

Vergaderjaar 2011–2012

31 532

Voedingsbeleid

Nr. 87

LIJST VAN VRAGEN EN ANTWOORDEN

Vastgesteld 11 april 2012

De vaste commissie voor Buitenlandse Zaken heeft een aantal vragen voorgelegd aan de staatssecretaris van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie over de brief van 25 november 2011 inzake de reactie op de aangenomen motie van het lid Voordewind c.s. (Kamerstuk 32 500 V, nr. 122) over duurzaam geproduceerde huiskamerproducten van supermarkten (Kamerstuk 31 532, nr. 71).

De staatssecretaris heeft deze vragen beantwoord bij brief van 10 april 2012. Vragen en antwoorden zijn hierna afgedrukt.

De voorzitter van de commissie,
Albayrak

De griffier van de commissie,
Van Toor

1

Deelt u de mening dat de burger scherpe prijzen, goede aanbiedingen, een ruim assortiment, korte rijen en vriendelijk personeel van veel groter belang acht dan duurzaam geproduceerde huismarken?

Uit onderzoek blijkt dat consumenten smaak, betaalbaarheid en gezondheid belangrijke aankoopmotieven vinden. Dierenwelzijn, milieu en rechtvaardigheid spelen een veel minder belangrijke rol.

2

Op het gebied van verantwoorde inkoop van soja is de Round Table on Responsible Soy actief. Welke resultaten heeft RTRS geboekt in Nederland? Heeft RTRS geleid tot een verduurzaming op sectorniveau? Op welke manier heeft de lokale bevolking in productielanden inspraak en instemmingsrecht in de markttransitie? Kunt u aantonen dat uiterlijk in 2015 de geïmporteerde soja voldoet aan de sociale voorwaarden binnen Duurzaam Inkopen? Voldoen de normen van de RTRS aan de sociale criteria binnen Duurzaam Inkopen?

Op 15 december 2011 heeft het Nederlandse bedrijfsleven actief in de voedingsmiddelen- en veevoersektor afgesproken om uiterlijk in 2015 100% van de soja bestemd voor humane en dierlijke consumptie duurzaam in te kopen volgens de standaard van de Round Table on Responsible Soy. Voor de jaren 2012–2014 zijn tussendoelstellingen geformuleerd. Stakeholders hebben inspraak in de standaard, zoals die wordt geformuleerd binnen de RTRS. Deze standaard voldoet ook aan de sociale voorwaarden binnen Duurzaam Inkopen.

3 en 4

In de brief refereert u aan diverse initiatieven, zoals het Initiatief Duurzame Handel, het Platform Verduurzaming Voedsel etc. Tevens merkt u op dat bedrijven veel standaarden hanteren, zoals BSCI, MSC, ASC etc. Op basis daarvan concludeert u dat «hierdoor een groot deel van de bedrijven in de voedselketen al aan de sociale voorwaarden binnen Duurzaam Inkopen voldoet». Veel supermarktketens hanteren echter geen of slechts een paar van deze initiatieven op deelgebieden. Op basis waarvan concludeert u dat een groot deel van de bedrijven voldoet aan de minimumstandaarden?

In de brief erkent u impliciet dat niet alle bedrijven voldoen aan de minimumstandaarden. De motie Voordewind c.s. (TK 32 500 V, nr. 122) roept het kabinet op om een convenant te sluiten met de supermarkten, zodat alle bedrijven aan minimale standaarden voldoen. Hoe gaat u de achterblijvers committeren aan de minimale standaarden? Kunt u inzicht geven in de mate waarin de in de brief genoemde duurzaamheidsstandaarden betrekking hebben op huismarkproducten?

