friesland levert al 15 jaar aan Albert Heijn en is gespecialiseerd in de teelt, opslag en verpakking van broccoli en bloemkool. Albert Heijn is de afnemer van beide groenten. De zaken staan er goed voor en in 2018 heeft de maatschap geïnvesteerd in een inpakloods en zonnepanelen. Roorda is nu 70% energieneutraal. In 2020 wil Roorda de koeling uitbreiden en nog meer zonnepanelen plaatsen. Dan worden ze 100% energieneutraal.

3.3. Dierenwelzijn wordt altijd meegewogen en ligt aan de basis van onze zuivel en vleesproducten¹⁰

Dierenwelzijn¹¹ ligt voor ons aan de basis van ieder zuivel- en vleesproduct. Al ons verse varkensvlees en Nederlandse vleeswaren hebben sinds 2011 minimaal één ster Beter Leven keurmerk, sinds oktober 2018 hebben alle eigen merk eieren van Albert Heijn minimaal 1 ster Beter Leven Keurmerk van de Dierenbescherming en onze koeien krijgen uiteraard weidegang, waardoor ze buiten kunnen grazen.

¹⁰ Dit sluit aan bij punt 7 van de LNV-visie als meetlat

¹¹ <https://www.ah.nl/over-ah/duurzaamheid/dierenwelzijn>

¹² Dit sluit aan bij punt 2 van de LNV-visie als meetlat



Dierenwelzijn bij duurzame vis¹²

We verkopen alleen nog vis met het MSC- of ASC-keurmerk waar ook een duurzaam bestandsbeheer in wordt opgenomen. Dierenwelzijn is momenteel nog geen onderdeel van de certificering. We zijn daarom initiatiefnemer (samen met ASC, Dierenbescherming, industrie-partners en Wageningen Universiteit) van een project om dierenwelzijn voor kweekvis te borgen

3.4. Voedsel wordt geproduceerd met een zo laag mogelijke milieu impact¹³

In alle beslissingen die we nemen kijken we naar de impact op het klimaat. We werken er hard aan om onze CO₂-footprint te verlagen. In 2025 willen wij volledig CO₂-neutraal zijn en in de afgelopen 10 jaar tijd is de footprint van onze eigen winkels en de logistiek al met 39.6% gedaald.¹⁴

Per product in onze gesloten ketens gaan we voor een zo laag mogelijke uitstoot. Door onze ketenpartners wordt er bijvoorbeeld zoveel mogelijk groene stroom gebruikt of wekken zij zelf stroom op met zonnepanelen.

Het juiste willen doen komt met dilemma's omdat bijvoorbeeld dierenwelzijn, klimaat maatregelen en milieu niet altijd samengaan. Zo bieden we graag een groot assortiment biologische

¹³ Dit sluit aan bij punt 4 van de LNV-visie als meetlat

¹⁴ <https://www.ah.nl/over-ah/duurzaamheid/energie>

producten aan, maar willen wij ook de uitstoot van broeikasgassen en andere vervuilende stoffen verlagen. Op dit moment werken we er daarom hard aan om onze milieudoelstellingen te vangen in Science Based Targets, we ondertekenden vanuit Ahold Delhaize het Science Based Targets Initiative¹⁵, zodat we stapsgewijs en per keten onze klimaatdoelstellingen kunnen realiseren.



Weidegang in harmonie met de omgeving

Samen met Royal A-ware hebben wij een gesloten zuivelketen opgezet met oog voor koe, natuur en boer. Grondgebondenheid binnen onze zuivelketen zorgt ervoor dat het aantal dieren en de hoeveelheid grasland met elkaar in balans zijn. De bodem wordt gezonder en veerkrachtiger door meer organische stof (voedsel) uit dierlijke mest vast te leggen. Daarbij komt dat de bodem niet meer geploegd mag worden, hetgeen een bron van emissie is.

“Wij zijn er trots op om samen met ketenpartner Albert Heijn invulling te gaan geven aan dit unieke, nieuwe initiatief. Deze ontwikkeling past in de strategie van Royal A-ware om samen met onze melkveehouders melkstromen verder te verduurzamen en deze samen met onze ketenpartners tot meerwaarde te brengen in de markt.”

- Jan Anker, CEO Royal A-ware

¹⁵ <https://www.aholddelhaize.com/en/media/latest/media-releases/ahold-delhaize-commits-to-science-based-targets/>

4. Ketensamenwerking in de praktijk

4.1. Minder verspilling¹⁶

Albert Heijn doet er alles aan om zo min mogelijk voedsel te verspillen en onderschrijft als partner van de Taskforce Circulair Economy in Food¹⁷ de ambitie om in 2030 in de gehele keten 50% minder voedsel te verspillen.¹⁸ ¹⁹ We voorkomen verspilling in onze winkels door slim in te kopen en producten in de winkel tijdig af te prijzen. In 2019 hebben we geëxperimenteerd met dynamisch afprijzen en gaan hier de komende jaren verder in investeren.²⁰

Producten waarvan kwaliteit en smaak goed is maar bijvoorbeeld een afwijkende maat hebben worden verkocht als 'Buitenbeentjes'. Er wordt door onze boeren en telers kwalitatief geproduceerd, waardoor het percentage producten dat buiten de standaardcriteria valt verwaarloosbaar is. Als er desondanks producten overblijven, zorgen wij voor een zo duurzaam mogelijke bestemming. Zo werken we samen met Voedselbanken Nederland en doneren (voornamelijk vers) producten vanuit onze distributiecentra, die vanwege een te korte houdbaarheidsdatum niet meer naar de winkels gaan.

Wanneer een product niet meer kan worden gegeten, kan het met restproducten gebruikt worden als biomassa. Biomassa is immers een waardevolle grondstof voor het opwekken van groene energie en het bemesten van het land. Doordat wij onze ketens effectief met elkaar verbinden wordt de verspilling van de ene keten van waarde voor de andere keten.

¹⁶ Dit sluit aan bij punt 1 van de LNV-visie meetlat

¹⁷ <https://samentegenvoedselverspilling.nl/>

¹⁸ <https://www.ah.nl/over-ah/duurzaamheid/voedselverspilling>



Verwaarden van reststromen

Bloemkoolstronken van onze bloemkolen worden gebruikt in de bloemkoolrijst, onze sinaasappelschillen worden verwerkt in afwasmiddel en van aubergine reststoffen worden door teeltbedrijf Purple Pride zelfs bouwmaterialen gemaakt.

4.2. Minder grondstofverbruik

We proberen continue reststromen uit de voedselketen hoogwaardig te hergebruiken. Door ons grondstoffenverbruik te verminderen, verlagen we de druk op het milieu. Omdat we in steeds meer ketens exclusief samenwerken kijken we voortdurend naar het sluiten van de kringloop tussen ketens in. Mest uit de veehouderij wordt bijvoorbeeld gebruikt om kunstmest te vervangen bij het telen van groente en fruit. Ook komen steeds meer vlees en zuivelproducten bij Albert Heijn van de dubbeldoelkoe, deze koeien worden gehouden voor hun melk én hun vlees. De dubbeldoelkoe gebruikt een stuk minder water en doordat er met het dubbele doel minder ruimte nodig is, wordt er aanzienlijk bespaard op broeikasgassen.

Veevoer heeft binnen onze AH vlees- en zuivelketens grote impact op het klimaat. We hergebruiken daarom in toenemende mate bijproducten uit andere ketens (groente en fruit, tarwe, brood, graan, zuivel) voor droogvoer en bijvoer, bijvoorbeeld voor AH zuivel en varkensvlees.

¹⁹ <https://www.aholdelhaize.com/en/media/latest/media-releases/ahold-delhaize-increases-commitment-to-slash-food-waste-in-half-by-2030/>

²⁰ <https://nieuws.ah.nl/albert-heijn-zet-kunstmatige-intelligentie-in-tegen-voedselverspilling/>



Lokaal kippenvoer

De voerketen willen we zo lokaal mogelijk invulling geven met een zo laag mogelijke impact. Zo zoeken we ook voor kippen naar lokaal en circulair voer. We werken samen met Protix, een ontwikkelaar van insecteneiwitten.



Sla op water

Samen met groenteleverancier Vezet en slakweker B-four Agro oogstten we in januari 2019 de eerste krop sla die op water is geteeld. Deze sla kan het hele jaar op eigen bodem worden geteeld, zorgt ervoor dat er minder kunstmest in het oppervlaktewater terecht komt, heeft een lagere CO₂ uitstoot en er komt geen enkel gewasbeschermingsmiddel aan te pas.

4.3. Meer innovatie²¹

Bij Albert Heijn willen we het beste kunnen bieden voor de klant, de boer, het dier en het land. Dat brengt dilemma's mee en zorgt ervoor dat we continue met kennis en ketenpartners kijken naar hoe het anders kan.

Samen met boeren, de Dierenbescherming en de Wageningen Universiteit lanceerden we in 2010 bijvoorbeeld het ronddeel ei.²² Niet alleen hebben deze eieren de maximale Beter Leven Keurmerk score op het gebied van dierenwelzijn, in de ronde stallen wordt minder energie verbruikt, ontstaat er minder uitstoot en de boer verdient een eerlijke prijs.

²¹ Dit sluit aan bij punt 9 van de LNV-visie meetlat

²² <http://www.rondeeieieren.nl/rondeel-ei>

4.4. Meer biodiversiteit²³

We zetten ons in om de biodiversiteit naast akkers verder te vergroten. Een groeiend aantal boeren waarmee wij samenwerken, individueel of in regionaal verband, verhoogt de biodiversiteit op zijn of haar land.

Met onze Nederlandse telers, aangesloten bij Bakker Barendrecht, en Natuur & Milieu zijn we in 2017 een samenwerking gestart op het gebruik van bestrijdingsmiddelen. Voor dit project zijn in 2017 bij 17 van de in totaal 49 Nederlandse gewassen in het groente- en fruitschap pilots uitgevoerd. Bij aardbei, komkommer, paprika, prei, sperzieboon, tomaat, ui, peen en selderij bleek de pilot geslaagd en kan het gebruik van de schadelijke middelen worden weggelaten. Bij courgette, rucola, boerenkool, Chinese kool en sperzieboon bleek een pilot niet nodig: daarbij werden de 27 meest schadelijke middelen al niet gebruikt.²⁴

In 2020 is het doel om 100% van Nederlandse telers van AGF voor Albert Heijn het gebruik van middelen in een speciaal voor ons

²³ Dit sluit aan bij punt 6 van de LNV-visie meetlat

²⁴ <https://nieuws.ah.nl/gebruik-bestrijdingsmiddelen-daalt-in-groente-en-fruitschap-albert-heijn/>

ontwikkelde online teeltregistratietool te laten registreren. In deze tool wordt ook de Milieubelastingspunten (MBP) berekend conform de milieu-lat methode van CLM. Vanaf 2020 willen we de MBP gebruiken om per gewas de reductiedoelstelling te bepalen.

Ons bodemprogramma heeft daarnaast als doelstelling de biodiversiteit van de grasmatten en de omliggende gebieden te verhogen. We zijn hiermee erg actief met onze groente- en fruitteelt, maar ook in onze dierlijke ketens is dit een belangrijk onderwerp. We werken daarom samen met Naturalis en financieren onderzoek naar biodiversiteit. Door krachten en kennis te bundelen, kunnen we een mooie bijdrage leveren aan een natuurlijk landschap. We vinden het belangrijk om de klanten bij dit onderwerp te betrekken en zetten eerder dit jaar insecten in de schijnwerpers met een educatieve spaaractie.²⁵



Bloeiende akkers

Samen met kenniscentrum CLM, Natuurmonumenten en 40 aardappeltelers, onderhouden we de akkerranden met kruiden en bloemen. Afgelopen jaar hebben we 20 kilometer akkerrand ingezaaid. Zo komen er meer insecten en vogels naast de landbouwgrond, wat zorgt voor een goede omgeving.

²⁵ <https://nieuws.ah.nl/we-mogen-allemaal-wel-wat-liever-zijn-voor-bijen-en-hommels/>

5. Onze aanpak & de kringlooplandbouw meetlat

Albert Heijn aanpak naast de LNV-visie meetlat gelegd:

1. Dragen ze bij aan het sluiten van kringlopen, het terugdringen van emissies en het verminderen van verspilling van biomassa in het gehele voedselsysteem?
Zie [4.1. Minder verspilling](#) en [4.2. Minder grondstofverbruik](#)
2. Dragen ze wat betreft visserij bij aan een duurzaam bestandsbeheer zonder schade aan de natuurlijke omgeving?
Zie [Dierenwelzijn bij duurzame vis](#)
3. Versterken ze de sociaaleconomische positie van de agrarisch ondernemer in de keten?
Zie [3.2. Een sterke positie voor boeren, tuinders en vissers](#)
4. Leveren ze een bijdrage aan de klimaatopgave voor landbouw en landgebruik?
Zie [3.4. Voedsel wordt geproduceerd met een zo laag mogelijke milieu impact](#)
5. Bevorderen ze de aantrekkelijkheid en vitaliteit van het platteland en dragen ze bij aan een bloeiende regionale economie?
Zie [3.1. De klant heeft toegang tot en waardering voor gezond, duurzaam en lokaal voedsel](#)
6. Leveren ze winst op voor ecosystemen (water, bodem, lucht), biodiversiteit en de natuurwaarde van het boerenlandschap?
Zie [4.4. Meer biodiversiteit](#)
7. Is het dierenwelzijn meegewogen?
Zie [3.3. Dierenwelzijn wordt altijd meegewogen en ligt aan de basis van onze zuivel en vleesproducten](#)
8. Leveren ze een bijdrage aan de erkenning van waarde van voedsel en het versterken van de relatie tussen boer en burger?
Zie [3.1. De klant heeft toegang tot en waardering voor gezond, duurzaam en lokaal voedsel](#)
9. Versterken ze de positie van Nederland als ontwikkelaar en exporteur van integrale oplossingen voor klimaat slimme en ecologisch duurzame voedselsystemen?
Zie [4.3. Meer innovatie](#)

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: dinsdag 28 januari 2020 16:56
Aan: 10.2.e
CC: 10.2.e
Onderwerp: RE: Concept agenda gesprek 5 februari
Bijlagen: Agenda gesprek Kringlooplandbouw (5 februari).pdf

Beste 10.2.e

In navolging op mijn vorige mail ik heb nog een opmerking betreffende de agenda.
 Vanwege strategische overwegingen verzoek ik je om de volgorde van de individuele supermarkten die een toelichting geven aan te passen.
 Bijgevoegd vind je deze volgorde.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](#)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e
Verzonden: dinsdag 28 januari 2020 14:58
Aan: 10.2.e @minInv.nl>
CC: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: Concept agenda gesprek 5 februari

Beste 10.2.e

Dank voor het sturen van de conceptagenda. We hebben deze bekeken en hebben enkele opmerkingen:

- Er staat nu dat de afgevaardigden van de bedrijven een *pitch* gaan geven. Gezien de zakelijke setting en de afgevaardigden aan tafel zouden wij je sterk willen adviseren om het te hebben over een *toelichting* die gegeven wordt.
- Dick Roozen zal aanwezig zijn namens de Superunie en zal dan ook spreken namens de Superunie, niet namens Plus.
- Bij het agendapunt *discussie* willen we graag benadrukken dat dit een discussie wordt op basis van de CBL-notitie, voor branche-brede stappen, niet op individueel bedrijfsniveau.

Tevens willen we verzoeken dat de bijgevoegde documentatie met de huidige activiteiten per supermarkt enkel voor de briefing van de minister gebruikt wordt en dus niet wordt verspreid onder de andere aanwezigen.

Zoals afgesproken vind je bijgevoegd ook de definitieve CBL-notitie die meegenomen kan worden met de briefing. De delegatie vanuit de supermarkten die aangemeld kunnen worden (inclusief parkeerplekken) zijn de volgende:

- Olaf de Boer namens Jumbo
- Marit van Egmond namens Albert Heijn
- Marcel Oosterwijk namens Lidl
- Dick Roozen namens Superunie
- Marc Jansen namens CBL. Het kan zijn dat Bert Roetert, onze voorzitter, nog als extra delegatielid aansluit. Gelieve hem ook aanmelden.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](https://twitter.com/cblnieuws)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e [<@minInv.nl>](mailto:@minInv.nl)

Verzonden: dinsdag 28 januari 2020 12:44

Aan: 10.2.e [<@cbl.nl>](mailto:@cbl.nl)

Onderwerp: RE: Concept agenda gesprek 5 februari

Dag 10.2.e

Bijgaand wat voorgesteld gaat worden aan de minister (dus nog niet definitief is):

1) *Agendavoorstel* (zie onderstreepte deel voor de guidance van de pitches!)

11.00-11.10 Korte kennismaking, uw toelichting op doel en opzet, waarbij u ook aangeeft wat voor u het gewenste resultaat van het overleg is.

11.10-11.15 Pitch door Dick Roozen (SuperUnie, maar sprekend namens PLUS) over wat deze supermarkt al doet en voornemens is om de doelen van de LNV-visie te helpen realiseren, en op welk resultaat van dit overleg hij hoopt

11.15-11.20 Idem door Marit van Egmond (AH)

11.20-11.25 Idem door Marcel Oosterwijk (Lidl)

11.25-11.30 Idem door Olaf de Boer (Jumbo)

11.30-11.35 Idem door Bert Roetert (CBL) over wat CBL heeft voorgesteld om de doelen van de LNV-visie te helpen realiseren, en op welk resultaat van dit overleg hij hoopt

11.40-11.45 Uw eerste reactie op de pitches (zie spreeklijnen hierna)

11.45-12.05 Discussie

12.05-12.10 Praktische vervolgspraken maken

12.10-12.15 Afronding

2) *Vorbereidend materiaal* voor de minister over de (mogelijke) inbreng van supermarkten en CBL (zie fiche-bijlage)

Vanuit LNV zal ook 10.2.e deelnemen.

Er is een zaal gereserveerd voor voor-overleg. Over de beschikbaarheid van parkeer-plaatsen informeer ik je nog.

Groet,

10.2.e

[Programma Realisatie Visie](#)

Van: 10.2.e [<@cbl.nl>](mailto:@cbl.nl)

Verzonden: dinsdag 28 januari 2020 09:09

Aan 10.2.e @minInv.nl>

Onderwerp: RE: Concept agenda gesprek 5 februari

Hallo 10.2.e

Dank, helder. Ik zie deze graag tegemoet.

Is het nog steeds de planning dat vanuit LNV Minister Schouten en 10.2.e deelnemen aan het gesprek? Dan nemen wij dit mee in de briefing richting onze leden.

Als uiteindelijk de definitieve stukken klaar zijn graag deze ook naar ons sturen, wij zullen deze doorzetten naar onze leden.

Dank!

Met vriendelijke groet,

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](https://twitter.com/cblnieuws)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e @minInv.nl>

Verzonden: maandag 27 januari 2020 11:27

Aan: 10.2.e @cbl.nl>

Onderwerp: RE: Concept agenda gesprek 5 februari

Dag 10.2.e

Die kan ik je morgen (in de loop van de ochtend) sturen, inclusief de voorbereidende info die we de minister meegeven over waar supermarkten en cbl mee zijn gekomen.

Groet, 10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>

Verzonden: maandag 27 januari 2020 11:24

Aan: 10.2.e @minInv.nl>

Onderwerp: Concept agenda gesprek 5 februari

Hallo 10.2.e

Zoals vorige week besproken leveren we jou uiterlijk morgen de definitieve delegatie en CBL-notitie aan voor het gesprek 5 februari.

Wij zouden graag nog de concept agenda ontvangen zodat deze ook definitief vastgesteld kan worden.

Is deze wellicht al gereed? Zo ja, dan ontvang ik deze graag.

Dank alvast!

Met vriendelijke groet,

10.2.e



Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Agenda gesprek Kringlooplandbouw (5 februari)

- | | |
|-------------|---|
| 11.00-11.10 | Korte kennismaking en bespreking opzet van het gesprek |
| 11.10-11.15 | Toelichting huidige activiteiten ter bevordering van kringlooplandbouw en duurzaamheid door Marit van Egmond (Albert Heijn) |
| 11.15-11.20 | Toelichting huidige activiteiten ter bevordering van kringlooplandbouw en duurzaamheid door Olaf de Boer (Jumbo) |
| 11.20-11.25 | Toelichting huidige activiteiten ter bevordering van kringlooplandbouw en duurzaamheid door Dick Roozen (Superunie) |
| 11.25-11.30 | Toelichting huidige activiteiten ter bevordering van kringlooplandbouw en duurzaamheid door Marcel Oosterwijk (Lidl) |
| 11.30-11.35 | Toelichting huidige activiteiten ter bevordering van kringlooplandbouw en duurzaamheid door Marc Jansen (CBL) |
| 11.40-11.45 | Korte reactie Minister Schouten op de gegeven toelichting |
| 11.45-12.05 | Discussie op basis van de CBL-notitie |
| 12.05-12.10 | Praktische vervolgspraken voor verder contact |
| 12.10-12.15 | Afronding |

Memo ter extra voorbereiding op gesprek minister met supermarkten en CBL (5-2)

Aandachtspunten voor een succesvol overleg:

- **Gewenste uitkomst** is dat minister en supermarkten/CBL *) uit elkaar gaan met afspraken **) over minstens drie onderwerpen:
 - Supermarkten laten zien dat boeren en tuinders die bovenwettelijke prestaties leveren voor de producten die de supermarkt afnemen, een passende meerprijs te ontvangen dan wel hen op andere manieren tegemoet gekomen worden in de hogere kosten die deze producenten moeten maken. Als supermarkten hiervoor een onafhankelijke 'arbiter' willen kunnen inschakelen, dan is het ministerie bereid mee te denken over de inrichting en operationalisering daarvan;
 - Supermarkten verhogen hun aandeel duurzamer geproduceerd voedsel (dierlijk en plantaardig)
 - Supermarkten verhogen hun aandeel regionale producten, dan wel werken op andere wijze mee aan verhoging van de bekendheid en verkrijgbaarheid van regionale en streekproducten. Het ministerie is bereid mee te werken aan campagnes die zulks bevorderen.
 - Supermarkten verlagen de cosmetische eisen die zij stellen aan verse voedingsproducten
- *) = CBL zal zijn best doen om alleen branche-brede afspraken te maken, en de supermarkten zullen daar in dit overleg in meegaan. Het is de vraag of het mogelijk zal zijn (en verstandig is) om deze **rolverdeling tussen supermarkten en CBL** te doorbreken.
- **) = **minimaal gaat het om principe-afspraken** die binnen een termijn van X maanden uitgewerkt worden om in een volgend overleg bezegeld te kunnen worden.
- **De vier onderwerpen van het CBL** en hetgeen de vier supermarkten in hun afzonderlijke toelichtingen naar voren zullen brengen vallen slechts deels samen met de bovenstaande 3 cruciale punten voor de minister.
Deels komt dat doordat over die onderwerpen gewoon zonder al te veel discussie afgesproken kan worden dat deze verder op ambtelijk niveau uitgewerkt kunnen worden;
Deels doordat die punten 'omgebogen' moeten worden naar afspraken die voor de minister kunnen tellen. Dit betreft met name het voorstel over het organiseren van meer transparantie en over intensivering van ketensamenwerking.
- Supermarkten en CBL klagen vaak over de **negatieve bewoordingen** die de minister zou hebben gebruikt jegens supermarkten. Dit heb ik (met hulp van stagiaire Van Ierland) gefactcheckt. Bijgaand het resultaat, waaruit blijkt: ja, de minister is wel eens kritisch, en ja, ze 'kiest' wel eens de zijde van de boer als relatief onmachtige partij tegenover de supermarkt en vindt dus dat die macht best wel wat minder scheef kan, en ja, ze heeft haar ideeën over wat supermarkten meer of beter kunnen doen, maar nergens zijn de uitlatingen uitgesproken negatief. Eerder blijkt dat zij de supermarkten (en vele anderen) als een serieuze partij voor een volhoudbare toekomst van de landbouw beschouwt. Deze fact-check, inclusief deze conclusie is begin vorige week meegegeven aan het CBL met de expliciete uitnodiging om deze conclusie aan de hand van eigen feiten te weerleggen. Hierop is (nog) geen reactie gekomen.
- Voor alle keurmerken geldt dat **verificatie** de achilleshiel is. Bij fair trade is voortdurend de discussie hoeveel van de meerprijs die consumenten (denken te) betalen bij de boer belandt, evenzo bij nieuwere keurmerken als On the way to planet proof. Zijn de supermarkten bereid om samen op te trekken om het vertrouwen in keurmerken te (blijven) verhogen? Oftewel: laten de supermarkten de vertrouwenskwestie over aan de Keuringsdienst van Waarde en vergelijkbare groepen of nemen zij hierin zelf meer verantwoordelijkheid?
- Omdat we verwachten dat een aantal vragen op zullen komen die niet (afdoende) in het voorbereidend materiaal voor de minister zijn behandeld, hebben we voor jullie een aantal Q&A's gemaakt.

Bijlagen:

1. Q&A's
2. Fact-check van uitlatingen minister over supermarkten

Bijlage 1: Q&A's

Duurzamer dierlijk voedsel

Vraag

Welke afspraken zouden supermarkten kunnen maken over duurzamer dierlijk voedsel?

Antwoord

- Een groter marktaandeel van duurzame dierlijke producten (vers, bewerkt en verwerkt) ten opzichte van gangbare dierlijke producten (inclusief bijbehorende vergoeding), bijv. door
 - Inzetten op meer dierlijke producten die voldoen aan de eisen van een duurzaamheidskeurmerk zoals het Beter Leven Keurmerk, On the way to planet proof of het EKO-keurmerk. Bijvoorbeeld alle kip naar BLK 1*.
 - Inzetten op meer duurzame dierlijke producten binnen een (nieuw) marktconcept; denk aan de verkoop van scharrelvlees van Hamletz (Annechien ten Have).
 - Inzetten op het verhogen van de eisen per dierlijke productgroep, bijvoorbeeld al het varkensvlees van BLK 1* naar BLK 2*.
 - Inzetten op meer duurzame dierlijke producten door die **samen** met veehouders te ontwikkelen, denk aan Kipster.
 - Het verwijderen van de minst duurzame dierlijke producten uit het schap. PLUS verkoopt bijvoorbeeld uitsluitend vrije uitloop eieren (BLK 2*) en biologische eieren (BLK 3*) en geen scharreleieren meer met eicode 2 en/of BLK 1*.
- Meer samenwerking in versketens met vaste veehouders door alle supermarkten, waarbij eisen aan duurzaamheid worden gesteld en vergoed.
- Stellen van importeisen:
 - Supermarkten kopen alleen buitenlandse verse dierlijke producten in die voldoen aan de eisen die supermarkten ook stellen aan Nederlandse boeren.
 - Supermarkten stellen dezelfde eisen aan dierlijke producten die worden verwerkt in andere producten als aan verse dierlijke producten, dus geen kooieieren in verwerkte producten als mayonaise en koekjes meer.

Voedselverspilling (n.a.v. stuk CBL)

Vraag

Wat is de stand van zaken rondom de aanvullende cosmetische eisen van groenten en fruit?

Antwoord

NB: er zijn hierover kamervragen binnengekomen van Lid Dik Faber (16/01/20).

Vanuit LNV en Samen Tegen Voedselverspilling hebben in 2019 een tweetal ronde tafel bijeenkomsten plaatsgevonden om inzicht te krijgen in de feiten en oorzaken, oplossingen en mogelijke effectieve afspraken. Hierbij waren supermarktorganisaties, handel en primaire sector vertegenwoordigd. Hier bleek dat aanvullende cosmetische eisen een mogelijke, maar zeker niet enige, oorzaak zijn van verspilling van groenten en fruit. De betrokken supermarkten gaven daarbij aan dat indien zich (weers-)omstandigheden voordoen - zoals de hete zomer van 2018 – deze eisen versoepeld worden, zodat de consument verzekerd is van voldoende aanbod en de boer van afzet. Veelal kiezen de supermarkten er echter voor om hierover niet actief naar buiten te treden en het betreft alleen de bij hen aangesloten telers. Supermarkten lijken nauwelijks bereid om hierover een expliciete afspraak te maken, omdat ze het een non-issue vinden. Het gesprek dat u nu met hen hebt, is het moment om hen te verzoeken hierover toch een afspraak te maken met u.

In de zomer van 2019 maanden heeft ZLTO met steun van LNV de actie #hetezomeroogst herhaald en is ervoor gezorgd dat groenten en fruit met afwijkingen door het weer toch de weg naar de consument vonden. Hiervoor zijn diverse acties met retailers, foodservice en verwerkers opgezet, onder meer voor puntpaprika en venkel. Deze (kleinschalige) acties leveren inzicht en leerpunten op die benut worden voor het meer structureel verbinden van vraag en aanbod van afwijkend product, ook als het niet aan het weer ligt.

Om te komen tot echt structurele oplossingen is het nodig om samen te werken in de ketens om onevenwichtigheden in vraag en aanbod beter op elkaar aan te sluiten, bijvoorbeeld door het opzetten van een marktplaats(en) voor groenten en fruit. In 2020 gaat een ketenbrede werkgroep

aan de slag met vertegenwoordigers van supermarkten, handel, en primaire producenten, aangevuld met LNV en Samen Tegen Voedselverspilling. Deze werkgroep krijgt als taak de feiten en oorzaken scherper in beeld te krijgen en bedrijven individueel en collectief te stimuleren tot het doorvoeren van verbeteringen.

Vraag

Waarover gaat het vervollgesprek dat het CBL met het ministerie van LNV en de Stichting Samen tegen Voedselverspilling heeft op februari.

Antwoord

Dit gesprek is bedoeld om verder in te gaan op de zichtbare (juridische) belemmeringen binnen Nederland en Europa, om daarbij mede te komen tot benodigde aanpassingen. Dit gesprek vindt plaats op 6 februari. Er is een eerste inventarisatie gereed van EU- en Nederlandse wet- en regelgeving en private (keten)afspraken die belemmeringen kunnen opwerpen bij het tegengaan van voedselverspilling. Deze inventarisatie is tot stand gekomen op basis van een open consultatie met het bedrijfsleven en brede stakeholderbijeenkomst. Een High Level Expert Group met deskundigen uit overheid, wetenschap, bedrijfsleven en NGO's komt voor de zomer met een top 10 van meest kansrijke mogelijkheden om spelregels te veranderen. Daarbij wordt onder meer gekeken naar omvang van impact en de haalbaarheid van het wijzigen van regelgeving.

Vraag

Is er een discrepantie tussen de Nederlandse en Europese definitie van voedselverspilling?

Antwoord

Ja, die discrepantie is er, maar Nederland zal rapporteren aan de EU volgens de EU definitie. In de Nederlandse definitie gaat het om voedselverspilling als voedsel dat voor menselijke consumptie bedoeld is, hier niet voor wordt gebruikt. In EU verband wordt veevoer en niet geoogst voedsel, niet meegenomen als verspilling (want het blijft indirect voor menselijke consumptie behouden). Nederland zal de Europese definitie hanteren, maar wil wel deze beide levensmiddelenafvalstromen in beeld brengen om iets te kunnen zeggen over de zo hoog mogelijke verwaarding. Een ander verschil tussen de definities betreft vermijdbaar/onvermijdbaar (NL) of eetbaar en oneetbaar (EU). Dit lossen we op via het toepassen van rekenregels.

Vraag

Waarom zijn er restricties binnen het gebruik van sensoren voor houdbaarheidsbepaling?

Antwoord

De ontheffing voor de PLUS-pilot kan binnenkort worden verleend door VWS. Plus supermarkten hebben een verzoek gedaan om een pilot uit te voeren met een Keep-it-indicator op TGT producten. Een sensor die op de verpakking aangeeft tot wanneer een product veilig te consumeren is om uiteindelijk minder voedsel te verspillen. VWS is bereid een ontheffing voor een pilot met de Keep-it sensor te verlenen. Hiervoor was eerst een risicobeoordeling nodig door BuRO/NVWA. Deze is Q1 2020 gereed. LNV heeft ervoor gezorgd dat er meer prioriteit is gegeven aan het mogelijk maken van deze pilot.

[Elementen uit de open brief van CBL aan de minister en berichten CBL n.a.v. kamerbrief “verbinding boer-burger, voedsel dichtbij” die tot vragen kunnen leiden](#)

Element

[...] Deze individuele boeren en tuinders verkopen vaak homogene producten, die vooral op een internationale markt worden verhandeld. Dit betekent dat de prijs die boeren ontvangen wordt bepaald door algemene, vaak internationale marktomstandigheden en door de verhouding tussen vraag en aanbod.

Vraag

Wat is het standpunt van de minister over de positie die Nederland inneemt als exporterend land en de gevolgen die dat heeft als productieland?

Antwoord

De positie die Nederland inneemt als exporterend land en de gevolgen die de omslag naar kringlooplandbouw heeft als productieland, heeft zeker mijn aandacht.

In de Visie LNV geef ik aan dat er ruimte moet zijn voor zowel die ondernemer die inzet op voedselproductie voor de als de ondernemer die kansen ziet voor de export naar de wereldmarkt; vaak gaat het om de combinatie van beide.

In eerste instantie is dat de verantwoordelijkheid en keuze van de ondernemer zelf. Maar ik wil de ondernemers hierbij ook ondersteunen. Dit doe ik via het landbouwradenetwerk en tijdens handelsmissies die ik zelf leid.

Tegelijkertijd probeer ik vanuit de politiek-beleidsmatige kant kringlooplandbouw hoger op de internationale agenda te zetten, te beginnen in Europa, onze grootste afzetmarkt. Hiermee kunnen we een gelijk speelveld creëren. De Green Deal en de Farm-to-Fork Strategie de binnenkort worden gepresenteerd bieden daarvoor hoopvolle uitgangspunten.

Een vraag van mijn kant is hoe u als supermarkten in uw contacten met uw Europese collega-supermarkten kunt bijdragen aan de discussie over de transitie naar een meer economische, ecologisch en sociaal duurzame voedselketen.

Element

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.

Vraag

Waarom stelt u geen duidelijke kaders voor kringlooplandbouw?

Antwoord

Ik ben het daar mee eens, en daar zet ik me in Europees verband ook voor in. De Green Deal en de Farm-to-Fork strategie bieden daarvoor hoopvolle aanknopingspunten.

Maar ook hier geldt dat agrarische ondernemers wél in staat gesteld moeten worden om de extra kosten die ze moeten maken om te kunnen voldoen aan hogere wettelijke normen, terug te kunnen verdienen. Daarbij heb ik ook de supermarkten nodig.

Element

Creëer duidelijkheid voor samenwerking door de hele keten heen. Er wordt momenteel een wetswijziging voorgesteld om te expliciteren welke ruimte het Gemeenschappelijke Landbouwbeleid biedt voor samenwerking tussen agrarisch ondernemers. Het zou beter zijn om hier ook direct de samenwerking in de keten in mee te nemen, omdat de eerdergenoemde strategische samenwerking van essentieel belang is. De verwachting is dat deze vorm van samenwerking de komende jaren verder gaat toenemen. Het CBL zou graag zien dat het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit hier een extra impuls aan geeft, bijvoorbeeld door het organiseren van 'best practice' bijeenkomsten.

Vraag

Kan de minister meer duidelijkheid verschaffen over de mogelijkheden voor samenwerking in de keten?

Antwoord

Uit de brief is niet duidelijk waar de wens voor verduidelijking precies betrekking op zou moeten hebben: de reeds bestaande samenwerkingsinitiatieven die in de brief worden genoemd, zoals Kipster, zijn prima toelaatbaar onder de huidige wettelijke kaders. Wat niet gaat is in de keten afspraken maken over aanbodregulering of bindende minimumprijzafspraken.

Ik vraag me af wat dan de inhoud van die best practices bijeenkomsten zou moeten zijn.

Ik maak me in de onderhandelingen over het nieuwe GLB sterk om steun te kunnen verlenen aan brancheorganisaties om daarmee samenwerking in de keten te versterken.

Maar dat lost niet het (mededingings)probleem op dat aanbodregulering (bijv. bindende minimumprijzafspraken of afspraken over schapruimte in supermarkten) niet zomaar kan. Dit is ook geen onderwerp van discussie in het kader van het nieuwe GLB.

Mogelijk dat het onderwerp in het kader van het EU-Green deal/farm to fork-initiatief op tafel komt aangezien er nogal wat raakvlakken zijn tussen mededingingsregels en verduurzaming.

Het is goed om dan ook jullie wensen goed te kennen.

