

Ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit

T.a.v. de minister en viceminister-president mevrouw drs. C.J. Schouten

Betreft: Reactie internetconsultatie Wet oneerlijke handelspraktijken landbouw- en voedselvoorzieningsketen

16 augustus 2019

Hooggeachte mevrouw Schouten,

Albert Heijn (AH) heeft kennis genomen van het consultatiedocument inzake de 'Regels strekkende tot implementatie van Richtlijn (EU) 2019/633 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 inzake oneerlijke handelspraktijken in de relaties tussen ondernemingen in de landbouw- en voedselvoorzieningsketen (PbEU 2019, L 111/59) (Wet oneerlijke handelspraktijken landbouw- en voedselvoorzieningsketen)' (het Wetsvoorstel).

Wij geven graag een reactie op het Wetsvoorstel omdat wij ons op onderdelen niet kunnen vinden in de wijze waarop het Wetsvoorstel (naar aanleiding van de hierboven genoemde richtlijn (de Richtlijn)) is vormgegeven. Hieronder volgt eerst een korte introductie, gevolgd door onze voornaamste bezwaren.

1. Introductie

1.1 Proportionele wetgeving: bescherming vs. marktwerking

Oneerlijke handelspraktijken in de levensmiddelen distributieketen kunnen niet door de beugel. Wij zijn daarom voorstander van de aanpak van dergelijke praktijken. Tegelijkertijd dient wet- en regelgeving proportioneel te zijn, omdat beschermende maatregelen anders tot negatieve neveneffecten kunnen leiden. Het gaat om het vinden van een goede balans tussen afdoende bescherming voor marktpartijen die dat daadwerkelijk nodig hebben enerzijds en gezonde marktwerking anderzijds.

Zoals in de Memorie van Toelichting bij het Wetsvoorstel (MVT) is beschreven, beogen de Richtlijn en het Wetsvoorstel oneerlijke handelspraktijken binnen de Nederlandse landbouw- en tuinbouwsector te voorkomen. In het bijzonder wordt met het Wetsvoorstel geprobeerd te voorkomen dat afnemers – waaronder supermarktketens als AH – misbruik maken van hun (machts-)positie. Dit is onder meer ingegeven door de aanname dat de onderhandelingsmacht tussen de verschillende partijen in de keten onevenwichtig verdeeld kan zijn, waardoor leveranciers – kort gezegd – in hun positie kunnen worden benadeeld en onder druk kunnen worden gezet.

1.2 Extra bescherming voor leveranciers tot 350 miljoen euro omzet noodzakelijk?

AH roept tegen deze achtergrond in herinnering dat de Europese Commissie in haar aanvankelijke Europese wetgevingsvoorstel tegen oneerlijke handelspraktijken in de landbouw- en voedselvoorzieningsketen van april 2018, zich richtte op de bescherming van boeren en kleine en middelgrote agrarische en voedselverwerkende ondernemingen. Volgens de door de Europese Commissie gehanteerde definitie van Middelgrote en Kleine Bedrijven (MKB) ging het daarbij om ondernemingen met maximaal 250 werknemers en een omzet van maximaal 50 miljoen euro op jaarbasis.

Uiteindelijk kwamen Europees Parlement en Raad van lidstaten in december 2018 als compromis overeen dat bedrijven met een omzet tot maximaal 350 miljoen euro onder de Europese wetgeving bescherming verkrijgen. Volgens het directoraat-generaal Landbouw van de Europese Commissie valt daarmee slechts circa 2% van de agrarische en voedselverwerkende bedrijven buiten de Europese Richtlijn. Het gaat daarbij om de allergrootste bedrijven, waaronder multinationale voedselproducenten.

Wij vragen ons af of met een omzetsgrens van 350 miljoen euro er al geen sprake is van overregulering. Hebben bedrijven van deze schaalgrootte daadwerkelijk bescherming nodig in hun onderhandelingen met grotere afnemers?

Ook de Nederlandse Land- en Tuinbouworganisatie (LTO) lijkt hier sceptisch over. In 2017 stelde LTO in reactie op een consultatie van de Europese Commissie met beleidsopties ten aanzien van de aanpak van oneerlijke handelspraktijken überhaupt 'niet veel nut te zien om met meer wetgeving te komen. LTO Nederland is ervan overtuigd dat dit de situatie in de voedselketen niet zal verbeteren. In plaats daarvan zou het leiden tot meer (juridische) gevechten tussen partners in de voedselketen en in het algemeen meer bureaucratie veroorzaken. Het zou de innovatie en het concurrentievermogen niet verbeteren', aldus LTO Nederland¹.

AH hecht er ook aan te wijzen op waarschuwingen van het directoraat-generaal Mededinging van de Europese Commissie voor overregulering en de potentiële negatieve neveneffecten daarvan. De Europese mededingingsdienst beklemtoont dat voorkomen moet worden dat grote voedselverwerkende multinationals onder de beschermende werking van de richtlijn gaan vallen, aangezien dit, kort samengevat, het evenwicht tussen grote fabrikanten en retailers zou verstoren. 'Regulering van commerciële transacties tussen dergelijke grote spelers zou de druk kunnen verminderen die grote klanten op grote fabrikanten kunnen uitoefenen om hun marges te verkleinen en aanzienlijke marktverstoring inhouden vanwege hun brede impact op de markt en, uiteindelijk, op de consumentenprijzen', stelt de Europese mededingingswaakhond, die daaraan toevoegt dat 'niet duidelijk is dat boeren of andere partijen hoger in de toeleveringsketen zouden profiteren van een regeling van oneerlijke handelspraktijken die grote verwerkers of fabrikanten grotere marges zouden opleveren. Een grote fabrikant die regulering van oneerlijke handelspraktijken zou gebruiken om retailers onder druk te zetten om de prijzen te verhogen waartegen retailers bij de fabrikant kopen,

