

Ministerie van Financiën
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
P/a Directoraat-Generaal Fiscale Zaken
Postbus 20201
2500 EE Den Haag

www.internetconsultatie.nl

Rotterdam, 6 juni 2024

Onderwerp: Reactie contourenbrief gedifferentieerde heffing niet-alcoholische dranken

Geachte dames en heren,

The Coca-Cola Company is een wereldwijd opererende multinational met een uitgebreid drankenportfolio dat meer dan 200 merken en duizenden dranken omvat, van frisdranken en water tot koffie en thee. Ook in Nederland biedt Coca-Cola Nederland, samen met de hier gevestigde bottelaar Coca-Cola Europacific Partners, een breed scala aan merken en varianten. Daarbij erkennen en voelen wij als marktleider de verantwoordelijkheid om een positieve rol te spelen bij het bevorderen van een gezonde en gebalanceerde leefstijl en leefomgeving.

Via onze brancheverenigingen zijn The Coca-Cola Company en Coca-Cola Europacific Partners in Nederland aangesloten bij het Nationaal Preventieakkoord. Hierin zijn afspraken gemaakt met ruim zeventig partijen. Onder dit Preventieakkoord heeft Coca-Cola in Nederland zich – in lijn met eigen beleid en eerdere commitments – binnen de sector ingezet voor een aangepast aanbod en een significante caloriereductie per 100 ml van 30% in 2025 ten opzichte van 2012. Deze reductie is door de sector eind 2022 gerealiseerd. Niettemin stelt het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) dat de gezondheidsdoelen die voor 2040 zijn gesteld niet worden gehaald. Ondanks het akkoord, zal het aantal mensen met overgewicht blijven stijgen. Door de afspraken neemt het aantal mensen met overgewicht wel iets minder sterk toe dan zonder de afspraken.

Coca-Cola in Nederland is van mening dat er aanvullende maatregelen nodig zijn. Wij blijven suiker reduceren in bestaande dranken, en brengen nieuwe suikervrije en suikerarme producten op de markt. Ons interne doel om in 2025 minstens 50% van het verkoopvolume in Nederland te halen uit producten die suikervrij of laagcalorisch zijn hebben we in 2023 gerealiseerd. Dat percentage gaan we dit jaar weer verder verhogen. We hebben ons uitgesproken om marketingregels aan te scherpen, en de leeftijd voor kinderen in de Reclamecode te verhogen van 13 jaar naar 16 jaar.

Prijzmaatregelen zouden als aanvullende interventie volgens ons een rol kunnen spelen. Voor ons staat voorop dat het gezondheidsdoel leidend is en dat maatregelen proportioneel zijn voor een industrie die 15% van de dagelijkse suikerinname van Nederlanders verzorgt.

Graag reageren wij dan ook op de internetconsultatie 'Contourenbrief verbruiksbelasting van alcoholvrije dranken op basis van suikergehalte' en de vragen die daarin zijn gesteld. Uiteraard staan wij open voor verdere gesprekken over de eventuele aanpassingen en denken wij graag mee over (de doorontwikkeling van) de modellen.

Beantwoording vraag 1.

Coca-Cola is een wereldwijde marktleider binnen de (fris)drankindustrie en zet zich op verschillende manieren in voor het bevorderen van een gezonde en gebalanceerde leefstijl. Onze inzet is daarbij gericht op het bieden van brede keuze, het reduceren van suiker in bestaande producten, innovatie met de introductie van nieuwe laagcalorische en suikervrije dranken, portiecontrole eenvoudiger te maken door kleinere verpakkingen aan te bieden en met het motiveren van bewuste keuze door consumenten via onze marketing. Momenteel zetten wij ruim 85% van ons marketingbudget achter suikervrije en laagcalorische dranken. Tevens werken we samen met gedragswetenschappers om gedragsinzichten te vertalen naar een concrete aanpak om bewuste keuzes te stimuleren.

Wij erkennen het belang van een breed pakket aan maatregelen om de problemen rond overgewicht en obesitas te adresseren. Het voornemen de huidige verbruiksbelasting te differentieren op basis van het suikergehalte is onzes inziens een positieve stap. De huidige verbruiksbelasting maakt geen onderscheid tussen suikervrije, suikerarme en suikerrijke producten, waarmee het beoogde gezondheidseffect minimaal is. Een gedifferentieerde verbruiksbelasting voor non-alcoholische dranken is daarbij potentieel een effectief instrument.

Door het belastingtarief afhankelijk te maken van suikergehalte, worden producenten aangemoedigd nog sterker te herformuleren en krijgen consumenten een prijsprikkel voor keuzes met minder calorieën. Proportionaliteit is hierbij van belang. De frisdrankenbelasting in het Verenigd Koninkrijk (met een maximumtarief van 24 pence per liter) heeft aangetoond productaanpassingen en consumentengedrag significant te stimuleren in de beoogde richting. Tegelijkertijd kan een gedifferentieerde verbruiksbelasting niet worden gezien als panacee, gezien de beperkte bijdrage van 14,9% die niet-alcoholische dranken behelzen binnen de dagelijkse suikerinname van de gemiddelde Nederlander.