Ik wil jullie bovendien graag wijzen op de lopende herziening van de Europese richtsnoeren voor de toepassing van de mededingingsregels. Ik zet me er bij de Europese Commissie (DG COMP) voor in dat bij de toepassing van de mededingingsregels meer gewicht aan duurzaamheidsbelangen wordt toegekend. Ook hier zouden we samen op kunnen trekken. Supermarkten zouden via hun Europese netwerk kunnen bijdragen aan een herziene toepassing van de mededingingsregels om met belangen van duurzaamheid rekening te houden.

Element

Maar liefst 80% van de agrarische ondernemers heeft aangegeven dat er sprake is van overregulering waardoor de kostprijs nodeloos stijgt en het ondernemen moeilijker is geworden. En ondernemen is juist ook nodig om de stap te maken richting Kringlooplandbouw. 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.

Als de minister wil dat supermarkten nog meer streekproducten verkopen, moet de kostprijs ervan flink omlaag. De minister moet met een oplossing komen om de hoge kosten voor kleine boeren en tuinders te verzachten.

Vraag

Wat gaat de minister doen aan het verlagen van de kostprijs van streekproducten?

Antwoord

In de meeste gevallen stellen we niet als Nederland alleen de regels. Veel regels zijn het resultaat van Europese besluitvorming.

Ik hoor graag van ondernemers waar regelgeving knelt. De RVO heeft een Agroloket. Dit loket is voor ondernemers in de agrofood en visserij die onnodige regeldruk ervaren in de dagelijkse bedrijfsvoering en die belemmeringen ervaren bij voorgenomen innovatieve investeringen. Bezwaren tegen bestaand beleid kunnen ondernemers via de branche organisatie of via de RVO-website 'Loketten' melden.

Kleine producenten worden vaak geconfronteerd met wet- en regelgeving die vooral geënt is op grootschalige productiesystemen. Het is voor kleinschalige producenten door de kosten en/of de administratieve lasten die hiermee gemoeid gaan in de praktijk vaak moeilijk om hieraan te voldoen. In de kamerbrief van 2 augustus heb ik dan ook aangekondigd dat ik mogelijke knelpunten in wet- en regelgeving in kaart breng en waar mogelijk de belemmeringen aanpak voor producenten van bijzondere streekproducten en korte ketens.

Daarnaast ligt een groot deel van de kostprijs ook in de distributie. Supermarkten zouden een bijdrage kunnen leveren door het opzetten van nieuwe slimme regionale distributiekkanalen en hiermee ook een deel van die hoge kostprijs kunnen overbruggen.

Element

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.

Vraag

Wat doet de minister aan verkeerde beeldvorming over voedsel en voedselproductie?

Antwoord

In openbare reacties, evenals in Kamerbrieven, besteedt de minister veel zorg aan de juiste feiten, zonder overigens de emotionele kanten die voedsel en voedselproductie met zich mee kunnen brengen uit de weg te gaan. Het is aan de supermarkten en het CBL om onjuistheden in betogen van derden aan de kaak te stellen.

Element

Om er in de toekomst voor te zorgen dat Nederlanders meer waarde toekennen aan voedsel is de jongere generatie essentieel. Het ministerie zou zich daarom hard moeten maken voor structureel voedselonderwijs op Nederlandse scholen.

Vraag

Wat doet u aan het bieden van structureel voedselonderwijs op scholen?

Antwoord

Jong geleerd is oud gedaan. Daar ben ik het helemaal mee eens. Daarom vind ik het belangrijk initiatieven die voedselonderwijs belangrijk.

Er lopen in het kader van Jong Leren Eten verschillende trajecten:

Succesvolle landelijk programma's als Smaaklessen en Schoolfruit hebben recent een update gekregen;

Met een zevental organisaties ontwikkelt het Voedingscentrum een handleiding voor voedselvaardigheden;

Met LTO/Platform boerderij-educatie is een versterking van het netwerk van aangesloten boeren gerealiseerd; niet alleen meer boeren, maar ook beter lesmateriaal, betere training en certificering.

2018 was 'het jaar van de kinderopvang'; ter gelegenheid daarvan zijn op meer dan 150 locaties 'moestuinen' aangelegd voor jonge kinderen, inclusief begeleidende programma's gericht op het ontdekken van voedsel, smaak en gezond gedrag.

In de vorm van publiek-private samenwerking (PPS) wordt binnen de Topsectoren gewerkt aan het versterken van een gezonde en duurzame voedselkeuze, onder meer in het programma over voedseleducatie, waarin projecten 'Gezonde schoollunch' en Smaaklessen met steun van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport wordt (door)ontwikkeld.

Ik hoor graag uw ideeën over wat anders of beter kan, en hoe de supermarkten hieraan kunnen bijdragen.

Bijlage 2: fact-check van uitspraken minister over supermarkten

Negatief/ neutraal

Media

Schouten wil eind maken aan macht van supermarkten Trouw (2018)

"Wat ik ook wil is de positie van de boer in de voedselketen versterken. Hij staat nu te veel onder druk. De boer heeft meer marktmacht nodig. Ik kom nog met allerlei voorstellen om dit voor elkaar te krijgen, maar wat ik al kan zeggen, is dat er een meldlijn komt voor boeren. Wie voelt dat hij wordt afgeknepen door supermarkten – bijvoorbeeld omdat er bovenwettelijke eisen aan producten worden gesteld, terwijl daar geen beloning tegenover staat – kan aan de bel trekken. Anoniem. Het is niet de bedoeling dat een boer die alarm slaat daardoor een afnemer kwijtraakt."

<https://www.trouw.nl/duurzaamheid-natuur/van-minister-schouten-mogen-we-best-wat-trotser-zijn-op-onze-boeren-we-nemen-ze-voor-lief-b9ccb433/>

Schouten pakt marktmacht supermarkten aan (Pluimveeweb, 2018)

Minister Schouten van Landbouw wil de marktmacht van supermarkten aanpakken. Daarnaast wil ze boeren weerbaarder maken in de keten, onder andere door het instellen van een meldpunt voor machtsmisbruik. Dat vertelde ze dinsdag 19 juni op Radio 1 in een interview met Sven Kockelmann.

[...] U gaat dus de marktmacht in de supermarkt aanpakken? vroeg Kockelmann. Schouten antwoordde met een gedecideerd Ja.

<https://www.pluimveeweb.nl/artikel/170851-schouten-pakt-marktmacht-supermarkten-aan/>

Minister geeft boeren meer macht tegen supers (FD, 2019)

Landbouwminister Schouten schiet agrariërs te hulp die zeggen te worden uitgeknepen door inkooporganisaties en supermarktketens. Ze wil boeren en tuinders toestaan afspraken te maken met elkaar. 'Hiermee versterken we de positie van boeren, zodat zij meer marktkracht krijgen', zegt de minister in een gesprek met Het Financieele Dagblad.

<https://fd.nl/economie-politiek/1300651/minister-geeft-boeren-meer-macht-tegen-supers#>

Samenwerking boeren moet mogelijk zijn (FD, 14-5-19)

De meeste boeren kunnen hun inkomen niet verbeteren door een hogere prijs te eisen voor hun melk of groenten. De supermarkten, die onderling in een prijzenoorlog zijn verwikkeld, stappen gewoon naar de buurman van de boer – die wel voor een lagere prijs wil leveren.

<https://fd.nl/opinie/1301069/samenwerking-boeren-moet-mogelijk-zijn>

Schouten en Kamer willen betere prijs voor boer (Nieuwe Oogst, 5-7-2019)

Schouten vertelt dat de gesprekken met de supermarktketens al lopen. 'Ze zien wel in dat het belangrijk is voor de toekomst van de landbouw in Nederland en dat zij daar een rol in hebben. Je kunt niet alleen de verantwoordelijkheid bij de boer of de samenleving neerleggen.'

<https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2019/07/05/schouten-en-kamer-willen-betere-prijs-voor-boer>

Een broccoli van één euro levert de boer drie cent op (RTLZ, 17-06-2019)

Komst van geschillencommissie

Hoeveel duurder onze aardappels en hamlappen moeten worden, kan Schouten niet zeggen. "Maar we zien als consument niet wat de waarde van voedsel is. Er wordt jaarlijks in Nederland 700 miljoen kilo voedsel weggegooid. Als boeren geen inkomen hebben en stoppen, hebben consumenten ook een probleem."

Schouten is zelf niet bang dat supermarkten hun producten elders gaan halen. Volgens de minister zijn er meerdere mogelijkheden om de onderhandelingspositie van boeren ten opzichte van de supermarkten te versterken.

"Dat kan met wet-en regelgeving die het makkelijker maakt om gezamenlijk met supermarkten te onderhandelen. Verder moet er een geschillencommissie komen waar je discussies over de prijs aan voor kunt leggen."

<https://www.rtlz.nl/life/personal-finance/artikel/4749371/boeren-supermarkten-prijzen>

Kamerdocumenten

Antwoorden op kamervragen van Kamerlid Ouwehand (september 2018)

Vraag 2

Kunt u bevestigen dat de afkeuring in dit geval het gevolg is van de eisen die supermarkten zelf stellen, maar dat ook Europese handelsnormen de verkoop van goede producten in de weg kunnen staan en regelmatig zelfs verbieden?

Antwoord 2

In dit geval is de afkeuring inderdaad het gevolg van de eisen die supermarkten zelf aan producten stellen; er bestaan voor producten namelijk geen EU-handelsnormen. Ik vind de handelwijze van supermarkten in deze betreuenswaardig, omdat zo goede en gezonde producten verspild worden

Vraag 4

Hoe staat het met de gesprekken die u met de supermarkten zou voeren over het aanpassen van verkoopnormen die niets te maken hebben met de geschiktheid van groente en fruit voor menselijke consumptie? Bent u bereid de supermarkten aan de hand van deze casus indringend tot de orde te roepen?

Antwoord 4

Tijdens het recente AO Voedsel (19 april 2018 en 15 juni 2018) heb ik uw Kamer toegezegd met supermarkten in gesprek te gaan over het hanteren van (aanvullende) cosmetische eisen aan groenten en fruit, waarbij ik mij gesteund weet door de motie die uw Kamer heeft aangenomen².

De directies van diverse supermarkten zijn inmiddels uitgenodigd voor een persoonlijk gesprek met mij en zij hebben deze uitnodiging aanvaard. Ik vind deze gesprekken van groot belang, omdat supermarkten, als schakel in de Nederlandse voedselketen een belangrijke rol en verantwoordelijkheid hebben bij het tegengaan van voedselverspilling.

In AO 12-7-2019 (35 000 XIV)

Wij vragen ongelofelijk veel van onze boeren. Als we dat doen, dan betekent dat ook dat we reflecteren op eigen keuzes die wij maken. Ik kan dat niet zomaar los van elkaar zien. Ik weet dat dat niet altijd een boodschap is waarmee je de populariteitsprijs wint, want altijd heeft een ander het gedaan. Ik geloof ook dat we moeten kijken in die schakels, bijvoorbeeld met supermarkten, tussenpersonen of wat dan ook hoe die margeverdeling nu is. Als je inderdaad € 0,10 voor je aardappels krijgt die in de supermarkt voor € 2 of € 3 per kilo liggen, dan is er wat aan de hand. Maar dan nog geloof ik dat we een reflectie op de waarde van voedsel voor onszelf niet uit de weg kunnen gaan. Dat geldt voor eenieder persoonlijk.

Het is niet zo dat ik zomaar het inkoopbeleid van een willekeurige supermarkt kan bepalen, al kan ik ze wel steeds meer laten zien: als je wilt dat onze eigen landbouw het volhoudt, als er steeds vaker gevraagd wordt waar ons voedsel nu eigenlijk vandaan komt en wat erin zit, dan kun je daar niet van weggijken. Dan heb je daar ook een rol in. Wat wordt dan jouw bijdrage? Als wij al die schakels mee kunnen gaan krijgen, gaat het lukken.

Ik zie dat partijen steeds meer zoeken naar andere verdienmodellen en een andere wijze van werken. Maar die worden niet automatisch gezien, gewaardeerd en geaccepteerd. Ze krijgen bij wijze van spreken niet letterlijk een plekje in de schappen in de supermarkt. Dat heb je wel nodig om te zorgen dat het echt voort blijft bestaan.

Ik zie gelukkig ook supermarkten die wel een stap aan het zetten zijn met producten die aan hogere standaarden voldoen en op een bepaalde manier geproduceerd zijn. Ik mag geen reclame maken, maar Beter Leven wordt hier natuurlijk ook weleens genoemd. Daar zat de overheid niet bij; daar zat

de retail bij om die afspraken te maken. Is het daarmee allemaal pais en vree? Nee, daarvoor zijn er echt nog wel meer stappen te zetten, maar ook ten aanzien van de korte ketens denk ik dat daar heel veel meer mogelijk is. Maar dat heeft ook te maken met een vraag die er dan moet zijn. Daarmee is dit dus ook een breder issue dan alleen maar één schakel de bal toespelen. Het is echt een kwestie van met z'n allen zien waar het scheeftrekt en waar dit ertoe leidt dat onze eigen producenten onder druk komen te staan. Daarmee is er één niet beter of slechter dan de ander, maar er is daarbij wel één oogmerk: ik wil dat de primaire producent echt de prijs krijgt die nodig is om dit te produceren.

Toespraak van minister Schouten bij de opening van het studiejaar van de HAS in Den Bosch (09-09-2019)

Beste mensen,

Met een nieuw studiejaar voor de boeg barst het in deze ruimte ongetwijfeld van de goede voornemens. Ik heb die voornemens ook; ik kom daar zo op terug.

Eerst wil ik jullie meenemen naar de supermarkt. Niet letterlijk. Blijf lekker zitten.

Laat me zeggen dat we in die supermarkt op zoek zijn naar verse basilicum. Omdat we lekker willen koken voor vrienden. Maar wat een teleurstelling! De basilicum is op.

Wat nu? We kunnen gaan balen. Maar we kunnen ook even de verbazing toelaten. Een uitverkocht product is de uitzondering. Onze winkels liggen eigenlijk altijd vol eten.

Dat eten is behoorlijk anoniem geworden. Wat weet de klant in de supermarkt nog van het werk en de toewijding die daarachter zitten, van boeren, veredelaars, voedselproducenten, veilingmedewerkers, marketeers, vervoerders?

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/carola-schouten/documenten/toespraken/2019/09/09/toespraak-van-minister-schouten-landbouw-natuur-en-voedselkwaliteit-bij-de-opening-van-het-studiejaar-van-de-has-in-den-bosch-op-maandag-9-september-2019>

Goed boeren kunnen boeren niet alleen (07-10-2019)

Waar er voorheen korte ketens waren tussen boer en verkoper (zoals kruidenier, groenteboer, melkboer of slager), kopen consumenten nu de landbouwproducten in supermarkten, meestal nadat ze een lange keten zijn doorgestaan. Vaak zijn de producten uit de supermarkten ook afkomstig vanuit de hele wereld. In 1960 bezat een kruidenier 2.000 verschillende producten. Vandaag de dag zijn er supermarkten met meer dan 30.000 verschillende producten. Voorts zijn het producten die al op vergaande wijze zijn verwerkt en waar maar een beperkte relatie zit met het product dat ooit de boerderij verliet. Dit zorgt ook voor een grotere (mentale) afstand tussen de landbouwers en de uiteindelijke consumenten.

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/carola-schouten/documenten/rapporten/2019/10/07/rapport-van-de-taskforce-verdienvermogen-kringlooplandbouw>

De Nederlandse agrarische sector in internationaal verband (01-01-2020)

Ook voor supermarkten is er een belangrijke rol weggelegd in het verder verduurzamen van de sierteeltketen. Het gaat dan met name om de introductie van duurzame consumentenlabels waarvan de vereisten worden vertaald naar de eerdere ketenschakels. De supermarkten hebben hier zelf ook een verantwoordelijkheid. Zo agendeerde de internationaal opererende NGO Hivos (met als basis Nederland) dat rozenpluksters in Afrika te weinig betaald krijgen (Hortipoint, 2019). Hivos liet berekenen dat er gemiddeld slechts 13 cent meer nodig is per bosje van 10 rozen in de supermarkt om tot een leefbaar loon voor de bloemenpluksters te komen. Dat bedrag moeten alle partijen uit de keten samen opbrengen, aldus Hivos. Voor supermarkten is hier een belangrijke rol weggelegd omdat zij door hun steeds groter wordende marktaandeel, veelal direct contact en langdurige relaties met de rozentelers in een positie zijn om eisen te stellen en afspraken te maken met de telers. Een paar supermarkten laten beweging zien: Jumbo en Aldi gingen op zoek naar aanvullende informatie over hun rozenketens. Zij onderzochten hoe de keten in elkaar zit en welke lonen worden betaald. Het recentelijk getekende IMVO-convenant (Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen) werd echter niet ondertekend door supermarkten. IMVO-convenanten zijn een samenwerking tussen bedrijven, overheid, vakbonden en maatschappelijke organisaties. Samen gaan ze aan de slag om misstanden zoals uitbuiting, dierenleed of milieuschade te voorkomen. Dit is een mooie stap, maar als supermarkten én telers intensiever worden betrokken kan nog meer duurzaam resultaat worden geboekt.

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/carola-schouten/documenten/rapporten/2020/01/01/de-nederlandse-agrarische-sector-in-internationaal-verband>

Positief

Media

Interview parool (20-12-2019)

De tractoren leggen het land grotendeels lam. Zit er wat u betreft een grens aan de acties? "Je mag je stem laten horen, dat is een groot recht in Nederland. Maar besef wel dat je anderen met je acties kan schaden. Met het blokkeren van distributiecentra of supermarkten kun je draagvlak verliezen, het schaadt je eigen zaak. De actievoerders moeten ervoor zorgen dat ze die grens niet overgaan."

<https://www.parool.nl/nederland/minister-schouten-over-de-boeren-ik-kan-wel-tegen-die-nare-teksten~bcafc85a/>

Kamerdocumenten

Toespraak van minister Schouten bij het 25-jarig bestaan van de Nederlandse Akkerbouw Vakbond (04-06-2018)

U bent in 2016 begonnen met een onderzoek naar kansrijke eiwitgewassen zoals soja, lupine en veldbonen. Daar ben ik blij mee, omdat het de kringloop verder sluit. Hoe meer eiwitgewassen we hier telen, hoe minder we dat hoeven te importeren voor veevoer.

En natuurlijk als voedingsmiddel voor mensen. Er zijn er steeds meer plantaardige producten in de supermarkt die vegetariërs én vleeseters graag kopen. Die trend is in het verleden al opgepikt door de eerste NAV-voorzitter Jaap Korteweg – nu bij een breed publiek bekend als de vegetarische slager.

Kamerbrief over beeldmerken met een duurzaamheidsclaim op voedingsproducten (29-01-2019)

Het resultaat van de tweede benchmark is een selectie van 11 topkeurmerken, waar in de eerste benchmark nog sprake was van 13 topkeurmerken. Ten opzichte van de andere keurmerken blinken deze 'toppers' uit door op de drie centrale criteria van de beoordelingsmethodiek – ambitieniveau, controle en transparantie – minimaal een "4" te scoren op een 5-puntsschaal. De nieuwe lijst van topkeurmerken bestaat uit: ASC, Beter Leven 2 en 3-sterren, Demeter, EKO, Europees Biologisch, Fairtrade, KRAV, MSC, On the way to Planetproof, Rainforest Alliance en UTZ. KRAV is een Zweedse variant van het topkeurmerk Europees Biologisch en komt nauwelijks in Nederland voor. De andere topkeurmerken daarentegen zijn vrij gangbaar in Nederland en staan onder meer op voedingsmiddelen in supermarkten en speciaalzaken.

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/carola-schouten/documenten/kamerstukken/2019/01/29/kamerbrief-over-beeldmerken-met-een-duurzaamheidsclaim-op-voedingsproducten>

Wat eten we morgen? Lekker innovatief ... groente en fruit – rapport mede in opdracht van LNV verkent hoe de consumptie van groente en fruit bevorderd kan worden (08-05-2019)

Het groenteschap is geen hoek meer aan het begin van de winkel, maar verbreedt en verspreidt zich over de hele supermarkt, tot aan de tompouce van groente die een gelukzalige dopamine-boost geeft.

[...]

Groente en fruit worden de standaard op alle plekken waar een mens komt gedurende de dag, in de zorg, op het werk, op school, in onderwijsinstellingen, in de horeca, in winkels en supermarkten, op de sportclub en in het zwembad, op trein- en tankstations en op de markt. Van het moment van opstaan tot het naar bed gaan. Waar eigenlijk niet?

[...]

Instellingskeukens, catering en kantines, restaurants, supermarkten en andere winkels dragen met groente en fruit bij aan de volksgezondheid, het milieu en de AGF-sector.

https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2019/05/08/wat-eten-we-morgen-lekker-innovatief-%E2%80%A6-groente-en-fruit/Wat_eten_we_morgen_Lekker_innovatief.pdf

Kamerbrief over duurzame veehouderij (04-09-2019)

Met een subsidie ondersteun ik de verbreding van het Beter Leven Keurmerk met natuur- en milieucriteria. De Dierenbescherming, stichting Natuur en Milieu en de Vogelbescherming ontwikkelen dit samen met veehouders en verwerkers. Voor de zuivel zijn de eerste resultaten al zichtbaar in de supermarkt. Er liggen melk- en yoghurtproducten in het schap die afkomstig zijn van veehouders die werken conform de criteria van 1 ster Beter Leven Keurmerk op het gebied van dierenwelzijn, natuur, milieu en weidevogels.

<https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2019/09/04/kamerbrief-over-duurzame-veehouderij/kamerbrief-over-duurzame-veehouderij.pdf>

Goed boeren kunnen boeren niet alleen (07-10-2019)

Een nieuwe ontwikkeling is, dat meerdere ketenpartijen zoals supermarkten en horeca een directe band opbouwen met boeren en tuinders. Meerdere supermarkten zijn nu bezig om aan te geven welke boer of tuinder hun producten heeft geproduceerd. Het is echter nog niet duidelijk of dit daadwerkelijk tot hogere prijzen en een betere marktpositie voor de primaire producent leidt. Directe samenwerking leidt tot wederzijdse afhankelijkheid en kan daarmee meer marktmacht voor de primaire sector betekenen (Baltussen e.a., 2018). Hierbij geldt wel dat de directe relatie met de consument, de retail in staat stelt om consumptiepatronen te sturen en te bestendigen.

[...]

Er is een steeds groter aanbod van duurzame producten (zoals kringlooplandbouwproducten) bij, bijvoorbeeld, supermarkten.

<https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2019/10/07/rapport-van-de-taskforce-verdienvermogen-kringlooplandbouw/rapport-van-de-taskforce-verdienvermogen-kringlooplandbouw.pdf>

De Nederlandse agrarische sector in internationaal verband (01-01-2020)

Om tegemoet te komen aan de groeiende wens van de consument wat betreft duurzaamheid en dierenwelzijn hebben de supermarkten (verenigd in het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel, CBL) afspraken gemaakt met Landen Tuinbouworganisatie Nederland (LTO) en de Centrale Organisatie voor de Vleessector (COV) om het gangbare vlees verder te verduurzamen. De verkoop van vers varkensvlees via supermarkten voldoet minimaal aan de eisen van het programma Varken van Morgen. De eisen voor de productie binnen dit programma zijn vergelijkbaar met de eisen met 1 ster van het Beter Levenkeurmerk. Vleeswaren en afzet van vers vlees via out-of-home-kanalen valt niet à priori onder het programma Varken van Morgen, maar loopt er in de praktijk deels in mee.

[...]

In bijna alle supermarkten worden nog uitsluitend eieren verkocht met het BLK-keurmerk met een, twee of drie sterren. Daarnaast verkopen supermarkten eieren van specifieke houderijsystemen, zoals Rondeel (Albert Heyn) en Kipster (Lidl). Jumbo verkoopt zogenaamde 'zorgeieren', afkomstig van leghennenbedrijven waar wordt gewerkt met een verstandelijke beperking. Meerdere supermarktketens verkopen het Oerei. Leghennen die het Oerei produceren eten insecten, waardoor geen soja in het voer wordt gebruikt. Tenslotte zijn er nog eieren in het schap waarbij de voeding van de leghen is aangepast. Voorbeelden zijn het maisscharrelei, het viergranenei en het Omega ei (met meer Omega-3 vetzuren in het ei). Kortom, er is een zeer gevarieerd aanbod van eieren, in allerlei maten (S, M, L, XL) en verpakkingen (4, 6, 10, 12 en 20 stuks). Ook het grotere aanbod van witte eieren is iets van de laatste jaren. De productie van witte eieren is goedkoper en door het lagere voerverbruik van de hen is de CO2-voetafdruk kleiner. Om deze reden heeft Lidl besloten om uitsluitend witte eieren aan te bieden.

[...]

Met name Unilever en Ahold onderscheiden zich op hun duurzaamheidsprofiel. Unilever heeft zich gecommitteerd aan het Unilever Sustainable Living Plan, dat onder meer als doel heeft de milieuvoetafdruk van de productie en het gebruik van hun producten te halveren. Ahold zet zich in haar supermarkten onder ander in voor het tegengaan van voedselverspilling, milieuvriendelijke verpakkingen en het verbeteren van dierenwelzijn. Traders zoals Cargill maken gerichte risicoanalyses voor hun soja-aanvoer uit Zuid-Amerika, met aandacht voor het terugdringen van ontbossing, verantwoorde productie en het respecteren van de rechten van lokale gemeenschappen.

<https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2020/01/01/de-nederlandse-agrarische-sector-in-internationaal-verband/de-nederlandse-agrarische-sector-in-internationaal-verband.pdf>

Supermarkten over de minister

Interview Marc Jansen met NOS (02-08-2019)

'Bereidheid bij supermarkten is er wel'

Maar de supermarktbranche wordt niet erg enthousiast van de plannen van de minister. "Ik denk niet dat het goed is dat de minister op de stoel van de ondernemer gaat zitten", zegt Marc Jansen, directeur van supermarktbelangenbehartiger CBL. "Producenten, afnemers en leveranciers moeten zelf het spel van vraag en aanbod spelen."

In supermarkten zijn al volop streek- en regioproducten te vinden, zegt Jansen. "Je hoeft maar een willekeurige supermarkt binnen te lopen of je vindt al streekproducten."

Volgens Jansen ligt het 'beslist niet' aan de supermarkten als boeren hun zelfgeproduceerde kaas en yoghurt niet bij supermarkten in de omgeving in de schappen krijgen. "De bereidheid bij supermarkten is er wel. Een supermarkt kan met deze producten juist mooi z'n klanten bedienen en de concurrentie te slim af zijn."

<https://nos.nl/l/2296100>

Aanleiding

De Minister van LNV is via een Kamermotie opgeroepen concrete afspraken te maken met supermarkten die de transitie naar kringlooplandbouw mogelijk maken. Het CBL stelt voor om onderstaande onderwerpen te bespreken met Minister Schouten ter bevordering van de kringlooplandbouw. Zoals omschreven in de brief *Kringlooplandbouw: de rol van de Nederlandse supermarkt*, is de supermarktbranche via diverse activiteiten en coalities betrokken bij de verduurzaming van de voedselketen waardoor ook kringlooplandbouw kan worden gerealiseerd. Het CBL draagt actief bij aan de Alliantie Verduurzaming Voedsel, het Deltaplan Biodiversiteitsherstel en supermarkten stellen bovenwettelijke eisen op dierenwelzijn en duurzaamheid. In navolging op de reeds ingezette activiteiten zoals beschreven onder hoofdstuk 4 in de bijgevoegde brief stelt het CBL vier aanvullende afspraken voor die bijdragen aan de realisatie van kringlooplandbouw:

1. Besluitvorming en prioritering via transparante methodologie

Verschillende methodologieën zijn tot op heden ontwikkeld ter onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen in de voedselketens. Voorbeeld zijn The Sustainability Consortium en de *Sustainable Basket Metric* methode, een samenwerking tussen Tesco en WWF om via duurzaamheidsimpact van voedsel te kwantificeren. Keuzes maken vanuit een methodologie geeft hierbij de mogelijkheid om te sturen op impact, waarbij helder wordt welke beslissingen kunnen leiden tot resultaat. Tevens ontstaan steeds meer internationale benchmarking methodieken om vooruitgang te berekenen en te vergelijken.

De supermarktbranche gaat graag op zoek naar een methode om helder te krijgen welke keuzes de gewenste impact binnen de kringlooplandbouw realiseren. Samenwerking, met bijvoorbeeld ngo's als het WWF, is hierbij essentieel. Het is van belang dat in gezamenlijkheid met verschillende stakeholdergroepen: ngo's, de overheid en het bedrijfsleven, wordt bepaald bij welke deelgebieden de prioriteiten liggen. Door de complexiteit en diversiteit van de onderwerpen en de dilemma's en trade-offs tussen thema's binnen kringlooplandbouw (klimaat, biodiversiteit, dierenwelzijn, economie) is het gezamenlijk als maatschappelijke actoren kiezen van elementen waar extra op ingezet gaat worden van belang.

2. Transparantie via data ten behoeve van duurzaamheid en waardering van voedsel

Diverse schakels in de keten verzamelen grote hoeveelheden data. Data kan helpen bij het maken van weloverwogen keuzes ter bevordering van duurzaamheid en gezondheid ten dienste van de consument. Tevens kan transparantie leiden tot vertrouwen van de consument en tussen ketenpartijen onderling. Dit kan bijdragen aan een verhoogde waardering van voedsel door de consument en een verbetering van verdienmodellen. Om deze transparantie te creëren is de koppeling van data binnen en tussen verschillende ketenschakels cruciaal, wat op dit moment nog niet optimaal plaatsvindt. Ook de overheid beheert en stuurt datastromen die geschikt en nodig zijn om binnen ketens te gebruiken.

In het verlengende van het PPS project *Transparant, gezond & duurzaam* gaat het CBL graag keten-breed aan de slag om transparantie via data verder te bewerkstelligen. De supermarkten verzoeken hierbij de Minister om de verschillende ketenpartijen en overheidsinstanties bij elkaar te brengen om de koppeling en benutting van data te bevorderen, om zo te komen tot keuzes die bijdragen aan de kringlooplandbouw. Wij zien hierbij een belangrijke rol weggelegd voor de samenwerking tussen overheidsorganisaties die data kunnen delen en de transparantie-initiatieven zoals opgezet door het bedrijfsleven.

3. Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven

De ervaring heeft uitgewezen (onder andere de Kip van Morgen) dat samenwerking ten behoeve van duurzaamheid kan worden geremd door mededingingswetgeving. De nieuwe wet die op dit moment ter behandeling in de Tweede Kamer ligt, *Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven*, biedt de mogelijkheid om onder bepaalde voorwaarden deze mededingingsregels bij het ontplooiën van duurzaamheidsinitiatieven te verruimen.

Het CBL stelt voor om in overleg met het ministerie van LNV een voorstel als test-case in te dienen onder de bovengenoemde wet ter bevordering van kringlooplandbouw. Het CBL zal binnen twee maanden met een gewenste casus komen. Een mogelijk onderwerp is de verhoging van de vleesstandaarden (bijvoorbeeld het verplicht stellen van 1 Ster Beter Leven voor varkensvlees). Het verhogen van deze standaarden moet worden opgepakt samen met de fabrikanten, verwerkende industrie, foodservice en horeca, om zo de standaard ketenbreed in te voeren.

4. Voedselverspilling

Met de breed gedragen doelstelling om te komen tot een halvering van de huidige voedselverspilling in 2030 zijn succesvolle initiatieven opgezet, waarbij tevens (juridische) belemmeringen zijn gedefinieerd om deze ambitie te versnellen. Voorbeelden van belemmeringen zijn de discrepantie tussen de Nederlandse en Europese definitie van voedselverspilling (categorisering stromen die tot veevoer verwerkt worden als voedselverspilling), de toegestane bestemming van reststromen (mogelijkheid verwerking tot veevoer) en de mogelijkheid om op basis van sensorinformatie een alternatieve aanduiding van de houdbaarheid te mogen communiceren binnen de geldende afspraken over productaansprakelijkheid. Ook spelen de Europese handelsnormen op groente en fruit een rol, waarbij wij mogelijkheden zien voor afschaffing.

Het CBL verzoekt het ministerie van LNV tot het voeren een vervolgesprek samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling om verder in te gaan op de zichtbare belemmeringen binnen Nederland en Europa, om daarbij mede te komen tot benodigde aanpassingen.

Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit
mevrouw drs. C.J. Schouten
Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Overgoo 13
2266 JZ Leidschendam
070 3376200
info@cbl.nl
www.cbl.nl

Leidschendam, 2 oktober 2019

postadres
Postbus 262
2260 AG Leidschendam

Ref.: 19.021/MJ

NL15 ABNA 0513 5446 74
BIC: ABNANL2A
KvK V 40412403

Betreft: Kringlooplandbouw: de rol van de Nederlandse supermarkt

Excellentie,

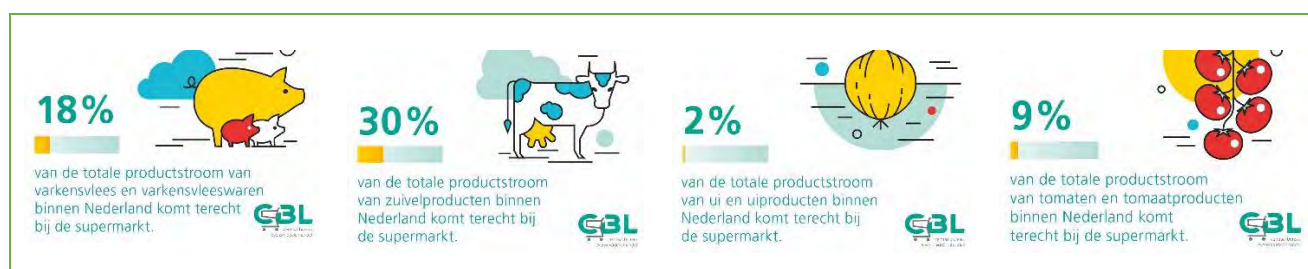
De Nederlandse overheid wil een omschakeling naar kringlooplandbouw realiseren voor een toekomstbestendige landbouw in Nederland. Het gaat om een omschakeling waarin 'niet druk op de kostprijs van producten leidend is, maar het streven naar voortdurende verlaging van het verbruik van grondstoffen en vermindering van de druk op de leefomgeving'.

In 2030 wil Nederland koploper kringlooplandbouw zijn. Om dit mogelijk te maken zijn een aantal voorwaarden gesteld door de overheid. Dit zijn: een goed verdienenvermogen voor (agrarische) ondernemers; kennis en innovatie van hoog niveau; voortbouwen op internationale voorsprong; landbouw en natuur versterken elkaar; er is waardering voor voedsel en agrarische ondernemers en tot slot stimuleert wet- en regelgeving de transitie.

Uitgangspunt transitie

De Nederlandse landbouw- en tuinbouwsector kent een groot aantal ondernemers. Deze individuele boeren en tuinders verkopen vaak homogene producten, die vooral op een internationale markt worden verhandeld. Dit betekent dat de prijs die boeren ontvangen wordt bepaald door algemene, vaak internationale, marktomstandigheden en door de verhouding tussen vraag en aanbod.

Voor een aantal productgroepen is in kaart gebracht welk aandeel terecht komt in de Nederlandse supermarkt.



Bij het CBL zijn aangesloten:

Albert Heijn | Aldi | Bidfood | Boni Markten | Boon Sliedrecht | Coop Supermarkten | Deen Supermarkten | Detailresult | EMTÉ Supermarkten | Hoogvliet | Jan Linders | Jumbo Supermarkten | De Kweker | Lekkerland | Lidl Nederland | Makro Nederland | Nettorama | NS Stations Retail Bedrijf | PLUS Retail | Poiesz Supermarkten | Sligro | Spar | Vakcentrum | Groothandel in Levensmiddelen Van Tol | Vomar Voordeelmarkt |

Uitdagingen van vandaag

Het gedrag van consumenten verandert. Door het gebrek aan tijd, het toenemende aantal één- en tweepersoonshuishoudens en de technologische ontwikkelingen is er meer behoefte aan gemak. Maar ook wordt de consumentenvraag steeds diverser en is er een alsmaar groeiende aandacht voor gezond en duurzaam. De vraag om duurzaamheid zorgt ook voor een toenemende maatschappelijke druk. Er is discussie over de houdbaarheid van het huidige voedselsysteem. Ook voedselverspilling, dierenwelzijn, uitputting van grondstoffen, arbeidsomstandigheden in ontwikkelingslanden en klimaat zijn momenteel belangrijke thema's.

Daarnaast is er in de voedselketen veel onzekerheid. Over de oogsten, de prijzen op de wereldmarkt, maar bijvoorbeeld ook over de regeldruk. 80% van de boeren geeft bijvoorbeeld aan dat overregulering het ondernemen steeds moeilijker en duurder maakt.