¹ Reaction by LTO Nederland to the EU inception consultation on the Food Supply Chain, as submitted by LTO Nederland to the European Commission on 21 August 2017 https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-3735471/feedback/F6730_en?p_id=40090

heeft geen verplichting of prikkels om de extra behaalde voordelen te delen die deze fabrikant zou verkrijgen als gevolg van een dergelijke regulering en het is daarom onwaarschijnlijk dat de fabrikant die extra voordelen zou delen met zijn eigen leveranciers.²

1.3 Geen “goldplating” in belang van boer en consument

Onder meer gelet op het voorgaande, roepen wij de Nederlandse overheid op de Europese wetgeving tegen oneerlijke handelspraktijken in te voeren zonder enige extra aanvulling, noch wat betreft de reikwijdte van de bedrijven die eronder vallen, noch wat betreft het aantal bepalingen van verboden en gelimiteerde praktijken. AH is anders gezegd tegen ‘goldplating’, dat wil zeggen het regelen van verdergaande of andere verplichtingen in Nederlandse regelgeving dan uit een EU-richtlijn voortvloeit. Dit om een juiste balans te vinden tussen afdoende effectieve bescherming en gezonde marktwerking. Hierbij dient niet enkel het belang van de boer scherp in de gaten te worden gehouden, maar ook het belang van de consument. De consument is er bijvoorbeeld, indachtig de waarschuwing van de Europese mededingingsdienst, niet bij gebaat in de supermarkt hogere prijzen voor artikelen van grote voedselverwerkende fabrikanten te moeten betalen, terwijl boeren daar verder geen baat bij hebben.

Tegen deze achtergrond treft u hieronder onze voornaamste bezwaren tegen de wijze waarop de Nederlandse regering de EU-richtlijn wenst in te voeren.

Gelet op de brede werking van het Wetsvoorstel, valt AH naar verwachting onder het bereik van de uit het Wetsvoorstel voortvloeiende regels. Wij hechten eraan een beknopte schets te geven van de samenwerking van AH in de versketens. Een uitgebreide uiteenzetting treft u als bijlage aan in onze bijdrage aan de realisatie van de Landbouwvisie.

1.4 Langlopende samenwerking Albert Heijn en versleveranciers

Anders dan waarvan het Wetsvoorstel uitgaat, wordt de verhouding tussen AH en haar versleveranciers niet gekenmerkt door onevenwichtigheid en een zwakke(re) positie van de leverancier. De relatie van AH met haar versleveranciers wordt gekenmerkt door transparantie en nauwe, langlopende ketensamenwerking. Om ons te kunnen onderscheiden van de (internationale) concurrentie (on- en offline) en voor te bereiden op toekomstige schaarste van grondstoffen, werken we steeds vaker in gesloten en korte versketens waarin we samen met de schakels in zo’n keten innoveren, producten gezonder maken, voedselverspilling verminderen en de impact op het milieu verkleinen. Ook zorgen we met onze gesloten ketens voor beschikbaarheid op de lange termijn en voor een keten waarin

² Commission Staff Working Document Impact Assessment, Initiative to improve the food supply chain, Accompanying the document Proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on unfair trading practices in business-to-business relationships in the food supply chain, as published by the European Commission on 12 April 2018. Annex H: Economic impact of unfair trading practices regulations in the food supply chain, as drafted by the Competition directorate of the European Commission, is part of the Commission Staff Working Document. Annex H starts from page 260 and onwards.

alle schakels een eerlijke boterham verdienen en de producten betaalbaar blijven voor onze klanten. Alleen op de laagste prijs inkopen is voor AH nu en in de toekomst niet aan de orde. Het gaat over de balans tussen duurzaamheid, beschikbaarheid, prijs, kwaliteit en innovatie bij de inkoop van onze producten. Dit zijn ook de onderwerpen waarover we met onze leveranciers praten. Het gaat zeker niet alleen om prijs. Onderscheidend vermogen is belangrijker dan ooit. Transparantie vraagt erom dat partners elkaar kennen en vertrouwen. Continuïteit van aanbod vraagt om directe en langlopende relaties met boeren en telers. Voor ons is uniek en onderscheidend aanbod een competitief voordeel.

Het feit dat de regels uit het Wetsvoorstel op AH van toepassing zijn, terwijl deze uitgaan van een verhouding tussen leverancier en afnemer die verschilt van de wijze waarop de verhouding tussen AH en haar afnemers is vormgegeven, maakt dat AH een aantal ernstige bezwaren heeft tegen het Wetsvoorstel. Het Wetsvoorstel benadeelt ons onevenredig in verhouding tot onze leveranciers.

2. Voornaamste bezwaren tegen het wetsvoorstel

A. Geschillencommissie

2.1 Voorstel geschillencommissie gaat veel verder dan EU Richtlijn door verplichte aansluiting afnemers

AH heeft het bezwaren tegen artikel 6 van het Wetsvoorstel, waarin is bepaald dat de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit een commissie kan aanwijzen die belast is met het beslechten van geschillen tussen afnemers en leveranciers inzake de toepassing van het bepaalde in artikelen 2 en 3 (artikel 6 lid 1 Wetsvoorstel), waarbij de afnemer geacht wordt te zijn aangesloten (artikel 6 lid 2 Wetsvoorstel).

De Richtlijn bepaalt dat het gebruik van "*vrijwillige alternatieve geschilbeslechting tussen leveranciers en afnemers uitdrukkelijk moet worden aangemoedigd*".³ Concreet bepaalt artikel 7 van de Richtlijn dat "*de lidstaten het vrijwillige gebruik [kunnen] bevorderen van doeltreffende en onafhankelijke alternatieve geschillenbeslechtingsmechanismen, zoals bemiddeling, met het oog op de beslechting van geschillen tussen leveranciers en afnemers inzake het gebruik van oneerlijke handelspraktijken door de afnemer*". In de MvT bij het Wetsvoorstel wordt toegelicht dat door het creëren van een geschillencommissie wordt tegemoetgekomen aan "*de behoefte vanuit de sector aan laagdrempelige en onafhankelijke geschilbeslechting*" en dat "*ook de Richtlijn ruimte schept voor het stimuleren van alternatieve geschilbeslechtingsmechanismen*".⁴

Het Wetsvoorstel gaat op het punt van de geschillencommissie, waarbij afnemers van rechtswege geacht worden te zijn aangesloten, veel verder dan de Richtlijn. Weliswaar vermeldt de preambule van de Richtlijn dat het aan de lidstaten is om de regels in hun nationale rechtsorde op te nemen en dat het de lidstaten vrijstaat strengere regels te handhaven die een hoger niveau van bescherming bieden, echter dat wordt slechts mogelijk

³ Richtlijn, preambule onder nr. 41.