Beantwoording vraag 2.

Bij het invoeren van een gedifferentieerde verbruiksbelasting zouden zo min mogelijk non-alcoholische dranken moeten worden uitgezonderd: een heffing op suiker moet een heffing op suiker zijn. Wij volgen de lijn van deskundigen om daarbij geen onderscheid te maken tussen verschillende soorten dranken, omdat het menselijk lichaam geen onderscheid maakt tussen de suikers in verschillende soorten dranken.

Een belasting die geldt voor alle non-alcoholische dranken is daarbij eenvoudiger te implementeren en handhaven, waarbij eventuele verwarring bij consumenten en producenten over welke dranken wel of niet belast worden, wordt voorkomen.

Wij benadrukken hierbij dat het uitgangspunt in de consultatie om hetzelfde bedrag op te halen als onder de huidige verbruiksbelasting, onwenselijk is. Dit uitgangspunt behelst dat, na de recente verdrievoudiging van de verbruiksbelasting naar € 26,13 per hectoliter, het hoogste tarief van de belasting verder zal stijgen naar – afhankelijk van het scenario - 40 euro of ruim 50 euro.

Een dergelijke stijging is volgens ons na de eerdere verhoging disproportioneel, zeker voor bedrijven die zich ruim voor de afgesproken horizon aan de afspraken van het Nationaal Preventieakkoord hebben gehouden. De budgettaire opbrengst stijgt van 690 miljoen euro in 2024 tot 733 miljoen euro in 2028, blijkbaar ook als de gedifferentieerde verbruiksbelasting leidt tot productverbeteringen en/of tot een verschuiving van aankoop en consumptie. Dit leidt in de praktijk tot druk op de begroting en de tarieven. Eventuele tariefverhogingen staan dan op gespannen voet met het doel van de maatregel en leiden tot prijswisselingen die niet verenigbaar zijn met het reguliere gedrag van consumenten, wat het systeem kan ondermijnen. In het Verenigd Koninkrijk is daar dan ook expliciet van afgeweken, om die situatie te voorkomen.

Daar komt voorts bij dat uit de Voedselconsumptiepeiling 2019-2021 van het RIVM uit december vorig jaar blijkt dat Nederlanders steeds minder suiker consumeren via non-alcoholische dranken. Niet-alcoholische dranken waren in de periode 2019-2021 verantwoordelijk voor 14,9% van de suikerinname in Nederland, een daling ten opzichte van de 21,5% in de periode 2012-2016.

Voor een daadwerkelijk doeltreffende interventie gericht op het adresseren van overgewicht en obesitas, kan simpelweg niet alleen worden gekeken naar de categorie niet-alcoholische dranken.

Beantwoording vraag 3 en 4.

Zoals gemeld in de eerdere beantwoording, pleiten wij voor zo min mogelijk uitzonderingen op de regel. Niettemin zou er voor mineraalwater een uitzondering kunnen worden gemaakt: deze groep is met de verdrievoudiging van de heffing op 1 januari jl. immers al uitgezonderd, waarbij opnieuw belasten inconsistent beleid oplevert. De contourenbrief benadrukt dat dit scenario vanuit volksgezondheid het meest passend is.

Daar komt vanuit belastingtechnisch oogpunt bij dat een eenvoudiger belastingstelsel vereist dat het aantal fiscale regelingen - uitzonderingen of kortingen op te betalen belastingen inclusief – zoveel mogelijk wordt beperkt. Hoe meer fiscale uitzonderingen, hoe complexer de uitvoering, het toezicht en de handhaving van deze belasting. De transparantie tussen overheid, producent en consument wordt eveneens bevorderd door eenvoud. Ook heeft het belasten van alle non-alcoholische dranken het voordeel dat de tarieven binnen het systeem beperkt blijven. Tot slot meldt de contourenbrief zelf dat het uitsluiten van meerdere non/alcoholische dranken 'een zeer grote budgettaire impact op het tarief voor de overige dranken' die kunnen leiden 'tot grotere prijsverschillen met buurlanden, met substantiële grenseffecten als risico.' Wij zijn van mening dat een beter inzicht in deze grenseffecten essentieel is.

Alles afwegende genieten scenario's die afbreuk doen aan het uitgangspunt dat suiker aan zich wordt geadresseerd in de heffingen, niet de voorkeur.

Beantwoording vraag 5.

De accijns op alcoholhoudende bieren staat wat ons betreft in dit stadium los van de besluitvorming over een gedifferentieerde verbruiksbelasting.

Conclusie.

Coca-Cola steunt de invoering van een proportionele gedifferentieerde heffing op niet-alcoholische dranken als vervanging van het huidige model, zolang het gezondheidsdoel leidend is. Een vaste budgettaire opbrengst is daarbij onwenselijk, evenals significante tariefstijgingen na de verdrievoudiging van de verbruiksbelasting op 1 januari jl. Zowel vanuit het gezondheidsdoel, de belastingeenvoud en de consument die helderheid en transparantie mag verwachten, is het wenselijk om zo min mogelijk uitzonderingen in te voeren bij differentiatie. Gezondheid, uitvoering, toezicht en handhaving zijn daarbij gebaat.