Consument en supermarkt

De consument is erg tevreden over zijn of haar supermarkt. De supermarkt krijgt gemiddeld een rapportcijfer van 7,9 van zijn klant. Dit hoge rapportcijfer komt doordat supermarkten weten in te spelen op de wensen én eisen van de consument. Zo wordt er gewerkt aan een gezonder productaanbod, meer gemak, minder verpakkingsmateriaal, meer beleving, een duurzamer aanbod en meer transparantie over de herkomst van voedsel. Daarnaast vervult de supermarkt een belangrijke sociale rol in de leefomgeving van Nederlanders.

Om er ook in de toekomst voor te kunnen zorgen dat supermarkten de consument kunnen blijven voorzien van goed, veilig, duurzaam, gezond en betaalbaar voedsel is het essentieel dat alle schakels in de keten een goede boterham kunnen verdienen. Juist ook de agrarisch ondernemer. Hoe gaan we dit realiseren?

1. Op weg naar Kringlooplandbouw door de consument centraal te stellen

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. Er moet daarom meer worden ingezet op innovatieve producten die meer waarde voor de consument brengen. Wil de consument bijvoorbeeld meer gemak tijdens een drukke werkweek dan kan worden gedacht aan het maken van samengestelde verspakketten voor een maaltijd. Wil de consument gezonder eten? Dan kan worden gedacht aan gezonde innovatieve producten als spaghetti gemaakt van groente. En wil de consument meer aandacht voor duurzaamheid? Dan kan er in de keten samen worden gewerkt aan duurzamere productiemethode.

Juist de supermarkt heeft vaak goed inzicht in de wensen van de consumenten. En de verwachting is dat dit door technologische ontwikkeling alleen maar gaat toenemen.

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.

2. Op weg naar Kringlooplandbouw door samenwerking in de keten

We zien de afgelopen jaren een toename van de zogenaamde strategische samenwerking in de voedselketen. Hierbij werken supermarkten en foodservicebedrijven intensiever samen met agrarische ondernemers en fabrikanten. Hierdoor zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming en circulariteit worden gesteld. Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld worden gebracht en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken. Voorbeelden van dit soort ketensamenwerking zijn Kipster met Lidl, A-ware met Albert Heijn en Vion met Plus.

De verwachting is dat deze vorm van samenwerking de komende jaren verder gaat toenemen. Belangrijk hierbij is om te realiseren dat deze ketenrelaties echter niet voor alle boeren in Nederland mogelijk zijn, aangezien een groot deel van de boeren en tuinders niet voor de Nederlandse markt produceert. Uiteraard wil het CBL wel samen met uw ministerie kijken naar de mogelijkheid om de kennis over deze typische Nederlandse samenwerkingsverbanden te 'exporteren' naar andere (Europese) landen.

Door een gezamenlijke workshop te organiseren over strategische ketensamenwerking tijdens de komende editie van de Grüne Woche in Berlijn van 16 tot 18 januari kunnen andere landen geïnformeerd worden over het succesvolle Nederlandse model.

3. Op weg naar Kringlooplandbouw door meer transparantie

Ketens waarin leveranciers goed samenwerken met afnemers bieden ook de mogelijkheid om meer transparantie tussen ketenpartijen te realiseren. Hierdoor kan de consument beter geïnformeerd worden over de herkomst en het gehele productieproces van voedsel. Dit is essentieel, omdat ook de consument uiteindelijk mee moet in de overtuiging dat de door de overheid gewenste Kringlooplandbouw de juiste weg is.

Supermarkten willen hier graag, waar mogelijk, hun steentje aan bijdragen. 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 en producten met andere, door Milieucentraal geaccepteerde, duurzaamheidskeurmerken. Ook door bijvoorbeeld het organiseren van boerderijdagen of het geven van meer informatie bij het schap, proberen supermarkten de consument meer kennis bij te brengen.

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.

4. Op weg naar Kringlooplandbouw door initiatieven in de supermarkt

Ook supermarkten hebben een rol in de voorgestelde transitie. Overigens is er de afgelopen jaren door supermarkten al veel 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.
- 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.
- 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.
- In steeds meer supermarkten is volop aandacht voor regionale producten in het schap.
- Het tegengaan van voedselverspilling vinden supermarkten erg belangrijk. Er is gezamenlijk afgesproken om in 2030 de verspilling van voedsel in de supermarkt met zeker 50% te hebben gereduceerd.
- Supermarkten stellen specifieke eisen aan de grondstoffen die gebruikt worden voor hun producten. Zo vragen supermarkten RSPO-gecertificeerde palmolie voor alle huiskmerkproducten, is RTRS-certificering de standaard voor soja voor veevoer voor de huiskmerkproducten vlees, eieren en zuivel en zijn huiskmerk cacao-producten gecertificeerd duurzaam.
- Alle supermarkten vragen gegarandeerde weidegang voor melkkoeien voor de huiskmerk-zuivelproducten.
- Alle supermarkten stellen bovenwettelijke eisen aan het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en de maximale hoeveelheid residu ervan op producten.

- Het CBL was betrokken als kwartiermaker bij de het Deltaplan Biodiversiteitsherstel en zal hierbij betrokken blijven.
- Het CBL werkt binnen de Alliantie Verduurzaming Voedsel en MeatNL samen om de dierlijke sectoren verregaand te verduurzamen. Hierin wordt nauw samengewerkt met uw ministerie.
- Het CBL heeft namens de supermarkten en foodservicebedrijven samen met uw ministerie en het ministerie van Buitenlandse Zaken het IMVO-Convenant Voedingsmiddelen getekend. Samen met producenten, vakbonden en maatschappelijke organisaties werken wij hiermee aan sociale verduurzaming in de internationale productieketens. Alle supermarktorganisaties voeren due diligence-onderzoek uit conform de OESO-Richtlijnen en brengen zo risico's in ketens in beeld en bepalen acties om deze risico's te verminderen en uit te sluiten. Bovendien hebben supermarkten afgesproken om projecten te starten om leefbaar loon te realiseren voor medewerkers op productiebedrijven in ontwikkelingslanden. Het eerste concrete project in de bananenketen is gestart.
- Alle supermarkten hebben via het CBL het Nationaal Preventieakkoord getekend. Dit Akkoord is er op gericht om de Nederlandse bevolking te stimuleren gezonder te leven. Eén van de acties waar supermarkten aan werken is verhoging van de consumptie van producten uit de Schijf van Vijf. Gunstig bijeffect hiervan is dat deze verandering van consumptie ook bijdraagt aan verduurzaming van de productie.
- Alle supermarkten werken aan 20% minder en voor 95% recyclebare verpakkingen voor voedselproducten via het ambitieuze Brancheverduurzamingsplan. Tevens wordt fors geïnvesteerd in energiebesparing en de inzet van duurzame energie en is het streven van de sector dat in 2030 bedrijfsvoering CO₂-neutraal is.
- 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.

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.

5. Op weg naar Kringlooplandbouw door een sturende overheid

Om in 2030 koploper op het gebied van Kringlooplandbouw te zijn, kan de Nederlandse overheid ook kijken naar het aanpassen van wet- en regelgeving. Essentieel hierbij is een consistent beleid vanuit alle departementen. De overheid moet als één optreden en moet een eenduidig doel voor ogen hebben. Een aantal punten die volgens het CBL ook van belang zijn:

- Er is vooralsnog weinig aandacht voor de positie die Nederland inneemt als exporterend land en de gevolgen die dat heeft als productieland. Het is essentieel dat hierover een duidelijk standpunt wordt ingenomen. Want willen we als Nederland koploper zijn op het gebied van Kringlooplandbouw, dan bestaat er een kans dat onze concurrentiepositie op de wereldmarkt verandert.
- 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.
- Creëer duidelijkheid voor samenwerking door de hele keten heen. Er wordt momenteel een wetswijziging voorgesteld om te expliciteren welke ruimte het Gemeenschappelijke Landbouwbeleid biedt voor samenwerking tussen agrarisch ondernemers. Het zou beter zijn om hier ook direct de samenwerking in de keten in mee te nemen, omdat de eerdergenoemde strategische samenwerking van essentieel belang is. De verwachting is dat deze vorm van samenwerking de komende jaren verder gaat toenemen. Het CBL zou graag zien dat het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit hier een extra impuls aan geeft, bijvoorbeeld door het organiseren van 'best practice' bijeenkomsten.

- Maar liefst 80% van de agrarische ondernemers heeft aangegeven dat er sprake is van overregulering waardoor de kostprijs nodeloos stijgt en het ondernemen moeilijker is geworden. En ondernemen is juist ook nodig om de stap te maken richting Kringlooplandbouw. 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.
- 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.
- Om er in de toekomst voor te zorgen dat Nederlanders meer waarde toekennen aan voedsel is de jongere generatie essentieel. Het ministerie zou zich daarom hard moeten maken voor structureel voedselonderwijs op Nederlandse scholen.

Tot slot

Het CBL en haar leden staan positief tegenover de omslag naar een Kringlooplandbouw. Om de transitie naar Kringlooplandbouw te laten slagen, is het essentieel dat de goede samenwerking tussen boer, fabrikant en retailer een grotere rol krijgt.

Graag lichten wij onze inzet voor het streven naar Kringlooplandbouw nader toe in een persoonlijk gesprek.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: donderdag 5 maart 2020 13:24
Aan: 10.2.e
Onderwerp: RE: Edeka

10.2.e dank voor de terugkoppeling van een terugkoppeling van een collega.
 Ik zou dit soort emotionele inkleuringen van een paneldiscussie niet te veel waarde aan hechten.
 Als ik iets in deze geest zou hebben gezegd, is het eerder bedoeld als een verzuchting

Met vriendelijke groet,

10.2.e

T 070 10.2.e
 | <https://www.cbl.nl> | @cblnieuws
 Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e @minlnv.nl>
Verzonden: donderdag 5 maart 2020 09:47
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
CC: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: Edeka

Dag 10.2.e ,
 Dit kan ik alvast meegeven over waar ik het dinsdag aan het einde van de middag met 10.2.e even over had:

Biopark, één van de grote Duitse biologische producentenverenigingen, heeft samen met supermarktketen Edeka en WWF Deutschland het project "Landwirtschaft für Artenvielfalt" (Landbouw voor Biodiversiteit) opgezet. Daarin krijgen veehouders een premie uitbetaald op de vleesprijs als hun bedrijf aan bepaalde biodiversiteitscriteria voldoet. De producten zijn in de supermarkt duidelijk herkenbaar (meer informatie: www.landwirtschaft-artenvielfalt.de).

Het project is onderdeel van een bredere samenwerking waarin EDEKA door WWF ondersteund wordt bij de inkoop van natuurvriendelijke producten. Het logo van WWF staat op ruim 300 producten, op basis waarvan consumenten kunnen kiezen.

Veehouder Ulf Zinnow doet aan dit project mee, net als een groeiende groep van momenteel ruim 50 collega's in Duitsland. Het 183 hectare grote bedrijf bestaat uit grasland, bouwland en fruitteelt en ligt in een mozaïeklandschap ten westen van Berlijn en ten noorden van Potsdam. Zinnow produceert daar sinds de Duitse hereniging vooral rundvlees en akkerbouwproducten. Hij is sinds 1994 aangesloten bij Biopark.

De positie van de boer in de keten en de macht van de keuze van de consument zijn zeer actuele onderwerpen. In het Duitse landbouwbeleid is daar momenteel veel aandacht voor: Tijdens de Grüne Woche is het motto van het Duitse landbouwministerie "Du Entscheidest" ("Jij beslist"). Dit is een campagne waarin consumenten bewust gemaakt worden van het belang van hun keuzes in de supermarkt voor een duurzamere landbouw.

@10.2.e een collega van mij was aanwezig bij het foodlog-congres waar jij ook een bijdrage aan geleverd hebt. In het verslag van deze medewerker lees ik: "CBL haalde hard uit naar LNV/Schouten omdat Schouten zelf een kringloopvisie heeft geschreven en vervolgens vindt dat de keten/retail het moet oplossen." Buiten reikwijdte verzoek

Met vriendelijke groet,

10.2.e

.....
LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels/Spaans/Duits/Frans](#)
[Programma Realisatie Visie LNV](#)
[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag
.....

M +31 6 10.2.e
10.2.e
10.2.e [@minlnv.nl](mailto:10.2.e@minlnv.nl)
.....

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: woensdag 16 september 2020 11:51
Aan: 10.2.e)
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten
Bijlagen: Input kamerbrief kringlooplandbouw CBL (1509).docx

Hallo 10.2.e

Bijgevoegd vind je onze input voor de kamerbrief over de gemaakte afspraken op 5 februari.
 Mocht je nog vragen hebben dan hoor ik dat graag!

Groet,
 10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e
 I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](#)
 A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e @minlv.nl>
Verzonden: dinsdag 15 september 2020 08:48
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e prima.
 Groet, 10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: maandag 14 september 2020 08:34
Aan: 10.2.e @minlv.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e

Vorige week hebben we contact gehad over onderstaande kamerbrief.
 We hebben toen afgesproken dat jij van mij morgen terugkoppeling krijgt.
 Ik heb echter woensdag ochtend een gesprek met 10.2.e staan over de uitwerking van de motie Sneller / De Groot.
 Ik zou dit graag nog meenemen in mijn uitwerking. Past het voor jou om woensdag mijn terugkoppeling te krijgen?
 Indien dit te laat is hoor ik het graag, dan stuur ik het morgen.

Hoor het graag, dank alvast!

Groet,
 10.2.e

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](#)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e [@minlnv.nl](#)>

Verzonden: donderdag 10 september 2020 12:18

Aan: 10.2.e [@cbl.nl](#)>

Onderwerp: FW: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Van: 10.2.e

Verzonden: donderdag 10 september 2020 10:15

Aan: 10.2.e [@cbl.nl](#)>

Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Het gaat om deze 7 afspraken, kunnen we daar al ietsjes meer over zeggen?

De gesprekken met de supermarktvertegenwoordigers hebben geleid tot een aantal concrete vervolgafspraken:

1. Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming wordt in veel gevallen begrensd of bemoeilijkt door het ontbreken van een gelijk speelveld. Indien supermarkten omstandigheden aantreffen waar dit gelijke speelveld ontbreekt, zullen zij aangeven op welke manier de overheid hieraan tegemoet kan komen.
2. De supermarktvertegenwoordigers gaan in gesprek met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming.
3. Supermarkten blijven zich inspannen om de vraag naar en het aanbod van duurzame producten, waaronder regio- en streekproducten, te stimuleren. Zoals ik uw Kamer eerder aangegeven heb (Kamerstuk 35 068, nr. 4), wil ik via een benchmark de afzet van streek- en regioproducten inzichtelijker maken voor consumenten. De supermarktbranche heeft toegezegd hieraan bij te dragen.
4. De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie. Dit doen zij in nauwe samenwerking met andere partijen in de gehele voedselketen. Er wordt onderzocht op welke manier kan worden aangesloten bij al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van The Sustainability Consortium. Ik neem hierbij de uitwerking van Motie Sneller en De Groot (Kamerstuk 31 532, nr. 246) mee om te kijken of dit ook kan leiden tot een standaard voor een jaarlijkse rapportage die inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.
5. In het verlengde van het PPS project *Transparant, gezond & duurzaam* werken supermarktbranche en ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) aan ketenbrede initiatieven gericht op het delen van data en daarmee op het vergroten van de transparantie die consumenten nodig hebben om duurzame keuzes te kunnen maken (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45).
6. Het CBL zal ter bevordering van kringlooptlandbouw, in overleg met het ministerie van LNV, een voorstel indienen als test-case onder de wet Duurzaamheidsinitiatieven. Een casus-onderwerp kan de verhoging van de vleesstandaarden zijn.
7. Samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling werken Rijksoverheid en supermarktbranche verder aan het voorkomen en verminderen van voedselverspilling, waarbij ook gekeken wordt naar mogelijke aanpassingen voor de wettelijke en private regels binnen Nederland en de EU die een verdere reductie van voedselverspilling bemoeilijken of in de weg staan.

Tot later,

10.2.e

Van: 10.2.e)
Verzonden: donderdag 10 september 2020 10:01
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e
Het ziet er dan toch echt naar uit dat de minister de Kamerbrief uit wil doen gaan, ik durf het haast niet te zeggen. Er speelden nogal meer rondom haar...
Kan ik vandaag of morgen even contact met je hebben over deze brief? Het zou bijvb mooi zijn als we al iets meer kunnen zeggen over hoe het staat met die 7 afspraken die toen gemaakt zijn.

Met vriendelijke groet,
10.2.e

.....
LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels](#)/[Spaans](#)/[Duits](#)/[Frans](#)
[Programma Realisatie Visie LNV](#)
[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
M +31 6 10.2.e
10.2.e
10.2.e @minInv.nl
.....

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.
De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.
The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.
Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.
De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.
The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Activiteiten supermarktbranche t.b.v. Kringlooplandbouw

Na het gesprek op 5 februari 2020 tussen minister Schouten en de supermarktbranche zijn diverse activiteiten binnen de branche ondernomen. Onderstaand zijn initiatieven beschreven waar de supermarktbranche de afgelopen maanden bij betrokken is geweest, voortbouwend op de afspraken gemaakt in februari.

Ketensamenwerking

De supermarktbranche is via diverse kanalen in gesprek met ketenpartners over samenwerking. Zo zijn supermarkten betrokken bij het netwerk voor verduurzaming dierlijke producten. Binnen dit netwerk werkt de branche samen met andere ketenpartijen en afzetkanalen (onder meer LTO, Veneca), het ministerie van LNV en de Dierenbescherming. Doel van dit netwerk is het vergroten van het bestaande marktaandeel duurzame dierlijke producten met bovenwettelijke duurzame prestaties in alle afzetkanalen. De supermarktbranche zal zich binnen dit netwerk toenemend inzetten voor strategische ketensamenwerking binnen gesloten ketens. Binnen deze samenwerking zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen partijen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming stellen. Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld komen en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken.

Streek- en regioproducten

In steeds meer supermarkten is volop aandacht voor streek- en regionale producten in het schap. Zoals in het gesprek met minister Schouten aangegeven staat de supermarktbranche ervoor open om samen met andere ketenpartijen bij te dragen aan een benchmark over deze streek- en regioproducten. Wij gaan hier graag verder over in gesprek met het ministerie van LNV.

Transparantie en rapportage

Binnen de Alliantie Verduurzaming Voedsel (AVV), waar het CBL onderdeel van uitmaakt en het ministerie van LNV een adviserende rol heeft, is het onderwerp van duurzaamheidsmonitoring- en rapportage diverse malen besproken. Zo wordt er gekeken hoe diverse methoden en activiteiten, onder meer het werk van *The Sustainability Consortium* en *The Product Environmental Footprint* (PEF), zich tot elkaar verhouden. Het CBL is via de AVV betrokken geweest bij de organisatie van een kennissessie over de PEF samen met het ministerie van LNV. Het CBL is momenteel in gesprek met het ministerie van LNV over de uitwerking van de motie Sneller en De Groot.

Supermarkten zijn tevens bezig met de verdere uitrol van de PPS *Transparant, gezond & duurzaam*.

Samenwerking binnen de Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven

De *Wet ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven* is op dit moment nog in voorbereiding. De afgelopen maanden hebben hier geen ontwikkelingen plaatsgevonden. Gezien de onzekere status van deze wet is het aandraagen van een test-case nog niet opportuun. De ACM heeft onlangs wel een nieuwe concept *Leidraad Duurzaamheidsafspraken* gepubliceerd, gericht op samenwerking. Het CBL heeft gesproken met de ACM over de mogelijke ruimte om verduurzaming te bewerkstelligen. Hier wordt verder, mede binnen het netwerk verduurzaming dierlijke producten, naar gekeken.

Voedselverspilling

In maart 2020 hebben supermarkten een onderzoek gepubliceerd over voedselverspilling binnen het supermarktkanaal, uitgevoerd samen de WUR en het ministerie van LNV onder de vlag van de

Stichting samen tegen Voedselverspilling (STV). Het onderzoek laat zien dat 1,7% van het voedsel aangeboden door supermarkten niet bij de consument terecht komt. Het onderzoek geeft handvaten voor verdere initiatieven op voedselverspilling, welke in de afgelopen periode door onder andere Lidl, PLUS en Jumbo zijn opgezet.

De Alliantie Verduurzaming Voedsel (AVV), inclusief het CBL, heeft samen met STV en het ministerie van LNV de afgelopen maanden middels diverse stakeholder sessies gewerkt aan het opstellen van prioriteiten in wet- en regelgeving om voedselverspilling te reduceren. Deze prioriteiten worden de komende periode definitief vastgesteld.

10.2.e

Van: 10.2.e)
Verzonden: donderdag 17 september 2020 13:11
Aan: 10.2.e
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten
Bijlagen: Afspraken met supermarkten_v1709 .DOCX

Dag 10.2.e

Bijgaand de nieuwe versie van de Kamerbrief. Licht nog bij 10.2.e en een aantal andere LNV-collega's, dus van hen verwacht ik nog aanpassingen.

Kijk vooral naar het deel met de afspraken. Dat zijn er door de hergroepering die jij hebt aangebracht (waarvoor dank!) 5 ipv 7 geworden. Ik heb ook gebruik gemaakt van jouw kopjes, zodat elke afspraak ook een 'titel' heeft. Uiteraard ook jouw actualiseringen verwerkt, waarbij ik mijn best heb gedaan het zoveel mogelijk vanuit de minister te schrijven die tenslotte ook de afzender is). Aan het eind van de brief is een soort van agenda van de minister zelf opgenomen, waarin ze nog eens aangeeft waar zij de komende periode heel hard aan wil gaan trekken. Dat gaat verder dan de afspraken, maar de redactie van dat deel maakt dat ook duidelijk.

Ik moet morgenmiddag de wat mij betreft definitieve versie af hebben (die gaat dan naar de minister), dus als je verdere verbeteringen hebt: dan graag voor morgen 13u.

Dank opnieuw en alvast, en groet,

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: woensdag 16 september 2020 11:51
Aan: 10.2.e @minInv.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Hallo 10.2.e

Bijgevoegd vind je onze input voor de kamerbrief over de gemaakte afspraken op 5 februari.
 Mocht je nog vragen hebben dan hoor ik dat graag!

Groet,
 10.2.e

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

| <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](#)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e @minInv.nl>
Verzonden: dinsdag 15 september 2020 08:48
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e, prima.

Groet, 10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: maandag 14 september 2020 08:34
Aan: 10.2.e @minInv.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e

Vorige week hebben we contact gehad over onderstaande kamerbrief.
We hebben toen afgesproken dat jij van mij morgen terugkoppeling krijgt.
Ik heb echter woensdag ochtend een gesprek met 10.2.e staan over de uitwerking van de motie Sneller / De Groot.
Ik zou dit graag nog meenemen in mijn uitwerking. Past het voor jou om woensdag mijn terugkoppeling te krijgen?
Indien dit te laat is hoor ik het graag, dan stuur ik het morgen.

Hoor het graag, dank alvast!

Groet,
10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e
I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](https://twitter.com/cblnieuws)
A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van 10.2.e @minInv.nl>
Verzonden: donderdag 10 september 2020 12:18
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: FW: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Van: 10.2.e)
Verzonden: donderdag 10 september 2020 10:15
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Het gaat om deze 7 afspraken, kunnen we daar al ietsjes meer over zeggen?
De gesprekken met de supermarktvertegenwoordigers hebben geleid tot een aantal concrete vervolgspraken:

1. Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming wordt in veel gevallen begrensd of bemoeilijkt door het ontbreken van een gelijk speelveld. Indien supermarkten omstandigheden aantreffen waar dit gelijke speelveld ontbreekt, zullen zij aangeven op welke manier de overheid hieraan tegemoet kan komen.
2. De supermarktvertegenwoordigers gaan in gesprek met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming.
3. Supermarkten blijven zich inspannen om de vraag naar en het aanbod van duurzame producten, waaronder regio- en streekproducten, te stimuleren. Zoals ik uw Kamer eerder aangegeven heb (Kamerstuk 35 068, nr. 4), wil ik via een benchmark de afzet van streek- en regioproducten inzichtelijker maken voor consumenten. De supermarktbranche heeft toegezegd hieraan bij te dragen.
4. De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie. Dit doen zij in nauwe samenwerking

met andere partijen in de gehele voedselketen. Er wordt onderzocht op welke manier kan worden aangesloten bij al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van The Sustainability Consortium. Ik neem hierbij de uitwerking van Motie Sneller en De Groot (Kamerstuk 31 532, nr. 246) mee om te kijken of dit ook kan leiden tot een standaard voor een jaarlijkse rapportage die inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.

5. In het verlengde van het PPS project *Transparant, gezond & duurzaam* werken supermarktbranche en ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) aan ketenbrede initiatieven gericht op het delen van data en daarmee op het vergroten van de transparantie die consumenten nodig hebben om duurzame keuzes te kunnen maken (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45).
6. Het CBL zal ter bevordering van kringlooplandbouw, in overleg met het ministerie van LNV, een voorstel indienen als test-case onder de wet Duurzaamheidsinitiatieven. Een casus-onderwerp kan de verhoging van de vleesstandaarden zijn.
7. Samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling werken Rijksoverheid en supermarktbranche verder aan het voorkomen en verminderen van voedselverspilling, waarbij ook gekeken wordt naar mogelijke aanpassingen voor de wettelijke en private regels binnen Nederland en de EU die een verdere reductie van voedselverspilling bemoeilijken of in de weg staan.

Tot later,

10.2.e

Van: 10.2.e)

Verzonden: donderdag 10 september 2020 10:01

Aan: 10.2.e @cbl.nl>

Onderwerp: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e

Het ziet er dan toch echt naar uit dat de minister de Kamerbrief uit wil doen gaan, ik durf het haast niet te zeggen. Er speelden nogal meer rondom haar...

Kan ik vandaag of morgen even contact met je hebben over deze brief? Het zou bijvb mooi zijn als we al iets meer kunnen zeggen over hoe het staat met die 7 afspraken die toen gemaakt zijn.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

.....
LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels](#)/[Spaans](#)/[Duits](#)/[Frans](#)
[Programma Realisatie Visie LNV](#)

[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
M +31 6 10.2.e

10.2.e

10.2.e @minlnv.nl

.....
Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit

> Retouradres Postbus 20401 2500 EK Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 4
2513 AA DEN HAAG

Datum
Betreft Afspraken met supermarkten

Geachte Voorzitter,

Het afgelopen jaar heeft nogmaals duidelijk gemaakt hoe cruciaal het voor de toekomst van de sector is dat boeren en tuinders gewaardeerd worden voor het werk dat zij verzetten. Dat geldt ook voor boeren en tuinders die de stap naar kringlooplandbouw zetten en ingrijpende veranderingen doormaken. Samen met andere partijen in de voedselketens zijn supermarkten in de positie om agrarisch ondernemers die aan hen leveren hierin tegemoet te komen. Als afnemer hebben zij immers invloed op het consumenten aanbod en de prijs- en kwaliteitsbepaling van producten uit de Nederlandse landbouw. In voorliggende brief geef ik de resultaten weer van gesprekken die gevoerd zijn met vertegenwoordigers van supermarkten en de branchevertegenwoordigende organisatie CBL. Hiermee geef ik invulling aan de motie van het lid De Groot (Kamerstuk 35 000 XIV, nr. 78) over het maken van afspraken met supermarkten om kringlooplandbouw te bevorderen en aan de toezegging die ik hierover gedaan heb in het debat van 11 juni jl. over de gevolgen van de coronacrisis op LNV-terrein. Tevens geef ik invulling aan de moties van Dik-Faber en Geurts (Kamerstuk 35 000 XIV, nr. 41) over vergroting van de afzetmogelijkheden voor regioproducten, en aan de toezegging tijdens het debat 'Dieren in de Veehouderij' op 24 januari 2019 (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45) wat supermarkten kunnen doen om consumenten te verleiden tot het maken van goede keuzes.

Uit de gesprekken concludeer ik dat supermarkten zich bewust zijn van hun verantwoordelijkheid en rol in de verduurzaming en in de overstap naar kringlooplandbouw in het bijzonder, en dat zij dit kunnen laten zien met voorbeelden uit hun bedrijfspraktijk. Om te komen tot hogere prestaties op duurzaamheidsthema's als bedrijfseconomische zekerheid, klimaat, dierenwelzijn, biodiversiteit, milieubelasting en voedselverspilling hebben de supermarkten in de afgelopen jaren de samenwerking met boeren en tuinders flink geïntensiveerd. Dit vindt vooral plaats bij de productcategorieën (verse) aardappelen, groente en fruit (AGF), vlees, zuivel en ei. Het intensiveren van de samenwerking neemt verschillende vormen aan: meerjarenovereenkomsten, mee-investeren in vernieuwing en het organiseren van meer transparantie. Hoewel elke supermarkt een eigen aanpak heeft, is het gemeenschappelijke resultaat dat er steeds minder sprake is van anonimiteit in de relatie tussen leverancier en afnemer. Dit is cruciaal voor het economisch perspectief voor verdere verduurzaming.

Directoraat-generaal Agro
Programma realisatie visie LNV

Bezoekadres
Bezuidenhoutseweg 73
2594 AC Den Haag

Postadres
Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Overheidsidentificatienr
00000001858272854000

T 070 379 8911 (algemeen)
F 0378 6011 (algemeen)
www.rijksoverheid.nl/Inv

Ons kenmerk
DGA-PRV /20044167

Bijlage(n)
1

Ik vind dit een goede ontwikkeling en zie uit naar verdere stappen door de supermarktbranche. Die verdere stappen zijn nodig omdat ik ook de conclusie trek dat er meer nodig zal zijn om te komen tot een werkelijk vertrouwde samenwerking van supermarkten met boeren en tuinders die vol in willen zetten op een volhoudbare landbouw. De marges in de gehele keten staan immers onder grote druk als gevolg van de sterke concurrentie op binnenlandse en internationale markten, in combinatie met de voortdurende neiging tot overaanbod. Om in zo'n context verduurzaming een stevige impuls te kunnen geven, zijn langdurige samenwerkingsverbanden essentieel. Vraag en aanbod kunnen dan beter op elkaar worden afgestemd en producenten kunnen hun duurzaamheidsprestaties dan op een economisch verantwoorde manier blijven verhogen. Supermarkten onderkennen dit, werken hier op hun manier ook aan, en **kunnen en** moeten hier in mijn optiek vanwege hun ketenpositie veel meer het voortouw nemen.

Ook voor minder voedselverspilling en specifiek het benutten van cosmetisch afwijkende groente en fruit voor menselijke consumptie, geldt dat de sleutel ligt in een gedeelde, gezamenlijk gevoelde verantwoordelijkheid van de verschillende partners in de gehele ketens. Met ook hier een voorname rol voor de supermarktbranche, waarvan de vertegenwoordigers in de gesprekken benadrukten dat zij in voorkomende gevallen hun eisen al versoepelen. Zij hebben mij toegezegd dat zij, mocht dit probleem zich toch voordoen, direct met hun leveranciers aan tafel gaan om te voorkomen dat uiterlijkheden de oorzaak van verspilling zijn (Kamerstuk 31 532, nr. 203). Naast de inspanningen die ik van de supermarkten vraag, zet ik mij in Europees verband en bij de VN (Economische Commissie voor Europa, UNECE) ook in om de invloed van cosmetische eisen op voedselverspilling terug te dringen. Dit heb ik ook in antwoord op vragen van lid Dik-Faber aangegeven (Aanhangsel Handelingen 2019/20, nr. 2070).

De supermarktbranche heeft eerder, bij monde van het CBL via een open brief (bijlage), aangegeven een rol te hebben in het verwezenlijken van de doelen van de LNV-visie. En de branche heeft hierbij zowel voorbeelden gegeven van de verantwoordelijkheid die supermarkten in dezen al nemen, als een pleidooi gedaan voor verdere stappen. In een branche-brede bijdrage die het CBL wil leveren, neemt ketensamenwerking een centrale positie in.

De gesprekken met de supermarktvertegenwoordigers hebben geleid tot een aantal concrete **gezamenlijke werkafspraken**:

1. ***Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming versterken.***
De supermarktvertegenwoordigers gaan in gesprek met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming. Supermarkten hebben zich aangesloten bij het netwerk voor verduurzaming dierlijke producten. Binnen dit netwerk werkt de branche samen met andere ketenpartijen en afzetkanalen aan vergroting van het bestaande marktaandeel van duurzamere dierlijke producten met bovenwettelijke duurzamere prestaties. De supermarktbranche zal zich binnen dit netwerk toenemend inzetten voor strategische ketensamenwerking binnen gesloten ketens. Binnen deze samenwerking zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen

partijen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming stellen. Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld komen en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken.

Voor de dierlijke sectoren ben ik niet alleen met de supermarkten, maar ook met bedrijven in de andere afzetkanalen in gesprek. Op basis van een analyse maken zij een plan van aanpak voor hoe in hun afzetkanaal het marktaandeel van duurzamere dierlijke producten kan worden vergroot ten opzichte van meer gangbare. Ik wil hier ook de mogelijkheid verkennen om veehouders die hun bedrijf verder willen verduurzamen en daarvoor risicovolle investeringen moeten doen, tegemoet te kunnen komen via een systeem van opcenten voor dierlijke producten waarmee hun inspanningen vergoed kunnen worden. Indien supermarkten omstandigheden aantreffen waar een gelijk speelveld ontbreekt, zullen zij aangeven op welke manier de overheid hieraan tegemoet kan komen.

2. **Aanbod regio- en streekproducten vergroten.**

In steeds meer supermarkten is volop aandacht voor streek- en regionale producten in het schap. Supermarkten hebben toegezegd zich te blijven inspannen om de vraag naar en het aanbod van duurzame producten, waaronder regio- en streekproducten, te stimuleren. Zoals ik uw Kamer eerder aangegeven heb (Kamerstuk 35 068, nr. 4), wil ik via een benchmark de afzet van streek- en regioproducten inzichtelijker maken voor consumenten. De supermarktbranche heeft toegezegd hieraan bij te dragen.

3. **Transparantie via duurzaamheidsrapportage en datadelen verbeteren.**

De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie. Dit doen zij in nauwe samenwerking met andere partijen in de gehele voedselketen, onder andere via de Alliantie Verduurzaming Voedsel (AVV). Er wordt onderzocht op welke manier kan worden aangesloten bij al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van The Sustainability Consortium en The Product Environmental Footprint (PEF). Ik neem hierbij de uitwerking van Motie Sneller en De Groot (Kamerstuk 31 532, nr. 246) mee om te kijken of dit ook kan leiden tot een standaard voor een jaarlijkse rapportage die inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.

In het verlengde van het Publiek-Private samenwerkingsproject *Transparant, gezond & duurzaam* werken supermarktbranche en ministerie van LNV aan ketenbrede initiatieven gericht op het delen van data en daarmee op het vergroten van de transparantie die consumenten nodig hebben om duurzame keuzes te kunnen maken (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45).

4. **Samenwerking stimuleren binnen de wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven.**

De wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven is op dit moment nog in voorbereiding. De ACM heeft onlangs een nieuwe concept Leidraad Duurzaamheidsafspraken gepubliceerd, gericht op samenwerking. De supermarktbranche is in overleg met de ACM over hoe de mogelijke ruimte

benut kan worden om verduurzaming te bewerkstelligen. Hier wordt verder aan gewerkt, zoals in het netwerk verduurzaming dierlijke producten, waarbij een casus-onderwerp de verhoging van de vleesstandaarden kan zijn.

5. **Voedselverspilling verder terugdringen.**

Samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling werken Rijksoverheid en supermarktbranche verder aan het voorkomen en verminderen van voedselverspilling, waarbij ook gekeken wordt naar mogelijke aanpassingen voor de wettelijke en private regels binnen Nederland en de EU die een verdere reductie van voedselverspilling bemoeilijken of in de weg staan. In maart 2020 hebben supermarkten een onderzoek gepubliceerd over voedselverspilling binnen het supermarktkanaal, uitgevoerd samen de WUR en het ministerie van LNV onder de vlag van de Stichting Samen tegen Voedselverspilling (STV). Het onderzoek geeft handvatten voor verdere initiatieven op voedselverspilling die in de afgelopen periode door onder andere Lidl, PLUS en Jumbo zijn opgezet. De genoemde Alliantie Verduurzaming Voedsel heeft de afgelopen maanden middels diverse stakeholder sessies gewerkt aan het opstellen van prioriteiten in wet- en regelgeving om voedselverspilling te reduceren. Deze prioriteiten worden binnenkort definitief vastgesteld.