⁴ MvT, par. 3.3.

geacht binnen de grenzen van het Unierecht en op voorwaarde dat deze regels evenredig zijn.⁵

2.2 Geschillen moeten altijd aan de rechter voorgelegd kunnen worden

De Richtlijn gaat nadrukkelijk uit van *vrijwillig* gebruik van alternatieve geschilbeslechting, zoals bemiddeling. Artikel 6 Wetsvoorstel gaat veel verder, door te bepalen dat iedere afnemer geacht wordt te zijn aangesloten bij de aangewezen geschillencommissie. Anders dan uit de Richtlijn lijkt voort te vloeien, brengt artikel 6 Wetsvoorstel mee dat het afnemers als AH kan ontbreken aan de vrijheid een eventueel geschil voor te leggen aan de rechter. AH vindt dat de afnemer te allen tijde de vrijheid moet behouden om zich (in verband met een geschil) tot de rechter te wenden. Artikel 6 Wetsvoorstel bepaalt dat alleen de leverancier (en niet de afnemer) deze keuzemogelijkheid heeft, wat de regeling onevenredig maakt.

Los van de onevenredigheid van artikel 6 Wetsvoorstel, vinden wij dat de mogelijkheid dat afnemers gedwongen kunnen worden een eventueel geschil door een geschillencommissie te laten beslechten op oneigenlijke wijze indruist tegen het recht op toegang tot de rechter in de zin van artikelen 6 Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens (EVRM) en artikel 17 Grondwet. Hoewel een partij afstand van dit recht kan doen, dient dit op vrijwillige en ondubbelzinnige wijze te geschieden. Niemand kan immers tegen zijn wil van de rechter worden afgehouden.⁶ Om deze reden ligt aan de beslechting van een geschil door een geschillencommissie in de regel ook een overeenkomst ten grondslag en is instemming van beide partijen een vereiste.

Voor zover van een overeenkomst of instemming met een alternatieve wijze van geschilbeslechting geen sprake is, vindt geschilbeslechting via een geschillencommissie vaak plaats vanwege aansluiting bij een brancheorganisatie. Het Wetsvoorstel bepaalt daarentegen dat de afnemer van rechtswege geacht wordt te zijn aangesloten bij een geschillencommissie. Een verplichte geschillencommissie zonder de keuze van (beide) partijen om invloed uit te oefenen op de wijze van geschilbeslechting is in strijd met het recht op toegang tot de rechter en het recht op een eerlijk proces⁷ Daar waar momenteel een (wettelijke) plicht tot aansluiting bij een geschillencommissie of klachtenregeling bestaat, is de relatie met de toegang tot de rechter regelmatig en uitvoerig aan de orde geweest. Om niet af te doen aan de voorwaarde van vrijwilligheid (welke voorwaarde ook duidelijk in de Richtlijn wordt genoemd), wordt vaak bepaald dat de uitspraak van een geschillencommissie niet bindend is wanneer een van partijen bezwaar heeft tegen een bindende uitspraak en staat (alsnog) de gang naar de rechter open.⁸ De voorwaarde van vrijwilligheid komt onvoldoende terug in het Wetsvoorstel en het Wetsvoorstel heeft bovendien geen oog voor het recht van de afnemer om voor de gang naar de rechter te kiezen.

⁵ Richtlijn, preambule onder nr. 39 en 40.

⁶ Vergelijk bijv. P.E. Ernste, *Niet-bindend advies bij de Geschillencommissie van Kifid*, Tijdschrift voor Consumentenrecht & handelspraktijken (TvC) 2015-I, onder 5 Conclusie.

⁷ P.E. Ernste, [Niet-bindend advies bij de Geschillencommissie van Kifid](#), Tijdschrift voor Consumentenrecht en handelspraktijken 2015-1.

⁸ Zo is voor financiële dienstverleners bijvoorbeeld bepaald dat Kifid belast is met de behandeling van klachten, maar dat partijen niet gebonden zijn aan een oordeel van Kifid wanneer een van partijen geen bindend oordeel wenst.

Het voorgaande springt eens te meer in het oog nu de relaties tussen leveranciers en afnemers in de zin van het Wetsvoorstel *business-to-business*-relaties betreffen, die in de regel worden gekenmerkt door een vergaande mate van contractsvrijheid en overeenkomsten die het resultaat zijn van onderhandelingen tussen professionele partijen. De mogelijkheid dat afnemers eenzijdig door leveranciers gedwongen kunnen worden een eventueel geschil te laten beslechten door een geschillencommissie, valt daarmee moeilijk te rijmen. Een dergelijke regeling valt voorts niet te rijmen met de gedetailleerde bepalingen ten aanzien van geschilbeslechting zoals deze doorgaans tussen professionele partijen worden uitgewerkt in de door partijen te sluiten overeenkomsten.

Daarnaast zijn wij niet bekend met de behoefte in de sector aan "laagdrempelige en onafhankelijke geschilbeslechting", althans niet voor zover het onze leveranciers betreft, en is het ons onduidelijk waarom de mogelijkheid van beslechting door de rechter niet voldoende rechtsbescherming biedt.

In lijn met het voorgaande zien wij graag dat de geschillenbeslechting via een daartoe aan te wijzen commissie in de zin van artikel 6 Wetsvoorstel wordt geschrapt uit het Wetsvoorstel, dan wel dat de afnemer – naast de leverancier – eveneens de keuzevrijheid wordt geboden een eventueel geschil aan de rechter voor te leggen. Op deze manier wordt recht gedaan aan de in de Richtlijn opgenomen voorwaarde van vrijwilligheid, terwijl tegelijkertijd de mogelijkheid van alternatieve geschilbeslechting open blijft staan.

