

Aan de Ministerraad

T.a.v. de minister-president, de minister van Financiën,
de minister van EZK, de minister van KGG, de minister van I&W,
de minister van LNVN, de minister van VWS, de minister van SZW
Postbus 20001
2500 EA Den Haag



Bezoekadres
Overgoo 13
2266 JZ Leidschendam

Postadres
Postbus 262
2260 AG Leidschendam

070 - 3376200
info@cbl.nl
www.cbl.nl

DATUM 08-06-2026

BETREFT Voorkom duurdere boodschappen door kostenstijgingen

REFERENTIE 26.003/MJ/NA


Excellenties,

Alle economische sectoren worden geraakt door de crisis in het Midden-Oosten. Prijzen van grondstoffen, halffabricaten en eindproducten zijn hard gestegen als gevolg van handelsbeperkingen van olie en gas en een verstoorde wereldhandel. Ook supermarkten en foodservicebedrijven merken de gestegen kosten voor brandstof en energie in hun dagelijkse bedrijfsvoering. Hetzelfde geldt uiteraard voor bedrijven in onze toeleveringsketens: van boeren en tuinders tot fabrikanten en importeurs. Dit heeft impact op de voedselprijzen. Volgend jaar kan de voedselinflatie als direct gevolg hiervan oplopen tot wel 10%¹. Omdat supermarkten aan het uiteinde van de waardeketen zitten, zijn deze stijgingen op dit moment vaak nog niet direct zichtbaar voor de consument. Afhankelijk van het product zit hier een vertragingsfactor van vier tot twaalf maanden in. Maar de dagelijkse boodschappen zullen als gevolg van het conflict in het Midden-Oosten zeker duurder worden.

Supermarkten en foodservicebedrijven spannen zich in om kostenstijgingen zoveel mogelijk in de eigen bedrijfsvoering op te vangen, door kostenbesparende maatregelen te nemen en efficiency na te streven. Voor onze branche is dit de eerste – en vaak enige – knop om aan te draaien om prijsstijgingen van voedsel te voorkomen. De retail is echter een branche met historisch flinterdunne marges. De effecten van kostenbesparende maatregelen zijn vaak tijdelijk van aard en, belangrijker, onvoldoende om de te verwachten kostenstijgingen op te vangen. We verwachten dan ook dat voedselprijzen zullen stijgen in het kielzog van verder stijgende marktprijzen. De Autoriteit Consument en Markt voert momenteel een grootschalig onderzoek uit naar de prijsvorming in de gehele waardeketen van voedselproductie en -distributie. Wij verwachten dat de huidige mondiale crisis en de gevolgen daarvan voor het bedrijfsleven daarin zeker tot uitdrukking komen.

Verder zien wij dat het consumentenvertrouwen laag is. Klanten zijn in toenemende mate prijsbewust en verwachten van supermarkten en foodservicebedrijven een concurrerend en kwalitatief hoogwaardig aanbod tegen scherpe prijzen. Wij merken in toenemende mate dat Nederlanders in de grensstreek de boodschappen en andere producten zoals brandstoffen in Duitsland dan wel België kopen. De oorzaken hiervan zijn divers maar hebben vooral te maken met niet geharmoniseerde belastingregimes met onze buurlanden, de aanwezigheid van kostprijsverhogende belastingen in Nederland en de afwezigheid van gerichte steunmaatregelen op de korte termijn voor ondernemers en consumenten. Vooral Nederlandse ondernemers in de grensregio zien de afvloeiing van omzet met lede ogen aan en het raakt hun economische en maatschappelijke positie in de dorpen en stadswijken hard.

¹ <https://www.rabobank.nl/kennis/d011521010-hogere-energieprijzen-zorgen-voor-duurdere-boodschappen>



Tegelijkertijd heeft de achterban van het CBL zich gecommitteerd aan een aantal ambitieuze maatschappelijke doelstellingen: de reductie van broeikasgassen in de eigen bedrijfsvoering en de keten (scope-3), het vergroten van de verkoop van producten uit de Schijf van Vijf en het gezonder maken van producten buiten de schijf van Vijf (herformulering), investeringen in de circulaire economie en de eiwittransitie. De leden van het CBL staan achter deze doelstellingen en willen aan deze ambities blijven werken, samen met ketenpartners. De realiteit is echter dat deze ambities gepaard gaan met hogere kosten. Deze extra kosten zijn supermarkten en foodservicebedrijven bereid te maken in overleg en afstemming met betrokken leveranciers. Samen met ketenpartners en in een transparante communicatie met de consument, wordt voor deze bovenwettelijke inspanningen gezocht naar een goed verdienmodel voor alle betrokken bedrijven in de waardeketen.

Naast alle extra kosten die voortkomen uit de crisis in het Midden-Oosten en de extra kosten om maatschappelijk ambities te verwezenlijken, voorzien wij dat enkele beleidsmaatregelen van het kabinet een behoorlijk prijsopdrijvend effect zullen hebben voor de boodschappen. Te denken valt aan de beoogde invoering van een suikertaks, de vrachtwagenheffing, energieheffingen, de verhogingen van het minimumloon en het minimumjeugdloon en diverse toevoegingen bovenop Europese wetgeving. Al deze maatregelen hebben primair een kostprijsverhogend effect op de bedrijfsvoering van supermarkten en foodservicebedrijven zonder dat daar een toegevoegde waarde tegenover staat voor de klant in de winkel. Ook hebben deze beleidsmaatregelen een niet te onderschatten effect bij onze ketenpartners.

Gezien de onzekere situatie op de korte en middellange termijn, roept het CBL daarom het kabinet met klem op om bovengenoemde voorgenomen beleidsmaatregelen met bijbehorende heffingen, belastingen en kostenstijgingen de komende tijd niet uit te voeren en zo bij te dragen aan de betaalbaarheid van de dagelijkse boodschappen. Het is essentieel dat de Nederlandse economie in staat is om kostenverhogende maatregelen op te vangen. Wij gaan graag met u in gesprek om te verkennen hoe we kunnen samenwerken om voedselinflatie te voorkomen en tegelijkertijd kunnen bijdragen aan oplossingen voor maatschappelijke ambities.

Met vriendelijke groet,



Bert Roetert
Voorzitter CBL