Zeer binnenkort verwacht ik de resultaten van de eerste agro-nutrimonitor, de monitor die per schakel in de voedselketen laat zien welke prijs ondernemingen betaalden voor inkoop van een product en wat de verkoopprijs is. De monitor gaat ook de verschillen in prijsopbouw beschrijven tussen een aantal reguliere producten en de duurzame variant daarvan. Snel na publicatie van deze monitor, waarover ik uw Kamer zal informeren, wil ik met de vertegenwoordigers van de supermarkten opnieuw bijeen komen om de voortgang te bespreken.

Tot slot: de afspraken met supermarkten zie ik als kleine stappen in een veel grotere, samenlevingsbrede opgave. Om de landbouw en voedselproductie – in Nederland en bij onze handelspartners – verder te kunnen verduurzamen is het essentieel dat de inspanningen die ondernemers daarvoor moeten doen lonend zijn. Dan wordt een adequaat verdienvermogen zowel voorwaarde als doel van de verdere verduurzaming die zo hard nodig is. Daarom hecht ik veel waarde aan informatie die de agro-nutri-monitor hiervoor gaat bieden. Daarom ook vind ik het van groot belang om met alle betrokken partijen hoge prioriteit te geven aan het vinden van mechanismen waarmee duurzaamheidsinspanningen door ondernemers bedrijfseconomisch geborgd kunnen worden. Want zolang ondernemen voor een volhoudbare toekomst die ondernemers zelf onvoldoende perspectief biedt, blijven alle inspanningen futiel. Veel van de mechanismen die hierbij in beeld zijn kunnen ingrijpend zijn; ik noemde al de opcenten voor dierlijke producten waarmee duurzaamheidsinspanningen meegefinancierd kunnen worden en het verhogen van standaarden. Omdat ze de sleutel zijn naar een werkelijk samengaan van economische, sociale en ecologische duurzaamheid, wil ik mij verbinden met alle partijen die bereid zijn om dergelijke mechanismen te onderzoeken en in praktijk te brengen.

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: vrijdag 18 september 2020 13:13
Aan: 10.2.e
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten
Bijlagen: Afspraken met supermarkten_v1809 CBL.docx

16

Hallo 10.2.e

Dank voor het toesturen.
Bijgaand de brief met enkele opmerkingen.
Een kwartier later dan gevraagd maar ik hoop dat ze nog meekunnen.

Dank!

Met vriendelijke groet,

10.2.e

M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](#)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e @minInv.nl>
Verzonden: donderdag 17 september 2020 13:11
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e

Bijgaand de nieuwe versie van de Kamerbrief. Licht nog bij 10.2.e en een aantal andere LNV-collega's, dus van hen verwacht ik nog aanpassingen.

Kijk vooral naar het deel met de afspraken. Dat zijn er door de hergroepering die jij hebt aangebracht (waarvoor dank!) 5 ipv 7 geworden. Ik heb ook gebruik gemaakt van jouw kopjes, zodat elke afspraak ook een 'titel' heeft. Uiteraard ook jouw actualiseringen verwerkt, waarbij ik mijn best heb gedaan het zoveel mogelijk vanuit de minister te schrijven die tenslotte ook de afzender is). Aan het eind van de brief is een soort van agenda van de minister zelf opgenomen, waarin ze nog eens aangeeft waar zij de komende periode heel hard aan wil gaan trekken. Dat gaat verder dan de afspraken, maar de redactie van dat deel maakt dat ook duidelijk.

Ik moet morgenmiddag de wat mij betreft definitieve versie af hebben (die gaat dan naar de minister), dus als je verdere verbeteringen hebt: dan graag voor morgen 13u.

Dank opnieuw en alvast, en groet,

10.2.e

Van: 10.2.e @cbl.nl>
Verzonden: woensdag 16 september 2020 11:51
Aan: 10.2.e @minInv.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Hallo 10.2.e

Bijgevoegd vind je onze input voor de kamerbrief over de gemaakte afspraken op 5 februari.
Mocht je nog vragen hebben dan hoor ik dat graag!

Groet,
10.2.e



M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](https://twitter.com/cblnieuws)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e <[@minInv.nl](mailto:10.2.e@minInv.nl)>
Verzonden: dinsdag 15 september 2020 08:48
Aan: 10.2.e <[@cbl.nl](mailto:10.2.e@cbl.nl)>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e prima.
Groet, 10.2.e

Van: 10.2.e <[@cbl.nl](mailto:10.2.e@cbl.nl)>
Verzonden: maandag 14 september 2020 08:34
Aan: 10.2.e <[@minInv.nl](mailto:10.2.e@minInv.nl)>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e

Vorige week hebben we contact gehad over onderstaande kamerbrief.
We hebben toen afgesproken dat jij van mij morgen terugkoppeling krijgt.
Ik heb echter woensdag ochtend een gesprek met 10.2.e staan over de uitwerking van de motie Sneller / De Groot.
Ik zou dit graag nog meenemen in mijn uitwerking. Past het voor jou om woensdag mijn terugkoppeling te krijgen?
Indien dit te laat is hoor ik het graag, dan stuur ik het morgen.

Hoor het graag, dank alvast!

Groet,
10.2.e



M 06 10.2.e | T 070 10.2.e

I <https://www.cbl.nl> | [@cblnieuws](https://twitter.com/cblnieuws)

A Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam, Nederland



Van: 10.2.e @minlnv.nl>
Verzonden: donderdag 10 september 2020 12:18
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: FW: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Van: 10.2.e
Verzonden: donderdag 10 september 2020 10:15
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: RE: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Het gaat om deze 7 afspraken, kunnen we daar al ietsjes meer over zeggen?

De gesprekken met de supermarktvertegenwoordigers hebben geleid tot een aantal concrete vervolgafspraken:

1. Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming wordt in veel gevallen begrensd of bemoeilijkt door het ontbreken van een gelijk speelveld. Indien supermarkten omstandigheden aantreffen waar dit gelijke speelveld ontbreekt, zullen zij aangeven op welke manier de overheid hieraan tegemoet kan komen.
2. De supermarktvertegenwoordigers gaan in gesprek met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming.
3. Supermarkten blijven zich inspannen om de vraag naar en het aanbod van duurzame producten, waaronder regio- en streekproducten, te stimuleren. Zoals ik uw Kamer eerder aangegeven heb (Kamerstuk 35 068, nr. 4), wil ik via een benchmark de afzet van streek- en regioproducten inzichtelijker maken voor consumenten. De supermarktbranche heeft toegezegd hieraan bij te dragen.
4. De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie. Dit doen zij in nauwe samenwerking met andere partijen in de gehele voedselketen. Er wordt onderzocht op welke manier kan worden aangesloten bij al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van The Sustainability Consortium. Ik neem hierbij de uitwerking van Motie Sneller en De Groot (Kamerstuk 31 532, nr. 246) mee om te kijken of dit ook kan leiden tot een standaard voor een jaarlijkse rapportage die inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.
5. In het verlengde van het PPS project *Transparant, gezond & duurzaam* werken supermarktbranche en ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) aan ketenbrede initiatieven gericht op het delen van data en daarmee op het vergroten van de transparantie die consumenten nodig hebben om duurzame keuzes te kunnen maken (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45).
6. Het CBL zal ter bevordering van kringlooplandbouw, in overleg met het ministerie van LNV, een voorstel indienen als test-case onder de wet Duurzaamheidsinitiatieven. Een casus-onderwerp kan de verhoging van de vleesstandaarden zijn.
7. Samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling werken Rijksoverheid en supermarktbranche verder aan het voorkomen en verminderen van voedselverspilling, waarbij ook gekeken wordt naar mogelijke aanpassingen voor de wettelijke en private regels binnen Nederland en de EU die een verdere reductie van voedselverspilling bemoeilijken of in de weg staan.

Tot later,
10.2.e

Van: 10.2.e)
Verzonden: donderdag 10 september 2020 10:01
Aan: 10.2.e @cbl.nl>
Onderwerp: Kamerbrief over afspraken met supermarkten

Dag 10.2.e
Het ziet er dan toch echt naar uit dat de minister de Kamerbrief uit wil doen gaan, ik durf het haast niet te zeggen. Er speelden nogal meer rondom haar...
Kan ik vandaag of morgen even contact met je hebben over deze brief? Het zou bijvb mooi zijn als we al iets meer kunnen zeggen over hoe het staat met die 7 afspraken die toen gemaakt zijn.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

.....
LNV-visie Waardevol en verbonden – [Nederlands](#); [Engels](#)/[Spaans](#)/[Duits](#)/[Frans](#)
[Programma Realisatie Visie LNV](#)
[Ministerie Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit](#)
Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | B-zuid 4
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....
M +31 6 10.2.e
10.2.e
10.2.e [@minlnv.nl](mailto:10.2.e@minlnv.nl)
.....

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit

> Retouradres Postbus 20401 2500 EK Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 4
2513 AA DEN HAAG

Datum
Betreft Afspraken met supermarkten

Geachte Voorzitter,

Het afgelopen jaar heeft nogmaals duidelijk gemaakt hoe cruciaal het voor de toekomst van de sector is dat boeren en tuinders gewaardeerd worden voor het werk dat zij verzetten. Dat geldt ook voor boeren en tuinders die de stap naar kringlooplandbouw zetten en ingrijpende veranderingen doormaken. Samen met andere partijen in de voedselketens zijn supermarkten in de positie om agrarisch ondernemers die aan hen leveren hierin tegemoet te komen. Als afnemer hebben zij immers invloed op het consumenten aanbod en de prijs- en kwaliteitsbepaling van producten uit een deel van de Nederlandse landbouw. In voorliggende brief geef ik de resultaten weer van gesprekken die gevoerd zijn met vertegenwoordigers van supermarkten en de branchevertegenwoordigende organisatie CBL. Hiermee geef ik invulling aan de motie van het lid De Groot (Kamerstuk 35 000 XIV, nr. 78) over het maken van afspraken met supermarkten om kringlooplandbouw te bevorderen en aan de toezegging die ik hierover gedaan heb in het debat van 11 juni jl. over de gevolgen van de coronacrisis op LNV-terrein. Tevens geef ik invulling aan de moties van Dik-Faber en Geurts (Kamerstuk 35 000 XIV, nr. 41) over vergroting van de afzetmogelijkheden voor regioproducten, en aan de toezegging tijdens het debat 'Dieren in de Veehouderij' op 24 januari 2019 (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45) wat supermarkten kunnen doen om consumenten te verleiden tot het maken van goede keuzes.

Uit de gesprekken concludeer ik dat supermarkten zich bewust zijn van hun verantwoordelijkheid en rol in de verduurzaming en in de overstap naar kringlooplandbouw in het bijzonder, en dat zij dit kunnen laten zien met voorbeelden uit hun bedrijfspraktijk. Om te komen tot hogere prestaties op duurzaamheidsthema's als bedrijfseconomische zekerheid, klimaat, dierenwelzijn, biodiversiteit, milieubelasting en voedselverspilling hebben de supermarkten in de afgelopen jaren de samenwerking met boeren en tuinders flink geïntensiveerd. Dit vindt vooral plaats bij de productcategorieën (verse) aardappelen, groente en fruit (AGF), vlees, zuivel en ei. Het intensiveren van de samenwerking neemt verschillende vormen aan: meerjarenovereenkomsten, mee-investeren in vernieuwing en het organiseren van meer transparantie. Hoewel elke supermarkt een eigen aanpak heeft, is het gemeenschappelijke resultaat dat er steeds minder

Directoraat-generaal Agro
Programma realisatie visie LNV

Bezoekadres
Bezuidenhoutseweg 73
2594 AC Den Haag

Postadres
Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Overheidsidentificatienr
00000001858272854000
T 070 379 8911 (algemeen)
F 0378 6011 (algemeen)
www.rijksoverheid.nl/lnv

Ons kenmerk
DGA-PRV /20044167

Bijlage(n)
1

sprake is van anonimiteit in de relatie tussen leverancier en afnemer. Dit is cruciaal voor het economisch perspectief voor verdere verduurzaming.

Ik vind dit een goede ontwikkeling en zie uit naar verdere stappen door de supermarktbranche. Die verdere stappen zijn nodig omdat ik ook de conclusie trek dat er meer nodig zal zijn om te komen tot een werkelijk vertrouwde samenwerking van supermarkten met boeren en tuinders die vol in willen zetten op een volhoudbare landbouw. De marges in de gehele keten staan immers onder grote druk als gevolg van de sterke concurrentie op binnenlandse en internationale markten, in combinatie met de voortdurende neiging tot overaanbod. Om in zo'n context verduurzaming een stevige impuls te kunnen geven, zijn langdurige samenwerkingsverbanden essentieel. Vraag en aanbod kunnen dan beter op elkaar worden afgestemd en producenten kunnen hun duurzaamheidsprestaties dan op een economisch verantwoorde manier blijven verhogen. Supermarkten onderkennen dit, werken hier op hun manier ook aan, en **kunnen en** moeten hier in mijn optiek vanwege hun ketenpositie veel meer het voortouw nemen.

Ook voor minder voedselverspilling en specifiek het benutten van cosmetisch afwijkende groente en fruit voor menselijke consumptie, geldt dat de sleutel ligt in een gedeelde, gezamenlijk gevoelde verantwoordelijkheid van de verschillende partners in de gehele ketens. Met ook hier een voorname rol voor de supermarktbranche, waarvan de vertegenwoordigers in de gesprekken benadrukten dat zij in voorkomende gevallen hun eisen al versoepelen. Zij hebben mij toegezegd dat zij, mocht dit probleem zich toch voordoen, direct met hun leveranciers aan tafel gaan om te voorkomen dat uiterlijkheden de oorzaak van verspilling zijn (Kamerstuk 31 532, nr. 203). Naast de inspanningen die ik van de supermarkten vraag, zet ik mij in Europees verband en bij de VN (Economische Commissie voor Europa, UNECE) ook in om de invloed van cosmetische eisen op voedselverspilling terug te dringen. Dit heb ik ook in antwoord op vragen van lid Dik-Faber aangegeven (Aanhangsel Handelingen 2019/20, nr. 2070).

De supermarktbranche heeft eerder, bij monde van het CBL via een open brief (bijlage), aangegeven een rol te hebben in het verwezenlijken van de doelen van de LNV-visie. En de branche heeft hierbij zowel voorbeelden gegeven van de verantwoordelijkheid die supermarkten in dezen al nemen, als een pleidooi gedaan voor verdere stappen. In een branche-brede bijdrage die het CBL wil leveren, neemt ketensamenwerking een centrale positie in.

De gesprekken met de supermarktvertegenwoordigers hebben geleid tot een aantal concrete gezamenlijke werkafspraken:

1. **Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming versterken.** De supermarktvertegenwoordigers gaan in gesprek met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming. Supermarkten hebben zich aangesloten bij het netwerk voor verduurzaming dierlijke producten. Binnen dit netwerk **werkt de branche samen met werk ik samen met de supermarktbranche**, andere ketenpartijen en afzetkanalen aan vergroting van het bestaande marktaandeel van duurzamere dierlijke producten met bovenwettelijke duurzamere prestaties. De supermarktbranche

Met opmerkingen 10.2.e¹⁰³ De afspraken strakker gegroepeerd (daardoor nu 5 ipv 7) en kopjes toegevoegd in de vorm van beknopte actieve formuleringen

zal zich binnen dit netwerk toenemend inzetten voor strategische ketensamenwerking binnen gesloten ketens. Binnen deze samenwerking zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen partijen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming stellen. Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld komen en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken.

Voor de dierlijke sectoren ben ik niet alleen met de supermarkten, maar ook met bedrijven in de andere afzetkanalen in gesprek. Op basis van een analyse maken zij een plan van aanpak voor hoe in hun afzetkanaal het marktaandeel van duurzamere dierlijke producten kan worden vergroot ten opzichte van meer gangbare. Ik wil hier ook de mogelijkheid verkennen om veehouders die hun bedrijf verder willen verduurzamen en daarvoor risicovolle investeringen moeten doen, tegemoet te kunnen komen via een systeem van opcenten voor dierlijke producten waarmee hun inspanningen vergoed kunnen worden. Indien supermarkten omstandigheden aantreffen waar een gelijk speelveld ontbreekt, zullen zij aangeven op welke manier de overheid hieraan tegemoet kan komen.

Met opmerkingen 10.2.e^{102e} Stond eerst ná de afspraken, nu onderdeel van afspraak 1 gemaakt

Met opmerkingen 10.2.e^{102e} Zo wens van de minister geformuleerd.

2. **Aanbod regio- en streekproducten vergroten.**

In steeds meer supermarkten is volop aandacht voor streek- en regionale producten in het schap. Supermarkten hebben toegezegd zich te blijven inspannen om de vraag naar en het aanbod van duurzame producten, waaronder regio- en streekproducten, te stimuleren. Zoals ik uw Kamer eerder aangegeven heb (Kamerstuk 35 068, nr. 4), wil ik via een benchmark de afzet van streek- en regioproducten inzichtelijker maken voor consumenten. De supermarktbranche heeft toegezegd hieraan bij te dragen.

3. **Transparantie via duurzaamheidsrapportage en datadelen verbeteren.**

De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie. Dit doen zij in nauwe samenwerking met andere partijen in de gehele voedselketen, onder andere via de Alliantie Verduurzaming Voedsel (AVV). Er wordt onderzocht op welke manier kan worden aangesloten bij al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van The Sustainability Consortium en The Product Environmental Footprint (PEF). Ik neem hierbij de uitwerking van Motie Sneller en De Groot (Kamerstuk 31 532, nr. 246) mee om te kijken of dit ook kan leiden tot een standaard voor een jaarlijkse rapportage die inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.

In het verlengde van het Publiek-Private samenwerkingsproject *Transparant, gezond & duurzaam* werken supermarktbranche en ministerie van LNV aan ketenbrede initiatieven gericht op het delen van data en daarmee op het vergroten van de transparantie die consumenten nodig hebben om duurzame keuzes te kunnen maken (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45).

4. **Samenwerking stimuleren binnen de wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven.**

De wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven is op dit moment nog in voorbereiding. De ACM heeft onlangs een nieuwe concept Leidraad

Duurzaamheidsafspraken gepubliceerd, gericht op samenwerking. De supermarktbranche is in overleg met de ACM over hoe de mogelijke ruimte benut kan worden om verduurzaming te bewerkstelligen. Hier wordt verder aan gewerkt, zoals in het netwerk verduurzaming dierlijke producten, waarbij een casus onderwerp de verhoging van de vleesstandaarden kan zijn.

5. **Voedselverspilling verder terugdringen.**

Samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling werken Rijksoverheid en supermarktbranche verder aan het voorkomen en verminderen van voedselverspilling, waarbij ook gekeken wordt naar mogelijke aanpassingen voor de wettelijke en private regels binnen Nederland en de EU die een verdere reductie van voedselverspilling bemoeilijken of in de weg staan. In maart 2020 hebben supermarkten een onderzoek gepubliceerd over voedselverspilling binnen het supermarktkanaal, uitgevoerd samen de WUR en het ministerie van LNV onder de vlag van de Stichting samen tegen Voedselverspilling (STV). Het onderzoek geeft handvatten voor verdere initiatieven op voedselverspilling die in de afgelopen periode door onder andere Lidl, PLUS en Jumbo zijn opgezet. De genoemde Alliantie Verduurzaming Voedsel heeft de afgelopen maanden middels diverse stakeholder sessies gewerkt aan het opstellen van prioriteiten in wet- en regelgeving om voedselverspilling te reduceren. Deze prioriteiten worden binnenkort definitief vastgesteld.

Met opmerkingen 10.2.e Gezien de beperkte ruimte kunnen wij nog niet zeggen dat er op zeker collectief gewerkt gaat worden aan een casus. Hier moet eerst goedkeuring voor komen.

Ze^{er} binnenkort verwacht ik de resultaten van de eerste agro-nutrimonitor, de monitor die per schakel in de voedselketen laat zien welke prijs ondernemingen betaalden voor inkoop van een product en wat de verkoopprijs is. De monitor gaat ook de verschillen in prijsopbouw beschrijven tussen een aantal reguliere producten en de duurzame variant daarvan. Snel na publicatie van deze monitor, waarover ik uw Kamer zal informeren, wil ik met de vertegenwoordigers van de supermarkten opnieuw bijeen komen om de voortgang te bespreken.

Met opmerkingen 10.2.e Dit zal oktober worden, dus 'zeer binnenkort' lijkt mij passend

Tot slot: de afspraken met supermarkten zie ik als kleine stappen in een veel grotere, samenlevingsbrede opgave. Om de landbouw en voedselproductie – in Nederland en bij onze handelspartners – verder te kunnen verduurzamen is het essentieel dat de inspanningen die ondernemers daarvoor moeten doen lonend zijn. Dan wordt een adequaat verdienvermogen zowel voorwaarde als doel van de verdere verduurzaming die zo hard nodig is. Daarom hecht ik veel waarde aan informatie die de agro-nutri-monitor hiervoor gaat bieden. Daarom ook vind ik het van groot belang om met alle betrokken partijen hoge prioriteit te geven aan het vinden van mechanismen waarmee duurzaamheidsinspanningen door ondernemers bedrijfseconomisch geborgd kunnen worden. Want zolang ondernemen voor een volhoudbare toekomst die ondernemers zelf onvoldoende perspectief biedt, blijven alle inspanningen futiel. Veel van de mechanismen die hierbij in beeld zijn kunnen ingrijpend zijn; ik noemde al de opcenten voor dierlijke producten waarmee duurzaamheidsinspanningen meefinancierd kunnen worden en het verhogen van standaarden. Omdat ze de sleutel zijn naar een werkelijk samengaan van economische, sociale en ecologische duurzaamheid, wil ik mij verbinden met alle partijen die bereid zijn om dergelijke mechanismen te onderzoeken en in praktijk te brengen.

Carola Schouten
Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Directoraat-generaal Agro
Programma realisatie visie LNV

Ons kenmerk
DGA-PRV / 20044167

10.2.e

Van: 10.2.e
Verzonden: woensdag 23 september 2020 14:41
Aan: 10.2.e
Onderwerp: RE: Duncan is maandag toch aanwezig!
Bijlagen: Minister Schouten over supermarkten.docx

Goed om te horen!

Bijgaand als beloofd het stukje over uitspraken van de minister over supermarkten. In de mail die ik destijds aan CBL stuurde, heb ik dit erbij gezet:

"We hebben jullie in gesprekken af en toe horen verzuchten dat onze minister in het openbaar zo negatief doet over supermarkten. Omdat ik haar zowel kritisch zie zijn, als begripvol over de economische logica waar ook supermarkten zich niet zomaar aan kunnen onttrekken, vond ik het lastig om daar goed op te reageren. Niet alleen omdat ik dat negatieve dus niet herkende, maar ook omdat ik het nooit eens nagegaan had wat ze wel en niet gezegd heeft.

10.2.e en ik zijn daarom eens aan het factchecken gegaan, wat tegenwoordig betekent: in Google zoeken op "minister schouten" en "supermarkt". Bijgaand het resultaat, dat mijn waarneming bevestigde: ja, ze is wel eens kritisch, en ja, ze 'kiest' wel eens de zijde van de boer als relatief onmachtige partij tegenover de supermarkt en vindt dus dat die macht best wel wat minder scheef kan, en ja, ze heeft haar ideeën over wat supermarkten meer of beter kunnen doen, maar nergens zie ik uitspraken die ik als negatief zou kwalificeren. Uit alles blijkt dat zij de supermarkten (en vele anderen) als een serieuze partij voor een volhoudbare toekomst van de landbouw beschouwt. Ben benieuwd hoe jullie dit zien.

Uiteraard houd ik mij aanbevolen als jullie heel andere uitingen op het netvlies hebben (en wellicht ook gedocumenteerd)!"

Groet, 10.2.e

Van: 10.2.e @schuttelaar.nl>
Verzonden: woensdag 23 september 2020 14:30
Aan: LNV-visietraject <LNV-visietraject@minInv.nl>
CC: 10.2.e @minInv.nl>; 10.2.e @minInv.nl>
Onderwerp: Duncan is maandag toch aanwezig!

Beste mensen,

Ik heb zojuist bericht gekregen van Duncan Hoy van PLUS dat hij toch aanwezig kan zijn!
 Graag ontvang ik een bevestiging van jullie en de laatste versie van de notities en agenda, zodat ik dat voor hem kan voorbereiden.

Bedankt,

Met vriendelijke groet,

10.2.e

+31 6 10.2.e | [Schuttelaar & Partners](#) | [LinkedIn](#)

The Agency for a Healthy World

“Minister Schouten doet altijd zo negatief over supermarkten” – klopt dat?! Fact-check bij diverse bronnen.

Media

Schouten wil eind maken aan macht van supermarkten Trouw (2018)

“Wat ik ook wil is de positie van de boer in de voedselketen versterken. Hij staat nu te veel onder druk. De boer heeft meer marktmacht nodig. Ik kom nog met allerlei voorstellen om dit voor elkaar te krijgen, maar wat ik al kan zeggen, is dat er een meldlijn komt voor boeren. Wie voelt dat hij wordt afgeknepen door supermarkten – bijvoorbeeld omdat er bovenwettelijke eisen aan producten worden gesteld, terwijl daar geen beloning tegenover staat – kan aan de bel trekken. Anoniem. Het is niet de bedoeling dat een boer die alarm slaat daardoor een afnemer kwijtraakt.”

<https://www.trouw.nl/duurzaamheid-natuur/van-minister-schouten-mogen-we-best-wat-trotser-zijn-op-onze-boeren-we-nemen-ze-voor-lief~b9ccb433/>

Minister bezoekt overvallen supermarkt in Zaandam (Noord-Hollands Dagblad, 14-2-2019)

https://www.noordhollandsdagblad.nl/cnt/dmf20190214_61820561/minister-bezoekt-overvallen-supermarkt-zaandam?utm_source=google&utm_medium=organic

Schouten pakt marktmacht supermarkten aan (Pluimveeweb, 2018)

Minister Schouten van Landbouw wil de marktmacht van supermarkten aanpakken. Daarnaast wil ze boeren weerbaarder maken in de keten, onder andere door het instellen van een meldpunt voor machtsmisbruik. Dat vertelde ze dinsdag 19 juni op Radio 1 in een interview met Sven Kockelmann. [...] U gaat dus de marktmacht in de supermarkt aanpakken? vroeg Kockelmann. Schouten antwoordde met een gedecideerd Ja.

<https://www.pluimveeweb.nl/artikel/170851-schouten-pakt-marktmacht-supermarkten-aan/>

Minister geeft boeren meer macht tegen supers (FD, 2019)

Landbouwminister Schouten schiet agrariërs te hulp die zeggen te worden uitgeknepen door inkooporganisaties en supermarktketens. Ze wil boeren en tuinders toestaan afspraken te maken met elkaar. ‘Hiermee versterken we de positie van boeren, zodat zij meer marktkracht krijgen’, zegt de minister in een gesprek met Het Financieele Dagblad.

<https://fd.nl/economie-politiek/1300651/minister-geeft-boeren-meer-macht-tegen-supers#>

Schouten en Kamer willen betere prijs voor boer (Nieuwe Oogst, 5-7-2019)

Schouten vertelt dat de gesprekken met de supermarktketens al lopen. ‘Ze zien wel in dat het belangrijk is voor de toekomst van de landbouw in Nederland en dat zij daar een rol in hebben. Je kunt niet alleen de verantwoordelijkheid bij de boer of de samenleving neerleggen.’

<https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2019/07/05/schouten-en-kamer-willen-betere-prijs-voor-boer>

Boer betaalt prijs voor goedkoop voedsel (Boerenbusiness, 17-7-2019)

Niet alleen de consument moet dieper in de buidel tasten, want ze vindt dat ook de supermarkten een faire prijs moeten gaan betalen. Schouten wil dit jaar nog afspraken maken om dit te bewerkstelligen. “Het risico ligt nu te veel bij de boer. Aan voedsel worden hoge eisen gesteld, onder meer voor dierenwelzijn. Een hogere vergoeding is terecht.”

<https://www.boerenbusiness.nl/financieel/artikel/10882881/schouten-boer-betaalt-prijs-voor-goedkoop-voedsel>

Kamerdocumenten

Antwoorden op kamervragen van Kamerlid Ouwehand (september 2018)

Vraag 2

Kunt u bevestigen dat de afkeuring in dit geval het gevolg is van de eisen die supermarkten zelf stellen, maar dat ook Europese handelsnormen de verkoop van goede producten in de weg kunnen staan en regelmatig zelfs verbieden?

Antwoord 2

In dit geval is de afkeuring inderdaad het gevolg van de eisen die supermarkten zelf aan pruimen stellen; er bestaan voor pruimen namelijk geen EU-handelsnormen. Ik vind de handelwijze van supermarkten in deze betreurenswaardig, omdat zo goede en gezonde producten verspild worden

Vraag 4

Hoe staat het met de gesprekken die u met de supermarkten zou voeren over het aanpassen van verkoopnormen die niets te maken hebben met de geschiktheid van groente en fruit voor menselijke consumptie? Bent u bereid de supermarkten aan de hand van deze casus indringend tot de orde te roepen?

Antwoord 4

Tijdens het recente AO Voedsel (19 april 2018 en 15 juni 2018) heb ik uw Kamer toegezegd met supermarkten in gesprek te gaan over het hanteren van (aanvullende) cosmetische eisen aan groenten en fruit, waarbij ik mij gesteund weet door de motie die uw Kamer heeft aangenomen². (..)

De directies van diverse supermarkten zijn inmiddels uitgenodigd voor een persoonlijk gesprek met mij en zij hebben deze uitnodiging aanvaard. Ik vind deze gesprekken van groot belang, omdat supermarkten, als schakel in de Nederlandse voedselketen een belangrijke rol en verantwoordelijkheid hebben bij het tegengaan van voedselverspilling.

In AO 12-7-2019 (35 000 XIV)

Wij vragen ongelofelijk veel van onze boeren. Als we dat doen, dan betekent dat ook dat we reflecteren op eigen keuzes die wij maken. Ik kan dat niet zomaar los van elkaar zien. Ik weet dat dat niet altijd een boodschap is waarmee je de populariteitsprijs wint, want altijd heeft een ander het gedaan. Ik geloof ook dat we moeten kijken in die schakels, bijvoorbeeld met supermarkten, tussenpersonen of wat dan ook hoe die margeverdeling nu is. Als je inderdaad € 0,10 voor je aardappels krijgt die in de supermarkt voor € 2 of € 3 per kilo liggen, dan is er wat aan de hand. Maar dan nog geloof ik dat we een reflectie op de waarde van voedsel voor onszelf niet uit de weg kunnen gaan. Dat geldt voor eenieder persoonlijk.

Het is niet zo dat ik zomaar het inkoopbeleid van een willekeurige supermarkt kan bepalen, al kan ik ze wel steeds meer laten zien: als je wilt dat onze eigen landbouw het volhoudt, als er steeds vaker gevraagd wordt waar ons voedsel nu eigenlijk vandaan komt en wat erin zit, dan kun je daar niet van weggijken. Dan heb je daar ook een rol in. Wat wordt dan jouw bijdrage? Als wij al die schakels mee kunnen gaan krijgen, gaat het lukken.

Ik zie dat partijen steeds meer zoeken naar andere verdienmodellen en een andere wijze van werken. Maar die worden niet automatisch gezien, gewaardeerd en geaccepteerd. Ze krijgen bij wijze van spreken niet letterlijk een plekje in de schappen in de supermarkt. Dat heb je wel nodig om te zorgen dat het echt voort blijft bestaan.

Ik zie gelukkig ook supermarkten die wel een stap aan het zetten zijn met producten die aan hogere standaarden voldoen en op een bepaalde manier geproduceerd zijn. Ik mag geen reclame maken, maar Beter Leven wordt hier natuurlijk ook weleens genoemd. Daar zat de overheid niet bij; daar zat de retail bij om die afspraken te maken. Is het daarmee allemaal pais en vree? Nee, daarvoor zijn er

echt nog wel meer stappen te zetten, maar ook ten aanzien van de korte ketens denk ik dat daar heel veel meer mogelijk is. Maar dat heeft ook te maken met een vraag die er dan moet zijn. Daarmee is dit dus ook een breder issue dan alleen maar één schakel de bal toespelen. Het is echt een kwestie van met z'n allen zien waar het scheeftrekt en waar dit ertoe leidt dat onze eigen producenten onder druk komen te staan. Daarmee is er één niet beter of slechter dan de ander, maar er is daarbij wel één oogmerk: ik wil dat de primaire producent echt de prijs krijgt die nodig is om dit te produceren.

Toespraak van minister Schouten bij de opening van het studiejaar van de HAS in Den Bosch (09-09-2019)

Beste mensen,

Met een nieuw studiejaar voor de boeg barst het in deze ruimte ongetwijfeld van de goede voornemens. Ik heb die voornemens ook; ik kom daar zo op terug.

Eerst wil ik jullie meenemen naar de supermarkt. Niet letterlijk. Blijf lekker zitten.

Laten we zeggen dat we in die supermarkt op zoek zijn naar verse basilicum. Omdat we lekker willen koken voor vrienden. Maar wat een teleurstelling! De basilicum is op.

Wat nu? We kunnen gaan balen. Maar we kunnen ook even de verbazing toelaten. Een uitverkocht product is de uitzondering. Onze winkels liggen eigenlijk altijd vol eten.

Dat eten is behoorlijk anoniem geworden. Wat weet de klant in de supermarkt nog van het werk en de toewijding die daarachter zitten, van boeren, veredelaars, voedselproducenten, veilingmedewerkers, marketeers, vervoerders?

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/carola-schouten/documenten/toespraken/2019/09/09/toespraak-van-minister-schouten-landbouw-natuur-en-voedselkwaliteit-bij-de-opening-van-het-studiejaar-van-de-has-in-den-bosch-op-maandag-9-september-2019>

Goed boeren kunnen boeren niet alleen (07-10-2019)

Waar er voorheen korte ketens waren tussen boer en verkoper (zoals kruidenier, groenteboer, melkboer of slager), kopen consumenten nu de landbouwproducten in supermarkten, meestal nadat ze een lange keten zijn doorgegaan. Vaak zijn de producten uit de supermarkten ook afkomstig vanuit de hele wereld. In 1960 bezat een kruidenier 2.000 verschillende producten. Vandaag de dag zijn er supermarkten met meer dan 30.000 verschillende producten. Voorts zijn het producten die al op vergaande wijze zijn verwerkt en waar maar een beperkte relatie zit met het product dat ooit de boerderij verliet. Dit zorgt ook voor een grotere (mentale) afstand tussen de landbouwers en de uiteindelijke consumenten.

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/carola-schouten/documenten/rapporten/2019/10/07/rapport-van-de-taskforce-verdienvermogen-kringlooplandbouw>

De Nederlandse agrarische sector in internationaal verband (01-01-2020)

Ook voor supermarkten is er een belangrijke rol weggelegd in het verder verduurzamen van de sierteeltketen. Het gaat dan met name om de introductie van duurzame consumentenlabels waarvan de vereisten worden vertaald naar de eerdere ketenschakels. De supermarkten hebben hier zelf ook een verantwoordelijkheid. Zo agendeerde de internationaal opererende NGO Hivos (met als basis Nederland) dat rozenpluksters in Afrika te weinig betaald krijgen (Hortipoint, 2019). Hivos liet berekenen dat er gemiddeld slechts 13 cent meer nodig is per bosje van 10 rozen in de supermarkt om tot een leefbaar loon voor de bloemenpluksters te komen. Dat bedrag moeten alle partijen uit de keten samen opbrengen, aldus Hivos. Voor supermarkten is hier een belangrijke rol weggelegd omdat zij door hun steeds groter wordende marktaandeel, veelal direct contact en langdurige relaties met de rozentelers in een positie zijn om eisen te stellen en afspraken te maken met de telers. Een paar supermarkten laten beweging zien: Jumbo en Aldi gingen op zoek naar aanvullende informatie over hun rozenketens. Zij onderzochten hoe de keten in elkaar zit en welke lonen worden betaald. Het recentelijk getekende IMVO-convenant (Internationaal Maatschappelijk Verantwoord

Ondernemen) werd echter niet ondertekend door supermarkten. IMVO-convenanten zijn een samenwerking tussen bedrijven, overheid, vakbonden en maatschappelijke organisaties. Samen gaan ze aan de slag om misstanden zoals uitbuiting, dierenleed of milieuschade te voorkomen. Dit is een mooie stap, maar als supermarkten én telers intensiever worden betrokken kan nog meer duurzaam resultaat worden geboekt.

