

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1613

Vragen van het lid **Dik-Faber** (ChristenUnie) aan de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *het eigen voedselkeuzelogo van Coca-Cola* (ingezonden 5 februari 2019).

Antwoord van Staatssecretaris **Blokhuis** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport) (ontvangen 19 februari 2019).

Vraag 1

Kent u het bericht «Coca-Cola wil een groen stoplicht»?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Wat vindt u ervan dat Coca-Cola zelf een logo introduceert om consumenten te informeren over de samenstelling van hun product?

Antwoord 2

Ik betreur het dat één individueel bedrijf, Coca-Cola, nu een stoplichtensysteem zet op zijn etiketten op de Nederlandse markt. Dit initiatief van Coca-Cola past niet in de afspraak uit het Nationaal Preventieakkoord. In het Nationaal Preventieakkoord heb ik met veel partijen, waaronder de brancheorganisatie van de levensmiddelenindustrie (FNLI), afgesproken dat de rijksoverheid uiterlijk in 2020 een nieuw, breed gedragen voedselkeuzelogo introduceert. Ik werk nu in nauw overleg met de partijen aan een traject om in 2020 te komen met een nieuw voedselkeuzelogo. Voor dit logo is brede steun bij de betrokken partijen een essentiële randvoorwaarde, mede omdat het logo op zoveel mogelijk producten in het winkelschap te zien moet zijn en omdat het werken met verschillende logo's de duidelijkheid niet ten goede komt.

Vraag 3

Bent u van mening dat consumenten door het gebruik van dit logo adequaat geïnformeerd worden? Waarom?

¹ NRC, 1 februari 2019; <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/02/01/coca-cola-wil-een-groen-stoplicht-a3652610>

Antwoord 3

Het is belangrijk dat een logo begrijpelijk en niet misleidend is voor de consument. Dit logo specifiek op frisdranken geeft een vertekend beeld omdat op de betreffende suikerhoudende frisdrank veel groene kleuren te zien zijn.

Ik vind gebruik van een logo door één of enkele producenten per definitie geen goed idee. Consumenten worden op deze wijze niet adequaat geïnformeerd over gezonde voeding. Door een logo kunnen producten met elkaar worden vergeleken, maar dan moet wel eenzelfde logo gebruikt worden.

Vraag 4

Hoe verhoudt deze stap van Coca-Cola zich tot het door u aangekondigde onderzoek naar een breed gedragen voedselkeuzelogo op basis van een gedegen en onafhankelijk consumentenonderzoek? Op welke wijze worden Europese onderzoeken en onderzoeken uit andere Europese landen hierin meegenomen?

Antwoord 4

Zie het antwoord op vraag 2. Het is het verwarrend voor de consument als individuele bedrijven eigenstandig een logo gaan introduceren. Met een gezamenlijke afspraak in het Nationaal Preventieakkoord over een nieuw te introduceren logo wil ik juist een wildgroei aan logo's voorkomen.

Naast een onafhankelijk onderzoek onder Nederlandse consumenten zal ik ook de resultaten van andere consumentenonderzoeken, voor zover relevant ook uit andere EU-landen, meenemen in de afweging voor het besluit voor het nieuwe voedselkeuzelogo.

Vraag 5

Kunt u aangeven wat de stand van zaken is met betrekking tot de realisatie van een onafhankelijk voedselkeuzelogo?

Antwoord 5

Nadat het Nationaal Preventieakkoord was ondertekend, ben ik het traject gestart om te komen tot een nieuw voedselkeuzelogo. Ik ben in overleg met belanghebbenden zoals de Consumentenbond, gezondheidsfondsen, levensmiddelenindustrie, supermarkten, horeca en catering. Daarnaast benut ik de expertise van het RIVM en het Voedingscentrum. In dit overleg bereiden we het consumentenonderzoek voor. Nadat het resultaat van het consumentenonderzoek beschikbaar is, besluit ik over het nieuwe voedselkeuzelogo. Ik verwacht voor het einde van dit jaar deze keuze te kunnen maken.

Vraag 6

Bent u van plan Coca-Cola tot de orde te roepen? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 6

Ik ga binnenkort in gesprek met Coca-Cola om mijn standpunt zoals ook in deze beantwoording verwoord met hen te delen.