



Politiek en sector: het komt goed

Tekst: Tom van der Meer | Foto's: Tom van der Meer, Bart van Vliet

Tweede Kamerleden blijken een reëel beeld te hebben van de levensmiddelenindustrie. In elk geval reëler dan FNLI-directeur Philip den Ouden elders geregeld tegenkomt, stelde hij tijdens het verkiezingsdebat dat de FNLI op 16 augustus hield. De levensmiddelensector is dan ook geen boeman maar een industrie die hard werkt aan duurzaamheid, innovatie en gezondheid, vindt hij.

'Slik niet alles voor zoete koek'

De Consumentenbond hield voorafgaande aan het debat een ludieke actie om aandacht te vragen voor zoutvermindering en kidsmarketing. Bezoekers kregen van cartoonfiguren twee flyers in handen gedrukt. In 'Slik niet alles voor zoete koek' stelt de Consumentenbond dat de overheid moet ingrijpen bij marketing en reclame gericht op kinderen. Omdat zelfregulering volgens de bond niet heeft gewerkt, moet de overheid zich er nu mee bemoeien.

In 'Laat je geen zout in de ogen strooien' schrijft de Consumentenbond dat de levensmiddelenindustrie te weinig vorderingen maakt met zoutvermindering. Hier was een zakje van negen gram zout bijgevoegd, de dagelijkse hoeveelheid die mensen binnenkrijgen, terwijl een maximum van zes gram per dag wordt aanbevolen door de Gezondheidsraad. "Van die negen gram is 80 procent verborgen in alledaagse levensmiddelen", stelt de bond.



Thema van het debat in Den Haag was 'Maakt de overheid gehakt van de grootste industrie van Nederland?'. Dat viel alleszins mee, want het belang van de sector werd zeker onderkend. Er vielen tijdens het debat zelfs geregeld complimentjes. "Logisch, want de levensmiddelensector is de grootste binnenlandse industriële sector met een omzet van ruim 60 miljard euro die werkgelegenheid biedt aan meer dan 100.000 mensen", stelde Den Ouden.

Maar zetten de fabrikanten die belangrijke rol ook voldoende maatschappelijk in, bijvoorbeeld bij het terugdringen van de hoeveelheid vet en zout in producten, of door terughoudend te zijn in het maken van reclame voor minder gezonde producten, met name naar kinderen? Of werkt deze zelfregulatie niet en moet de overheid ingrijpen? Hanke Bruins Slot van het CDA haalde het voorbeeld aan van snoepfabrikant Haribo die bij tv-programma Voice of Holland Kids overmatig sponsorde en reclame maakte. "Ik ergerde me daaraan. Daarmee snijdt de sector zichzelf in de vingers. Gebeurt dit vaker dan dwing je de politiek tot maatregelen."

Uiterste middel

Het CDA ziet ingrijpen in kidsmarketing als uiterste middel. Ook de PvdA vindt dat. "De consument is allereerst zelf verantwoordelijk, net als de sector", stelde Lea Bouwmeester (PvdA). "Maar mensen moeten beschermd worden tegen overgewicht. Doet de food-sector hier aantoonbaar niets aan, dan moeten we ingrijpen." René Leegte van de VVD zei ervan te schrikken dat andere partijen willen ingrijpen. "Mensen weten best zelf wat gezond is." Bruins Slot bestreed dat. "Zo sprak ik een huisarts die een moeder had aangeraden haar kinderen meer fruit te geven. 'Ik ben er mee bezig', zei ze, maar toen bleek dat ze mandarijntjes op siroop gaf..."

Tijdens het debat werd dan ook gepleit voor goede voorlichting. Bruins Slot vindt dat de industrie zelf eerlijker moet zijn in hun voorlichting over voedsel. "Chocolademelk Light klinkt gezond, maar is nog steeds twee keer zo 'ongezond' als karnemelk."

"Verleiden zoals Haribo doet, zet mensen op het verkeerde been", meende ook Kees Verhoeven van D66. "Het blijft lastig om verleidingen te weerstaan. Maar kom niet te snel met regels. Vanuit de samenleving werkt het vaak veel beter." "Het gaat overigens niet alleen om de Haribo-beertjes", meldde Sharon Gesthuizen van de SP, "maar ook om de cola-light-reclame waarbij een jongen ineens een soort superman wordt. Als dit de norm is, gaat het niet goed."