<https://www.rijksoverheid.nl/regering/bewindspersonen/carola-schouten/documenten/rapporten/2020/01/01/de-nederlandse-agrarische-sector-in-internationaal-verband>

Verder met de afspraken die gemaakt zijn met de supermarkten en overige onderdelen van de kamerbrief

Voorstel ter bespreking [en bijgewerkt!] op 15-10

De brief bevat 5 afspraken met de supermarkten en 2 acties door de minister die werk met zich mee brengen. Onderstaande tabel is bedoeld om dit werk in beeld te brengen en te verdelen onder leden van de supergroep. De eerste kolom van de tabel bevat de korte versie van de werkinhoud; in de bijlage staat de volledige tekst over de werkinhoud; leek me handig dit in 1 document paraat te hebben.

Werkinhoud	Eerste contactpersoon LNV	Verder betrokken	Opmerkingen (o.a. stand van zaken)
1. Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming versterken	10.2.e	10.2.e	
2. Aanbod regio- en streekproducten vergroten	10.2.e	10.2.e	Onderzoek WUR loopt (10.2.e); Cateringdeal met provincies, rol van supermarkten daarbij
3. Transparantie via duurzaamheidsrapportage en datadelen verbeteren	10.2.e	10.2.e (met name over TSC)	Evt uitbreiden naar duurzaamheidsrapport voor boeren
4. Samenwerking stimuleren binnen de wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven	10.2.e	10.2.e	Hier geen concrete voortgang te verwachten voor begin 2021 (hooguit: zijn er al ideeën bij de supermarkten?)
5. Voedselverspilling verder terugdringen	10.2.e		Ook Inv-inzet te melden (wijze van meten gaat veranderen)
Actie 1. Bijeenkomst beleggen	10.2.e	allen	Na verschijnen Agro-nutrimonitor
Actie 2. Verkennen reële beprijzing	10.2.e	10.2.e	Meerjarenprogramma SK&I

Bijlage – oorspronkelijke tekst uit brief

1. Ketensamenwerking gericht op verdere verduurzaming versterken.

De supermarktvertegenwoordigers gaan in gesprek met ondernemers in de primaire sector die het gevoel hebben geen langjarige afspraken te kunnen maken over samenwerking gericht op extra verduurzaming. Supermarkten hebben zich aangesloten bij het netwerk voor verduurzaming dierlijke producten. Binnen dit netwerk werk ik samen met de branche en andere ketenpartijen en afzetkanalen aan vergroting van het bestaande marktaandeel van duurzame dierlijke producten met bovenwettelijke duurzame prestaties. De supermarktbranche zal zich binnen dit netwerk toenemend inzetten voor strategische ketensamenwerking binnen gesloten ketens. Binnen deze samenwerking zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen partijen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming stellen. Langlopende contracten in deze samenwerkingsverbanden geven zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. De mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld komen en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken. Indien supermarkten omstandigheden aantreffen waar een gelijk speelveld ontbreekt, zullen zij aangeven op welke manier de overheid hieraan tegemoet kan komen. Voor de dierlijke sectoren ben ik overigens niet alleen met de supermarkten, maar ook met bedrijven in de andere afzetkanalen in gesprek. Op basis van een analyse maken zij een plan van aanpak voor hoe in hún

afzetkanaal het marktaandeel van duurzamere dierlijke producten kan worden vergroot ten opzichte van meer gangbare.

2. Aanbod regio- en streekproducten vergroten.

In steeds meer supermarkten is volop aandacht voor streek- en regionale producten in het schap. Supermarkten hebben toegezegd zich te blijven inspannen om de vraag naar en het aanbod van duurzame producten, waaronder regio- en streekproducten, te stimuleren. Zoals ik uw Kamer eerder aangegeven heb (Kamerstuk 35 068, nr. 4), wil ik via een benchmark de afzet van streek- en regioproducten inzichtelijker maken voor consumenten. De supermarktbranche heeft toegezegd hieraan bij te dragen.

3. Transparantie via duurzaamheidsrapportage en datadelen verbeteren.

De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie. Dit doen zij in nauwe samenwerking met andere partijen in de gehele voedselketen, onder andere via de Alliantie Verduurzaming Voedsel (AVV). Er wordt onderzocht op welke manier kan worden aangesloten bij al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van The Sustainability Consortium en The Product Environmental Footprint (PEF). Ik neem hierbij de uitwerking van Motie Sneller en De Groot (Kamerstuk 31 532, nr. 246) mee om te kijken of dit ook kan leiden tot een standaard voor een jaarlijkse rapportage die inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren. In het verlengde van het Publiek-Private samenwerkingsproject Transparant, gezond & duurzaam werken supermarktbranche en ministerie van LNV aan ketenbrede initiatieven gericht op het delen van data en daarmee op het vergroten van de transparantie die consumenten nodig hebben om duurzame keuzes te kunnen maken (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45)

4. Samenwerking stimuleren binnen de wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven.

De wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven is op dit moment nog in voorbereiding. De ACM heeft onlangs een nieuwe concept Leidraad Duurzaamheidsafspraken gepubliceerd, gericht op samenwerking. De supermarktbranche is in overleg met de ACM over hoe de mogelijke ruimte benut kan worden om verduurzaming te bewerkstelligen.

5. Voedselverspilling verder terugdringen.

Samen met de Stichting Samen tegen Voedselverspilling werken Rijksoverheid en supermarktbranche verder aan het voorkomen en verminderen van voedselverspilling, waarbij ook gekeken wordt naar mogelijke aanpassingen voor de wettelijke en private regels binnen Nederland en de EU die een verdere reductie van voedselverspilling bemoeilijken of in de weg staan. In de afgelopen maanden is in diverse stakeholdersessies gewerkt aan het opstellen van prioriteiten in wet- en regelgeving om voedselverspilling te reduceren. Ik heb uw Kamer daarover op 31 augustus 2020 geïnformeerd (Kamerstuk 31532, nr. 254). In maart 2020 hebben supermarkten een onderzoek gepubliceerd over voedselverspilling binnen het supermarktkanaal, uitgevoerd samen de WUR en het ministerie van LNV onder de vlag van de Stichting samen tegen Voedselverspilling (STV). De supermarkten hebben nu zelf inzicht in de reststromen én kunnen de resultaten van acties beter monitoren om verspilling van voedsel verder terug te dringen. Het onderzoek geeft handvatten voor verdere initiatieven om voedselverspilling te verminderen. In de afgelopen periode zijn hiervoor al een aantal initiatieven opgezet door diverse supermarkten.

Actie 1. Bijeenkomst beleggen

Snel na publicatie van deze monitor (ACM-monitor; HR), waarover ik uw Kamer zal informeren, wil ik met de vertegenwoordigers van onder andere de supermarkten bijeenkomen om de voortgang van de verduurzaming van het voedselaanbod te bespreken.

Actie 2. Verkennen reële beprijzing

Zoals ook genoemd wordt in een van de rapporten in het kader van de Brede Maatschappelijke Heroverwegingen¹, kan de rijksoverheid een mix aan beleidsinstrumenten inzetten, waaronder positieve prijsprikkels voor duurzaam voedsel en negatieve prijsprikkels voor niet-duurzaam voedsel. Daarom wil ik verder werken aan het idee van reële beprijzing van vlees, zoals reeds in de brede maatschappelijke heroverweging aan bod is gekomen. Dit betreft het voorstel om verder te verkennen hoe een eventuele meerprijs op vlees ten gunste kan komen aan duurzame veehouders.

Omdat dergelijke prijsmechanismen de sleutel kunnen zijn naar een werkelijk samengaan van economische, sociale en ecologische duurzaamheid, wil ik mij verbinden met alle partijen die bereid zijn om deze te onderzoeken en – bij gunstige uitkomst - in praktijk te brengen.

10.2.e

Van: 10.2.e)
Verzonden: dinsdag 20 oktober 2020 13:20
Aan: 10.2.e
Onderwerp: Volgend overleg minister met supermarkten

Dag 10.2.e

Even de stand van zaken: nu de kamerbrief uit is én het eerste rapport over de agrio-nutrimonitor is verschenen, is het moment daar om een tweede overleg in te gaan plannen. Bij het secretariaat van de minister heb ik het verzoek neergelegd of ik week 47 2 of 3 tijdslots van 1 uur mag krijgen voor dit overleg (als week 47 al helemaal vol zit: dan eventueel ook kijken naar week 46). Zodra ik daar iets van hoor, kunnen we bij de mensen van de supermarkten (uiteraard incl cbl) de beschikbaarheid opvragen. Is dit akkoord wat jullie betreft?

Groet,

10.2.e

+316 10.2.e ; 10.2.e

10.2.e)

Van: 10.2.e)
Verzonden: donderdag 22 oktober 2020 13:40
Aan: 10.2.e)
Onderwerp: RE: Data voor overleg minister met ceo's van supermarkten

Dag 10.2.e ,
 Na overleg met de supermarkten heb ik – met goedkeuring van 10.2.e – besloten dat het beoogde overleg voor de begrotingsbehandeling te weinig gaat opleveren (voor zover het überhaupt zou lukken de ceo's hiervoor op deze termijn bijeen te krijgen).

Dus @10.2.e je kunt de agendareserveringen intrekken.

En @10.2.e we kunnen voor de begrotingsbehandeling zorgen voor een *schriftelijke update van de voortgang*, zodat de minister daar gebruik van kan maken als dat opportuun mocht zijn. Akkoord? Misschien goed om hierover separaat contact te hebben.

@beide: het plan is nu om het overleg ergens achterin januari / begin februari 2021 te organiseren, dus dat wordt vervolgd.

Groet, 10.2.e

Van: 10.2.e
Verzonden: dinsdag 20 oktober 2020 14:08
Aan: 10.2.e @minezk.nl>
Onderwerp: RE: Data voor overleg minister met ceo's van supermarkten

Dank je! Het gaat inderdaad om een webex. Ik ga checken of het op die termijn lukt met die 2 data. Wordt vervolgd.

Van: 10.2.e @minezk.nl>
Verzonden: dinsdag 20 oktober 2020 13:53
Aan: 10.2.e @minlnv.nl>
CC: 10.2.e @minlnv.nl>; 10.2.e @minlnv.nl>
Onderwerp: RE: Data voor overleg minister met ceo's van supermarkten

Dag 10.2.e

Ik zou hier in de agenda vrij kunnen maken dinsdag 10 november 16.00 – 17.00 uur of woensdag 11 november 15.00 – 16.00 uur.

Helaas biedt de agenda van MLNV geen ruimte in week 47.

Ik reserveer beide momenten, leg het MLNV voor op de dagbrief. Zet jij beide data uit bij de externen? Wel hoor ik dan graag z.s.m. welke datum het geworden is.

Ik neem aan dat dit overleg niet fysiek maar middels Webex zal plaatsvinden?

Graag ontvang ik dan t.z.t. de e-mailadressen van de genodigden alsmede van hen die intern willen aansluiten om de Webex-uitnodigingen te kunnen versturen.

Groet,
 10.2.e

Van: 10.2.e @minlnv.nl>
Verzonden: dinsdag 20 oktober 2020 13:15
Aan: 10.2.e @minezk.nl>
Onderwerp: RE: Data voor overleg minister met ceo's van supermarkten

Dag 10.2.e ik was nog vergeten het verband tussen de afspraken en de agronutrimonitor (*) toe te lichten: In de Kamerbrief zegt de minister dat ze na het verschijnen van die monitor een nieuw overleg wil inplannen.

Van: 10.2.e

Verzonden: dinsdag 20 oktober 2020 11:52

Aan: 10.2.e @minezk.nl>

Onderwerp: Data voor overleg minister met ceo's van supermarkten

Urgentie: Hoog

Dag 10.2.e

Nu de brief over de afspraken die gemaakt zijn met supermarkten aan de kamer is verzonden en de eerste versie van de agro-nutrimonitor uit is (*), kan een tweede overleg gepland worden. In dit tweede overleg staat de voortgang van het werk aan de afspraken centraal. De praktische vraag is nu: wanneer kan het?

BPZ (10.2.e) heeft aangegeven dat het mooi zou zijn als het overleg nog voor de begrotingsbehandeling zou kunnen plaatsvinden (week 48). Omdat er nogal wat druk bezette ceo's deel gaan nemen, zou ik je willen vragen of het mogelijk is mij 2 of 3 tijdslots aan te reiken (van 1 uur) in de agenda van de minister van week 47 (en als dat niks oplevert: 46). Dan kan ik snel polsen bij de supermarkten welke het best uitkomt.

Dank vast en groet,

Groet,

10.2.e

0610.2.e

[Programma Realisatie Visie](#)

Transparantie Duurzaamheid Voedselketens

Uitwerking motie Sneller/De Groot en LNV-Retail afspraken

21

December 2020



Agenda eerste werkgroep



Motie Sneller de Groot

De Kamer, gehoord de beraadslaging, overwegende dat de werkelijke prijs van veel voedsel sterk verschilt van de prijs in de winkel, omdat kosten worden afgewenteld op de natuur en belastingbetalers; overwegende dat alle schakels in de keten, van boer tot consument, zoals financiers en retailers, nodig zijn om die verduurzaming te bereiken;

overwegende dat in deze keten veel (inkoop)macht bij supermarkten ligt, die zij vooral aanwenden om lagere prijzen en niet om hogere duurzaamheidsstandaarden te bewerkstelligen;

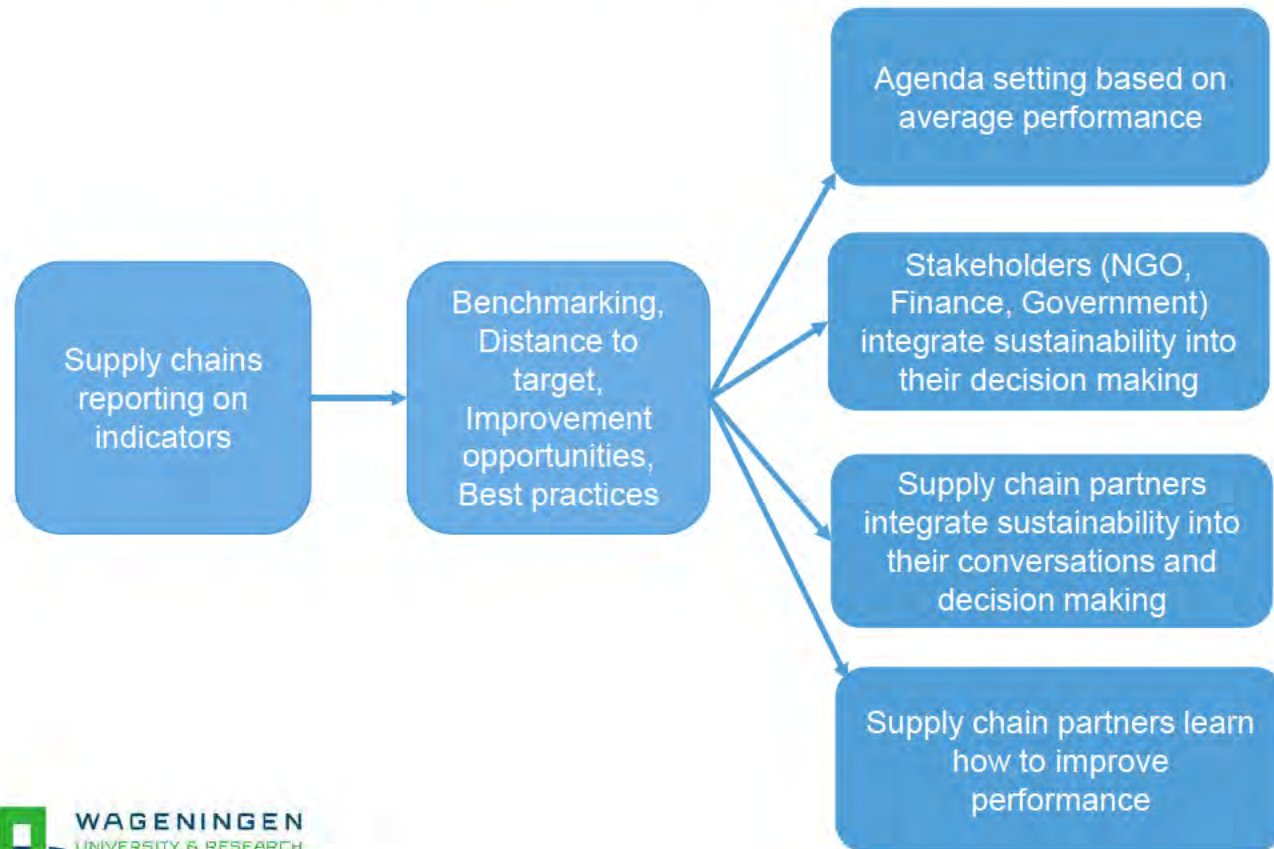
overwegende dat er standaarden in ontwikkeling zijn om bedrijven te kunnen scoren op hun duurzaamheidsprestaties, zoals **The Sustainability Consortium (TSC)** en om de vergelijkbaarheid van jaarverslagen te verbeteren, zoals het **Global Reporting Initiative (GRI)**;

verzoekt de regering **in overleg met supermarkten en andere 'ketenpartners' 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 voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren,**

Afspraken Retail - LNV

De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een **methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen** en sterker te **richten op de doelen van de LNV-visie**. Dit doen zij in nauwe **samenwerking** met andere partijen in de **gehele voedselketen**, onder andere via de Alliantie Verduurzaming Voedsel (AVV). Er wordt onderzocht op welke manier kan worden **aangesloten bij** al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van **The Sustainability Consortium en de Product Environmental Footprint (PEF)**.

Doel Duurzaamheidsrapportage



Voordelen geharmoniseerd rapportage systeem

- Level Playing Field: Iedereen rapporteert, geen “free riders”
- Vergelijking mogelijk tussen bedrijven, producten
- Vergelijking mogelijk tussen Nederlandse en geïmporteerde producten
- Optellen mogelijk tot nationale totalen
- Verlaging van de rapportage last voor bedrijven die in meerdere ketens actief zijn
- Efficiency: Delen kosten; automatisering, IT ondersteuning
- Leren: Benchmarking, Best Practices, Onderzoek/innovatie

Werkplan

- Doel werkgroep
- Eisen, wensen en randvoorwaarden systeem
- Systemen om op voort te bouwen
- Keuze systeem en benodigde aanpassingen
- Plan voor aanpassing
- Plan voor implementatie door bedrijven

Planning: Afronding voor zomer 2021

Eisen, Wensen en Randvoorwaarden: Motie Sneller/de Groot en Afspraken LNV-Retail

- Standaard/Methodologie (Motie, LNV-Retail)
- Jaarlijkse rapportage (Motie)
- Mate bijdragen aan duurzaam voedselsysteem/LNV Visie (Motie, LNV-Retail)
- Supermarkten en voedselverwerkende bedrijven (Motie)
- Eerlijke prijs voor boeren (Motie)
- Onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen in keten (LNV-Retail)
- Aansluiten bij bestaande systemen: GRI/TSC (Motie) en TSC/PEF (LNV-Retail)

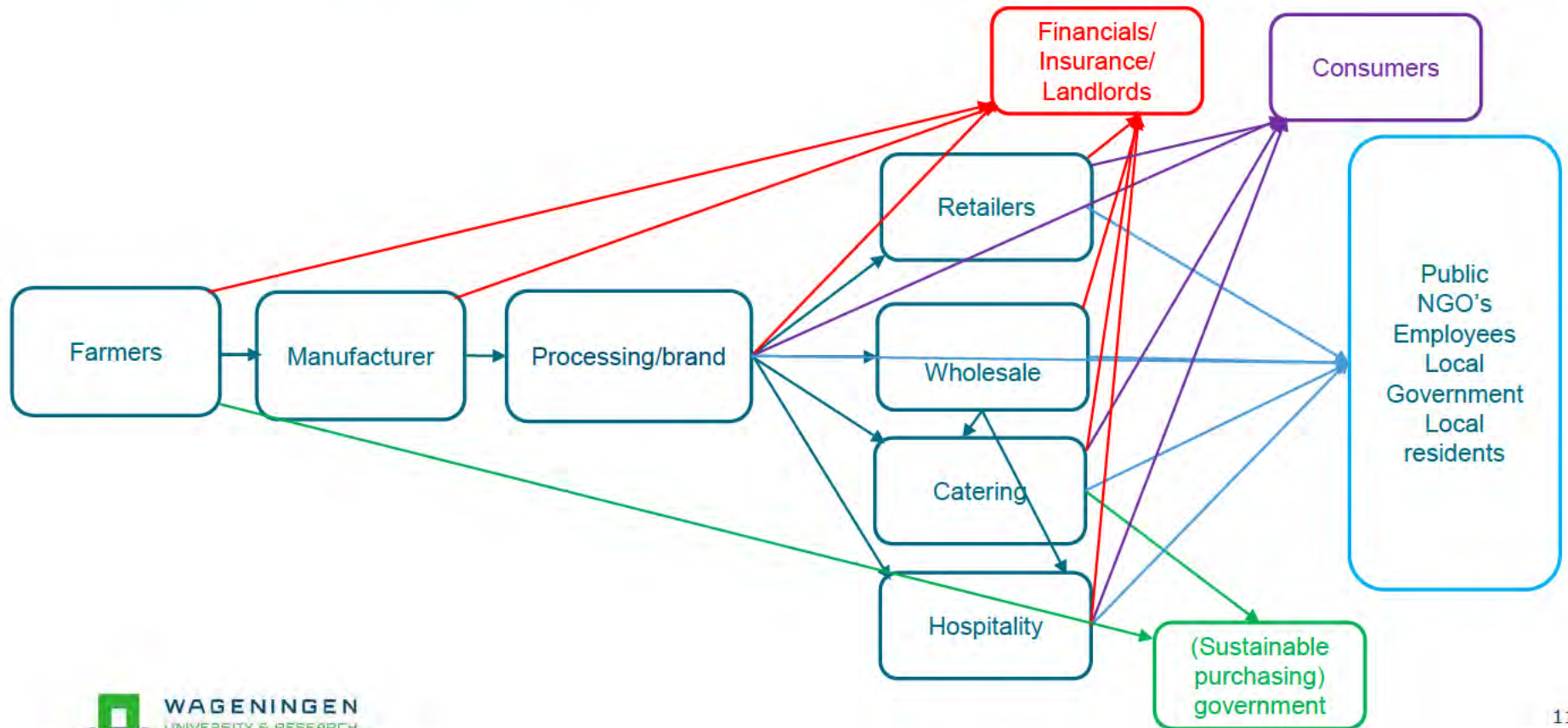
Eisen, Wensen en Randvoorwaarden: Aanvullingen

- Administratieve lasten zo laag mogelijk
- Gebruiksvriendelijk (IT e.d.)
- Brede scope (milieu, sociaal, dierwelzijn) maar focus op belangrijkste issues/risicogestuurd
- Hele keten
- In Nederland geconsumeerd voedsel (zowel import als volledig Nederlandse ketens)
- Aansluiting op internationale standaarden
- Gebruik makend van bestaande dataverzameling en uitwisseling
- Al het voedsel en alle bedrijven

Eisen, Wensen, Randvoorwaarden: Discussie

- Groeimodel
- Verschillende niveaus van rapporteren
 - Kleine/grote bedrijven
 - Vergevorderd op duurzaamheid /opstartend
 - Basis verplicht/geavanceerd vrijwillig
- Publiek beschikbaar
- Aggregatieniveau:
 - (variant van een) Product
 - Productcategorie
 - Organisatie (footprint)

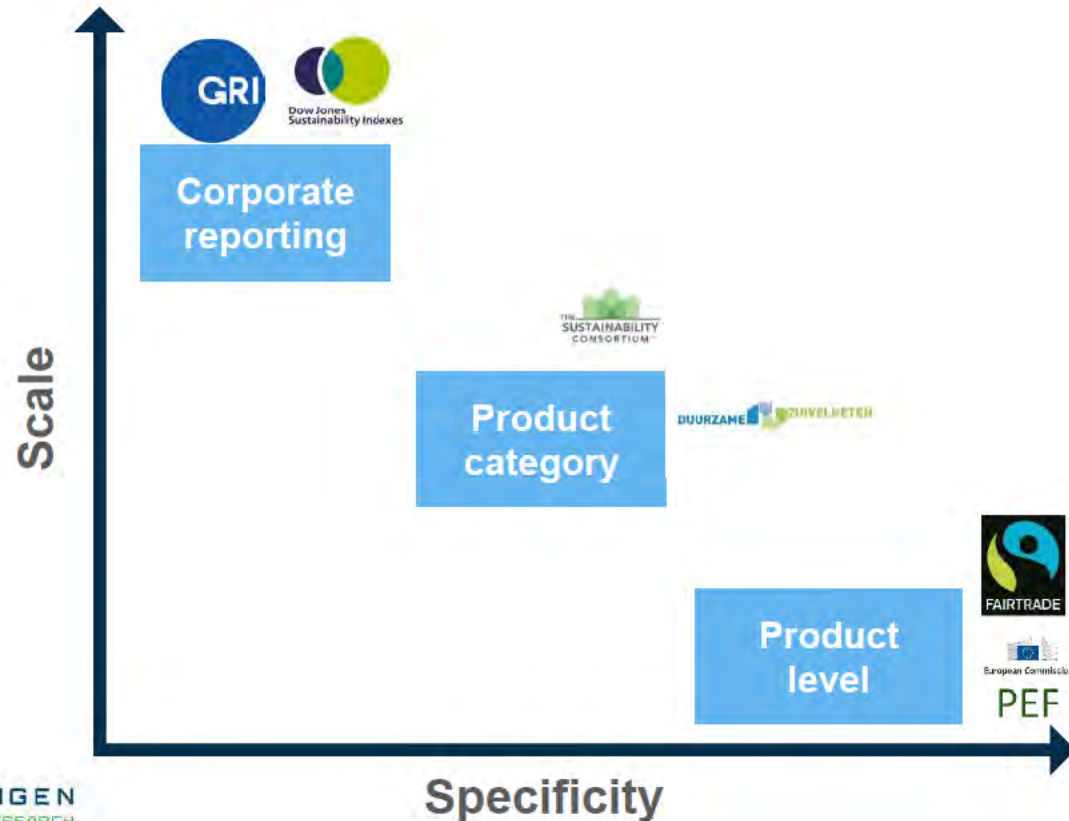
1 keer verzamelen, meervoudig gebruik



Systemen om op voort te bouwen

Criterion	PEF	TSC/THESIS	GRI
Owner	EC	Multi-stakeholder non profit organization	Multi-stakeholder non profit organization
Robustness	High	Medium	Medium
Comparability	High	Medium	Low
Scope	Environmental	Environmental and Social	Economics, Environmental and Social
Subject	Variants of products (supply chain)	Product category (supply chain)	Organization (no supply chain)
Type and # Indicators	LCA Impact: 16	Activity and impact: 15-20	Activity and impact: +/- 300 but organization can self select
Effort	Very high	Medium	High
Product coverage food	Beer, dairy, wine, water, pasta, feed, pet food	50 (all) food categories	One indicator set for all types of organizations: Working on agriculture supplement
Current use	Limited number mainly for internal purposes	2000 globally + 150 Dutch food supply chains	Many hundred food chain companies globally
Fair price farmers	Not	Limited	Very, very limited
Other users	None	Government purchasing, financial sector, consumer. All on limited scale	All type of stakeholders (NGO, Financial sector, employees)

Vergelijking GRI, TSC, PEF



Waarom voldoen huidige duurzaamheidsverslagen bedrijven niet?

- Gericht op eigen bedrijf en veel minder op rol in keten
 - Meeste knelpunten in keten
 - Samenwerking in keten nodig voor duurzamer voedsel
- Aggregatieniveau: Totalen over hele bedrijf (alle producten) heen
 - Moeilijk vergelijkbaar
 - Lastig conclusies trekken
 - Onderbouwing duurzaamheidsbeslissingen in de keten
 - Bijdrage aan duurzamer voedselsysteem/LNV visie
- Corporate (Internationaal) niveau: Nederland vaak lastig te onderscheiden
- Harmonisatie indicatoren
- Kwaliteit huidige verslagen

Waarom voldoen huidige certificaten niet?

- Veel duurzaamheidsverbeteringen zonder certificering
- Niet voor alle producten zijn (goede) certificaten beschikbaar
- Dekken vaak maar deel duurzaamheidsthema's af (bijv. alleen dierwelzijn)
- In beperkt aantal landen beschikbaar (Beter Leven keurmerk)
- Alleen ja/nee aanduiding maar geen score voor continue verbetering
- Schrijven activiteiten/processen voor maar meten vaak geen impact
- Veel certificaten hebben beperkte impact (sociale)
- Hoge kosten
- Grote verschillen in kwaliteit en moeilijk onderling te vergelijken

Samenstelling werkgroep

- Deelname individuele bedrijven
- Voorzitter
- Stuurgroep
- Aan wie rapporteren?

Bedankt voor uw aandacht



Vragen?

10.2.e



verslag

Directoraat-generaal Agro
Directie Plantaardige Agroketens
en Voedselkwaliteit

Behandeld door

10.2.e

T 070 10.2.e

10.2.e@minlnv.nl

Datum

18 jan. 2021

Kenmerk

DGA-PAV / 21025607

Kopie aan

Bijlage(n)

1

Omschrijving	Startbijeenkomst: komen tot duurzaam inzicht
Voorzitter	10.2.e
Vergaderdatum en -tijd	17 december 2020, 13.00 uur - 15.00 uur
Locatie	Webex
Aanwezig	10.2.e (CBL), 10.2.e (FNLI), 10.2.e (WUR), 10.2.e (LNV), 10.2.e (LNV) 10.2.e (LNV)
Afwezig	10.2.e (Veneca)

Vergaderpunten

1. Opening
10.2.e opent de vergadering en heet iedereen van harte welkom bij deze startbijeenkomst "komen tot duurzaam inzicht".
2. Kennismaking
Deelnemers aan het overleg stellen zich voor.
3. Doel /aanleiding werkgroep
De aanleiding voor deze werkgroep is de motie Sneller/Groot en de brief aan de Tweede Kamer over afspraken met supermarkten.
De motie verzoekt de regering in overleg met supermarkten en andere 'ketenpartners' 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 voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.
In de brief aan de Kamer staat dat de supermarktbranche en Rijksoverheid meewerken aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie.

10.2.e van de WUR schetst het doel van een duurzaamheidsrapportage en de voordelen van een geharmoniseerd rapportage systeem (zie de Powerpoint presentatie, sheets 5 en 6).

Belangrijkste eerste reacties werkgroep leden:

- Moeilijk om milieu en sociaal in één systeem te integreren;
- **Gaat het ook om 'rapportage' aan de consument?**
- Belangrijk dat het aansluit op wat er al is;
- Aansluiten bij Europese ontwikkelingen, maar niet hierop vooruitlopen;
- Er bestaan zorgen om weer een grote uitvraag te doen bij leden zonder dat toegevoegde waarde en samenhang voldoende duidelijk is.

WUR licht toe dat het erom gaat dat zowel de gebruikte methodologie als het rapporteren wordt gestandaardiseerd. Dit biedt uiteindelijk een onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen en niet een soort controle mechanisme.

4. Eisen, wensen en randvoorwaarden

WUR geeft een toelichting op de mogelijke eisen, wensen en randvoorwaarden (zie de Powerpoint presentatie, sheets 8, 9 en 10).

FNLI geeft aan dat er ook veel bedrijven zijn die minder dan 50 werknemers in dienst hebben. Lastig om dit soort bedrijven hierin mee te krijgen en grote investering te laten doen.

CBL benadrukt dat een groot deel al in jaarverslagen zit. Daarom afgesproken dat we nogmaals goed gaan kijken naar de jaarverslagen. WUR zal een quickscan maken.

Ook geeft CBL aan dat de monitor voortgang verduurzaming voedselketen en GRI al bestaat. Deze monitor gaat alleen uit van openbare data en op nationaal niveau. Dit is niet in lijn met wat de motie van ons vraagt. De GRI is met name voor grote bedrijven.

5. Huidige instrumenten

WUR geeft een toelichting op de huidige instrumenten. (zie de Powerpoint presentatie, sheets 12, 13).

LVN vraagt of er potentie wordt gezien in een groei-model. Er wordt beargumenteerd dat er wel voordelen kunnen zitten aan het integreren van losse systemen, omdat dit leidt tot een gezamenlijk afgesproken standaard. Hier zou toch ook voordelen voor bedrijven in moeten kunnen zitten?

De vraag die nader onderzocht moet worden is: wat is haalbaar en reëel? Het gaat dan met name om gezamenlijk met ketenpartijen te werken aan verduurzaming en het uitwisselen van data. Het gaat niet om een nationale monitor.

6. Hoe verder?

- Volgende bijeenkomst plannen we in februari nadat FNLI en CBL idee hebben voorgelegd aan hun leden.

- Voor de volgende werkgroep zullen nog geen individuele bedrijven worden uitgenodigd. Het is wel de wens van LNV om ook met bedrijven hierover in gesprek te gaan.
- We zullen de beleidsgroep en stuurgroep van de AVV informeren en op de hoogte houden.
- Voor de zomer moet LNV de Tweede Kamer informeren over hoe er invulling wordt gegeven aan de motie.

7. Vaststellen datum volgende vergadering
23 februari, 15.00 – 17.00

NB: inmiddels is duidelijk dat dit samenvalt met het verkiezingsdebat. Er wordt een nieuwe datum gezocht.

8. Sluiting

10.2.e sluit de vergadering.



verslag

Directoraat-generaal Agro
Directie Plantaardige Agroketens
en Voedselkwaliteit

Behandeld door

10.2.e
T 070 10.2.e
10.2.e @minInv.nl

Datum

18 jan. 2021

Kenmerk

DGA-PAV / 21025607

Kopie aan

Bijlage(n)

1

Omschrijving	Uitwerking motie Sneller/De Groot om te komen tot één standaard voor duurzaamheidsrapportages
Voorzitter	10.2.e
Vergaderdatum en -tijd	11 maart 2021
Locatie	Webex
Aanwezig	10.2.e (CBL), 10.2.e (FNLI), 10.2.e (WUR), 10.2.e (Veneca), 10.2.e (LNV), 10.2.e (LNV) 10.2.e (LNV)
Afwezig	-

Vergaderpunten

1. Opening

10.2.e opent de vergadering en heet iedereen van harte welkom bij deze bijeenkomst "komen tot duurzaam inzicht". Deelnemers aan het overleg stellen zich voor over nodig.

2. Verslag 17 december

Het verslag wordt vastgesteld.

3. Terugkoppeling CBL/FNLI leden

FNLI: er zijn 500 leden binnen de FNLI, waarvan er veel MKB zijn. In de commissie duurzaamheid zitten 30 tot 40 leden. Het voorstel vanuit de startbijeenkomst is voorgelegd. Er kwam niet veel reactie op met name omdat het voorstel nog niet zo concreet was als nu voorligt. Er was twijfel of een duurzaamheidsstandaard wel mogelijk is, zorg om de werk die het oplevert. Daarnaast werd benadrukt dat duurzaamheid een competitief veld is. 10.2.e heeft het ook besproken met de directeur (Kees Jan Adema) en gaat een position paper opstellen.

CBL: er is weinig behoefte aan een standaard. Duurzaamheid levert een concurrentievoordeel op. Daarbij willen supermarkten zelf keuzes maken

en het op een eigen manier aanpakken. Ook is er zorg over de administratieve lasten. Datasystemen en het verzamelen van nieuwe data ligt lastig. Er gebeurt al heel erg veel. De individuele leden geven wel aan in gesprek te willen met LNV om dit zelf toe te lichten.

Veneca: vraagt zich af waarom de horeca niet aan tafel zit en catering wel. Het gaat niet alleen om de leden van Veneca want veel consumptie gaat via catering die niet aangesloten is, maar wel degelijk een rol kunnen spelen.

In reactie op deze terugkoppeling van de achterban wordt benadrukt dat de concurrentie op duurzaamheid zal blijven en dat het gaat om vergelijkbaarheid in rapportages. CBL is van mening dat enkel door de selectie van criteria al een sturende werking uitgaat.

4. Proces sinds 1e werkgroep overleg

10.2.e geeft aan dat de EC is gestart met de Code of Conduct en het uitwerken van een wetgevingskader voor duurzame voedselsystemen (legal framework). Voor dit laatste is een opdracht gegeven aan het Joint Research Centre met medewerking van experts uit de lidstaten waaronder Nederland. Een duurzaamheidslabel maakt hier onderdeel van uit. Het is onzeker of dit zal gaan om vergaande eisen voor geharmoniseerde duurzaamheidslabelling. Wel is de Europese Commissie van mening dat transparantie over duurzaamheid van voedsel een belangrijke rol kan spelen in de transitie naar een duurzamer voedselsysteem en dat de overheden een rol moeten spelen. **10.2.e** zal vanuit LNV plaatsnemen in de Expert group on General Food Law and Sustainability of food systems.