B. Anoniem klagen

2.3 Verzoek om vertrouwelijkheid bij verzoek om handhaving is anoniem klagen

Volgens het Wetsvoorstel dienen afnemers zich te onthouden van het verrichten van oneerlijke handelspraktijken als bedoeld in de artikelen 2 en 3, en is de Autoriteit Consument en Markt (ACM) belast met het toezicht op de naleving daarvan (vergelijk artikel 7 Wetsvoorstel). AH heeft bezwaren tegen hetgeen in het verlengde hiervan is neergelegd in artikel 8 lid 6 Wetsvoorstel. Daaruit volgt dat degene die om handhaving verzoekt, kan verzoeken om vertrouwelijkheid (waaronder bescherming van diens identiteit en die van leden van een organisatie of andere informatie) en in feite anoniem kan klagen.

De Richtlijn bepaalt in artikel 5 lid 3 dat "*de lidstaten ervoor zorgen dat, indien een klager daarom verzoekt, de handhavingsautoriteit de noodzakelijke maatregelen treft met het oog op passende bescherming van de identiteit van de klager of de in lid 2 bedoelde leden of leveranciers, en met het oog op de passende bescherming van enige andere informatie waarvan de openbaarmaking volgens de klager schadelijk zou zijn voor zijn belangen of voor de belangen van die leden of leveranciers. De klager vermeldt alle informatie waarvoor hij om vertrouwelijkheid verzoekt.*". In de MvT bij het Wetsvoorstel wordt toegelicht dat het bewaren van deze vertrouwelijkheid de ACM kan belemmeren in de goede uitvoering van haar werkzaamheden en dat de ACM kan verzoeken het verzoek om vertrouwelijkheid in te trekken. Houdt de verzoeker vast aan de vertrouwelijkheid, dan kan dit tot gevolg hebben dat er niet handhavend wordt opgetreden.

Wij hebben diverse bezwaren tegen de mogelijkheid om anoniem te klagen. Het voornaamste is dat de bescherming van de klager in evenwicht dient te zijn met de verdedigingsmogelijkheden en het recht op *fair play* van de afnemer.

2.4 Bescherming klager niet in evenwicht met verdedigingsmogelijkheden afnemer

Wij willen hier nog eens benadrukken dat, zoals hiervoor aangegeven, de verhouding tussen AH en zijn leveranciers niet gekenmerkt wordt door de onevenwichtigheid en een zwakke(re) positie van de leverancier, waarvan het Wetsvoorstel uitgaat. Daarbij past het niet dat aan één van partijen de mogelijkheid wordt geboden anoniem te klagen. Dit geldt eens te meer nu het Wetsvoorstel niet duidelijk maakt hoe ervoor wordt gezorgd dat het waarborgen van de verzochte vertrouwelijkheid niet verder gaat dan noodzakelijk. Het is onduidelijk wanneer sprake is van "*noodzakelijke maatregelen*" en "*passende bescherming*" en wanneer openbaarmaking van informatie "*schadelijk zou zijn voor [de belangen van de klager]*". Het wetsvoorstel is daarmee onvoldoende concreet en transparant en verdient op deze punten nadere uitwerking, waarbij eveneens oog dient te bestaan voor de gerechtvaardigde belangen van de afnemer.

2.5 Gevaar voor misbruik van vertrouwelijkheid

AH sluit niet uit dat in de vergaande mogelijkheid van vertrouwelijkheid (zonder voldoende waarborgen voor de afnemer) het risico schuilt dat daarvan misbruik wordt gemaakt. Een klager (of groep van klagers) zou immers melding kunnen maken van vermeende oneerlijke handelspraktijken van een bepaalde afnemer, waardoor deze laatste in een kwaad daglicht wordt gesteld, ook al blijkt uiteindelijk dat de klacht een loze klacht betrof. *Naming and shaming* lijkt weliswaar een effectieve sanctie tegen oneerlijke handelspraktijken, maar brengt onevenredig grote risico's mee wanneer het (achteraf gezien) ongegrond klagen betreft. Het kwaad is immers dan al vaak geschied.

De mogelijkheid om op anonieme basis te klagen, verhoudt zich bovendien slecht met de eerder genoemde artikelen 6 EVRM en 17 Grondwet en het beginsel van *fair play*, vooral wanneer anoniem klagen leidt tot publiciteit en een bindend besluit van de ACM. De anonimiteit van een klager maakt het nagenoeg onmogelijk voor afnemers om zich adequaat te verweren.⁹ AH meent dat ten aanzien van de door het Wetsvoorstel geboden mogelijkheid van vertrouwelijkheid extra aandacht moet worden besteed aan de onderbouwing en rechtvaardiging daarvan, alsmede aan de voor de afnemers bestaande waarborgen en adequate verdedigingsmogelijkheden. Het Wetsvoorstel is in de huidige vorm onevenwichtig en biedt onvoldoende bescherming voor de rechten en belangen van de afnemer.

