

De Tweede Kamer
t.a.v. Bureau Woordvoering Kabinetsformatie,
de informateur mevrouw M. Hamer
Postbus 20018
2500 EA Den Haag

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

Leidschendam, 18 mei 2021

postadres
Postbus 262
2260 AG Leidschendam

NL15 ABNA 0513 5446 74
BIC: ABNANL2A
KvK V 40412403

Referentie: 21.012/MJ/MRJ

Geachte mevrouw Hamer,

Supermarkten en groothandels zijn in de afgelopen periode zichtbaarder geweest dan ooit. En meer dan ooit voelen we als branche onze verantwoordelijkheid. Naar de 4 miljoen consumenten die elke dag bij ons hun boodschappen komen doen, naar onze 300.000 medewerkers die zorgen dat de winkels draaien en de schappen gevuld zijn, en naar onze ketenpartners met wie we gezamenlijk zorgen voor gezond, veilig, duurzaam, lekker en betaalbaar voedsel.

In het kader van de verkenning, de aanstaande onderhandelingen over de formatie en het nieuwe regeerakkoord, brengen wij graag enkele punten onder de aandacht die van belang zijn bij de doorstart van de Nederlandse economie en maatschappij. Dit doen wij aan de hand van vier voor ons belangrijke thema's, namelijk de arbeidsmarkt, een gezond en duurzaam assortiment en de toekomst van de voedselketen.

Een arbeidsmarkt met oog voor medewerkers én werkgevers

Supermarkten en groothandels bieden werk aan meer dan 300.000 mensen. Dit brengt uiteraard verantwoordelijkheid met zich mee. Voor veel jongeren is een baan als vakkenvuller of kassamedewerker in de supermarkt een eerste bijbaan. Deze groep jonge medewerkers laten een hoog verloop en grote doorstroom zien. Ook wil deze groep graag flexibel werken, bijvoorbeeld omdat men te maken heeft met wisselende schoolroosters. Dit past goed bij de branche, omdat het werk in de supermarkt wordt bepaald door de consument. Werktijden, vakanties en feestdagen hebben allemaal een grote invloed op de drukte in de supermarkt.

De groep vaste medewerkers werken vaak in hechte teams samen, heeft moderne arbeidsvoorwaarden en goede opleidingsmogelijkheden. Dit is van belang omdat allerlei trends en ontwikkelingen invloed hebben op de benodigde vaardigheden van medewerkers. Denk aan de toename van online boodschappen, het gebruik van zelfscankassa's en het toenemende belang van beleving op de winkelvloer door bijvoorbeeld het aanbieden van verse bereidingen. Hierdoor verdwijnen banen die worden geautomatiseerd en komen er tegelijkertijd nieuwe functies bij waarvoor medewerkers andere vaardigheden nodig hebben. De branche speelt hierop in door nieuwe vaardigheden expliciet onderdeel te maken van de interne opleidingsmogelijkheden en door budget beschikbaar te stellen voor medewerkers die zich willen omscholen. Tot slot bieden supermarkten en groothandels ook volop kansen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Zo werken er bijvoorbeeld veel Wajongers en mensen die vallen onder de Participatiewet.

Bij het CBL zijn aangesloten:

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

Aandachtspunten

- Wanneer een nieuw Kabinet ervoor kiest het Wettelijk Minimumloon (WML) te verhogen, moet worden voorkomen dat werkgelegenheid verloren gaat en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt geen werk meer kunnen vinden in de supermarktbranche. Wij pleiten er al langer voor dat de WIG (verschil tussen bruto- en nettoloon) verkleind wordt, maar ook dat de koppeling tussen het wettelijk minimumloon en het minimumjeugdloon en uitkeringen zoals AOW en bijstand wordt losgelaten. Door op deze wijze aandacht te houden voor de lasten van de werkgever, kan worden voorkomen dat arbeidsplaatsen verloren gaan door bijvoorbeeld versnelde automatisering.
- In de supermarkt en groothandel-branche is de inzet van flexibel en tijdelijk personeel van groot belang. Dit heeft te maken met de aard van het werk. Dit betekent echter niet dat de inkomenszekerheid van werknemers onder druk hoeft te staan. Vastere contracten zijn mogelijk, mits er wel ruimte is om medewerkers op flexibele tijden en op verschillende posities in te zetten.
- Leven Lang Ontwikkelen (LLO) moet worden gezien als een gedeelde verantwoordelijkheid van werkgevers én werknemers. De supermarktbranche kent sinds 2018 een supermarktleeuwerking waarin voor vaste medewerkers in dienst van de supermarktbranche een budget wordt opgebouwd wat zij naar eigen inzicht kunnen gebruiken. De overheid moet het gebruik hiervan ondersteunen. Bijvoorbeeld door het beroepsonderwijs beter in te richten voor LLO gericht op werkenden en door het bundelen van publieke en private LLO-budgetten mogelijk te maken. Private LLO-budgetten zoals gebruikt in de supermarkt en groothandel-branche zouden aanvullend moeten werken op publieke budgetten.