10.2.e heeft een analyse gedaan van de duurzaamheidsverslagen van de supermarkten. Samenvattend blijkt dat er velen stappen vooruit zijn, maar deze er niet voor zorgen dat er meer bekend is over het grootste deel van het voedsel, namelijk de producten zonder topcertificaat.

5. Voorstel vanuit LNV

10.2.e licht het inhoudelijke voorstel met vier sporen kort toe. Het procesvoorstel is om de indicatoren in gezamenlijkheid vast te stellen zodat de indicatoren het meeste inzicht opleveren, maar ook administratieve lasten zo laag mogelijk zijn. Ook kan gestart worden met rapportage op productcategorieniveau (bijvoorbeeld twee) en niet voor afzonderlijke producten. Het gaat om een groeimodel: klein beginnen en van daaruit uitbreiden.

Vervolgens is er ruimte in het overleg voor vragen en discussie per spoor:

A. Inzicht in de mate waarin retailers consumenten stimuleren om producten met een vastgestelde duurzaamheidplus te consumeren

FNLI geeft aan problemen te zien met mededinging (naar aanleiding van ACM casus over de kip van morgen). CBL spreekt uit vanuit hun rol als brancheorganisatie geen voorstander te zijn van benchmarking, en de FNLI sluit zich hier bij aan. Beiden zijn van mening dat het stimuleren van kopen van meer duurzame producten een bedrijfsspecifieke keuze is. LNV geeft aan dat de overheid er voor kan kiezen om dit in wetgeving of een convenant te gieten.

De vraag wordt gesteld aan CBL/FNLI/Veneca of het mogelijk is iets te vinden wat wél mogelijk wordt geacht en ook het bedrijfsleven kan helpen. Bijvoorbeeld door gezamenlijk drie indicatoren te kiezen en als groeimodel aan de slag te gaan met een aantal partijen. CBL/FNLI/Veneca geven aan dat het kiezen van een indicator sturing aan de bedrijven impliceert en herhalen dat er al reeds een aanzienlijke hoeveelheid duurzaamheidsrapportages op jaarlijkse basis word uitgebracht die de hoge risico productgroepen voldoende afdekken.

B. Inzicht in de mate waarin retailers en voedselverwerkers hun ketens stimuleren om producten met een vastgestelde duurzaamheidplus te produceren

Over de grote categorieën wordt gerapporteerd, denk aan cacao, palmolie, soja. Voor samengestelde producten is dat lastiger.

Het is niet opportuun om afzetkanalen ten opzichte van elkaar te zetten en er moet (in ieder geval bij de catering bedrijven) betaald worden om de verkoop van een keurmerk te rapporteren. De leden van het CBL rapporteren over het algemeen over hun huismerken, de leden van de FNLI rapporteren over de A-merken. Er zou dan een perverse prikkel kunnen uitgaan richting huismerken, omdat supermarkten daar zelf op kunnen sturen.

C. Inzicht krijgen in duurzaamheid van overige producten om daarop uiteindelijk op dezelfde manier mee om te kunnen gaan als bij A en B

Gaat om alles behalve de keurmerken. Niet veel andere inbreng dan bij A en B is gedeeld.

D. Algemeen duurzaamheidsmanagement bedrijven

CBL en FNLI benadrukken dat hun grotere leden veel rapporteren over **algemene duurzaamheidsinformatie (beleid, strategie, risico's, etc.)**. Bijvoorbeeld middels de GRI, Global Compact, IIRC framework, etc. in hun jaarverslagen en ook op hun websites is hier veel informatie over te vinden. Voor kleinere bedrijven is dit een ander verhaal aangezien deze niet altijd een eigen duurzaamheidsafdelingen zullen hebben, of een

bijbehorende governance structuur, of de middelen voor implementatie. CBL en FNLI geven dat er vanwege vertrouwelijkheid van bedrijfsgegevens er geen informatie uit de IMVO scan kan worden gedeeld van afzonderlijke leden.

Hoe gaan we om met het onderdeel van de motie 'een eerlijke prijs voor de boeren'?

Besloten wordt om voor dit punt niet meer te doen dan de Agro-nutri monitor van de ACM.

6. Vervolgproces

FNLI, CBL en Veneca leggen deze voorstellen voor aan de achterban om dit nogmaals te toetsen en bespreken de mogelijkheid om individuele leden aan te haken bij een vervolggesprek met LNV. Op basis daarvan wordt het voorstel aangescherpt of aangepast. LNV geeft aan dat vervolgens zal worden gezien of het opportuun is om een bestuurlijk overleg te organiseren met de Directeur-Generaal AGRO van LNV. Ook wordt de AVV op de hoogte gesteld. CBL en FNLI bieden aan uiteen te zetten op welke relevante indicatoren er nu al word gerapporteerd. Terugkoppeling aan de Tweede Kamer is voorzien voor het zomerreces

Verslag bila FNLI van 1 juni 2021

Gesprek met 10.2.e , ook aanwezig 10.2.e van de WUR

- FNLI geeft aan dat er wel steun zou zijn als er een voorstel op tafel zou liggen die het allemaal simpeler maakt. Maar dat ziet FNLI tot nu toe niet. Dit is hoe ze het hard zouden kunnen maken naar leden toe.
- Bovendien grote uitdaging voor FNLI om van de 500 leden alle kleine te bereiken met bijvoorbeeld maar 10 werknemers in dienst. Moeilijk om hun op te leggen hoe ze hun duurzaamheidsrapportages moeten inrichten.
- FNLI stelt dat er een reden is waarom bedrijven alleen rapporteren zoals ze rapporteren. Dat heeft met concurrentie te maken. Je moet eenduidig gaan rapporteren betekent dat je competitive advantage wegneemt.
- Een koplopers groep zou een optie kunnen zijn die wel werkt, als er ook een evaluatiemoment is waarop besloten kan worden om toch te stoppen.
- LNV vraagt of er al zicht is op bedrijven die hieraan mee zouden willen werken?
- FNLI stelt dat dit niet het geval is. Dit zou intern overlegd moeten worden. Benadrukt nogmaals dat het in de vorm van een pilot zou moeten zijn met bijvoorbeeld evaluatie na een jaar.
- Indien het zou leiden tot meer rapportagelast krijgt FNLI leden sowieso niet mee, of als het aanpassing van systemen vergt. Alles wat 'meer' is wordt lastig.
- FNLI legt uit geen rol te kunnen spelen in het stimuleren van het kopen van duurzame producten. Dat zou echt opgepakt moeten worden met bedrijven zelf. Ook kan FNLI geen rol spelen in het weghalen van concurrentievoordeel.
- FNLI beargumenteert dat er een juiste prikkel moet worden gecreëerd waarbij bijvoorbeeld supermarkten gaan sturen op huismerken en FNLI leden sturen op A merken.
- WUR vraagt of dit niet al het geval is?
- FNLI legt uit, stel het gaat over CO2 reductie en een supermarkt brengt een aantal leveranciers op de hoogte dat dit gaat spelen dan kunnen ze concurrentievoordeel opdoen ten opzichte van andere leveranciers. Ze willen dan dat hun merk goed gaat scoren.
- Een groot bezwaar volgens FNLI is dat het voor de leden tot op heden onvoldoende duidelijk is welke richting deze motie op wil, het is te vaag.
- Zowel FNLI en de WUR spreken uit dat het zou moeten gaan om iets overkoepelends dat bestaande systemen vervangt. FNLI is van mening dat het voor bepaalde categorieën mogelijk zou moeten zijn om uit bestaande date te putten, maar dat het er dan om gaat om iets slims te bedenken om dat samen te voegen. WUR benadrukt dat dit echt mogelijk moet zijn en voor efficiëntie zorgt.

Verslag van bila met AH van 2 juni 2021

Uit de huidige duurzaamheidsverslagen blijkt dat indicatoren die momenteel gerapporteerd slecht vergelijkbaar zijn. Bovendien wordt er heel veel procesmatig gerapporteerd en niet over impact. Wat dat laatste betreft heeft Albert Heijn wel weer een slag gemaakt, zou mooi zijn als andere supermarkten dat proces volgen.

GRI is een brede standaard die voor alle soorten bedrijven 1 set indicatoren eist, dat zijn er in totaal 500. Vervolgens zijn de bedrijven vrij om te kiezen welke ze gebruiken. Bijna alle retailers verwijzen naar GRI maar desondanks wordt er nauwelijks op een vergelijkbare manier gerapporteerd.

Albert Heijn stelt dat er sprake is van concurrentiegevoeligheid, vertrouwelijkheid van data en dat het eerder zo is geweest dat ze als retailer niet verder samen mochten verduurzamen (kip voorbeeld)/rapporteren.

Bovendien onduidelijk voor Albert Heijn wat er vervolgens met de resultaten gebeurt. Wie kijkt er naar de data en de resultaten en wie gaat er wat van vinden. Albert Heijn vraagt waarom we Question Mark niet gewoon hun werk laten doen.

LVN en WUR leggen uit dat ook Question Mark tegen vergelijkbare problemen aanloopt door beperkte beschikbaarheid aan data, transparantie en vergelijkbaarheid.

Ook stelt Albert Heijn dat het nodig is om voor te bouwen op bestaande systemen als we de motie zouden uitvoeren. Over het algemeen moeite met deze beweging omdat ze graag vrijheid willen behouden over hoe ze rapporteren. Albert Heijn heeft ook te maken met Ahold Delhaize en van daaruit worden bepaalde rapportages en indicatoren opgelegd.

Albert Heijn heeft het gevoel dat deze motie een hele grote klus zou zijn. Vervolgens bestaat het risico dat er op nationaal niveau afspraken zijn gemaakt en dat het internationaal toch weer anders moet. Daarom onderstreept Albert Heijn belang om goed aan te sluiten om internationale ontwikkelingen.

Albert Heijn ziet niet het doel van de motie. Is transparantie het doel of het middel.

WUR legt uit dat voor verbetering er drie relevante dingen te onderscheiden zijn. 1) wat gebeurt er rond het stimuleren van duurzame consumptie, 2) penetratiegraden keurmerken, 3) GRI achtige indicatoren zoals broeikasgasemissies.

Hierin kan een groeimodel worden aangebracht zodat we klein kunnen beginnen, bijvoorbeeld starten met vijf indicatoren die vergelijkbaar worden gemaakt tussen verschillende bedrijven.

Albert Heijn vraagt of we niet binnen GRI kunnen gaan specificeren op aantal punten.

WUR legt uit dat voor alle producten die geen keurmerk hebben het niet duidelijk is hoe het ervoor staat qua duurzaamheid. Instrumenten als PEF en TSC kunnen daarbij helpen. Die zijn bedoeld om te kunnen sturen in de keten. Maar ook hier is tot op heden geen harmonisatie in. WUR vraagt hoe Albert Heijn er tegen overstaat om hier harmonisatie in aan te brengen.

Albert Heijn moet hier even over nadenken maar concludeert dat dit heel concurrentiegevoelig is. Albert Heijn volgt momenteel de ontwikkelingen bijvoorbeeld omtrent eco-score maar zit nog in een eigen denkproces hierin. Ze vinden het wel een goede beweging dat klanten worden geholpen om duurzame keuzes te maken.

LVN vraagt of er interesse zou zijn om in een werkgroep deel te nemen om de motie verder uit te werken waarin dit soort wensen (als eerder door Albert Heijn uitgesproken) kunnen worden meegenomen. Albert Heijn legt uit niet de noodzaak te zien omdat CBL namens Albert Heijn kan waarnemen.

Verslag van bila met Lidl van 3 juni 2021

Lidl legt uit onderdeel te zijn van een internationale organisatie. Ze zitten in 30 landen, Duitsland hoofdkantoor. Internationaal hoofdkantoor koopt groot deel van producten in voor alle landen. Eieren, zuivel en vlees is meer land specifiek. Veel duurzaamheidsbeleid wordt vanuit hoofdkantoor aangedragen.

Afgelopen 1,5/2 jaar heeft Lidl omslag gemaakt naar echt proactief zelf duurzaamheidsbeleid maken. Dit is vanuit de gedachte, wat is onze impact en hoe kunnen we ons daarop richten.

Lidl begint binnenkort met een pilot voor de eco-score, ze beginnen met koffie en thee. De vraag die er binnen Lidl leefde was hoe kunnen we onze klanten op een eenvoudige manier informeren over ons product. Ze gaan daarom nu eco-score onderzoeken maar zouden ook op iets anders uit kunnen komen. Lidl stelt nog vraagtekens bij de methodiek erachter. Maar de helderheid op de verpakkingen spreekt ze heel erg aan. Ze willen graag met stakeholders, waaronder LNV verder in gesprek over de methodiek om te identificeren wat al goed is, wat nog anders kan en hoe dit aangepast kan worden.

Grootste bezwaar tegen de motie is dat het niet duidelijk is waarom deze motie nodig is. Ook wil Lidl meegeven dat ook retailers echt hele andere organisaties zijn. Lidl heeft bijvoorbeeld maar twee soorten melk. Deze verschillen komen vaak **slecht terug in rankings en KPI's**.

Mocht er een nieuwe rapportageplicht komen, die er al heel veel zijn, dan moet het praktisch zijn en mag het niet zorgen voor teveel administratieve lasten stelt Lidl.

Een ander moeilijk punt voor Lidl is het internationale dilemma. Doelstellingen van Lidl gelden voor de gehele internationale organisatie. Ook communicatie mogelijkheden zijn soms beperkt want ze zijn gebonden aan internationale regels van moederbedrijf. Lidl legt uit dat dit anders is als het wetgeving betreft, dan moeten ze wel.

Lidl vraagt om aan te sluiten op methodes die al ontwikkeld zijn en niet te gaan werken aan nieuwe methodiek.

Er wordt gevraagd hoe Lidl de verdere uitwerking dan voor zich zou zien.

Lidl pleit ervoor om eerst te inventariseren wat er allemaal al wordt gedaan, supermarkten rapporteren al zoveel. Als er een goed overzicht is, dit communiceren naar de Kamer om aan te geven dat ze allemaal al mee doen aan verduurzaming. Hierdoor krijgen retailers de credits die ze verdienen voor wat ze allemaal al doen. Bovendien stelt Lidl dat dit een goede scope biedt van wat wel en niet al wordt gedaan en hoe dit het beste gerapporteerd zou kunnen worden.

Lidl zie het wel vaker dat er een middel wordt voorgeschreven zonder duidelijk doel. Bij voedselverspilling is dit wel goed gedaan. Er is een duidelijke doelstelling en hoe aangegeven hoe het wordt gemeten, maar hoe retailers voedselverspilling tegengaan is aan hunzelf. Dit begint bij een goede definitie. Lidl wijst erop dat er momenteel niet eens een goede definitie is voor dingen als eiwittransitie en duurzaamheid. Lidl vraagt ons dit mee te nemen in de overwegingen. Zeg bijvoorbeeld, we willen dat jullie over de volgende onderwerpen rapporteren, volgens ons is dit de beste manier, en laat het verder aan de markt over.

Lidl geeft wel dat ze bereid zijn om mee te blijven praten als het daarop uitdraait, zolang CBL wel mee blijft praten ook.

Verslag bila met CBL van 8 juni 2021

Gesprek met 10.2.e van de WUR is ook aanwezig.

- CBL is geen voorstander van koplopersgroep en wil gezamenlijk hierin optrekken.
- CBL beargumenteert dat een goed overzicht/inventarisatie van alles wat er al gedaan wordt belangrijk is. op basis daarvan pas verder kijken. Er zijn al heel veel rapportageverplichtingen.
- Het is sowieso voorwaarde voor CBL om als basis echt uit te gaan van wat er al gedaan wordt. Alle bedrijven laten graag zien wat ze doen en doen dit al vrijwillig en onder verplichtingen. Daarom heerst het gevoel, waarom komt die motie vandaan?
- LNV erkent wat CBL zegt maar stelt tegelijkertijd dat uit de analyses die WUR heeft gedaan voor de werkgroep alsnog aandachtspunten voor verbetering naar voren zijn gekomen.
- CBL is het eens dat het niet perfect is maar vraagt zich af of de motie de oplossing is.
- LNV wijst op het overzicht van 'wat er al gedaan wordt' uit de notities die ook zijn behandeld in de werkgroep. Daaruit kwam bijvoorbeeld dat er geen vergelijkbaarheid mogelijk is, er zou dus al een grote stap kunnen worden gemaakt met harmonisatie.
- WUR beaamt dat het mogelijk is om met relatief weinig kosten grote maatschappelijke waarde te creëren. Het gaat niet om meer doen maar harmoniseren. De rapportagelast stijgt dan niet.
- LNV is het er wel mee eens dat een goed compleet een goede toevoeging kan zijn op de uitwerking van de motie.

Verslag bijeenkomst projectgroep van 10 juni 2021

Aanwezig: 10.2.e

- CBL wil hele speelveld verkennen. Niet alleen jaarverslagen maar bredere rapportages. Goed inzichtelijk hebben wat is nu de situatie. CBL stelt voor om er een onderzoek van te maken.
- Blijven vraagtekens hebben hoe deze motie helpt bij de duurzaamheidsdoelen die je wil bereiken.
- Als harmonisatie leidt tot minder inspanning dan prima voor FNLI.
- Veneca blijft het gek vinden dat zij zijn uitgenodigd in deze projectgroep en horeca niet. Veneca wil niet dat catering met extra eisen wordt opgezaaid en horeca de dans ontspringt.
- Brancheorganisaties blijven huiverig voor EU wetgeving.
- Daarom voelen ze wel iets voor GRI, dat is tenminste internationaal. CBL stelt dat je bijvoorbeeld zou kunnen kijken of dat iets is dat goed aansluit bij wat er Europees wordt gevraagd.
- Commitment van de brancheorganisaties zit enkel op het maken van een brede en grondige inventarisatie van wat er al wordt gedaan. Ze denken dat dit mogelijkheid is om blinde vlekken in kaart te brengen.
- CBL benadrukt dat ze enkel mandaat heeft om toe te zeggen dat ze zullen meewerken aan een dergelijk onderzoek. CBL pleit voor breed en gedegen interviews en afhankelijk van wat daaruit komt pas bepalen hoe verder.
- Brancheorganisaties hebben zelf ook geen totaalbeeld van wat er onder hun leden al gerapporteerd wordt. Daarom blijft het volgens CBL moeilijk om toe te zeggen door te gaan met de motie omdat het onduidelijk is of het wel wat toevoegt.
- Veneca heeft liever een verplichting omdat dit zorgt voor gelijk speelveld.

Vergelijking duurzaamheidsverslagen grootste Nederlandse retailers

1. Kanalen voor transparantie over duurzaamheid

In onderstaande tabel is voor de vijf grootste supermarkten en een grote inkooporganisatie (die naast Plus ook voor andere niet in de top 5 opgenomen supermarktformules inkoopt en daarmee meer dan een kwart van de totale inkoop van supermarkten vertegenwoordigd), weergegeven welke communicatie uitingen rond duurzaamheid ze publiceren op concern/bedrijfs niveau. In de volgende paragraaf wordt per retailer inhoudelijk op de inhoud van de communicatie uitingen ingegaan waarna de notitie wordt afgesloten met conclusies

Bedrijf	Duurz. Verslag NL	Duurz. Verslag internat.	Geïntegreerd verslag NL	Geïntegreerd verslag int.	Website NL aanvullend	Transparantie benchmark Score(0-100) en plaatsing
Albert Heijn	X			X	X	50* (78)
Aldi		X			X	-
Jumbo			X		X	49 (83)
Lidl	X	X			X	0 (252-500)
Plus			X		X	60 (51)
Superunie	X				X	-

* Ahold Delhaize. Stand van zaken in periode 20-26 januari 2021. Alle verslagen betreffen meest recente jaar dat in de meeste gevallen kalenderjaar 2019 betreft. Soms is er sprake van gebroken boekjaar dat tot in 2020 doorloopt (bijv. Lidl tot 29 feb 2020). Het is me niet duidelijk waarom Lidl score 0 heeft gekregen in transparantiebenchmark. Misschien kwam het verslag te laat beschikbaar omdat het boekjaar ook tot in 2020 doorloopt. Superunie en Aldi zijn om voor mij onduidelijke redenen niet meegenomen in transparantiebenchmark.

2. Analyse per retailer

Albert Heijn

Ahold/Delhaize

Ahold Delhaize brengt in de laatste jaren een geïntegreerd verslag uit waarin naast het financiële verslag ook duurzaamheidsaspecten worden meegenomen. 22% van de totale omzet van Ahold/Delhaize komt uit Nederland. Naast Albert Heijn gaat het om Bol.com, Etos en Gall & Gall. Ongeveer 10-20 bladzijden worden besteed aan duurzaamheid. Dit is lastig exact aan te geven omdat de informatie geïntegreerd in verslag is opgenomen. Bij veel indicatoren zijn Bol, Etos en Gall en Gall niet meegenomen. Kwantitatieve indicatoren die wereldwijd worden gerapporteerd zijn:

- Verloren werkdagen als gevolg van ongelukken
- Trainings uren
- Werknemerstevredenheid
- % huismerk productielocaties op hoogrisico plekken waar social compliance criteria audit heeft plaatsgevonden
- % gezonde huismerk verkopen
- % biologisch

- % huismerk gecertificeerde commodities
- CO2 emissie van eigen activiteiten
- Vermeden voedselverspilling in eigen bedrijf
- Kg gedoneerd aan voedselbanken

Ahold Delhaize rapporteert aan Dow Jones Sustainability Index en MSCI. Bij beiden zitten ze in hoogste groep maar bij DJSI zitten ze wel 7 punten achter op gemiddelde in leidersgroep. AD heeft op website een GRI index waarin aangegeven wordt waar GRI indicatoren in duurzaamheidsverslag te vinden zijn en rapporteert over klein deel van kwantitatieve GRI indicatoren.

Concluderend heeft Ahold/Delhaize behoorlijk wat indicatoren maar wordt over duurzaamheid verkochte producten alleen certificering gerapporteerd en dan vooral van huismerken.

Albert Heijn Duurzaamheidsverslag

Albert Heijn heeft eigen duurzaamheidsverslag **van 36 pagina's**. Over het algemeen gaan resultaten alleen over Nederland. Soms worden ook de Belgische vestigingen meegenomen. Er worden beschrijvingen gegeven van het beleid op allerlei duurzaamheidsreinen en over (pilot) projecten die opgezet zijn.

Kwantitatieve indicatoren waarover wordt gerapporteerd:

- % gezonde huismerk producten
- Absolute reductie suiker, zout en verzadigd vet
- Kg verpakkingsmateriaal
- Absolute voedselverspilling en % gerecycled
- % gecertificeerd commodities
- % huismerk productielocaties op hoogrisico plekken waar social compliance criteria audit heeft plaatsgevonden
- Aantal melkkoeien in Beter voor Koe, Natuur, Boer programma.
- Wereldkaart met voor deel van de huismerkproducten de locatie van directe leverancier
- Aantal ton CO2 uitstoot uitgespaard in AGF keten vanwege project
- % Beter Leven Keurmerk
- % reductie fijnstofuitstoot bij eigenmerk consumptie ei-stallen
- % weidegang Nederlandse huismerk zuivelproducten
- Absolute CO2 uitstoot eigen activiteiten (scope 1 en 2)

Er zit een GRI index achter in het verslag. Daaruit blijkt dat er maar enkele GRI prestatie indicatoren opgenomen zijn in verslag van AH.

Albert Heijn website

Op de website is nog meer gedetailleerde informatie beschikbaar over diverse productcategorieën. Zo wordt beschreven welke aanvullende criteria worden gehanteerd bij de verschillende certificeringssystemen en afspraken die AH rechtstreeks met leveranciers van kip en zuivel heeft gemaakt.

Conclusie

Concluderend wordt er voor Albert Heijn iets meer gerapporteerd over duurzaamheid van producten zoals reductie in ongezonde ingrediënten, dan voor Ahold Delhaize als geheel. Voor een aantal specifieke huismerkproducten die in Nederland worden geproduceerd zijn ook prestatie indicatoren beschikbaar. Dit is echter maar een deel van het assortiment en het **betreft maar enkele duurzaamheidsthema's**. Bovendien worden geen (internationaal) geharmoniseerde indicatoren gebruikt en wordt niet elk jaar over dezelfde indicatoren gerapporteerd.

Aldi

Aldi Nord (waaronder Aldi NL valt) brengt een uitgebreid duurzaamheidsverslag (82 pagina's) uit over de wereldwijde activiteiten. Daarin is 1 pagina over Nederland. Op de wereldwijde website is nog een 2^e pagina te vinden over de Nederlandse activiteiten. Verder is er een Nederlandse website.

Aldi Nord (Wereldwijd)

Aldi verwijst in het wereldwijde duurzaamheidsverslag ook naar het GRI maar rapporteert nauwelijks of niet op de performance indicatoren van GRI.

Indicatoren die worden gebruikt zijn:

- Aantal beschikbare biologische, fair trade of vegarische producten.
- Aantal beschikbare fruit en groente items per winkel
- Aantal en % producten met Aldi transparency code met informatie over productieland van vlees
- % gecertificeerde producten uitgesplitst per land
- GHG emissies per land van eigen activiteiten
- Afval uitgesplitst naar categorie
- Watergebruik eigen activiteiten per land
- **% personeel dat onder CAO's valt**
- Ziekteverzuim

Aldi NL

In de pagina over NL in het wereldwijde duurzaamheidsverslag wordt een beschrijving gegeven van een aantal projecten waar Aldi bij betrokken is. Qua kwantitatieve indicatoren is alleen te vinden hoeveel liter melk gecertificeerd is (waaronder planet proof). Het is niet duidelijk welke andere certificaten hieronder vallen.

Op de website van Aldi Nederland wordt aanvullende informatie verstrekt. Voor producten die worden geïmporteerd (koffie, thee, cacao, palmolie) betreft dit vooral het internationale beleid van Aldi Nord. Soms wordt er aanvullende informatie gegeven specifiek voor Nederland. Dit is bijvoorbeeld het geval bij alle dierlijke producten en AGF die in Nederland worden geproduceerd waarbij wordt aangegeven welke certificaten worden gebruikt in Nederland (Planet Proof, Beter Leven etc.). Verder staat er veel informatie over (maatschappelijke) projecten die Aldi onderneemt of steunt rond gezondheid en duurzaamheid. Soms wordt van individuele projecten aangegeven wat de impact is (kg plastic bespaard) of wordt eenmalig een score op een indicator weergegeven (58% van onze afvalstromen wordt weer grondstof; zonder jaaraanduiding te geven) maar er wordt geen jaarlijks ontwikkeling van integrale prestatie indicatoren voor het hele bedrijf gebruikt.

Jumbo

Integrale Jaarverslag

Jumbo heeft een geïntegreerd jaarverslag waarin naast financiële resultaten ook over duurzaamheid wordt gerapporteerd. Hiervan betreft ongeveer 20 bladzijden duurzaamheidsaspecten. Er wordt vooral beschreven welke projecten worden ondernomen op de **12 verschillende materiele thema's die Jumbo onderscheid**. Verder worden alle partners waarmee samen wordt gewerkt genoemd. In enkele gevallen wordt ook een kwantitatieve doelstelling aangegeven (2% afvalreductie). Ook Jumbo heeft een GRI verwijzingstabel opgenomen maar rapporteert nauwelijks op de GRI prestatie indicatoren.

Kwantitatieve prestatie Indicatoren:

- % producten gecertificeerd (vis, eieren, zuivel, kip, varkensvlees, AGF, koffie, thee, chocolade, zuivel)
- Co2 emissie eigen activiteiten
- % gezonde producten
- ton afval per M2 vloeroppervlakte
- Aantal zonnepanelen op daken
- % duurzaam energieverbruik
- In 2020 stond een 0-meting gepland voor voedselverspilling

Daarnaast heeft Jumbo nog aanvullende informatie op de website staan. Hier worden projecten beschreven en op het thema afval staan ook enkele kwantitatieve doelstellingen. Er wordt echter niet op een kwantitatieve manier over voortgang in prestaties gerapporteerd.

Lidl

Duurzaamheidsverslag wereldwijd

De Schwarz group publiceerde in 2019 haar eerste duurzaamheidsverslag. Naast Lidl gaat het hier om retailketen Kaufland (die niet in Nederland actief is) en enkele kleinere productie en dienstverlenende bedrijven (zoals recycling bedrijf). Het verslag bevat GRI index maar ook Lidl rapporteert maar een deel van de GRI prestatie indicatoren

Indicatoren die worden gerapporteerd zijn:

- Afval uitgesplitst naar soort materiaal en bestemming
- % gecertificeerde producten (vis, cacao, coffee, thee)
- % ziektegevallen
- Recalls
- Energie- en waterverbruik eigen activiteiten
- Broeikasgasemissies eigen activiteiten uitgesplitst per onderdeel bedrijf

Lidl Nederland

Lidl Nederland heeft een **eigen duurzaamheidsverslag van 16 pagina's**. Hier worden vooral projecten beschreven om verduurzaming te realiseren maar nauwelijks kwantitatieve impact resultaten en geen tijdreeksen.

Indicatoren:

- Reductie in suiker en zout in eigen merken producten
- % omzet van producten met een duurzaamheidskeurmerk

Website

Ook op de website wordt voornamelijk gerapporteerd over lopende projecten. Van enkele productcategorieën (koffie, cacao, thee, soja) wordt aangegeven dat het complete assortiment huismerken gecertificeerd is. Lidl publiceert ook een complete lijst van alle leveranciers.

Plus

Geïntegreerd jaarverslag

Plus publiceert een geïntegreerd jaarverslag waarbij ongeveer 20 bladzijden over duurzaamheid gaan. Plus won in 2017 de Kristalprijs van Min EZ voor de mate van ketentransparantie in duurzaamheidsverslag. Plus is al 6 jaar op rij verkozen tot meest duurzame supermarkt maar dat is puur gebaseerd op reputatie bij klanten. Plus geeft als enige supermarkt op diverse plekken aan dat de activiteiten aansluiten bij LNV beleid rond kringlooplandbouw. **Net als alle anderen worden de SDG's**

genoemd waaraan Plus wil bijdragen maar net als bij anderen wordt niet duidelijk gemaakt hoe dat dan precies in zijn werk gaat. Ook Plus heeft een GRI tabel maar rapporteert ook maar over klein deel prestatie indicatoren.

Indicatoren:

- Omzet certificeringsystemen (Fair trade, Beter Leven, Biologisch etc.)
- Totaal bedrag wat aan fair trade is afgedragen
- % Beter Leven in vleeswaren en kant- en klaarmaaltijden
- % bewerkte groente planet proof
- Minimumeisen aan bepaalde producten (Bananen allemaal fair trade en klimaatneutraal, eieren minimaal 2 Beter Leven sterren)
- % minder suiker en zout
- Organisatie is klimaatneutraal
- CO2 uitstoot eigen activiteiten
- % winkels met specifieke maatregelen (Led lampen, zonnepanelen e.d.)
- % winkels wat duurzaam wordt schoon gemaakt
- % winkels wat samenwerkt met gezondheidscentra en basisscholen
- % winkels dat MVO paspoort heeft waarmee individuele winkels zich op 40 MVO onderwerpen kunnen scoren
- Gemiddelde score MVO paspoort
- Aantal winkels met personeel met afstand tot de arbeidsmarkt.

Website

Plus heeft veel aanvullende informatie op de website staan over duurzaamheid individuele projecten. De informatie is soms verouderd (highlights 2018, doestellingen voor 2019). Het lijkt erop dat de info na begin 2019 niet meer is geupdated. In jaarverslag wordt aangegeven dat CO2 uitstoot berekening pas bekend wordt na verschijnen verslag maar hij is ook niet op website te vinden. Er zijn op de website nauwelijks aanvullende prestatie indicatoren opgenomen. Alleen een % voedselverspilling uit 2018.

Superunie

Duurzaamheidsverslag

Superunie heeft een duurzaamheidsverslag van 17 pagina's. Ook Superunie (SU) noemt expliciet dat ze een bijdrage hebben geleverd aan overheidsbeleid rond kringlooplandbouw (o.a. bij varkensvlees). Ook SU geeft een overzicht van lopende projecten maar beperkt prestatie indicatoren. In tegenstelling tot de andere bedrijven heeft SU geen GRI index opgenomen en maakt geen verwijzing naar de SDG indicatoren. Eerlijk gezegd is de toegevoegde waarde daarvan bij de andere retailers beperkt.

Indicatoren:

- % gecertificeerd per productcategorie
- % daling verpakkingsmateriaal
- % verpakkingsmateriaal dat recyclebaar is
- % plastic verpakkingen dat bestaat uit gerecycled materiaal
- % groei bioproducten
- Totale betaalde fair trade premie

Website

Superunie heeft ook informatie over recente duurzaamheidsactiviteiten op de website staan maar er staan nauwelijks aanvullende prestatie indicatoren op.

3. Concluderend

Retailers hebben allemaal een duurzaamheidsverslag of een duurzaamheidsdeel in financieel jaarverslag en rapporteren aanvullende (en soms recentere) informatie op hun website. Sommige bedrijven doen dit al jaren. Anderen zijn recent gestart. Ook bij de internationaal opererende bedrijven, wordt over een deel van de indicatoren specifiek voor Nederland gerapporteerd. In de rapporten worden vooral veel projecten beschreven die de bedrijven zijn gestart. Er wordt beperkt gerapporteerd over de impact van de projecten en de impact van het bedrijf als geheel. Als dat het geval is (zoals bij broeikasgasemissie) dan betreft het alleen de impact van de eigen activiteiten en niet die van de verkochte producten. De impact van de activiteiten van de retailers zelf is over het algemeen maar een fractie van de impact van de verkochte producten. Wel rapporteren diverse retailers over het % producten dat een duurzaamheidcertificaat heeft. Hierbij gaat het vooral om de huismerkproducten die in Nederland worden geproduceerd (AGF, zuivel, vlees) en enkele hoog risico commodities vanuit ontwikkelingslanden (palmolie, cacao, thee, koffie, vis). Hoewel de meeste retailers wel verwijzen naar GRI en SDG, wordt heel beperkt gerapporteerd op de prestatie indicatoren van GRI en wordt niet beschreven wat de impact van het bedrijf is op SDG indicatoren. GRI heeft geen specifieke indicatoren voor de retail sector ontwikkeld. Alleen de indicatoren die voor alle bedrijven zijn vastgesteld, kunnen worden gebruikt. Superunie en Plus noemen als enige dat ze bijdragen aan de visie van het ministerie van LNV. Er wordt echter alleen aangegeven dat een bepaald project bijdraagt aan de visie maar er vindt geen systematische rapportage over de bijdrage plaats. De bedrijven ontlopen elkaar niet veel in de kwaliteit van de rapportage wat ook blijkt uit feit dat scores in transparantiebenchmark elkaar niet veel ontlopen. Aldi rapporteert wel minder uitgebreid dan de anderen.

TER ADVISERING

Aan

Directeur Directie Plantaardige Agroketens en Voedselkwaliteit

Directoraat-generaal Agro
Directie Plantaardige Agroketens
en Voedselkwaliteit

Auteur

10.2 e

T 070 10.2 e

10.2 e @minInv.nl

Datum

25 juni 2021

Kenmerk

DGA-PAV / 21171082

nota

Gesprek met de directeurs van CBL en FNLI over de
Motie Sneller/de Groot

Kopie aan

Bijlage(n)

3

Aanleiding

Op 12 maart 2020 is de motie van de leden Sneller en de Groot aangenomen¹. De Kamer verzoekt de regering om in overleg met supermarkten en andere ketenpartners 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 voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.

De opgerichte projectgroep met LNV, WUR, CBL, Veneca en FNLI is er tot op heden niet in geslaagd om met een concrete uitwerking te komen. Daarom is op maandag 21 juni 2021 door MT PAV besloten tot een vervolggesprek op directeursniveau. Het gesprek met de directeur van CBL, Marc Jansen, zal op maandag 28 juni plaatsvinden. Het gesprek met de directeur van FNLI, Cees-Jan Adema, zal op donderdag 1 juli plaatsvinden.

Inzet gesprek

U wordt geadviseerd om het volgende voorstel te doen:

- De projectgroep met de leden CBL, WUR, LNV en eventueel FNLI en Super Unie gaat concreet uitwerking geven aan een standaard voor jaarlijkse rapportage over duurzaamheid;
- Hiervoor bepaalt de projectgroep tenminste drie tot zes indicatoren op basis waarvan gerapporteerd gaat worden, waarbij eenzelfde systeem en methode wordt gebruikt en op een geharmoniseerde manier wordt gerapporteerd;
- De projectgroep bepaalt daarnaast met welke productcategorieën wordt gestart;
- Verder stelt de projectgroep een tijdlijn vast, waaraan alle partijen zich committeren;
- De inhoudelijke invulling van de jaarlijkse rapportage wordt voor het einde van dit jaar vastgesteld, zodat in 2022 kan worden begonnen met het operationaliseren, waarbij het eigenaarschap ligt bij de sector;
- Tot slot brengt de projectgroep de huidige rapportageverplichtingen in kaart en analyseert deze, zodat CBL/FNLI met een voorstel kan komen voor een alternatieve en meer integrale aanpak.