Het voorgaande wordt nog eens versterkt doordat artikel 6 lid 2 Richtlijn – anders dan het Wetsvoorstel – wél oog heeft voor de rechten en belangen van de afnemer. De Richtlijn

⁹ De spanning tussen de mogelijkheid om op anonieme basis te klagen en het beginsel van *fair play* is regelmatig onderwerp van juridische literatuur. Vergelijk bijvoorbeeld "R.J.N. Schlössels, *Bestuursrecht in de sociale rechtsstaat Band 1* (Handboeken staats- en bestuursrecht), 299 Fair play-beginsel.". Zie ook bijvoorbeeld uitspraken van de Nationale ombudsman, zoals: Nationale Ombudsman: 12 juni 1992, ECLI:NL:XX:1992:AN2606, m.nt. P.J. Stolk, Overwegingen, onder 1. Hierin werd overwogen: "*In beginsel is het juist dat overheidsinstanties geen klachten in behandeling nemen van klagers die weigeren hun naam en adres bekend te maken. Uit een oogpunt van fair play mag van een klager - die in de regel een grief uit die een verwijt jegens een ander inhoudt - over het algemeen worden verlangd dat deze zich niet hult in anonimiteit. (...) Het is voorts voor een behoorlijk klachtonderzoek in beginsel noodzakelijk dat de klager voldoende identificeerbaar is en bovendien bereikbaar en aanspreekbaar is voor degene die dat onderzoek uitvoert.*".

bepaalt in dit verband het volgende: "*De lidstaten zorgen ervoor dat bij de uitoefening van de in lid 1 bedoelde bevoegdheden [lees: uitoefening van de taken door de handhavingsautoriteiten] passende waarborgen in acht genomen worden ten aanzien van de rechten van de verdediging (...) met inbegrip van gevallen waarin de klager (...) om vertrouwelijke behandeling van informatie verzoekt.*". Nu de Richtlijn duidelijk vraagt om te stellen waarborgen ten aanzien van rechten van verdediging, geldt dat het Wetsvoorstel in de huidige vorm – met een vergaande mogelijkheid van vertrouwelijkheid voor de leverancier en onvoldoende waarborgen voor de afnemer – niet acceptabel is.

2.6 Pleidooi voor openbaar "uitsprakenregister"

Gelet op de verstreckende gevolgen van een (eventuele anonieme) klacht en de handhavingsmogelijkheid en bevoegdheden van de ACM, vindt AH dat het Wetsvoorstel ook onvoldoende waarborgen bevat op het punt van openbaarheid. Weliswaar regelt artikel 12u van de Instellingswet Autoriteit Consument en Markt de openbaarmaking van beschikkingen tot het opleggen van een bestuurlijke sanctie of bindende aanwijzing, maar het Wetsvoorstel gaat in dit verband onvoldoende in op de waarborging van de belangen van de afnemer. De anonieme klachtmogelijkheid, de verstreckende (handhavings-) bevoegdheden van de ACM en het risico dat van de geboden vertrouwelijkheid misbruik wordt gemaakt ten aanzien van bepaalde afnemers brengen mee dat het klachttraject en de afhandeling door de ACM volledig openbaar en toetsbaar dient te zijn. Daarnaast zijn wij voorstander van een openbaar "uitsprakenregister", waaruit duidelijk valt af te leiden (i) wat de achtergrond is van een ingediende klacht, (ii) op welke wijze de ACM een klacht heeft behandeld, en (iii) om welke redenen een klacht gegrond dan wel ongegrond is.

In lijn met het voorgaande zien wij graag dat de vergaande mogelijkheid van vertrouwelijkheid zoals neergelegd in artikel 8 lid 6 Wetsvoorstel wordt geschrapt uit het Wetsvoorstel, dan wel dat deze regeling in lijn met het voorgaande nader wordt uitgewerkt en aangevuld met voldoende waarborgen voor de afnemer. Slechts dan wordt recht gedaan aan de in de Richtlijn opgenomen noodzaak van passende waarborgen ten aanzien van de rechten van verdediging voor de afnemer.

TENSLOTTE

Graag wijzen wij u ook op de reactie van het Centraal Bureau Levensmiddelen (CBL), de brancheorganisatie waarbij wij zijn aangesloten.

Uiteraard zijn wij graag bereid vragen of opmerkingen naar aanleiding van het voorgaande schriftelijk of mondeling toe te lichten.

Voor nadere informatie: Saskia Aalbers, Director Public Affairs & Stakeholdermanagement
Albert Heijn E: saskia.aalbers@ah.nl

Bijlage

Bijdrage Albert Heijn realisatie van de LNV-visie - 18 april 2019

Hooggeachte mevrouw Schouten,

Een ambtsvoorganger van u heeft mij eens gezegd: veel dossiers waar ik als minister van Landbouw mee te maken heb, daar heeft Albert Heijn in haar dagelijkse bedrijfsvoering mee van doen.

Zo leest de LNV visie “Waardevol en verbonden” ook. Veel onderwerpen die erin aan de orde komen, veel uitdagingen die genoemd worden, veel uitspraken die gedaan worden herkennen we vanuit de dagelijkse praktijk en staan óók op de agenda van Albert Heijn.

In uw brief van 22 januari 2019 aan de Tweede Kamer vat u de LNV visie kort en bondig samen: *“De kern hiervan is een omschakeling van voortdurende verlaging van de kostprijs van producten naar voortdurende verlaging van het verbruik van grondstoffen, met als resultaat betere verdienmodellen, minder emissies naar bodem, lucht en water en vergroting van de biodiversiteit in het landelijk gebied. Dit vereist dat wij gaan toewerken naar kringlooplandbouw als de ecologisch en economisch vitale, gangbare productiewijze, dus een circulair systeem met minimale verliezen van grondstoffen en eind- en restproducten en een zorgvuldige omgang met mest, diervoer, bodem en voedsel.”*

U kunt bij de onderwerpen waar wij een rol hebben op onze inzet rekenen, waarbij de keten voor Albert Heijn altijd begint bij onze klant. Albert Heijn heeft een unieke positie in de voedselketen als verbindende schakel tussen klanten, producenten, leveranciers, boeren, telers en vissers.

Transparante ketens

Van de meeste versproducten kennen we de ketens van land tot klant. Achter elk versproduct van Albert Heijn zit een verhaal en op dat verhaal zijn we trots. Trots op onze samenwerking in de keten en op de boeren, telers en vissers die ervoor zorgen dat Albert Heijn dagelijks vijf miljoen bordjes vult. We geven openheid over de herkomst van onze verse producten, waarbij ons uitgangspunt is: als je weet waar 't vandaan komt en hoe 't wordt gemaakt, heb je er vertrouwen in en waardeer je het nog meer.