Alle in Nederland actieve supermarktketens zijn individueel of via het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel lid van het Business Social Compliance Initiative (BSCI). Aan de hand van dit systeem stimuleren en verplichten bedrijven hun toeleveranciers te voldoen aan de richtlijnen en normen van de International Labour Organisation en andere declaraties van de Verenigde Naties. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om het verbod op kinderarbeid en dwangarbeid, vrijheid van vereniging en een veilige en gezonde werkplek. Via audits wordt een stappenplan gemaakt om sociale voorwaarden te verbeteren, met name bij leveranciers in risicolanden. Leden van BSCI zijn ook verplicht om actie te ondernemen als blijkt dat er bij een van hun leveranciers misstanden optreden. In mijn ogen voldoen supermarkten hiermee aan de minimumstandaarden.

Er zijn wel verschillen tussen supermarkten in de mate waarin zij zich profileren op het gebied van duurzaamheid en de mate waarin zij producten met extra duurzaamheidsclaims aanbieden. Dit is onderdeel van de strategie van een supermarktketen.

5

In de brief merkt u op dat de bedrijven grotendeels al voldoen aan de sociale criteria. De motie Voordewind c.s. roept op een convenant te sluiten om aan alle criteria van duurzaam inkopen te voldoen. Hoe gaat u invulling geven aan de andere criteria (dus de niet-sociale criteria)?

Het is de verantwoordelijkheid van de supermarkten en de levensmiddelenindustrie om hun (huis)merken stap voor stap te verduurzamen. Tot eind 2012 ondersteun ik dit door innovatieve pilots van het Platform Verduurzaming Voedsel mede te financieren. Verder is verduurzaming ook een van de belangrijke aandachtspunten bij de topsector Agro&Food. Ik ondersteun innovatie door onderzoek te financieren en door belemmeringen weg te nemen op het gebied van regelgeving of markttoegang.

6

In de brief geeft u aan dat er al jaarlijks gerapporteerd wordt over de consumentenbestedingen aan duurzame voedselproducten. Bent u voornemens om verslag te doen van de mate waarin de supermarkten voldoen aan de criteria voor duurzaam inkopen? Zo nee, hoe gaat u invulling geven aan dit deel van de motie Voordewind c.s?

Nee, ik vind rapportage over verduurzaming een primaire verantwoordelijkheid van de bedrijven zelf. Via het Informatiesysteem Verduurzaming Voedsel (ISVV) of via hun eigen verslaglegging kunnen bedrijven rapporteren over de inspanningen en resultaten op het gebied van duurzaamheid. Het ISVV wordt beheerd door de vijf brancheorganisaties die zijn aangesloten bij het Platform Verduurzaming Voedsel.

7

In het, januari 2011 verschenen onderzoek Bitter Fruit van Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (SOMO) komt naar voren dat Nederlandse supermarkten tekortschieten in het garanderen van fatsoenlijke arbeidsomstandigheden bij de teelt van hun groente en fruit in ontwikkelingslanden. Er werden hongerlonen, extreem lange werktijden, onderdrukking van vakbondsvrijheid en discriminatie vastgesteld bij toeleveranciers van Albert Heijn. Hoe valt uw conclusie dat supermarkten al genoeg doen aan verduurzaming van ketens, te rijmen met deze bij u bekende schendingen van onder meer fundamentele ILO-arbeidsrechten? Hoe verklaart u uw besluit met het besef dat andere Nederlandse supermarkten veelal minder strenge maatregelen nemen dan Albert Heijn om dergelijke veel voorkomende problemen in deze ketens te voorkomen? Kunt u aantonen dat supermarkten op het gebied van groente en fruit in 2015 voldoen aan de sociale criteria van Duurzaam Inkopen?

