

Gezond in de bonus

Via supermarkten betere voeding stimuleren

Samenvatting

Veel van wat wij eten en drinken, is ongezond. Daarmee verhogen we onze kansen op het krijgen van bijvoorbeeld hart- en vaatziekten, kanker, nierschade en diabetes. De voeding veroorzaakt ziekte via een verhoogde bloeddruk, verhoogd cholesterolgehalte in het bloed, hoge bloedsuikerspiegels en overgewicht. De helft van de Nederlanders heeft overgewicht en bij ongewijzigd beleid zal dit stijgen tot 64 procent in 2050. Ongezonde voeding is na roken de belangrijkste vermijdbare oorzaak van sterfte en verloren gezonde levensjaren. Het kost de samenleving bovendien veel geld en menskracht. Dit probleem neemt eerder toe dan af.

Oproep: geef supermarkten een financiële prikkel om meer gezonde producten te verkopen

De RVS vindt de bedreiging voor de volksgezondheid zo ernstig, dat hij een dringende oproep doet aan het ministerie van VWS: intensiver bestaande beleidsmaatregelen én geef supermarkten een financiële prikkel om meer gezond voedsel te verkopen. 'Gezond' komt met dat laatste letterlijk in de bonus.

De raad vindt het hoog tijd om een financiële prikkel in te voeren, een afdwingbare maatregel dus, als aanvulling op bestaande instrumenten. Dit omdat het huidige beleid, dat is gestoeld op vrijwilligheid, ontoereikend is. Dit beleid stimuleert nu vooral twee groepen om in actie te komen: consumenten om gezondere keuzes te maken (via voorlichting) en fabrikanten om gezonder voedsel te produceren (via afspraken waar geen sancties op staan). Er zijn diverse signalen dat deze maatregelen te weinig effect hebben. Zo neemt het aantal mensen met overgewicht niet af, maar toe.

Andere, eerder door de RVS geopperde maatregelen zoals een suikertaks of btw-verlaging op groente en fruit, zijn nog steeds een goed idee, maar niet voldoende. Deze maatregelen richten zich op één product of productgroep, maar de ondermijning van de volksgezondheid zit hem in het hele voedingspatroon van consumenten. In de optelsom van door hen gekozen, ongezonde producten.

Die keuzes kunnen we consumenten niet kwalijk nemen. Velen willen graag gezond eten, maar het aanbod van ongezond voedsel is overweldigend en bijna onweerstaanbaar. In de supermarkten gaat het om 79 procent van de aangeboden voedselproducten; vaak zijn die ultrabewerkt. Ook wordt op steeds meer plekken fastfood aangeboden. Winkels verleiden klanten continu om ongezond voedsel te kiezen. Dat doen ze met hun 'keuzearchitectuur', dat wil zeggen: via de presentatie van producten (bijvoorbeeld bij de kassa), prijsstrategieën (aanbiedingen) of opvallende verpakkingen en marketing. De vraag dringt zich op of gezond eten wel zo'n vrije keuze is.

Supermarkten hebben een spilfunctie in de voedselketen. De meeste mensen kopen er hun eten en drinken. De winkels kunnen met hun keuzearchitectuur en hun kennis van consumentengedrag klanten aansporen gezonder te kiezen. Bovendien kunnen supermarkten met hun inkoopmacht ook voedselproducenten stimuleren om gezondere producten te leveren. Het mes snijdt dus aan twee kanten.

Aanbevelingen: ontwerp een maat voor gezondheid en werk een bonus-malussysteem uit

Er moet een maat komen voor de gezondheid van voedselproducten die een winkel verkoopt, om supermarkten een financiële prikkel te kunnen geven. De RVS stelt voor dat een commissie van deskundigen hierover adviseert.

Daarnaast stelt de RVS de vorming van een tweede commissie voor om een wettelijk verankerd bonus-malussysteem voor supermarkten uit te werken. Het gaat om een systeem dat supermarkten beloont die veel gezond voedsel verkopen en supermarkten beboet die (te) veel ongezond voedsel verkopen. Het is raadzaam om deskundigen vanuit diverse disciplines bij deze commissie te betrekken: juristen, economen, fiscalisten, gedragsdeskundigen, retail-experts en deskundigen op het terrein van beloningssystemen en informatica. Gezamenlijk moeten zij namelijk een groot aantal vragen beantwoorden. Voorbeelden zijn: hoe hoog moeten de bonus en de malus zijn? Hoe kunnen de administratieve lasten zo beperkt mogelijk blijven? Hoe past het systeem in de (Europese) regelgeving? Hoe is het op termijn uit te breiden tot fastfood-, horeca- en cateringondernemingen? Zijn er ook averechtse effecten? Wat zijn de gevolgen voor de portemonnee van de consument?