De verhalen vertellen over onze versketens doen we op vele manieren. In onze winkels bij het schap, via de verpakking en via ons consumentenmagazine Allerhande met 4,5 miljoen trouwe lezers, via onze website en [social media](#). Bijgaand een [linkje](#) naar onze website over ketentransparantie. Ook via open dagen bij boeren en telers die Albert Heijn producten leveren dragen we bij aan waardering voor voedsel en voor de spelers in de keten.

U vraagt naar concrete ambities. Die hebben wij geformuleerd: Albert Heijn wil richting 2025 zijn verse ketens voor klanten transparant te maken (waar komt het vandaan, wat zit erin, hoe is het gemaakt) en de dialoog tussen klanten en boeren, telers en vissers versterken.

Om deze ambitie waar te kunnen maken is nauwe ketensamenwerking van groot belang. Wij geloven in gesloten en transparante versketens. Wij kunnen sámen met alle schakels in zo'n keten innoveren, maken onze producten gezonder, werken aan het verminderen van voedselverspilling en verminderen impact op het milieu. Ook zorgen we met onze gesloten ketens voor beschikbaarheid op de lange termijn en voor een keten waarin alle schakels een eerlijke boterham verdienen en de producten betaalbaar blijven voor onze klanten.

De consument drijft de ketensamenwerking in vers¹⁰

¹⁰ In 2013 hebben LTO Nederland en Albert Heijn EFMI Business School gevraagd te onderzoeken welke krachten werkzaam zijn in de versketen. [het rapport "Van alle markten thuis"](#) gaf o.a. inzicht hoe de versketens zich gaan ontwikkelen. Geconcludeerd werd dat 1. de consument de keten aanzet tot samenwerking, 2. supermarkten zich willen onderscheiden, 3. ketensamenwerking groeit en 4. ketensamenwerking betere kansen biedt voor goede verwaarding en verdere verduurzaming

Onze klant zet de keten aan tot meer samenwerking omdat zij wil weten wat ze eet: het voedsel moet lekker en veilig zijn. De consument wil voedselzekerheid en voedselveiligheid. De keten moet helder zijn en daarom zo kort mogelijk. Minder onnodige schakels of onbekende bronnen. Duidelijk moet zijn welke rol iedere schakel speelt en welke waarde deze schakel toevoegt. Transparantie maakt het mogelijk dat we de ketens zo kort mogelijk kunnen inrichten en verdienen in dat verband de voorkeur. Onze samenwerking in groente en fruit met [Bakker](#) Barendrecht laat zien dat we dit pad al jaren- bijna 60 jaar geleden- zijn ingeslagen. Maar ook onze meer recente samenwerking in de [zuivelketen](#) met Royal A-Ware en Zuivelcoöperatie DeltaMilk, waar 300 Nederlandse melkveehouders uitsluitend voor de eigen merk zuivel van Albert Heijn produceren. Recent hebben we de productieketen van [eieren](#) van volledig transparant gemaakt. Via blockchaintechnologie worden alle stappen in de keten vastgelegd. Door goede samenwerking met 40 pluimveehouders en onze leveranciers investeren we in kwaliteit, duurzaamheid, dierenwelzijn en innovatie.

De verdienmodellen in de diverse versketens waarin we nauw samenwerken verschillen. De 300 melkveehouders die in de gesloten keten met AH samenwerken, ontvangen een opslag op hun kiloprijs melk. In andere ketens kijken we hoe we ketens korter kunnen maken en daarmee onnodige kosten uit de keten kunnen halen en terug kunnen investeren, samen met de boer, in bijvoorbeeld duurzaamheid. Ook kan minder verspilling tot kostenverlaging leiden. Of het gebruik van minder gewasbeschermingsmiddelen. Gezamenlijk met onze leverancier kijken we hoe de hele keten een eerlijke boterham kan verdienen. Daarbij voelen wij ons primair verantwoordelijk voor de ketens waarin wij als afnemer onze rol spelen, waarbij het uitgangspunt een financieel gezonde en langlopende ketenrelatie is.

Met uw constatering dat boeren een solide positie in de keten, een goed inkomen en continuïteit voor hun bedrijf verdienen zijn wij het eens¹¹. Wel willen wij daarbij een aantal nuanceringen maken.

Een goed inkomen voor de boer hangt sterk samen met zijn of haar mogelijkheid te concurreren, een onderscheidend product te bieden en de specifieke markt waarin de boer opereert. De invloed van Albert Heijn op het gemiddelde inkomen van de gemiddelde Nederlandse boer is gering. Niet moet worden vergeten dat gemiddeld 80% van Nederlandse agrarische producten wordt geëxporteerd. Nederland is de op één na grootste landbouwexporteur van de wereld, na de Verenigde Staten. Uit onderzoek van het CBL, uitgevoerd door Schuttelaar & Partners, blijkt bijvoorbeeld dat 81% van de Nederlandse eieren, 98% van de uien en 91% van de tomaten worden geëxporteerd. De prijsvorming van dat soort producten vindt derhalve grotendeels buiten Nederland plaats.

Bovendien onderschrijft [de studie](#) "De prijsvorming van voedsel" uit 2014 (LEI in samenwerking met de Universiteit van Utrecht in opdracht van de Autoriteit Consument & Markt) dat het niet eenvoudig of eenduidig is het vaak geuite idee dat het zwaartepunt van agrifoodketens naar de supermarkt verschuift te onderbouwen. Wij hechten eraan dit soort nuanceringen hier naar voren te brengen. Niet om onze verantwoordelijkheid te ontlopen. Maar om duidelijk te maken dat onze positie als supermarkten in de keten nogal eens wordt overschat en daarmee dus ook de daadwerkelijke invloed die we kunnen hebben.

Wél hebben wij invloed op de inkomens van boeren en telers die voor Albert Heijn produceren. Voor de ketenpartijen die de eigen merken en het vers assortiment van Albert Heijn verzorgen, voelen wij grote verbondenheid en verantwoordelijkheid. Om dit met een voorbeeld te illustreren: Albert Heijn werkt samen met 300 van de 4000 Hollandse varkensboeren die het varkensvleesassortiment van Albert Heijn verzorgen.