Een gezond en duurzaam assortiment voor iedereen in Nederland

Eten is van levensbelang. Elke dag wordt dan ook hard gewerkt om ervoor te zorgen dat alle Nederlanders beschikken over goed en betaalbaar voedsel. Hierbij is ook volop aandacht voor gezondheid en duurzaamheid. In alle supermarkten is veel aandacht voor het aanbod groenten en fruit. Ook werken alle supermarkten mee aan het vergroten van de zichtbaarheid van producten uit de Schijf van Vijf. Zo ligt er in veel winkels gratis fruit voor kinderen, zijn er in het merendeel van de 4300 supermarkten receptenkaarten te vinden die passen binnen de Schijf van Vijf, hebben veel supermarkten bijvoorbeeld snackgroenten en innovatieve producten als bloemkoolrijst geïntroduceerd en zetten supermarkten in op goede vegetarische keuzes. Daarnaast wordt er hard gewerkt aan het verbeteren van de samenstelling van producten, door het terugbrengen van de suiker-, verzadigd vet- en zoutgehaltes.

Ook zijn consumenten zich steeds bewuster van duurzame producten in de supermarkt. Hier wordt dan ook volop op ingespeeld. Supermarkten passen hun aanbod zoveel mogelijk aan op de vraag van de consument, nemen hun verantwoordelijkheid en dragen bij aan het aanpassen van productieprocessen. Een voorbeeld hiervan zijn de afspraken die in de voorbije jaren zijn gemaakt over de verdere verduurzaming van kip- en varkensvlees. Door deze afspraken komt een duurzaam stukje vlees voor iedere consument binnen handbereik. In de Nederlandse supermarkten liggen ook producten die ver over de grens gemaakt worden. Ook voor deze producten gelden duurzaamheidseisen. Door de OESO-richtlijnen zijn bedrijven verplicht om na te gaan in hoeverre ze betrokken zijn bij misstanden op het gebied van mensenrechten, milieu of dierenwelzijn (due diligence). Hiervoor werken supermarkten samen met ketenpartijen, maatschappelijke organisaties en de overheid.

Gelukkig zien we effect van de verschillende activiteiten die supermarkten ondernemen. Consumenten kopen steeds meer producten met een duurzaam-keurmerk en omarmen gezondheidsinitiatieven zoals de promotie van de Schijf van Vijf. Doel is om het voor de consument steeds makkelijker maken om zelf te kiezen voor gezonde en duurzame producten. Deze keuzevrijheid is een groot goed. Op sommige punten kan de overheid echter wel een rol spelen.

Bij het CBL zijn aangesloten:

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

Aandachtspunten

- Wij wensen een krachtig vervolg op het Nationaal Preventieakkoord in de nieuwe kabinetsperiode. Indien op basis van de RIVM-doorrekening ten aanzien van de ambities blijkt dat nieuwe maatregelen noodzakelijk zijn, vragen wij om dit samen met het bedrijfsleven en het maatschappelijk middenveld op te pakken. Daarnaast is het belangrijk om goed te kijken naar de effectiviteit, haalbaarheid en het draagvlak van nieuwe maatregelen. Vooral bij marktversturende maatregelen zoals een suikerbelasting, reclamebeperking of een verhoging van de accijns op alcohol.
- Nutri-Score kan de consument helpen bij het maken van de gezonde keuze en stimuleert tegelijkertijd bedrijven om de samenstelling van producten positief te herformuleren. Dit logo zou in 2020 worden ingevoerd in Nederland. Na eerder uitstel naar 2021, blijkt nu dat de invoering nog verder wordt verschoven naar 2022. Het is nu zaak om daad bij woord te voegen en zo snel als mogelijk Nutri-Score in Nederland in te voeren.
- Er moet serieus werk worden gemaakt van Europese Due Diligence-wetgeving. Zo kunnen we gezamenlijk meer bereiken en ontstaat er geen onduidelijkheid of een ongelijk speelveld door verschillende nationale wetten.

