

Vergaderjaar 2018–2019

31 532

Voedingsbeleid

Nr. 221

**BRIEF VAN DE MINISTER VAN LANDBOUW, NATUUR EN
VOEDSELKWALITEIT**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 18 februari 2019

Op 4 december 2018 heeft de vaste commissie voor Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit de petitie «Onsje minder vleesreclame alstublieft» van de Stichting Even Geen Vlees in ontvangst genomen. Uw commissie heeft mij gevraagd een reactie te geven op de petitie. Tevens heeft de commissie verzocht een overzicht te geven van de overheidsmiddelen – op zowel nationaal als Europees niveau – die besteed worden aan het bevorderen van de consumptie van vlees. Met voorliggende brief geef ik, mede namens de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), invulling aan uw verzoek.

Reactie petitie

In mijn LNV-visie «Landbouw, natuur en voedsel: waardevol en verbonden» (Kamerstuk 35 000 XIV, nr. 5) vraag ik onder meer aandacht voor de waardering van voedsel. De huidige oriëntatie op een lage prijs zou moeten verschuiven naar gedrag dat past bij de hogere eisen die alom worden gesteld aan de voedselproductie. In mijn antwoord (Aanhangsel Handelingen II 2018/19, nr. 1091) op schriftelijke vragen van het lid De Groot (D66) heb ik dan ook aangegeven dat vleesreclames waarin vlees wordt aangeboden voor een prijs (ver) beneden de waarde van het product, niet bijdragen aan het bewustzijn van de consument voor de zorg en aandacht die de productie en consumptie van voedsel vragen. Het kabinet ziet echter geen aanleiding om te komen tot een verbod op vleesreclame. De inzet van dit kabinet is namelijk het informeren en bewust maken van consumenten over de impact van de consumptie van voedsel. Bij een duurzame en gezonde voedselconsumptie past onder andere een goede balans tussen dierlijke en plantaardige eiwitten in het dieet. In de door Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) en VWS gezamenlijk gefinancierde campagne «Goed eten met de Schijf van Vijf» zal het Voedingscentrum hier volop aandacht aan schenken.

Promotie activiteiten met publieke middelen

Op basis van de regels voor promotie van landbouwproducten van de Europese Unie (EU) ondersteunt de Europese Commissie initiatieven voor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties van landbouwproducten door deze te cofinancieren. Beroeps- en sectororganisaties kunnen met deze steun het concurrentievermogen van de landbouwsector van de EU versterken. De voorlichtings- en afzetbevorderingsacties richten zich op landen in de EU en landen buiten de EU. Bij de interne markt gaat het bijvoorbeeld om promotieacties of beursdeelname. Bij derde landen is het doel voorlichting geven en het bevorderen van de afzet van EU-landbouwproducten.

In de schriftelijke beantwoording van vragen over de LNV-begroting op 26 oktober 2018 (Kamerstuk 35 000 XIV, nr. 8) heb ik een overzicht gegeven van momenteel lopende promotiecampagnes waaraan vanuit Nederland wordt deelgenomen en die de Commissie heeft goedgekeurd. Uit het overzicht, waarin ook de financiële omvang van de promotiecampagnes is opgenomen, blijkt dat deze promotiecampagnes ten dele (70% tot 80%) gefinancierd worden vanuit EU-subsidies en dat beroeps- en sectororganisaties het overige deel financieren. Tot 2009 was voor promotiecampagnes die de EU ondersteunde nationale cofinanciering vanuit de overheid een vereiste. Uit de gegevens van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO.nl) blijkt dat in de periode 2001–2017 voor promotie- en voorlichtingsprojecten in de productgroep dierlijke producten (zuivel, vlees en eieren) € 13.527.956,- aan EU-subsidie is toegekend. In de periode 2001–2009 is in dezelfde productgroep tevens € 2.391.911,- aan nationale overheidsaanvulling toegekend. Nadien is geen nationale overheidsaanvulling voor promotie- en voorlichtingsprojecten meer toegekend.

De Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit,
C.J. Schouten