



Position paper Rondetafel gesprek Voedsel: Duurzame en gezonde keuzes voor consumptie, Tweede kamer 5 april 2018

Ingebracht door GroentenFruit Huis

De uitdaging

De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) hanteert als slogan voor voedselbeleid: The Healthy Choice, The Easy Choice. Een eenvoudig maar niettemin zeer krachtig signaal. Zeker omdat er ook door verwezen wordt dat de beschikbaarheid van makkelijk consumeerbaar, maar veelal in de kern ongezond voedsel, overal is.

Groenten en fruit hebben een belangrijke positie in (internationaal) voedselbeleid vanwege de aanzienlijke winst die geboekt kan worden op duurzaamheid en de volksgezondheid. Niet in de laatste plaats ook omdat bij lange na de wetenschappelijk aanbevolen hoeveelheid consumptie niet wordt gehaald. Dit wordt versterkt door de twee volgende feiten (bron Gfk/GroentenFruit Huis):

1. De verkochte hoeveelheid groenten en fruit, gemeten in kilogrammen, neemt al jaren¹ geleidelijk af. In 2017 was de volumedaling 3%;
2. Analyse van koopgedrag laat een onderscheid zien in zogenaamde heavy buyers (20% van het kopers aandeel met 144,9 kg groenten per jaar) en de light buyers. De light buyers vormen 50% van het kopers aandeel met slechts 29,7 kg groenten per jaar, een factor 5 lager!!

Ontwikkelingen in de markt

In de strijd om de consument die op zoek is naar voeding zijn groenten en fruit in het nadeel. Doordat groente en fruit veelal een generiek product is, is er geen verdienmodel voor producenten, toeleveranciers en verwerkers om investeringen te doen in productontwikkeling. Dit is een structureel nadelige positie t.o.v. de verwerkende industrie die met onderscheidende merken wel middelen kan genereren voor productvernieuwing en doelgroepenbenadering.. Daarboven op komt het feit dat de Europese retailmarkt zich juist wil profileren met het aanbod van groenten en fruit. Feitelijk als huismerk. De sterke positie van de retail maakt vernieuwing van het aanbod niet makkelijk. Een waarschuwing is dat het huidige afzetmodel van meer dan 90% van het groenten en fruit in Nederland dat via de retail verkocht wordt, het aandeel van groenten en fruit in het voedingspatroon niet heeft weten te verhogen.

Een mogelijke oorzaak van het teruglopen van het volume ligt deels in het lagere gewicht van nieuwe producten zoals snackgroenten en kant en klaar producten. Producten die voor de lagere inkomensgroepen te duur lijken te zijn. Een recent naar voren gekomen andere mogelijke oorzaak is de daling van het aantal winkelbezoeken als gevolg van toegenomen online aankopen. Dit moet nader onderzocht worden maar geeft wel aan dat de ontwikkelingen ongunstig kunnen uitpakken voor het aandeel groenten en fruit in het voedingspatroon.

Aan de stimuleringskant zien we verder een sterke versnippering van private en ook publieke activiteiten. Voorbeelden zijn EU schoolfruit dat weer los staat van een actie van Milieu

¹ Met uitzondering van 2016 laten alle jaren vanaf 2008 steeds een lichte daling zien.



Centraal of van JOGG. Onder de vlag van het Nationaal Actieplan Groenten en Fruit (NAGF) met middelen van het ministerie van LNV en GroentenFruit Huis wordt geprobeerd activiteiten te bundelen en waar mogelijk te versterken. Deze goede eerste aanzet tot bundeling zou veel krachtiger opgepakt moeten worden om daadwerkelijk tot verandering in aanbod en eetgedrag te kunnen leiden.

De belangrijke rol van fruit en met name groente bij de leefstijlaanpak waar vanuit de gezondheidszorg aandacht voor ontstaat, blijft hier verder onbesproken maar is wel van grote invloed.

De economische kant van groente en fruit

De Nederlandse groente en fruitsector is een sterk internationaal georiënteerde sector. Onze marktpositie in de ons omringende landen is sterk. We weten dat deze landen ook kampen met een te lage consumptie van groenten en fruit. Een sprong voorwaarts in de kennis over hoe de consumptie door product en dienstenontwikkeling kan worden gestimuleerd zal daarmee een groot rendement voor de Nederlandse economie opleveren. Het bureau Berenschot heeft becijferd dat indien de gemiddelde consument 200 gram groenten per dag eet dit voor Nederland zo'n 8 miljard extra omzet oplevert en 120.000 extra arbeidsplaatsen.

Wat moet er volgens GroentenFruit Huis gebeuren in het Nederlands voedselbeleid?

1. Richt een nationaal kenniscentrum groenten en fruit in met een meerjarig onderzoeksprogramma van minimaal 10-15 miljoen per jaar als volwaardig tegenhanger van de verwerkende voedingsindustrie waar onderzoek wordt gedaan naar gezondheidseffecten, consumentengedrag, smaakontwikkeling, product- en conceptontwikkeling, belang van inhoudsstoffen, datasystemen gericht op fijne logistiek (last mile) en voorkomen voedselverspilling, verwerking en koken in grootkeukens, enzovoort. De uitkomsten van het onderzoek vormen de basis voor private product- en dienstenontwikkeling in alle sectoren van de economie en maatschappij. De financiering zou uit het Nationaal preventieakkoord kunnen komen of bijvoorbeeld uit een heffing op ongezonde producten zoals suikerhoudende frisdranken naar analogie van het Verenigd Koninkrijk;
2. Verhoog de BTW op groenten en fruit niet. De extra opbrengst van 120 miljoen (3% van 4,2 miljard) moet door prijsconcurrentie door de toeleveringsketen worden betaald en de investeringsmogelijkheden zullen daardoor verder afnemen.
3. Stel scherpe regels op voor het maken van reclame van verwerkte voedingsproducten waarin verwezen wordt naar de goede eigenschappen van verse groenten en fruit terwijl deze eigenschappen niet aan het betreffende product zijn toe te schrijven. Het Voedingscentrum of de NVWA zou daarin een controlerende rol kunnen krijgen;
4. Bundel alle publieke middelen (markt, gezondheidszorg, onderwijs, milieu) zoveel mogelijk om tot een versterking van de activiteiten en communicatie boodschappen te komen.

GroentenFruit Huis is de vereniging waarin bedrijven, die actief zijn in de afzetketen van verse groenten en fruit, samenwerken aan duurzaamheid, voedselveiligheid, voeding en gezondheid en internationale handelsketens. De vereniging kent ruim 350 leden met een totale omzet van 14,8 miljard euro. Bedrijfsactiviteiten zijn afzet coöperaties en telersverenigingen, importeurs en exporteurs, snijderijen en afrijping, enzovoort.