Ondanks de inspanningen die supermarktketens doen op het gebied van verduurzaming zijn er geen garanties te geven dat er in de keten geen incident plaatsvindt. Via het lidmaatschap van BSCI heeft de supermarktketen zich in dat geval verplicht om actie te ondernemen (zie antwoord op vraag 3 en 4). Als bij herhaling blijkt dat een bedrijf de fundamentele ILO-arbeidsrechten overtreedt dan zal een dergelijke leverancier uitgesloten kunnen worden van levering aan Nederlandse supermarkten. Onder regie van het IDH wordt gewerkt aan een duurzaamheidsconvenant met onder andere de retail en importeurs van groente en fruit. Met dit convenant wordt de afspraak gemaakt dat al de geïmporteerde groente en

fruit uit Zuid-Amerika, Afrika en Azië bestemd voor de Nederlandse markt zal voldoen aan een duurzaamheidsstandaard die is gebaseerd op zowel sociale als milieucriteria.

8

Is er onderzoek dat laat zien tot hoever in de keten de in de brief genoemde standaarden reiken? Zo nee, bent u bereid nader onderzoek te laten verrichten evenals naar de daadwerkelijke impact van de standaarden?

Het is aan de betrokken organisaties om private standaarden te controleren. Het Initiatief Duurzame Handel werkt in samenwerking met het Ministerie van Buitenlandse Zaken wel aan een aantal impact assessments die meer inzicht moeten verschaffen in bijdrage die certificering levert aan de verduurzaming van de handel.

9

U gaat er van uit dat het merendeel van de bedrijven mee gaat doen aan het Informatie Systeem Verduurzaming Voedsel (ISVV). Uit ervaringen van diverse NGO's, zoals Oxfam Novib, Fairfood en Stop the Traffik blijkt dat het overgaan tot duurzame productie bij sommige bedrijven moeizaam is. Zo liggen na de Groene Sint-actie van Oxfam Novib wel veel duurzame chocoladeletters in de winkel (de focus van de actie), maar is het faire aanbod na december nog beperkt. Op welke manier komt er bijvoorbeeld voor chocola een structurele ondergrens met betrekking tot arbeidsrechten en sociale misstanden? Op basis waarvan denkt u dat alle supermarktketens op basis van vrijwilligheid mee gaan werken aan het ISVV?

De resultaten die de cacao-industrie heeft bereikt heb ik uitgebreid toegelicht in mijn brief van 23 december jl. (TK 26 485, nr. 122). De branche organisaties hebben het ISVV breed ondersteund en benaderen momenteel de aangesloten bedrijven om hen te stimuleren de database te gaan vullen.

10

Welke eisen worden gesteld aan volledigheid en juistheid van informatie in het ISVV? Gaat u ervan uit dat alles wat niet in het ISVV staat, niet duurzaam is?

Deelname aan het ISVV gaat op basis van vrijwilligheid. De bedrijven zijn verantwoordelijk voor de juistheid en de volledigheid van de geboden informatie en kunnen worden aangesproken als de geboden informatie onvolledig en/of onjuist is. Bedrijven die hun duurzaamheidsinformatie niet in het ISVV zetten, zijn niet per se onduurzaam. Zij zullen echter door de deelnemers aan het Platform Verduurzaming Voedsel zo veel mogelijk gestimuleerd worden alsnog deel te nemen aan het systeem.

11

Om de consument in staat te stellen om verantwoorde keuzes te maken, is het belangrijk om richting de consument transparantie in de keten te bewerkstelligen. Voldoen supermarkten voldoende aan deze eis? Welke directe bijdrage gaat het ISVV leveren aan de keuze van consumenten in de supermarkt? In hoeverre is de consument in staat om te beoordelen of verwerkte grondstoffen in producten voldoen aan de minimumstandaarden, zoals soja?

Consumenten kunnen met behulp van het ISVV inzicht krijgen in de inspanningen en resultaten op duurzaamheidsgebied van bedrijven en merken aan de hand van verscheidene duurzaamheidsthema's. Zij kunnen

deze informatie gebruiken bij het maken van hun keuze voor een bepaald merk of een bepaalde supermarkt. Er zijn andere initiatieven in ontwikkeling die deze informatie gebruiken om meer toegesneden informatie aan consumenten te verstrekken.