Ontvangen BPZ

¹ <https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/stemmingsuitslagen/detail?id=2020P06428>

Kernpunten

- Verschillende gesprekken in de periode van december 2020 t/m juni 2021 met de sector en WUR hebben niet geleid tot concrete vervolgstappen.
- Het voorstel was en is nu opnieuw om de indicatoren in gezamenlijkheid vast te stellen zodat de indicatoren het meeste inzicht opleveren, maar ook administratieve lasten zo laag mogelijk zijn. Ook kan gestart worden met rapportage op productcategorieniveau (bijvoorbeeld twee) en niet voor afzonderlijke producten. Het gaat om een groeimodel: klein beginnen en van daaruit uitbreiden. Sector, WUR en LNV zouden hier constructief in samen kunnen/moeten werken.
- U kunt in het gesprek benadrukken dat LNV veel waardering heeft voor het feit dat retailers al heel veel doen aan verduurzaming. Zo is de retail bv. koploper als het gaat om het tegengaan van voedselverspilling. Het belang dat LNV ziet bij de uitwerking van de motie zit daarom ook niet zozeer in de bedrijven meer laten doen op duurzaamheid, maar dat wat ze doen transparanter maken.
- De sector ziet echter niet de nut en noodzaak, hebben geen voorstel aangeleverd en maken zich zorgen over bv. de administratieve lasten.
- CBL en FNLI vertegenwoordigen een collectief belang, hetgeen mogelijk hun bewegingsvrijheid beperkt. Individuele supermarktketens hebben mogelijk profijt van een jaarlijkse duurzaamheidsrapportage, aangezien dit onderscheidend kan werken (imago).
- Supermarkten hebben dubbele rol: producent van eigen label en retailer, namelijk het schap van de consument.
- Als het ook niet lukt om op directeursniveau tot concrete afspraken te komen, dan zal LNV dit moeten rapporteren aan de Kamer. Daarbij worden de mogelijkheden van een verplichting meegenomen danwel dat er geen verder stappen mogelijk zijn.

Standpunten van CBL en FNLI

- CBL/FNLI zien een diepgaande inventarisatie van de bestaande activiteiten als een invulling van deze motie. Deze inventarisatie als eerste stap nemen zien zij dus niet als het "voorlopig niet implementeren". Daarbij werd nogmaals benadrukt dat het opstellen van een nieuwe rapportageverplichting niet mag leiden tot administratieve lasten. Ze hebben hierbij namens hun leden aangegeven bereid te zijn om mee te denken en mee te werken, bijvoorbeeld als we interviews hiervoor moeten afnemen. Zelf verwoordden ze dit als: de brancheorganisaties zullen diepte-interviews met leden uit de voedselketen faciliteren. Na een grondige inventarisatie zijn de brancheorganisaties bereid om te kijken welke vervolgstappen kunnen worden genomen. De reactie op het voorstel om dit onderzoek zelf te doen en met een voorstel te komen van hoe het beter of anders kan is negatief op gereageerd. Ze stellen geen ervaring te hebben met dit soort onderzoek en hier ook geen capaciteit voor te hebben of iemand bij wie dit belegd kan worden.
- CBL/FNLI zijn geen voorstander van een extra benchmark op individueel niveau omdat er al diverse benchmarks worden uitgevoerd. Mocht deze er toch komen, is het essentieel dat deze niet leidt tot extra rapportagelast voor bedrijven maar dat er enkel gebruikt wordt gemaakt van al

bestaande / toegankelijke informatie. Dit is ook niet langer op optie die wordt voorgesteld.

- Beide zijn van mening dat het stimuleren van kopen van meer duurzame producten een bedrijfsspecifieke keuze is.
- Herhaaldelijk is de vraag aan CBL en FNLI gesteld of het mogelijk is iets te vinden wat wél mogelijk wordt geacht en ook het bedrijfsleven kan helpen. Bijvoorbeeld door gezamenlijk drie indicatoren te kiezen en als groeimodel aan de slag te gaan met een aantal partijen. CBL/FNLI/Veneca gaven aan dat het kiezen van een indicator sturing aan de bedrijven impliceert en herhalen dat er al reeds een aanzienlijke hoeveelheid duurzaamheidsrapportages op jaarlijkse basis word uitgebracht die de hoge risico productgroepen voldoende afdekken.
- Tevens geven de branches aan dat er in de nabije toekomst al extra informatie uitgevraagd gaat worden door de toenemende Europese verplichtingen. Bijvoorbeeld vanuit de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), de EU taxonomy for sustainable activities en de Farm to Fork strategie. De brancheorganisaties vinden het belangrijk dat de uitvraag vanuit de Nederlandse overheid overeenkomt met de Europese verplichtingen en zien dan ook beperkte toegevoegde waarde in aanvullende Nederlandse eisen.

Argumentatie LNV

- Door de indicatoren en productcategorieën gezamenlijk vast te stellen kunnen te hoge administratieve lasten worden voorkomen;
- De bedrijven zitten zelf aan tafel en bepalen mee en kunnen indicatoren kiezen waar toch al over wordt gerapporteerd;
- De grote weerstand roept verbazing op omdat het in principe niet gaat om een nieuwe rapportageverplichting maar het harmoniseren van wat toch al wordt gerapporteerd en transparant maken van gegevens
- Het is belangrijk om Europese ontwikkelingen goed te volgen en hierop aan te sluiten. Dit is echter geen reden om af te wachten en niets te doen. Deze ontwikkelingen duren lang en zijn lang niet zo vergaand als nationale voorschriften. Voorschriften vanuit EU zullen heel generiek zijn. Bovendien is het feit dat de EC ook van mening is dat transparantie over duurzaamheid van voedsel een belangrijke rol kan spelen in de transitie naar een duurzamer voedselsysteem juist een extra reden om dit nationaal ook serieus te nemen.
- De maatschappelijke aandacht voor duurzaamheid neemt toe, getuige ook **de programma's van de politieke partijen in aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen op 17 maart jl.**

Toelichting

Bestaande rapportages en verbetermogelijkheden

De WUR heeft gekeken naar bestaande monitors en de huidige duurzaamheidsrapportages van een aantal bedrijven. Deze vindt plaats op 2 niveau's:

- 1) Over duurzaamheid voor de sector als geheel, dit helpt knelpunten identificeren waar aanvullende actie op gewenst is.

- 2) Rapportage van individuele bedrijven en producten. Op bedrijfsniveau vindt er al veel rapportage plaats door de bedrijven, maar deze is vooral proces- en projectgericht. En de rapportages zijn moeilijk te vergelijken. Zie voor meer uitgebreide informatie hierover bijlage 1.

Zo bestaat bijvoorbeeld wel al de Monitor duurzaam voedsel die door de overheid is ingericht. Deze monitor rapporteert een jaarlijkse meting van penetratiegraden van topkeurmerken in verschillende verkoopkanalen, op basis van publieke data. Het nadeel van zo een monitor is dat het geen recht doet aan duurzaamheidsinspanningen, de monitor verduurzaming voedselketens gaat wel in op duurzaamheidsinspanningen maar is ook niet geschikt omdat resultaten te generiek zijn en zich niet richten op retail. Het is zeer wenselijk dat privaat en publiek nu samen gaan monitoren.

Er wordt al veel gedaan op het gebied van duurzaamheid. Echter is uit het onderzoek van WUR gebleken dat er met deze motie op vier terreinen verbeteringen mogelijk zijn ten opzichte van wat al gedaan wordt.

- Rapportage op bedrijfsniveau over stimuleren van duurzaam consumeren. Dit biedt meerwaarde omdat deze gegevens nu vooral op sectorniveau beschikbaar zijn;
- Ketens stimuleren om producten met een duurzaamheidplus te produceren. Hierbij rapporten retailers en voedselverwerkers over hoeveelheid van productcategorieën en productvarianten met een duidelijke plus op duurzaamheid (zoals topkeurmerken);
- Algemeen duurzaamheidsmanagement waarbij vooral de retail het voortouw zou moeten nemen. Hierbij gaat het om zaken als duurzaamheidstrategie, doelen, governance van duurzaamheid, ondernomen acties en project, etc;
- Daarnaast zou voor producten zonder keurmerk de duurzaamheid inzichtelijk gemaakt moeten worden. Hierbij zijn alle ketenpartijen aan zet. Overigens zijn voor rapportage over duurzaamheid van producten zonder keurmerk een aantal retailers kleinschalige pilots aan het uitvoeren.

Bijlage 1 Lijst bezwaren en tegenargumenten opgesteld door de WUR:

Hieronder een overzicht van genoemde bezwaren door FNLI en CBL. WUR heeft deze voorzien van mogelijke tegenargumenten.

- extra administratieve lasten
 - o Dit is sterk afhankelijk van de afspraken die uiteindelijk worden gemaakt. Harmoniseren van indicatoren die iedereen toch al rapporteert maar met afwijkende definities, zal niet leiden tot extra administratieve lasten. Er kunnen zelfs lasten bespaard worden als een gezamenlijke standaard wordt gehanteerd omdat leveranciers dan niet vanuit verschillende afnemers met verschillende vragen worden geconfronteerd maar slechts 1 geharmoniseerde lijst hoeven te beantwoorden. Het gezamenlijk afspreken van geavanceerde indicatoren waarover nu nog niet niemand rapporteert, kan wel tot lastenverzwaring leiden. In een vervolgwergroep dient gezamenlijk bewaakt te worden dat de lastenverzwaring voor dit type indicatoren in redelijke verhouding staat tot het extra inzicht dat wordt verkregen.
- het middel niet voldoende het doel zou dienen
 - o Alleen rapporteren op zich verhoogt duurzaamheid van voedsel niet. Alleen al door indicatoren te meten, krijgen de betreffende thema's vaak al meer aandacht. Verder blijkt uit andere vrijwillige benchmarks op duurzaamheidsgebied (zoals DJSI en CDP) dat bedrijven het belangrijk vinden voor hun reputatie om zo hoog mogelijk te eindigen en daarom vaak tot extra inspanningen overgaan. Ook kunnen stakeholders (zoals ketenpartners) de gegevens gebruiken in hun aankoop- en financieringsbeslissingen wat weer een positieve stimulans tot verduurzaming kan zijn. Verder kan meten en benchmarken, het leerproces versnellen. Het meeste effect heeft transparantie als er ook incentives worden gekoppeld aan de prestaties. Dat zit niet automatisch in de motie opgenomen maar anderzijds is het onmogelijk om die incentives te geven als de prestaties niet helder zijn.
- het om (concurrentie)gevoelige data zou kunnen gaan
 - o De indicatoren waarover wordt nagedacht, worden in bijna alle gevallen al gerapporteerd door bedrijven in binnen- of buitenland. Als het in uitzonderlijke gevallen toch zou spelen, zou de werkgroep er gezamenlijk voor kunnen waken dat er afspraken worden gemaakt over delen van concurrentiegevoelige data.
- mogelijk concurrentievoordeel wegneemt doordat het mogelijkheden zou beperken om te onderscheiden van concurrenten.
 - o Het is niet de bedoeling dat er afspraken worden gemaakt over te behalen niveaus van duurzaamheid. Het gaat alleen om het harmoniseren van (de definities van) indicatoren. Doordat dezelfde indicatoren worden gebruikt, kunnen bedrijven zich juist beter onderscheiden omdat duidelijker wordt hoe ze scoren ten opzichte van hun concurrenten. Daarnaast zijn bedrijven vrij om allerlei aanvullende indicatoren te publiceren waarop ze zich kunnen onderscheiden. Bij sommige thema's waarop moeilijk doel of impact indicatoren gedefinieerd kunnen worden en daardoor meer procesmatige of maatregelenindicatoren gebruikt moeten worden, is het van belang dat de werkgroep monitort dat deze niet belemmerend werken voor onderscheidingsvermogen van bedrijven.
- omvang van hun leden sterk verschilt waardoor het moeilijk kan zijn om tot een geharmoniseerde rapportage te komen.

- Het is gewenst om alleen bedrijven vanaf een bepaalde minimale omvang te laten rapporteren. Verder kan voor kleinere bedrijven een kleinere lijst afgesproken worden dan voor grotere bedrijven
- voor de sector als geheel al diverse rapportageverplichtingen bestaan (IMVO, verpakkingen, voedselverspilling)
 - Op een beperkt aantal thema's wordt al op sectorniveau gerapporteerd. Rapportage op bedrijfsniveau heeft een belangrijke toegevoegde waarde omdat alleen dan afzonderlijke bedrijven er belang bij hebben om ze goed mogelijk te scoren en bedrijven die slecht scoren aangesproken kunnen worden. In sommige gevallen wordt het sectortotaal opgebouwd uit de resultaten van individuele bedrijven. Als die gegevens toch al verzameld worden, kan rapportage op individueel niveau er voor zorgen dat de transparantie toeneemt zonder dat de administratieve lasten toenemen.
- Het mag niet van ACM
 - Er is nog nooit bezwaar gemaakt door de ACM over het maken van gezamenlijke afspraken over te rapporteren variabelen. Als dat het geval zou zijn, zou er ook geen afspraken gemaakt kunnen worden over te rapporteren financiële indicatoren.



verslag

Directoraat-generaal Agro
Directie Plantaardige Agroketens
en Voedselkwaliteit

Behandeld door

10.2 e

T 070 10.2 e

10.2 e @minInv.nl

Datum

29 jun. 2021

Kenmerk

DGA-PAV / 21174407

Kopie aan

Bijlage(n)

Omschrijving	gesprek met CBL over uitwerking motie Sneller/de Groot
Vergaderdatum en -tijd	28 juni 2021, 09.00 uur - 10.00 uur
Locatie	Teams
Aanwezig	Marc Jansen, [redacted] [redacted]

Vergaderpunten

1. Opening

LVN spreekt waardering uit voor het feit dat retailers al veel doen aan verduurzaming. Zo is de retail bijvoorbeeld koploper als het gaat om het tegengaan van voedselverspilling. Het doel van het gesprek is daarom ook voortgang op de motie en niet omdat we vinden dat er te weinig wordt gedaan.

Afgelopen maanden een aantal keer met elkaar gesproken over de uitwerking van de motie. Die heeft niet geleid tot concrete vervolgstappen. LVN verwacht dat het geen optie is om nu nog enkel een inventarisatie te maken van bestaande activiteiten als invulling van deze motie, zoals o.a. door CBL wordt voorgesteld.

2. Voorstel

Het voorstel was en is daarom opnieuw om de indicatoren in gezamenlijkheid vast te stellen zodat de indicatoren het meeste inzicht leveren, maar ook administratieve lasten zo laag mogelijk zijn. Het gaat om een groeimodel: klein beginnen en van daaruit uitbreiden:

- Bijvoorbeeld beginnen met zes indicatoren op basis waarvan gerapporteerd gaat worden;
- De inhoudelijke invulling wordt dit jaar vastgesteld, zodat in 2022 kan worden begonnen met het operationaliseren. Sector, WUR en LVN zouden hier constructief in samen kunnen/moeten werken.

CBL reageert door te stellen dat duurzaamheid een breed onderwerp is met bovenwettelijke elementen. Duurzaamheid is iets wat een bedrijf extra doet. CBL benadrukt nogmaals dat er al ontzettend veel wordt gedaan, bijvoorbeeld op het gebied van sociale duurzaamheid, grondstoffen en dierenwelzijn.

CBL beargumenteert dat alles bij elkaar opgeteld zorgt voor grote hoeveelheid aan rapportage, monitoring en communicatie over duurzaamheid. Voor CBL is het een

frustratie dat dit onvoldoende wordt gezien door de politiek. Geeft gevoel dat motie snel bedacht is zonder voldoende verdieping en kennis. CBL pleit er dan ook voor om eerdere lijn vast te houden. Het ministerie moet eerst aan derde partij, zoals de WUR, de opdracht geven om te onderzoeken wat er allemaal al wordt gedaan. CBL betwijfelt of de noodzaak tot deze motie dan nog steeds zo gevoeld wordt. Dit heeft verreweg de voorkeur van CBL.

De activiteiten die nu worden ondernomen om te verduurzamen zijn vrijwillige trajecten die nu al veel extra werk veroorzaken. Dit maakt CBL terughoudend om een extra systematiek of methode toe te passen. Voelt alsof dit enkel gedaan zou worden om een aantal Kamerleden tevreden te stellen.

CBL legt uit dat bedrijven op veel onderwerpen al rapporteren. Bij het maken van jaarverslagen hebben, zeker de beursgenoteerde bedrijven, zich te houden aan bepaalde regels zoals GRI. Dit is bijvoorbeeld ook belangrijk voor aandeelhouders. Bij de gevraagde inventarisatie zou het gaan om de laag dieper. Zo moet er echt worden gekeken naar de complexiteit die ten grondslag ligt aan indicatoren.

3. Voorstel voor vervolg

Tijdens het gesprek worden vervolgens drie opties besproken:

1. Inventarisatie van wat de bedrijven nu zelf al rapporteren (verplicht of vrijwillig) en waar?

Deze optie heeft de voorkeur van CBL.

- 2a. Zes indicatoren identificeren die nu al gerapporteerd worden en daarvoor alle relevante data verzamelen die openbaar beschikbaar is, de bedrijven leveren dit zelf aan.
- 2b. Idem aan a, verschil is dat een partij zelf alle data verzameld.
- 2c. Beide bovenstaande opties kunnen in de vorm van een groei-model, met zes indicatoren beginnen en later uitbreiden.

CBL is geen voorstander van deze optie, komt teveel over als ranking. CBL stelt dat het geen taak van de overheid is om bovenwettelijke zaken te rapporteren. Ze **geven aan dat het goed is dat private partijen of NGO's dat doen maar vreemd** voor de overheid.

3. Verplichte rapportage vanuit de overheid.

CBL vindt deze optie zeer onwenselijk en beargumenteert dat er betere manieren zijn om duurzaamheid te stimuleren vanuit de overheid. Voorbeeld dat wordt genoemd is 1 Beter Leven ster verplichten. CBL pleit ervoor dat de overheid de bodem steeds een beetje hoger legt met dit soort maatregelen. Zo wordt een goede basis gecreëerd.

Onduidelijk voor CBL hoe de motie hierbij helpt, zien vooral de administratieve lasten die het met zich meebrengt.

LNv begrijpt wat CBL zegt maar stelt tegelijkertijd dat het niet mogelijk is om zelf niets te willen doen vanwege administratieve lasten maar ook niet te willen dat we zelf een monitor inrichten omdat dit lijkt op ranking. Bovendien is het publiek beschikbare informatie en zou deze rapportage feitelijk niets nieuws zeggen. Het zou enkel bijdragen aan transparantie en zorgen voor één plek waar informatie kan worden gevonden.

LNv vraagt of we hieruit kunnen concluderen dat CBL zich vasthoudt aan eerdere standpunt, inventariseren wat er allemaal al aan data verzameld en gerapporteerd wordt en verder voorlopig niet iets anders? Dit wordt bevestigd door CBL.



verslag

Directoraat-generaal Agro
Directie Plantaardige Agroketens
en Voedselkwaliteit

Behandeld door

10.2 e

T 070 10.2 e

10.2 e @minInv.nl

Datum

1 jul. 2021

Kenmerk

DGA-PAV / 21176271

Kopie aan

Bijlage(n)

Omschrijving	Gesprek met directeur FNLI over uitwerking van de motie Sneller/de Groot om te komen een standaard voor duurzaamheidsrapportages
Vergaderdatum en -tijd	1 juli 2021, 09.00 uur - 10.00 uur
Locatie	Teams
Aanwezig	Cees-Jan Adema, 10.2.e
Afwezig	10.2.e

Vergaderpunten

1. Opening

LVN geeft een introductie van de achtergrond, het doel van de vergadering en een beeld van het verdere proces. Afgelopen maanden vele gesprekken gevoerd over de uitwerking van deze motie.

Ondanks dat de minister de motie heeft ontraden is de motie door een meerderheid van onze volksvertegenwoordigers aangenomen, belangrijk om hier serieus mee om te gaan. We willen laten zien dat we er alles aan gedaan hebben om tot een goede uitwerking te komen.

In de projectgroep is het niet gelukt om tot overeenstemming te komen. Daarom besloten om ook gesprekken op directeursniveau te voeren. Het was de bedoeling om het gesprek gezamenlijk met FNLI en CBL te laten plaatsvinden, dit is agenda technisch niet gelukt. FNLI geeft aan dat hier geen bezwaar tegen is aangezien ze ieder hun eigen geluid hebben.

LVN geeft aan dat na dit gesprek, waarin een inhoudelijk voorstel zal worden gedaan, de situatie zal worden voorgelegd aan de minister. LVN stelt dat het voor de markt waarschijnlijk het beste is als het er niet op aankomt dat de minister een moeilijke beslissing moet maken. Daarom proberen we nogmaals nader tot elkaar te komen in dit gesprek.

LVN benadrukt dat er erkenning en waardering is voor de grote inspanning van de leden op duurzaamheid. Insteek van het gesprek is ook niet om aan te geven dat er te weinig gebeurt. LVN heeft zelf ook gekeken naar verschillende jaarverslagen en bijbehorende duurzaamheidsrapportages.

Daaruit blijkt dat er al veel is en veel wordt gedaan, de uitdaging is echter dat Kamer vraagt om een standaard rapportage.

2. Voorstel

Het voorstel was en is daarom opnieuw om de indicatoren in gezamenlijkheid vast te stellen zodat de indicatoren het meeste inzicht leveren, maar ook administratieve lasten zo laag mogelijk zijn. Het gaat om een groeimodel: klein beginnen en van daaruit uitbreiden:

- **Bijvoorbeeld beginnen met zes indicatoren op basis waarvan gerapporteerd gaat worden;**
- **De inhoudelijke invulling wordt dit jaar vastgesteld, zodat in 2022 kan worden begonnen met het operationaliseren. Sector, WUR en LNV zouden hier constructief in samen kunnen/moeten werken.**

LNV beargumenteert dat alle bedrijven bijvoorbeeld al rapporteren over gecertificeerde grondstoffen en CO2 foodprint. Dus waarom niet de stap maken om daar geharmoniseerd over te rapporteren.

FNLI begint de reactie door op hoofdlijnen een beeld te schetsen van hoe de sector eruit ziet.

- **Vlees, fruit en groente valt niet onder FNLI;**
- **Ongeveer 7000 bedrijven actief, ongeveer 95% van deze bedrijven behoort tot MKB;**
- **500 bedrijven aangesloten bij FNLI, qua omzet behelzen zij een groot aandeel;**
- **Totale productiewaarde van deze bedrijven is ongeveer 70 miljard, meer dan de helft daarvan wordt geëxporteerd;**
- **Daartegenover wordt ongeveer 20 miljard geïmporteerd.**

FNLI geeft aan dat het goed is om te horen dat er erkenning is voor wat er al gebeurt omdat dit inderdaad al veel is. Bedrijven laten dat graag zien. Maar de Kamer wil een nationaal systeem, dat werkt niet voor internationaal georiënteerde sector. Bovendien strookt dit niet met internationale ontwikkelingen die ze zien, F2F, GRI, etc.

Een ander bezwaar is dat het niet mogelijk is om een dekkend beeld te geven juist omdat 20 miljard geïmporteerd wordt. Bovendien zullen we moeten afspreken hoe we indicatoren gaan berekenen. Het kan goed zijn om te standaardiseren maar alleen als dit een internationaal geaccepteerde en gebruikte standaardisatie is. Anders lopen leden tegen probleem aan dat alles wat internationaal goede initiatieven zijn, niet kan worden meegenomen binnen nationale kader. Dit werkt demotiverend.

Daarom blijft FNLI vast houden aan de positie dat het eest nodig is om te inventariseren wat er al wordt gedaan en van daaruit een stap te maken. Er zijn nu al veel initiatieven en rapportageverplichtingen, FNLI wil voorkomen dat er nu nog één bovenop komt. Graag uitleggen aan de Kamer dat we ons als Nederland niet op een eiland kunnen plaatsen. Zelfs een aantal indicatoren zullen leiden tot zware methodologische discussies.

3. Mogelijk vervolg

Tijdens het gesprek worden vervolgens drie opties besproken:

1. Inventarisatie van wat de bedrijven nu zelf al rapporteren

Deze optie heeft de voorkeur van FNLI. Daarnaast ook bekijken welke initiatieven en internationaal gaande zijn.

2a. Zes indicatoren identificeren die nu al gerapporteerd worden en daarvoor alle relevante data verzamelen die openbaar beschikbaar is, de bedrijven leveren dit zelf aan.

2b. Idem aan a, verschil is dat een partij zelf alle data verzameld.

2c. Beide bovenstaande opties kunnen in de vorm van een groeimodel, met zes indicatoren beginnen en later uitbreiden.

FNLI geeft aan dat dit simpel klinkt maar uiteindelijk vergelijk je in deze optie appels met peren. Er zitten verschillende methodologieën achter en grote complexiteit. De vraag is vervolgens wat je ermee gaat doen en hoe dit zich verhoudt tot andere initiatieven.

3. Verplichte rapportage vanuit de overheid

FNLI heeft vraagtekens of je dit als minister moet willen. Ja dit draagt bij aan een volledig beeld maar wat is het doel hiervan? FNLI geeft aan dat ze nu ook in een ander traject zitten over beprijzen. Iedereen vindt het waanzin maar toch moet het. Dit voelt als administratieve rompslomp enkel om de Kamer tevreden te stellen.

FNLI vraagt daarom om een kritische afweging, is deze motie echt iets waarvan we geloven dit is nodig en heeft toegevoegde waarde.

4. Conclusie

FNLI houdt vast aan eerdere standpunt om in te zetten op een volledige inventarisatie om de Kamer een goed beeld te geven wat er al gebeurt. Benadrukt daarbij dat dit niet is om ze niets willen of willen vertragen. Ze geloven in belang van transparantie. Maar niet op basis van nationaal afwijkende standaarden.

Indien minister instemt met deze optie vraagt LNV hoe het mogelijk is om dit onderzoek handzaam te houden. LNV stelt voor om een goed en zo volledig mogelijk overzicht te geven van wat er al wordt gedaan en hoe deze bijdragen aan verduurzaming en te kijken naar internationale ontwikkelingen.

FNLI stemt in maar wil wel dat de Kamer daarnaast ook wordt meegenomen in de complexiteit en een uitleg waarom de motie op dit moment weinig toevoegt daaraan. FNLI vindt dat LNV hierin voortouw moet nemen maar kan helpen met het overzicht en de internationale ontwikkelingen.

LVN beaamt voortouw te zullen nemen mocht dit de uitkomst zijn.

Implementatie motie Sneller/de Groot en afspraken LNV-retail

10.2.e

1. Inleiding

In deze notitie wordt onderzocht hoe het best invulling gegeven kan worden aan de door de Tweede Kamer aangenomen motie van Sneller/de Groot (zie bijlage 1) en afspraken die gemaakt zijn tussen het Ministerie van LNV en de retailsector (zie bijlage 2). De motie van Sneller/de Groot richt zich op het rapporteren over de mate waarin supermarkten en voedselverwerkers bijdrage aan een duurzaam voedselsysteem. De afspraken van LNV-retail richten zich op het ontwikkelen van een methodologie om duurzaamheidsbeslissingen in ketens te stroomlijnen en sterken te richten op LNV-visie. In beide gevallen is het van belang om vast te stellen hoe supermarkten en voedselverwerkers het meest effectief bij kunnen dragen aan een duurzamer voedselsysteem. Dus daar zullen we ons in het vervolg van de notitie als eerste op richten. Daarna kijken we hoe transparant de retail nu al is over de mate waarin ze bijdrage aan een duurzamer voedselsysteem².

Waar de motie zich nog vooral focust op het rapporteren, richten de LNV-retail afspraken zich vooral op hoe duurzaamheid beter geïntegreerd kan worden in de beslissingen van ketenpartijen. Ook voor de motie geldt, echter dat rapporteren geen doel op zich is maar uiteindelijk moet bijdragen aan de verduurzaming van voedselketens. Daarom bespreken we in het vervolg van de notitie hoe het verzamelen van de benodigde informatie om te kunnen rapporten, alle ketenpartners kan helpen bij de verduurzaming. Paragraaf 5 gaat vervolgens in op het belang van aansluiting bij internationale standaarden en beleid waarna in paragraaf 6 de in de motie genoemde eerlijke prijs voor boeren wordt behandeld. In het laatste deel van de notitie doen we aanbevelingen hoe de motie en LNV-retail afspraken het best geïmplementeerd kunnen worden.

2. Hoe kunnen supermarkten en voedselverwerker bijdragen aan een duurzamer voedselsysteem?

Voor bijna alle voedingsproducten geldt dat het grootste deel van de duurzaamheidsimpact op **boerderijniveau plaatsvindt. Voor thema's als broeikasgasemissies, waterverbruik, armoede, gebruik gewasbeschermingsmiddelen en mineralen, arbeidsomstandigheden en -voorwaarden, dierwelzijn, antibioticaverbruik** vindt op boerderijniveau voor de meeste voedselcategorieën, de meeste impact plaats³. Als in de motie gevraagd wordt om *transparantie van retail en voedselverwerking rond het bewerkstelligen van hogere duurzaamheidsstandaarden*, en in de LNV-retail afspraken om *ontwikkelen en toepassen van methoden om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen in voedselketen meer te stroomlijnen en te richten op doelen LNV-visie*, dan gaat het vooral om bijdrage die retail en voedselverwerking leveren aan het verduurzamen van de primaire sector. Hierbij gaat het er dus om dat de producten die consumenten willen kopen zo duurzaam mogelijk geproduceerd zijn. Retailers/voedselverwerkers kunnen hier op verschillende manier invloed op uitoefenen:

1. Ketenpartijen vragen om duurzaamheid producten te meten en te delen met ketenpartners
2. Minimale duurzaamheid eisen stellen aan leveranciers

¹ Met dank aan 10.2.e , 10.2.e , 10.2.e , 10.2.e en 10.2.e voor feedback op eerdere versies.

² Omdat de groep voedselverwerkers groot is, was het binnen het tijdsbestek van dit traject niet mogelijk om ook de transparantie van een representatieve groep voedselverwerkers te onderzoeken. Daarbij geldt dat de LNV-retail afspraken alleen over de retail gaan en de motie richt zich vooral op retail richt maar daarnaast ook de voedselverwerkers. Ook in andere delen van de notitie zal de focus op retail liggen maar waar mogelijk worden ook voedselverwerkers meegenomen.

³ Zie bijv. Poore/Nemecek (2018) artikel in Science [Science Journals — AAAS \(wur.nl\)](https://www.aaas.org/)

3. Stimulansen geven aan leveranciers om te verduurzamen (bijv. hogere prijs betalen, langlopende contracten, prominenter plek in schap/folders)
4. Leveranciers ondersteunen bij verduurzaming (kennis/technologie delen, capacity building, financiering, pilotprojecten, demonstratiebedrijven)
5. Selecteren van meest duurzame leveranciers

Een tweede manier waarop retailers de voedselconsumptie kunnen verduurzamen is door consumenten te stimuleren om voor duurzamere producten te kiezen zowel qua productcategorieën (plantaardig versus vlees) als binnen een productcategorie (planet proof gecertificeerde groente). Dit kan door duurzamere producten gemakkelijk of exclusief beschikbaar te maken, door verstrekken van informatie aan de consument over duurzaamheid producten, door promotie van duurzame producten in folders of winkels, nudging (duurzame producten bij kassa, duurzame producten op beste plek in schap), verpakkingshoeveelheden die aansluiten op behoefte verschillende consumentengroepen etc.

De teksten van zowel motie als LNV-Retail afspraken lijken zich vooral te richten op het verduurzamen van de manier waarop de producten worden geproduceerd en wat minder op het beïnvloeden van de consumptie.

In vergelijking met bovenstaande 2 manieren, is het verlagen van de impact van de eigen activiteiten van retailers zoals het eigen energie- en waterverbruik en broeikasgasemissies, relatief onbelangrijk.

3. Hoe rapporteren en informeren retailers op dit moment over duurzaamheid?

Duurzaamheidsverslagen en websites⁴

Alle grote retailers in Nederland publiceren een duurzaamheidsverslag of hebben een duurzaamheid deel in het financiële jaarverslag. Daarnaast publiceren retailers aanvullende informatie op de website. De huidige duurzaamheidsverslagen of duurzaamheidsinformatie op website van de retail betreffen vooral de impact van de eigen activiteiten. Retailers hebben nauwelijks kwantitatieve tijdgebonden doelen over hun keten anders dan penetratiegraden van certificaten (zie hierna). Ahold Delhaize heeft wel een doelstelling voor de hele keten vastgesteld voor verlaging van broeikasgasemissies (-15% tussen 2018-2030) en Albert Heijn heeft voor sommige productcategorieën ambitieuzere specifieke doelstellingen vastgesteld (bijv. varkensvlees en zuivel⁵). De Britse retailers hebben via de British Retail Council (BRC) gezamenlijk een doelstelling vastgesteld inclusief de hele keten (0 emissies in 2040)⁶.

Retailers rapporteren wel over projecten die ondernomen zijn om de keten te verduurzamen. Hoewel die (pilot)projecten erg belangrijk kunnen zijn omdat ze bij succes opgeschaald kunnen worden, wordt het totale effect van die projecten op de verduurzaming van de producten vaak niet gerapporteerd zodat het niet helder is hoeveel impact dergelijke projecten hebben. Sommige retailers en voedselverwerkers kunnen projecten ondernemen die heel veel impact hebben terwijl andere vooral wat goedkope, kleinschalige projecten ondernemen zonder echte impact.

De meeste retailers geven aan dat ze de GRI richtlijnen⁷ en SDG's⁸ hebben gebruikt bij het opstellen van hun duurzaamheidsverslag maar ze rapporteren maar een beperkt aantal prestatie-indicatoren die in GRI of SDG opgenomen zijn.

Verder rapporteren de meeste retailers ook over penetratiegraden van duurzaamheidscertificaten. Dit gebeurt echter niet door alle retailers, niet voor alle certificaten afzonderlijk en niet door middel van

⁴ Zie afzonderlijke notitie met een overzicht van duurzaamheidsuitingen van de 5 grootste retailers (Aldi, Ahold, Jumbo, Lidl en Plus) en de grootste inkooporganisatie (Superunie) in Nederland

⁵ [Albert Heijn streeft naar klimaatneutrale melk van de boerderij in 2021 \(ah.nl\)](#) en [Varken | Dierenwelzijn | Albert Heijn \(ah.nl\)](#)

⁶ [climateactionroadmap_final_rgb_updated.pdf \(brc.org.uk\)](#)

⁷ [Home \(globalreporting.org\)](#)

⁸ [Take Action for the Sustainable Development Goals – United Nations Sustainable Development](#)

tijdreeksen. Als laatste rapporteren alle retailers nauwelijks over inspanningen die ze ondernemen om consumenten te stimuleren om duurzame producten te consumeren anders dan eenmalige acties of projecten.

Certificaten

Voor een deel van de producten is bekend dat deze een duurzaamheidcertificaat hebben. Diverse retailers rapporteren over de ontwikkeling van de penetratiegraden van deze certificaten en als dit in tijdreeksen gebeurt en per afzonderlijk certificaat, dan is dat heel zinvolle informatie. Het is echter maar een deel van de oplossing omdat

- Veel producten geen certificaat hebben en dus geen informatie beschikbaar is over duurzaamheid deze producten
- Niet voor alle producten (goede) certificaten beschikbaar zijn
- Certificaten soms maar een deel van de **duurzaamheidsthema's** afdekken (bijv. alleen dierwelzijn) **en niet duidelijk is hoe de producten op andere thema's scoren**
- Certificaten niet in aantal landen beschikbaar zijn (Beter Leven keurmerk is alleen beschikbaar voor in Nederland geproduceerde producten)
- Er verschillen zijn in duurzaamheid tussen leveranciers binnen de groep gecertificeerde producten maar dat dit niet zichtbaar wordt gemaakt.
- Bij sommige certificaten de aanvullende eisen tov gangbare manier van produceren heel beperkt zijn waardoor deze producten per saldo niet duurzamer zijn
- Certificaten schrijven vaak voor welke maatregelen genomen moeten worden terwijl die maatregelen niet voor elk bedrijf de meeste effectieve zijn om een bepaalde impact te bereiken.
- Bij sommige certificaten controle of onafhankelijkheid niet goed is geregeld waardoor risico bestaat dat de producten minder duurzaam zijn dan wordt geclaimd
- Bij sommige (sociale) certificaten aangetoond is dat de impact op de situatie van boeren beperkt is⁹
- Soms worden certificaten opgelegd aan minder machtige ketenschakels (zoals boeren) zonder dat er voldoende compensatie wordt gegeven voor de extra te maken kosten
- Als producten eenmaal gecertificeerd zijn, is er geen incentive meer voor producenten om verder te verduurzamen

Overigens zijn er certificaten die het laatste probleem adresseren door een onderscheid in verschillende categorieën te maken (goud, zilver, brons en 1, 2 of 3 sterren) en door de eisen over de tijd steeds verder op te schroeven. SAI¹⁰ bouwt in zijn binnenkort te verschijnen Farm Sustainability Assessment (FSA) 3.0 versie naast het stellen van een minimum te behalen score op maatregelen, ook aan een module om continue verbetering te stimuleren.