Een sterke Nederlandse voedselketen met oog voor de toekomst

Alles komt samen in de supermarkt: wat boeren verbouwen en wat bedrijven maken ligt dagelijks in één van de meer dan 4000 supermarkten. Nederland draait op wat supermarkten verkopen en daarom moet het assortiment goed, gezond, veilig, betaalbaar én lekker zijn. Een uitdaging waar wij iedere dag samen met boeren, tuinders, leveranciers en wetenschappers aan werken.

Om de productie, verwerking en distributie van voedsel duurzamer te maken, met volop aandacht voor mens, dier en milieu, is onderling vertrouwen noodzakelijk. Hierdoor ontstaat ruimte en perspectief om een langdurige commitment met elkaar aan te gaan om de voedselketen daadwerkelijk te versterken en te verduurzamen. Supermarkten willen de komende jaren in ieder geval investeren in communicatie richting klanten over regionale streekproducten en de herkomst van versproducten. Ook gaan supermarkten in hun communicatiemiddelen het belang van de Nederlandse boer onder de aandacht brengen. Iedere supermarkt doet dit op zijn eigen manier. Echter heeft ook de overheid een rol als het gaat over de toekomst van de Nederlandse voedselketen.

Aandachtspunten

- Er wordt volop gesproken over het verbeteren van het verdienvermogen van de Nederlandse boer. Als de coronacrisis iets duidelijk heeft gemaakt, is dat supermarkten in beperkte mate invloed hebben op de prijsvorming van agrarische producten. Denk aan de impact van het instorten van het out-of-home kanaal of de Nederlandse export. Er blijft echter onduidelijkheid over handelsstromen, importen en export van producten en de gevolgen voor de land- en tuinbouwsectoren en de rest van de voedselketen. Het is daarom noodzakelijk dat een speciaal hiervoor opgerichte taskforce binnen 6 maanden de feiten en cijfers duidelijk in beeld brengt zodat dit de feitelijke en algemeen geaccepteerde basis vormt voor verdere discussie.
- Met het voorgenomen wetsvoorstel 'Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven' zou ruimte worden gemaakt voor branchebrede afspraken over bijvoorbeeld duurzamer vlees of duurzamere zuivel. Dit wetsvoorstel verdient het om snel te worden ingevoerd, zodat verdere samenwerking in de keten op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen mogelijk wordt gemaakt.
- Wij vragen van de overheid om perspectief voor een periode van ten minste 5 jaar om ketenactiviteiten voor ondernemers mogelijk te maken en investeringen zinvol te laten zijn. Met duidelijke kaders is voor iedereen in de keten duidelijk waar we naartoe moeten werken.

Bij het CBL zijn aangesloten:

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

Tot slot

Wij vragen u het belang van voldoende en kwalitatief hoogwaardig voedsel én de essentiële rol van supermarkten en foodservicebedrijven in de samenleving in het oog te houden. Hiervoor is het noodzakelijk dat het nieuwe Kabinet aandacht en waardering heeft voor alle spelers in de agri-foodketen. Supermarkten en foodservicebedrijven willen graag samen met hun ketenpartners een leidende rol spelen in noodzakelijke veranderingen om de productie en distributieketen van voedsel robuuster en toekomstbestendig te maken. Daarbij willen wij onnodige maatschappelijke kosten als gevolg van politiek ingegeven besluiten voorkomen. Voor supermarkten en foodservicebedrijven staat de klant centraal als startpunt van ons handelen. Daarom is het van belang dat de agri-foodketen vraag gestuurd kan blijven werken en samenwerken.

Hoogachtend,

Bert Roetert
Voorzitter CBL

Bij het CBL zijn aangesloten:

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