Liesbeth van Tongeren (GroenLinks) gaf aan dat de gezondheid van mensen samenhangt met hun inkomen en ziet een rol weggelegd voor de overheid om daar wat aan te doen. Bruins Slot ziet veel in rolmodellen om lager opgeleiden aan te spreken, zoals Barbie van Oh Oh Cherso, die op tv steeds aangaf tijdens haar zwangerschap niet te roken en drinken. Den Ouden was blij dat de partijen vinden dat de industrie verantwoordelijkheden heeft. "Die verantwoordelijkheden nemen we ook."

'Struisvogelpolitiek'

Bij het thema verduurzaming pleitte Van Tongeren (GroenLinks) voor een brede samenwerking tussen de partners in de agrifoodketen, belangengroeperingen én de overheid. "De problemen van klimaatverandering zijn zo groot dat de sector het niet alleen kan." René Leegte (VVD) vond juist van wel. "Als innovaties uit de keten zelf komen, heeft de sector hier veel meer aan. Het is lastig om de opbrengst per hectare te verhogen, maar bedrijven zijn daar al goed mee bezig." "Dit zijn struisvogelpolitiekpraatjes", reageerde Verhoeven (D66), die vond dat Leegte het klimaatprobleem ontkende. Van Tongeren: "Bedrijven als Unilever en Heineken kunnen globale verduurzaming nooit alleen bereiken. Daar is toch ook de overheid voor nodig."

FNLI-verkiezingsmanifest

FNLI-directeur Philip den Ouden reikte na het debat aan de Tweede-Kamerleden het FNLI verkiezingsmanifest uit, met de onderwerpen waar de levensmiddelenindustrie belang aan hecht. Bij voeding en gezondheid roept de FNLI de partijen op om bij producten niet in te grijpen in de portiegrootte, energiedichtheid en vetzuursamenstelling. De organisatie wil tevens de zelfregulering behouden bij reclame voor food, gericht op kinderen. Bij concurrentie en innovatie pleit de organisatie onder meer voor continuïteit in de uitvoering van de Topsector Agri&Food, gerichte stimulering voor innovatie in het MKB en wat grotere bedrijven, en versterking van de 'Gouden Driehoek'. Rond verduurzaming wil de FNLI onder meer voortgaande samenwerking met ketenpartners, een gelijk Europees speelveld, uitvoering van de raamovereenkomst verpakkingen 2013-2022 en het behoud van zelfregulering op het gebied van internationaal MVO.

Het manifest werd door Philip den Ouden (derde van links) aangeboden aan (van links naar rechts) René Leegte (VVD), Hanke Bruins Slot (CDA), Liesbeth van Tongeren (GroenLinks), Sharon Gesthuizen (SP), Lea Bouwmeester (PvdA) en Kees Verhoeven (D66).



"Verduurzaming is geen keuze", vond Den Ouden. "Het gaat niet om óf, maar hóe. Het wordt niet opgelost met een sticker op een product. Het gaat ook niet om de vijf procent niche, maar om de 95 procent 'normale' producten. Dit moeten de ketenspelers samen met de overheid, maar ook met de burger én de consument, want dit zijn twee verschillende actoren."

Gelijk speelveld

De FNLI wil verder een verdergaande harmonisatie van de Europese interne markt om de Nederlandse werkgelegenheid en de internationale concurrentiepositie van de Nederlandse levensmiddelenindustrie te behouden. Leegte (VVD) en Verhoeven (D66) waren het hiermee eens. Gesthuizen (SP) vond dat het eraan ligt hóe dit gebeurt. Zij verwacht met name dat bij nanotechnologie in Europa veel goed gedaan kan worden. "Zeker", reageerde Verhoeven, "en ook bij

wat wel en niet in een product mag. Het gaat om een gelijk speelveld in Europa, zodat bedrijven overal dezelfde kansen hebben." Op een gelijk speelveld kunnen Nederlandse bedrijven in zijn ogen goed presteren." Ook Bouwmeester (PvdA) vond harmonisatie heel belangrijk voor exportland Nederland. Van Tongeren (GroenLinks) wilde ook aandacht voor het milieu en pleitte voor het inzetten van de landbouw- en visserij-subsidies voor verduurzaming. Bruins Slot (CDA) stelde dat Nederland te veel binnen Europa exporteert. "We moeten meer inzetten op opkomende landen. U maakt iets nieuws. Nieuwe producten kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de concurrentiepositie buiten Europa." Bouwmeester hoopte dat levensmiddelenbedrijven nog veel meer winst behalen. "Maar dan vooral ook gezondheidswinst, met talloze innovaties die jullie dan ook kunnen exporteren naar het buitenland." ■



Kees Verhoeven (D66), Sharon Gesthuizen (SP) en Lea Bouwmeester (PvdA).