Ook op andere punten uit bovenstaande lijst kritiekpunten wordt aan verbetering gewerkt. Sommige certificerende organisaties overwegen om niet alleen uit te wisselen of een bedrijf wel of niet gecertificeerd is maar ook of ze wel of niet voldoen aan afzonderlijke criteria of zelfs het uitwisselen van scores op indicatoren. Verder werken sommige certificerende organisaties met een puntensysteem waarbij elke maatregel een aantal punten oplevert en in totaal een minimaal aantal punten behaald moet worden om het certificaat te krijgen. Op die manier zijn ze flexibeler om die maatregelen te kiezen die het best passen binnen de eigen bedrijfsvoering. Als laatste heeft Milieu centraal 10 topkeurmerken¹¹ onderscheiden waarvoor geldt dat er aanzienlijke aanvullende duurzaamheidseisen gelden en waarbij onafhankelijkheid en controle goed geregeld zijn. Op die manier is helder dat een aantal van bovenstaande nadelen niet geldt voor deze topkeurmerken.

Verder hebben certificaten door hun eenvoud ook een aantal belangrijk voordelen. Zo kunnen ze eenvoudig richting consumenten worden gecommuniceerd waardoor ze consumenten op eenvoudige manier kunnen stimuleren om een duurzame keuze te maken. Omdat er een groot aantal keurmerken zijn, is het echter voor consumenten weer niet eenvoudig om onderscheid te maken tussen keurmerken die werkelijk duurzamer zijn en welke meer greenwashing zijn. De term duurzaamheid (en soortgelijke termen) is niet beschermd dus wordt de term soms gebruikt voor producten die in de praktijk nauwelijks

⁹ <https://edepot.wur.nl/450223>

¹⁰ [SAI Platform — Sustainable Agriculture Initiative Platform](#)

¹¹ [Topkeurmerken Keurmerkenwijzer](#)

duurzamer zijn dan het gangbare product. De ACM heeft recentelijk een leidraad gepubliceerd om bedrijven te ondersteunen hoe ze kunnen voorkomen dat ze onduidelijke, onjuiste of misleidende informatie over duurzaamheid geven aan consumenten¹². De ACM neemt deze leidraad als basis voor de handhaving.

Ondanks al deze bovenstaande ontwikkelingen, blijven certificaten maar een deel van de oplossing.

Aanvullende duurzaamheidseisen door retailer

Een retailer kan er ook voor kiezen om aanvullende duurzaamheidseisen te stellen aan hun leverancier zonder dat dit tot externe certificering leidt (al dan niet via een eigen bedrijfslogo). Als deze aanvullende eisen een aanzienlijke duurzaamheidsverbetering garanderen (bijv. top worden geclassificeerd door Milieu Centraal), dan is het ook zinvol om retailers ook over penetratiegraden van deze producten te laten rapporteren. Nadeel is wel dat deze niet tussen retailers te vergelijken zijn en verder gelden dezelfde andere nadelen als hierboven voor topcertificaten zijn genoemd. Als hierna over (top)certificaten wordt gesproken, worden hieronder ook deze aanvullende eisen van retailers en bedrijfslogo's bedoeld.

Producten zonder certificaat

Van veel producten zonder topcertificaat (en voor een deel van de **duurzaamheidsthema's van gecertificeerde producten**) is dus geen informatie beschikbaar over hoe duurzaam ze worden geproduceerd¹³. Dit betekent dat er voor producenten geen stimulans is om te verduurzamen omdat dit voor hun ketenpartners niet zichtbaar is. Retailers en voedselverwerkers kunnen pas effectief aan verduurzaming van hun keten gaan werken als inzichtelijk is hoe duurzaam de producten nu worden geproduceerd. Ook kunnen ze consumenten alleen effectief stimuleren om duurzamere producten te kiezen als ze zelf weten hoe duurzaam de producten zijn. Als inzichtelijk is hoe duurzaam de producten worden geproduceerd, kan met de ketenpartijen vastgesteld worden of dat (voorlopig) voldoende duurzaam is of dat er nog aanvullende verduurzaming nodig is. In dat laatste geval dient afgesproken te worden hoe dat het beste kan, wie daar verantwoordelijk is en hoe de juiste stimulansen bij die partij gelegd kunnen worden.

Samenvattend kan een geharmoniseerde jaarlijkse rapportage door retailers van penetratiegraden van certificeringssystemen die een duidelijke plus op duurzaamheid garanderen (bijv. topkeurmerken), zinvol zijn. Retailers hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan de verduurzaming van ketens door de penetratiegraden van topcertificaten sterk te laten stijgen in de afgelopen jaren en in sommige gevallen zijn alleen nog gecertificeerde producten te koop. Ook de ontwikkelingen in verkopen van duurzame productcategorieën (bijv. plantaardig, vleesvervanger) tov minder duurzame productcategorieën (vlees), kan eenvoudig gedaan worden en toegevoegde waarde opleveren¹⁴. Verder is het zinvol om supermarkten te laten rapporteren over de manier waarop ze consumenten stimuleren om meer gecertificeerde producten en meer producten uit duurzamere productcategorieën te laten kopen (zie paragraaf 2). Op die manier kunnen prestaties van retailers onderling vergeleken worden waardoor consumenten bewuster kunnen kiezen voor een duurzamere supermarkt.

Aanvulling nodig naast certificaten

Hoewel het bovenstaande een stap vooruit zou zijn, is nog steeds niets bekend over de duurzaamheid van het grootste deel van het voedsel, namelijk de producten zonder (top)certificaat¹⁵. Voor een deel zou dit opgelost kunnen worden door hogere penetratiegraden van keurmerken zodat steeds meer producten

¹² [Vuijstregels duurzaamheidsclaims definitief, basis voor handhaving | ACM.nl](#)

¹³ Zelfs voor enkele topcertificaten die gericht zijn op ontwikkelingslanden, blijkt dat de impact nog beperkt is en er eigenlijk aanvullende maatregelen nodig zijn om positie van boeren echt te verbeteren.

¹⁴ Wel kunnen scores van retailers beïnvloed worden door hun klanten. Zo kan verwacht worden dat een low budget retailer een klantengroep heeft die minder goed in staat is om producten met een plus op duurzaamheid maar dus ook vaak een plus op de prijs, te betalen.

¹⁵ In 2019 had bijna 14% van het voedsel een topcertificaat (zie [Monitor Duurzaam Voedsel 2019 - WUR](#))

daar onder vallen. Door hierboven genoemde beperkingen van certificaten (niet voor alle **producten/landen/thema's goede certificaten beschikbaar**, geen stimulans voor continue verbetering etc.) kan dat maar een deel van het probleem oplossen. Daarom is het aanvullend nodig dat bij leveranciers informatie wordt verzameld over de duurzaamheid van alle (overige) producten¹⁶. Dat is nu bij geen enkele Nederlandse retailer systematisch het geval. Als retailers dit oppakken en afspreken publiekelijk te rapporteren op een kwalitatief hoogstaande en geharmoniseerde (en dus tussen retailers vergelijkbare) manier, kan dit een belangrijke bijdrage leveren aan de implementatie van motie Sneller/de Groot en LNV-retail afspraken.

4. Verbeteren duurzaamheidsbeslissingen in ketens

Meten en rapporteren over duurzaamheid heeft meerdere doelen. Allereerst kunnen stakeholders ingelicht worden over de stand van zaken en kan verantwoording richting de maatschappij afgelegd worden (bijvoorbeeld via duurzaamheidsverslagen). De motie richt zich met name op dit aspect. Daarnaast kan het meten van duurzaamheid ketenpartijen helpen prioriteiten te stellen, betere keuzes te maken en verbeterpunten te identificeren. De LNV-retail afspraken richten zich meer op dit aspect.

Stimuleren van duurzame productie

Retailers kunnen op basis van de inzichten over de duurzaamheid van geleverde producten, bepaalde duurzaamheidsmaatregelen opleggen aan hun leveranciers. Daarvoor is niet altijd voldoende specialistische kennis aanwezig bij retailers waardoor de duurzaamheidswinst gepaard kan gaan met relatief hoge kosten voor leveranciers en weinig gemotiveerde ketenpartijen. Een effectievere en efficiëntere methode is om samen op te trekken met de hele keten om de juiste verbeterpunten te identificeren en de juiste incentives te geven om verbeteringen door te voeren door de ketenpartij die daar het meest geschikt voor is. Daarom kan extra winst behaald worden door naast het uitwisselen van duurzaamheidsdata in de keten, op een systematische manier de dialoog op te zetten met de ketenpartijen over mogelijke verbetermogelijkheden. Bij voorkeur gebeurt dit ook op een geharmoniseerde manier zodat ketens die aan diverse retailers leveren, dezelfde stimulansen krijgen en de administratieve lasten zo laag mogelijk gehouden worden. Ook nu wordt op hoc basis informatie uitgewisseld over duurzaamheid in ketens maar dit vindt voor elke keten op de eigen manier plaats en **niet op een systematische manier over alle producten en alle thema's**. Verder is het van belang dat de duurzaamheidsindicatoren die aan de basis van de dialoog staan, op wetenschap zijn gebaseerd zodat er niet veel tijd wordt verspild aan de discussie over de juistheid van de indicatoren en alle energie gericht kan worden op het verbeteren.

Als van alle producten duurzaamheid inzichtelijk is gemaakt, kunnen retailers en voedselverwerkers het meest effectief gebruik maken van de verduurzamingsmaatregelen 2 tot en met 5 die in paragraaf 2 zijn genoemd: minimale eisen, stimulansen, ondersteuning en selectie.

Stimuleren van duurzame consumptie

Hierboven werd aangegeven dat retailers op 2 manieren kunnen bijdragen aan verduurzaming. Door de producten te verduurzamen en door consumenten te stimuleren om duurzamer te consumeren. Als helder is hoe duurzaam alle producten zijn, kunnen geharmoniseerde indicatoren worden opgesteld rond de mate waarin retailers consumenten stimuleren om duurzamere productcategorieën te kiezen en binnen een productcategorie de meest duurzame variant, te kiezen. Question Mark heeft al een dergelijke benchmark gemaakt rond gezondheid van voedsel en is nu bezig om een soortgelijke vergelijking te maken rond milieu waarna nog dierwelzijn en sociale duurzaamheid volgen. Deze laatste 3 zijn echter een stuk complexer. Van alle producten zijn de ingrediënten publiek beschikbaar en er is

¹⁶ Sainsbury's (Britse retailer) en Rewe (Duitse retailer) hebben geprobeerd dit probleem te ondervangen door eigen certificaten te gaan ontwikkelen voor verschillende productgroepen maar dit is erg bewerkelijk en daarom zijn ze er niet in geslaagd om dit op te schalen over alle productcategorieën.

redelijke overeenstemming over gezonde en ongezonde ingrediënten, zodat de gezondheid relatief eenvoudig voor alle producten kan worden vastgesteld. Voor de duurzaamheid van producten is dit niet het geval. Als de retailers actief meewerken aan dergelijke benchmarks door te rapporteren op de relevante geharmoniseerde indicatoren, kan de kwaliteit van dergelijke vergelijkingen tussen retailers ook sterk verbeteren.

Survival of the most sustainable

De belangrijkste redenen voor bedrijven om te verduurzamen zijn direct economisch voordeel en het effect op hun reputatie. Direct economisch voordeel kan bijvoorbeeld door daling kosten door lager verbruik van inputs (energie, gewasbeschermingsmiddelen), minder verspilling of lagere financieringslasten **door lagere duurzaamheidsrisico's**. Er kan ook direct economisch voordeel optreden door hogere marges (bijv. gecertificeerde producten) of onderscheidend vermogen (meer klanten en minder competitie op prijs). Een tweede reden om te verduurzamen, is via de invloed op de reputatie. Voor veel bedrijven is de reputatiewaarde van het bedrijf groter dan de waarde van alle gebouwen/machines/producten die op de balans staan. Het gaat vooral om de reputatie bij klanten maar ook bij **(lokale) overheden, (potentiele) werknemers, financiers, NGO's en omwonenden**. Daarom is het erg belangrijk voor bedrijven dat ze goed scoren bij vergelijkingen tussen bedrijven op duurzaamheid. Het publiekelijk vergelijken van retailers en voedselverwerkende bedrijven op duurzaamheid stimuleert competitie en kan daardoor een belangrijke incentive opleveren om te verduurzamen. Het in beeld brengen van duurzaamheid van alle producten, zorgt ook voor competitie op duurzaamheid tussen leveranciers bij hun directe afnemer (retail) en de consument. Het in beeld brengen van duurzaamheid van retailers, zorgt voor competitie richting de consument. Om al deze redenen is het van belang dat niet alleen wordt gemonitord hoe de sectoren als geheel scoren op duurzaamheid (zoals in rapportages als Monitor Duurzaam Voedsel¹⁷, Monitor Voortgang Verduurzaming Voedsel¹⁸ en op agrimatie.nl¹⁹) maar ook voor alle individuele bedrijven en ketens.

Voorwaarde om dit mechanisme goed te laten werken, is echter wel dat de vergelijking op een goede manier plaatsvindt anders kunnen de verkeerde prikkels ontstaan. Daarvoor is het van belang dat ketenpartners actief betrokken worden bij de opzet van het systeem en rapporteren op dezelfde kwalitatief goede indicatoren.

5. Aansluiten op overheidsbeleid en internationale standaarden

Ontwikkelingen in Brussel

Ook de Europese Commissie is van mening dat transparantie over duurzaamheid van voedsel een belangrijke rol kan spelen in de transitie naar een duurzamer voedselsysteem en dat de overheden een rol moeten spelen om dit te realiseren. In de meest prominente beleidsstukken en actieplannen (Green Deal, Farm to Fork, Biodiversiteit strategie, Circulaire Economie Actieplan, Sustainable Finance Strategy, New Consumer Agenda, Sustainable consumption and production action plan) is voor transparantie over duurzaamheid een belangrijke rol weggelegd. Hoewel verwacht kan worden dat op relatief korte termijn eerste voorstellen worden aangenomen rond het verplicht jaarlijks rapporteren van enkele duurzaamheid indicatoren voor zeer grote bedrijven (non-financial reporting), is het nog maar de vraag of meer vergaande eisen (geharmoniseerde duurzaamheidslabelling) het gaan halen en als dat het geval is, zal dat naar verwachting meer dan 5 jaar duren voordat het Nederlands parlement deze goedgekeurd zal hebben. Hoewel het mooi is dat er steun is vanuit Brussel voor deze beleidslijn, is het risico dat afspraken in Nederland snel achterhaald worden door beleid vanuit Brussel beperkt. Andersom kan het zo zijn dat ervaringen in Nederland voor belangrijke input kunnen zorgen voor toekomstig Brussels beleid en voor level playing field in Europa kunnen zorgen.

¹⁷ [Monitor Duurzaam Voedsel 2019 - WUR](#)

¹⁸ [532544 \(wur.nl\)](#)

¹⁹ [Agrarische feiten en cijfers \(agrimatie.nl\)](#)

Zoals bekend wordt een belangrijk deel van ons voedsel geëxporteerd en andersom komt een belangrijk deel van het voedsel dat we in Nederland consumeren (gedeeltelijk) uit het buitenland. Om voldoende inzicht te krijgen in de duurzaamheid van al ons voedsel, is het dus van belang om zoveel mogelijk aan te sluiten bij internationale standaarden. Hierbij gaat het niet alleen om de Europese Unie maar ook wereldwijd. Een groot deel van ons voedsel (bijvoorbeeld alle tropische producten) komt van buiten de **EU en de duurzaamheidsrisico's voor een belangrijk deel van deze producten zijn groot. Nog maar een** relatief klein deel van de internationale voedselproducenten rapporteert over de duurzaamheid van hun keten, maar het is van belang om aan te sluiten bij deze voorlopers. Er dient dus zoveel mogelijk aangesloten te worden bij internationale standaarden en initiatieven. Eventueel zou er een uitzondering gemaakt kunnen worden voor producten die volledige en exclusief in Nederland worden geproduceerd maar die groep is waarschijnlijk niet zo groot (veevoer uit buitenland, vanille/fruit in toetjes, kruiden, groenten die deel van het seizoen wel uit buitenland komen).

6. Eerlijke prijs voor boeren

In de motie wordt expliciet genoemd dat er gerapporteerd moet worden over **“een eerlijke prijs voor boeren”**. **Eerlijke is een lastig begrip omdat het een subjectieve component heeft**²⁰. Bovendien is er vaak niet een bepaald persoon of bedrijf die de prijs bepaalt maar komen prijzen tot stand op basis van (wereldwijde) vraag en aanbod. Het is niet zo dat de prijs is gebaseerd op een kostprijs en een opslag voor winst of inkomen zodat eenvoudig bepaald kan worden wat een eerlijke opslag is. Verder verschilt de kostprijs tussen bedrijven sterk bijvoorbeeld vanwege verschil in omvang van de bedrijven. Ook is het niet uniek voor de agrarische sector dat een deel van de bedrijven onvoldoende inkomen of rendement behaalt en daardoor weggeconcentreerd wordt door meer efficiënte bedrijven. Dit is een belangrijke economische effect wat ook veel voordelen voor de maatschappij oplevert.

Anderzijds is het wel een belangrijk onderwerp. Als boeren allerlei extra eisen worden opgelegd die tot kostenverhoging leiden maar er is niet voldoende compensatie hiervan, dan zal dit niet tot een economisch duurzaam situatie leiden²¹. Zeker niet als geconcentreerd moet worden met boeren uit andere landen die deze eisen niet opgelegd krijgen.

In feite gaat het om twee afzonderlijke vraagstukken die wel met elkaar samenhangen. Allereerst het vraagstuk of boeren in het algemeen een eerlijke prijs krijgen voor hun producten. Ten tweede of boeren voldoende gecompenseerd worden voor extra kosten (en evt lagere fysieke opbrengsten) als gevolg van duurzaamheidsmaatregelen.

Living income

Er zijn zover ons bekend **geen standaarden bekend anders dan “living income”**. Dit begrip wordt in ontwikkelingslanden gebruikt om een zodanig prijzen te hanteren dat een boer in ieder geval de meest basale zaken kan kopen om te overleven. Ook daar is het begrip moeilijk te hanteren omdat sommige bedrijven zo klein zijn dat zelfs het verhogen van prijzen met honderden procenten nog niet voldoende inkomen garandeert. Bij fair trade wordt een opslag op de prijs betaald maar dat kan niet altijd voorkomen dat het inkomen van sommige boeren onder het bestaansminimum ligt.

Onderzoek voor sector als geheel

²⁰ Zie bijvoorbeeld white paper Jongeneel (2020): [513322 \(wur.nl\)](https://wur.nl)

²¹ Complicerende factor hierbij is dat een groot deel van de productie in Nederland wordt geëxporteerd. Als de buitenlandse afnemer geen waarde hecht aan de extra duurzaamheidsprestaties bestaat het risico dat de Nederlandse boeren weggeconcentreerd worden. Om dit probleem in de dierlijke sector te ondervangen is een traject opgestart om dit probleem gezamenlijk op te pakken in Noord-West Europees verband zie: [Advancing sustainable animal products \(ASAP\) | Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality | Government.nl](#)

In de agri-nutri monitor²² is in opdracht van de ACM onderzoek gedaan naar de marges die de verschillende schakels behalen op producten met een duurzaamheidsplus. Dat is echter alleen voor de sectoren als geheel gedaan en niet voor afzonderlijke bedrijven. Uit het onderzoek bleek dat retailers geen extra marge behalen op producten met een duurzaamheidsplus. Lastig hierbij is dat retailers in het algemeen niet een gelijke marge op alle producten behalen. Op sommige producten wordt verlies geleden waarmee extra klanten worden getrokken die eenmaal in de winkel vaak weer andere producten kopen waar wel marge op wordt behaald. Verder speelt nog het probleem dat informatie over prijzen in het algemeen niet gedeeld mogen worden tussen bedrijven omdat daarmee het risico bestaat dat ze gezamenlijk afspraken maken over de maximaal te betalen prijs en daarmee juist machtsmisbruik stimuleren.

Compensatie voor extra duurzaamheidseisen

Waar misschien wel afzonderlijk over gerapporteerd zou kunnen worden, is de compensatie die aan boeren wordt gegeven voor het voldoen aan specifieke duurzaamheidseisen zoals certificering. Zo rapporteert Albert Heijn al dat melkveehouders 5 Eurocent per liter extra krijgen voor het voldoen van de extra eisen en ook Friesland Campina rapporteert over extra bonus op prijs bij voldoen aan extra duurzaamheidsvoorwaarden. Zo zou bijvoorbeeld ook in beeld gebracht kunnen worden, hoeveel de verschillende retailers extra betalen voor biologische producten, planet proof etc. Als het niet om certificering gaat maar om retail specifieke eisen, dan is informatie moeilijk te vergelijken. Een vergelijking is dan alleen mogelijk als gekeken wordt wat de extra kosten voor de boeren zijn om aan maatregelen te voldoen en dan te beoordelen of extra prijs alle kosten vergoed. Gedurende de tijd zullen maatregelen die eerst als extra werden gezien, langzamerhand gangbaar worden. Ook zullen bepaalde maatregelen in het ene land al gangbaar zijn of zelfs wettelijk verplicht terwijl dit in het andere land nog niet het geval zal zijn.

7. Hoe verder?

Er zou ingezet moeten worden op vier sporen:

- A. Inzicht in de mate waarin retailers consumenten stimuleren om producten met een vastgestelde duurzaamheidsplus te consumeren
- B. Inzicht in de mate waarin retailers en voedselverwerkers hun ketens stimuleren om producten met een vastgestelde duurzaamheidsplus te produceren
- C. Inzicht krijgen in duurzaamheid van overige producten om daarop uiteindelijk op dezelfde manier mee om te kunnen gaan als bij A en B
- D. Algemeen duurzaamheidsmanagement bedrijven

Ad A. Consumptie stimuleren van producten met een duurzaamheidsplus

Gezamenlijk met retailers kunnen afspraken gemaakt worden over het rapporteren van indicatoren over inspanningen van retailers om consumenten duurzamer te laten consumeren. Er kan niet eenvoudig aangesloten bij een internationale standaard. Het GRI²³ heeft geen afzonderlijke standaard voor retailers. De algemene GRI indicatoren zijn beperkt geschikt voor dit doel. SASB²⁴ heeft wel een specifieke food retail standaard maar daarin zijn beperkt indicatoren opgenomen over inspanningen om de consumptie te verduurzamen anders dan het verduurzamen eigen activiteiten en duurzaamheid productie. Wel zijn er diverse benchmarks van supermarkten op deelgebieden (Question Mark gezondheid²⁵ en milieu²⁶ (in ontwikkeling)) waarop voortgebouwd kan worden. Het verdient aanbeveling om de indicatoren samen

²² [528928 \(wur.nl\)](https://wur.nl/528928)

²³ [Home \(globalreporting.org\)](https://globalreporting.org/)

²⁴ [CNO401_Food-Retailers-Distributors_Standard-c.pdf \(sasb.org\)](#)

²⁵ [Superlijst Gezondheid 2020: Welke supermarkt maakt gezond de makkelijke keuze? \(prismic.io\)](#)

²⁶ [Superlijst Groen 2021 \(thequestionmark.org\)](#)

met de retail vast te stellen zodat indicatoren meeste inzicht opleveren maar ook administratieve lasten zo laag mogelijk zijn.

Ad B. Ketens stimuleren om producten met een duurzaamheidplus te produceren

Hierbij rapporten retailers en voedselverwerkers over penetratiegraden van productcategorieën en productvarianten met een duidelijke plus op duurzaamheid (zoals topkeurmerken). De topkeurmerken dienen in ieder geval afzonderlijk gerapporteerd te worden. Hierbij zou het niet alleen moeten gaan om de huismerken maar het totale assortiment. Ook gaat het niet alleen om enkelvoudige producten maar ook samengestelde (chocolade op koekjes). Verder zouden daar de bedrijfskeurmerken bijgevoegd kunnen worden die door Milieu Centraal als top zijn aangemerkt en producten waarbij door retailers een duidelijke plus wordt vereist aan producenten ten opzichte van de gangbare praktijk. Nadeel is dat deze laatste niet tussen de retailers te vergelijken zijn om iedere retailer zijn eigen eisen kan stellen. Verder dienen hier certificaten meegenomen te worden op grondstoffen die niet altijd direct voor de consumenten zichtbaar zijn (RSPO, RTRS etc.).

Ad C. Inzichtelijk maken duurzaamheid overige producten

Als derde zou gestart moeten worden met het inzichtelijk maken van de duurzaamheid van producten die nog niet onder A en B vallen²⁷. Dit is allereerst van belang om alle ketenpartijen duurzaamheid mee te kunnen laten wegen in hun beslissingen (bijv. kopen van duurzamere variant) en ook voor deze producten vast te kunnen stellen in hoeverre retailers en voedselverwerkers duurzame consumptie (A) en productie (B) stimuleren. Verder is het ook van belang voor het vaststellen van knelpunten en aangrijpingspunten voor verbetering, het stellen van minimumeisen, het kunnen geven van incentives voor verbetering, het ondersteunen bij het doorvoeren van verbeteringen etc.

Er kan niet verwacht worden om dat direct voor elk afzonderlijk product in beeld te brengen. Wel kan gestart worden met rapportage op productcategorieniveau. Op die manier kan op korte termijn en zonder veel inspanning voor alle ketenpartijen, inzicht verkregen worden in de duurzaamheid van het totale assortiment van de retailers en voedselverwerkers. Er wordt dan bijvoorbeeld niet voor elk afzonderlijk toetje in beeld gebracht hoe duurzaamheid die is geproduceerd maar voor alle melk die gebruikt is voor alle zuivelproducten die een zuivelbedrijf produceert²⁸. Hiervoor zou aangesloten kunnen worden bij initiatieven zoals van The Sustainability Consortium²⁹ maar uiteindelijk moeten retailers en voedselverwerkers gezamenlijk besluiten welk systeem het meest geschikt is als het gekozen systeem maar bepaalde minimum kwaliteit heeft³⁰. Er kan ook gekozen worden voor een combinatie van instrumenten waarbij bijvoorbeeld de TSC indicatoren voor productcategorieën waar een PEF³¹ voor beschikbaar is, volgens de betreffende PEF rekenregels berekend moeten worden. Ook kan er voor specifieke productcategorieën waar een goede complete en geharmoniseerde set van indicatoren is vastgesteld waarop veel bedrijven al rapporteren, aangesloten worden bij deze sector initiatieven. Voor productcategorieën waarvan de ketens volledig in Nederland opereren, zou aangesloten kunnen worden

²⁷ Op termijn zou het waardevol zijn om ook voor producten onder B **inzichtelijk te maken hoe de producten scoren op thema's** die niet worden afgedekt door keurmerken en certificaten.

²⁸ Uit efficiency overwegingen kan naast het inzichtelijk maken van verschillende categorieën eindproducten ook afzonderlijk de duurzaamheid van de belangrijkste grondstoffen (soja, palmolie etc.) in beeld te brengen.

²⁹ www.sustainabilityconsortium.org

³⁰ Er zijn ook diverse commerciële partijen die instrumenten aanbieden zoals Ecovadis ([EcoVadis](https://www.ecovadis.com)). Nadeel van dit systeem is dat het zich richt op de duurzaamheid van de directe leverancier als geheel en niet op de afzonderlijke productcategorieën, niet op de specifieke producten die geleverd zijn aan de betreffende afnemer en nauwelijks informatie betreft over schakels in de keten voorafgaand aan de directe leverancier. Unilever krijgt dus één wereldwijd geldende score over alle productcategorieën gezamenlijk en er wordt bijvoorbeeld geen rekening mee gehouden dat Unilever alleen biologische soep levert aan bepaalde afnemer. Het bedrijf als geheel krijgt 1 score los van de specifieke varianten van een product die geleverd worden aan de specifieke afnemer. Aangezien de meeste duurzaamheidsknelpunten zich op boederijniveau bevinden en er vaak 1 of meerdere schakels tussen retailer en boer bevinden, worden op deze manier bovendien belangrijkste knelpunten minder goed geadresseerd. Een ander instrument is SIM ([Supply Chain Information Management by SIM - Blockchain innovation \(simsupplychain.com\)](https://www.simsupplychain.com)). Dit systeem richt zich vooral op het identificeren van risico leveranciers, het op een efficiënte manier administreren welke certificaten directe leveranciers hebben en het controleren of de audits nog up to date zijn. Er zijn beperkte mogelijkheden om de duurzaamheid van ketens die geen certificaat bezitten, op een gestandaardiseerde manier te monitoren.

³¹ [Single Market for Green Products - Environment - European Commission \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/economy_finance/single-market-for-green-products_en)

bij specifiek Nederlandse initiatieven. Dat kan als voordeel hebben dat er soms geavanceerdere indicatoren gebruikt kunnen worden vanwege de grotere databeschikbaarheid in Nederland.

Verder is van belang dat door alle retailers hetzelfde systeem gekozen wordt om de administratieve last voor leveranciers te beperken en vergelijkingen mogelijk te maken. In het systeem van TSC nemen de directe leveranciers van de retailers de verantwoordelijkheid om de duurzaamheid van hun eigen keten in beeld te brengen. Daarbij hebben ze vaak weer input nodig van hun eigen leveranciers. Als ze deze rapportage per productcategorie opleveren en publiceren, zouden er minder eisen meer gesteld hoeven te worden aan het duurzaamheidsverslag van de voedselverwerkers (zie D). Het voordeel van het gebruik van het TSC systeem is dat het niet alleen een rapportagesysteem is maar ook een leer- of verbetersysteem is. Voedselverwerkers krijgen een scorecard en kunnen hun score vergelijken met 2000 andere leveranciers en op die manier sterke en zwakke punten identificeren. Verder krijgen ze achtergrondinformatie over duurzaamheidsknelpunten, informatie over tools en initiatieven die behulpzaam zouden kunnen zijn, verbeteropties en best practices voorgeschoteld. Voordeel van PEF is dat berekeningswijze van milieu-indicatoren op heel gedetailleerde wijze zijn geharmoniseerd en dat alle indicatoren de impact meten op een kwantitatieve wijze.

Aanvullend dient gewerkt te worden aan een goede indicator om te meten in hoeverre er een "eerlijke prijs voor boeren" wordt betaald. Indicatoren voor eerlijke prijs zijn ook relevant voor de groep producten onder B omdat hierover bij de meeste certificaten geen afzonderlijke eisen zijn opgenomen. Meer algemener geformuleerd is het zinvol om retailers en voedselverwerkers te laten rapporteren over de incentives en ondersteuning die ze aan hun voorgaande schakels aanbieden om te verduurzamen. Bij incentives kan het gaan om hogere prijs maar ook meer schapruimte, lange termijn contracten, promotie richting consument, prijzen, afname zekerheid etc. Bij ondersteuning kan het gaan om verstrekken van kennis, tools, leningen, technologie etc.

Als het een te grote belasting zou zijn om direct voor het hele assortiment aan voedsel te starten, zou ook een afbakening gemaakt kunnen worden. Het heeft dan voorkeur om te starten met productcategorieën met:

- Grote volumes
- Grote duurzaamheidsimpact en duurzaamheidsrisico's
- Weinig transparantie

Andere groeimodellen zou kunnen zijn om eerst te starten met de grotere leveranciers of met de gemotiveerde leveranciers.

Ad D Algemeen duurzaamheidsbeleid en management

Hierbij gaat het om zaken als het vaststellen van een duurzaamheidsstrategie, duurzaamheidsdoelen, het beleggen van duurzaamheid in organisatie, governance van duurzaamheid, beschikbare middelen voor implementatie duurzaamheid, ondernomen acties en projecten etc. Er zou gestart kunnen worden door gezamenlijk een aantal indicatoren vast te stellen vanuit de internationale rapportage standaarden zoals GRI, SASB Food retail en CDP³² waarop alle retailers jaarlijks op een geharmoniseerde manier gaan rapporteren. De meeste indicatoren in deze rapportage standaarden gaan over de eigen activiteiten dus wordt op deze manier beperkt inzicht gekregen in de mate waarin bedrijven bijdragen aan de duurzaamheid van de ketens en de manier waarop ze consumenten stimuleren om duurzamer te produceren.

Inspiratie kan ook nog gevonden worden in benchmarks die aantal NGO's op deelgebieden publiceren (bijv. Oxfam: arbeid³³, WWF: palmolie³⁴, World Benchmarking Alliance³⁵: duurzaamheid breed).

³² [Home - CDP](#)

³³ [Supermarkets Scorecard | Oxfam International](#)

³⁴ [WWF Palm Oil Buyers Scorecard - Company scores \(panda.org\)](#)

³⁵ [Methodology for the Food and Agriculture Benchmark: A roadmap for corporate action \(worldbenchmarkingalliance.org\)](#)

Een quick win zou kunnen zijn om (een deel van de) resultaten van de IMVO convenant monitor^{36 37} voor afzonderlijke bedrijven publiekelijk beschikbaar te maken. Alle retailers leveren deze gegevens over de vorderingen van hun due diligence praktijken rond hoog risicoproducten al op een geharmoniseerde manier aan maar alleen enkele geaggregeerde resultaten voor alle retailers samen worden publiekelijk beschikbaar gemaakt.

³⁶ [Doelen en werkwijze - IMVO Jaarrapportage Voedingsmiddelen 2019-2020 \(internationalrbc.org\)](#)

³⁷ [IMVO-risicomanagement-binnen-de-supermarktbranche-FINAL-.pdf \(cbl.nl\)](#)

Bijlage 1 Motie Sneller/de Groot (12 maart 2020)

De Kamer, gehoord de beraadslaging, overwegende dat de werkelijke prijs van veel voedsel sterk verschilt van de prijs in de winkel, omdat kosten worden afgewenteld op de natuur en belastingbetalers; overwegende dat alle schakels in de keten, van boer tot consument, zoals financiers en retailers, nodig zijn om die verduurzaming te bereiken;

overwegende dat in deze keten veel (inkoop)macht bij supermarkten ligt, die zij vooral aanwenden om lagere prijzen en niet om hogere duurzaamheidsstandaarden te bewerkstelligen;

overwegende dat er standaarden in ontwikkeling zijn om bedrijven te kunnen scoren op hun duurzaamheidsprestaties, zoals The Sustainability Consortium (TSC) en om de vergelijkbaarheid van jaarverslagen te verbeteren, zoals het Global Reporting Initiative (GRI);

verzoekt de regering in overleg met supermarkten en andere 'ketenpartners' 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 voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren,

Bijlage 2: LNV- Retail afspraken (28 sept 2020)

Transparantie via duurzaamheidsrapportage en datadelen verbeteren. De supermarktbranche en Rijksoverheid werken mee aan de (verdere) ontwikkeling en toepassing van een methodologie om de onderbouwing van duurzaamheidsbeslissingen die in voedselketens genomen worden meer te stroomlijnen en sterker te richten op de doelen van de LNV-visie. Dit doen zij in nauwe samenwerking met andere partijen in de gehele voedselketen, onder andere via de Alliantie Verduurzaming Voedsel (AVV). Er wordt onderzocht op welke manier kan worden aangesloten bij al bestaande analyses en activiteiten op dit gebied, zoals bij het werk van The Sustainability Consortium en The Product Environmental Footprint (PEF). Ik neem hierbij de uitwerking van Motie Sneller en De Groot (Kamerstuk 31 532, nr. 246) mee om te kijken of dit ook kan leiden tot een standaard voor een jaarlijkse rapportage die inzicht biedt in de mate waarin supermarkten en verwerkende voedselbedrijven bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, inclusief een eerlijke prijs voor de boeren.

In het verlengde van het Publiek-Private samenwerkingsproject Transparant, gezond & duurzaam werken supermarktbranche en ministerie van LNV aan ketenbrede initiatieven gericht op het delen van data en daarmee op het vergroten van de transparantie die consumenten nodig hebben om duurzame keuzes te kunnen maken (Aanhangsel Handelingen 2018/19, nr. 45)