Overigens start de ACM binnenkort op uw verzoek een marktstudie naar de prijsvorming in verschillende agro-nutri ketens om na te gaan of boeren voldoende gecompenseerd worden voor

¹¹ Landbouwwisje blz 16: "De duizenden ondernemers in de landbouw, tuinbouw en visserij die hard werken voor ons voedsel, doen dat vaak onder economisch moeilijke omstandigheden. De individuele producent heeft nogal eens een zwakke positie ten opzichte van zijn grote afnemers. Hij loopt vele risico's, van wisselvallig weer en dier- en plantenziekten tot een volatiele markt. Boeren, tuinders en vissers zijn hardwerkende ondernemers en zij verdienen een solide positie in de keten. Er moet een goed inkomen voor hen zijn en een vooruitzicht dat zij hun bedrijf aan een volgende generatie kunnen overdragen. Consumenten die weten waar hun voedsel vandaan komt en daardoor respect hebben voor producent en product, kunnen hieraan bijdragen. Dat helpt om tot minder verspilling en een eerlijker prijs voor de producenten te komen. Korte ketens brengen boeren en burgers dichter bij elkaar. Een gezonde leefomgeving waarin boeren en burgers goed met elkaar kunnen samenleven blijft ook een belangrijk thema."

duurzaamheidsinvesteringen en hoe de consumenteneuro zich verdeelt in de keten van boer tot supermarkt. Op verzoek van de ACM werkt Albert Heijn mee aan dit onderzoek.

Vers is voor Albert Heijn topprioriteit

Onderscheidend vermogen is voor ons belangrijker dan ooit. Globalisering en internet als ongelimiteerde bron van informatie maken dat steeds meer aanbod in supermarkten op elkaar gaat lijken. Nieuwe spelers uit binnen- en buitenland dienen zich on- en offline aan. Wij geloven dat lekker vers eten bijdraagt aan een beter leven voor iedereen. Daarom staat ons versassortiment extra in de spotlights. We maken een grote beweging in al onze productgroepen in vers. Dat maakt ketensamenwerking voor ons nog belangrijker. Continuïteit in aanbod en voedselveiligheid zijn randvoorwaarden. Samen met ketenpartners innoveren wij in teeltmethoden, smaak, kwaliteit en duurzaamheid. [Sla op water](#) is hier een goed voorbeeld van.

Intensieve samenwerking in vers is sleutel tot succes

Toekomstige schaarste is een reëel risico. Duurzaamheid in aanbod en daarmee van de aanbiedende partijen is daarom zeer belangrijk. Alleen op de laagste prijs inkopen is voor Albert Heijn nu en in de toekomst niet aan de orde. Het gaat over de balans tussen duurzaamheid, beschikbaarheid, prijs, kwaliteit en innovatie bij de inkoop van onze producten. Dit zijn ook de onderwerpen waar we met onze leveranciers over praten. Het gaat zeker niet alleen om prijs. Onderscheidend vermogen is belangrijker dan ooit. Transparantie vraagt erom dat partners elkaar kennen en vertrouwen. Continuïteit van aanbod vraagt om directe en langlopende relaties met boeren en telers. Voor ons is uniek en onderscheidend aanbod een competitief voordeel.

Doordat we zo nauw samenwerken kunnen we gezamenlijk meer verantwoordelijkheid nemen voor zaken als biodiversiteit en dierenwelzijn. Een mooi [voorbeeld](#) is de samenwerking met onze aardappeltelers en Natuurmonumenten. Ook kunnen succesvolle spaaractie niet ongenoemd blijven. Wij lanceren jaarlijks een impactvolle en educatieve spaarcampagne. Moestuintjes is een voorbeeld waarbij klanten ervaren dat er moeite gedaan moet worden groente, fruit of kruiden te kweken. Ook de [insectenspaaractie](#) was een groot succes waarbij we kinderen meenemen in het belang van insecten voor ons voedsel. Wij verwachten dat deze spaaracties bijdragen aan waardering en respect voor ons voedsel.

De hierboven genoemde zaken hangen nauw samen met de LNV-visie *Waardevol en Verbonden*. Albert Heijn is, naast zijn inspanningen in de (vers)keten, op tal van andere terreinen actief. Het staat met zijn 950 winkels en online dienstverlening midden in de maatschappij. Wij spelen een verbindende rol in vele buurten en wijken en zijn voor 100.000 vaak jonge mensen hun (eerste) werkgever. Naast onze verantwoordelijkheid als inkoper van onze producten zijn we ook druk doende onze klanten en medewerkers te helpen om gezonder te eten en te leven, bijvoorbeeld door continu onze producten te verbeteren door suiker, zout en verzadigd vet te verminderen. Ook maken we de gezondere keuze makkelijker vindbaar in onze winkels en online. Het verminderen en beter recyclebaar maken van onze verpakkingen is eveneens een speerpunt voor Albert Heijn. Hierbij treft u een linkje aan naar het [Duurzaamheidsverslag](#) van Albert Heijn met meer informatie en achtergronden.

Wij zijn graag bereid in een persoonlijk gesprek verder te spreken over de raakpunten tussen de strategie van Albert Heijn en de LNV-visie “Waardevol en verbonden”.

Bijlage

1. Concrete doelstellingen en ambities

Ketentransparantie

Albert Heijn zet zijn kennis en invloed in om een duurzamere leefstijl mogelijk te maken. Van land tot klant.

- Het is onze ambitie om richting 2025 de verse ketens voor klanten transparant te maken. We willen zo aantonen waar producten vandaan komen, wat erin zit en hoe het is gemaakt. Zo kunnen we de dialoog tussen klanten, boeren en telers versterken.
- Wij hanteren duurzame inkoopnormen:

Van onze eigen merkproducten is 99,3% gecertificeerd volgens de GFSI-standaarden. Daarnaast is 96,5% van ons eigen merk (non-) foodproducten afkomstig uit een hoog risico land gecontroleerd door een afhankelijke partij. We hebben 97% van onze eigen merkproducten uit landen met een hoog risico gecontroleerd en voorzien van een geldig controleverslag of certificaat.

Al onze thee-, koffie- en cacao-producten, zijn 100% UTZ-gecertificeerd. In honderden producten van ons huiskmerk wordt palmolie gebruikt. Wij stellen als eis dat deze palmolie RSPO-gecertificeerd moet zijn. 89 % van onze palmolievolume is inmiddels segregated palmolie en 11 % mass-balanced. De soja die we in onze dierlijke keten gebruiken, is 100% gecertificeerde RTRS-soja. Van de vis en schaaldieren is inmiddels 100% van ons eigen merk gecertificeerd volgens aanvaardbare standaarden (98,52 % MSC- ASC-keurmerk) of goedgekeurd door een derde partij (1,48 %).

Voedselverspilling

In 2030 willen we bijdragen aan het met de helft verminderen van voedselverspilling in de gehele voedselketen, van grond tot mond. Dat doen we door

- Te voorkomen dat voedselverspilling ontstaat.
- Het redden/doneren van onverkocht voedsel.
- Samen met leveranciers verspilling in ketens helpen voorkomen en reststromen zo hoog mogelijk te verwaarden.
- Klanten te helpen ook thuis voedselverspilling te verminderen.

De wijze waarop onze keten is ingericht (vraag gestuurd met de klant als vertrekpunt en vaste telers met programma's: telen wat we verkopen/verkopen wat we telen) voorkomt verspilling. Waar er onverhoopt toch reststromen zijn, proberen we die samen zo goed mogelijk te verwaarden. Voorbeelden zijn Buitenbeentjes, de samenwerking met de Verspillingsfabriek (soep), de Voedselbanken en restaurant Instock.

Momenteel onderzoeken we of we de houdbaarheidsdata van groente en fruit af kunnen halen.

Wij werken al jaren goed samen met de *voedselbanken*. In 2018 hebben wij 4 miljoen producten aan de voedselbanken gedoneerd. Voedselbanken moeten een professionaliseringsslag doormaken om de aanvoer en distributie van voedsel beter te kunnen managen bijv. door frequentie van uitgifte te verhogen. Hiervoor is geld nodig.

Wat kan de overheid hierin betekenen? Het bedrijfsleven investeert in transport, equipment voedselbanken en producten. Financiële ondersteuning door de overheid is gewenst.

Voor 11 producten zijn er nog *specifieke handelsnormen*. Een paar jaar geleden vielen nog 50 tot 60 producten onder deze Europese regels. De eisen kunnen in het onderlinge handelsverkeer geregeld worden.

AH Kwaliteitseisen: de specificaties (specs) die gebruikt worden zijn gebaseerd op de wensen van consumenten. Ze zijn dynamisch: kunnen continu worden aangepast. Het is in niemands belang om zodanige eisen te hebben dat ze verspilling in de hand werken. Er wordt door onze telers zeer kwalitatief geteeld, waardoor het percentage producten dat buiten de specs valt verwaarloosbaar is. Producten waarvan de kwaliteit/smaak goed is en die qua uiterlijk (maat, vorm) niet aan de eisen voldoen, worden bijv. gebruikt als grondstof voor bewerkte producten (o.a. onze vers gesneden groenten) of verkocht als Buitenbeentjes.

2. Voorbeelden van ketensamenwerking

Zuivel: Albert Heijn heeft een unieke samenwerking met 300 Nederlandse melkveehouders die uitsluitend voor Albert Heijn produceren. Hierdoor weten we precies waar onze zuivel vandaan komt en welke inspanningen de boer geleverd heeft op het gebied van bijvoorbeeld dierenwelzijn en milieu. Hierdoor kunnen we een hoge kwaliteit zuivel kunnen garanderen en de boer een meerprijs bieden.

Eieren: Wij hebben een vaste samenwerking met 40 Nederlandse pluimveehouders. Doordat we blockchaintechnologie gebruiken wordt alles vastgelegd en is de hele keten transparant. Daarnaast hebben onze eieren een houdbaarheidsdatum. Door de datum van het ei in te vullen, kunnen onze klanten zien welke reis het ei heeft gemaakt en welke boer voor de hennen heeft gezorgd.

Groenten en fruit: We zijn constant op zoek, in nauwe en jarenlange samenwerking met onze telers, naar betere teeltmethoden. Zo zetten we insecten in als natuurlijke bestrijders zodat we zo min mogelijk milieubelastende bestrijdingsmiddelen hoeven te gebruiken. Hierin werken we samen met organisaties als [Natuur&Milieu](#).

Albert Heijn Foundation: Albert Heijn haalt haar versproducten zo dichtbij als mogelijk en zo ver weg als noodzakelijk. Daarom kopen we ook groente en fruit in Afrika. Denk aan mango's, druiven en avocado's. Alle leveranciers uit 13 Afrikaanse landen dragen via de [AH Foundation](#) bij aan betere leefomstandigheden voor de lokale gemeenschap. Al meer dan 11 jaar zet Albert Heijn zich, samen met zijn vers leveranciers, in voor lokale projecten. Sinds vorig jaar zijn wij ook van start gegaan in Zuid-Amerika.

Kip: onze kip komt van pluimveehouders uit Nederland, België en Frankrijk. Wij kennen hun leefomstandigheden en welzijn en werken nauw samen om verbeteringen door te voeren. Verdere verduurzaming stuit op ruimtegebrek voor uitbreiding van de stallen. Voor aanpassingen van Nederlandse stallen moeten vergunningen worden aangevraagd, wat een langdurige kwestie is. Mogelijk kan het ministerie hier een rol spelen om e.e.a. te versnellen waardoor het assortiment Nederlandse kip vergroot kan worden.

Bloemen en planten: bloemen en planten bij Albert Heijn komen uit binnen- en buitenland. Albert Heijn koopt bloemen bij vaste contracttelers, die gecertificeerd zijn. Daarnaast is ook een groot aantal telers in Afrika aangesloten op onze AH Foundation, wat bijdraagt aan betere leefomstandigheden.