

De 'pros en cons' van 1169/2011

Tekst: **Norbert van der Werff** | Foto's: **EVMI, Norbert van der Werff**

Welke kansen biedt EU-verordening 1169/2011? In hoeverre schiet die verordening over voedselinformatie aan consumenten tekort? Die vragen kwamen aan de orde tijdens het symposium van Nysingh advocaten-notarissen en Scientia nova, op 8 september in Zwolle.

Voedingsmiddelenproducenten die benadeeld worden door oneerlijke handelspraktijken kunnen de NVWA verzoeken om handhaving van de regelgeving. Ze kunnen daarbij verwijzen naar EU-verordening 1169/2011. Dat maakte

advocaat Cees Dekker van Nysingh advocaten-notarissen tijdens het symposium duidelijk. Dekker ging in op kansen die geboden worden door de verordening over voedselinformatie aan consumenten. Die verordening heeft tot

doel de consumenten te beschermen, maar er wordt tevens in verwezen naar vrij verkeer van veilig en gezond voedsel en naar oneerlijke handelspraktijken. Volgens Dekker kunnen voedingsmiddelenfabrikanten daar bij concurrentievervalsing door foutieve etikettering dus een beroep op doen en een klacht indienen bij de NVWA. Hij legde uit dat het inschakelen van de NVWA voordelen biedt boven naar de burgerlijke rechter stappen, omdat een bedrijf in dat geval allerlei kosten moet maken om zijn gelijk te bewijzen.

In een pakje Wicky Framboos zit 0,000.020 gram framboos. Toch mag de vrucht op de verpakking afgebeeld worden.

>>>



De NVWA moet in de functie van toezichthouder zo'n verzoek om handhaving in behandeling nemen, maar kan het vervolgens wel afwijzen zonder onderzoek te hebben gedaan, wegens gebrek aan prioriteit. De NVWA moet die afwijzing dan motiveren. De NVWA heeft echter in het Jaarplan 2015 aangegeven dat naast de juiste etikettering van levensmiddelen zodat de consument goed wordt geïnformeerd, eerlijkheid in de handel en de bestrijding van fraude (inclusief geografische herkomstetikettering) wel degelijk tot de prioriteiten behoort, betoogde Dekker.

Het bedrijf dat een klacht heeft ingediend, heeft het recht gehoord te worden, dat wil zeggen het standpunt nog een keer duidelijk te kunnen maken, voor de NVWA de klacht toe- of afwijst. Dekker betoogde dat het bij zo'n klacht belangrijk is, de NVWA te overtuigen van de noodzaak om in te grijpen. Levensmiddelenfabrikanten doen er daarom goed aan te wijzen op het bredere consumentenbelang. "Maak duidelijk wat het gevaar is van die onjuiste bewering, bijvoorbeeld een claim."

Bij een afwijzing is er de mogelijkheid tot bezwaar en beroep. Dekker vertelde dat toen hij

werkzaam was bij de NMa, inmiddels omgedoopt tot Autoriteit Consument & Markt (ACM), het voorgekomen is dat de toezichthouder door de rechter werd gedwongen tot het doen van nader onderzoek naar een klacht.

Volgens de advocaat is de NVWA er nog niet aan gewend 'in opdracht' van een bedrijf te handhaven, maar biedt de regelgeving die mogelijkheid dus wel. Hij erkende dat niemand als 'klager' gezien wil worden, vanwege de associatie met verkieken. Hij gaf echter aan dat het een heel andere situatie is dan bij het mededingingsrecht. Daarbij kan een bedrijf een kartel aangeven waarbij het zelf betrokken is geweest en in ruil voor die medewerking verlaging of kwijtschelding van de boete krijgen. Bedrijven kunnen het stempel van klikspaan ontwijken door een volledig anonieme klacht te doen. Dekker raadt dat af, omdat de klager dan niet gehoord kan worden en ook niet in beroep kan gaan. Wel bestaat de mogelijkheid de NVWA te verzoeken de identiteit geheim te houden.

Onderzoek

Bedrijven die zelf onderwerp worden van een onderzoek, doen er goed aan mee te werken

en zich actief op te stellen. De advocaat verwerpt de verwachting dat het voorkomt dat bij doorzoeken blijkt dat de klacht ongegrond was, maar er wel op een ander terrein iets gevonden wordt dat niet in orde is. "Laat NVWA-mitwerkers wel toe tot je bedrijf. Door je actief op te stellen, kun je het onderzoek indammen. Als je dwars gaat liggen, raak je de controle kwijt." Soms kan het echter versimpeld zijn je te beroepen op je zwijgrecht, bijvoorbeeld om tijd te winnen om alles goed te laten rijtje te kunnen zetten. "En dan bel je de volgende dag de toezichthouder." De zaak wordt extra ingewikkeld omdat de NVWA twee taken op kan hebben: bestuursrechtelijk en strafrechtelijk. Er zijn daarbij verschillen in rechten en verplichtingen.

Hiaten

Naast de kansen zijn op het symposium ook de negatieve kanten van 1169/2011 belicht. Stephanie van Weert van Scientia nova betoogde dat er nogal wat hiaten zitten in de EU-verordening. Daardoor blijft het mogelijk dat de consument op het verkeerde been wordt gezet door informatie die op het e-label staat, of die daarop juist ontbreekt. Ze deed 22 aanbevelingen om de gaten in de verordening te dichten. Zo zijn er in de verordening minimale afmetingen vastgelegd voor de afstanden, maar er staat niet in wat de afstanden



Gojibessen worden superfood genoemd. Hoeveel vitamines, mineralen en antioxidanten een product moet bevatten om die naam te mogen dragen, is nergens vastgelegd.

Handhaving niet geharmoniseerd

Dekker erkent dat met de EU-verordening niet betekent dat ook de handhaving is geharmoniseerd. "Ik heb nooit gezien dat de Europese Commissie een lidstaat daarop aanspreekt. Zolang er niet door een Europese instantie gehandhaafd wordt, zul je verschillen blijven zien in de handhaving."



sen die letters moet zijn. Daardoor is het mogelijk de informatie op een etiket vrijwel onleesbaar te maken. Evenzo biedt 1169/2011 fabrikanten de mogelijkheid bij ruimtegebrek de ingrediënten achter elkaar te vermelden, in plaats van onder elkaar, wat overzichtelijker is. Fabrikanten kunnen daar altijd gebruik van maken, want er is geen oppervlakte gedefinieerd.

Een ander heikel punt is het ontbreken van regelgeving over portionering. Fabrikanten kunnen spelen met de portiegrootte en zo hun product gezonder laten lijken. Van Weert noemde het voorbeeld van een KitKat. Uit de verpakking blijkt dat een KitKat gezien moet worden als twee porties. "Maar iedereen zal dat in één keer opeten..."

Ook ging ze in op kwantitatieve ingrediënten-declaratie (kwid). Ze noemde het voorbeeld van de Wicky Framboos, al eerder door IJsbrand Velzeboer van Scienta nova besproken in zijn boek *Ons Voedselbombardement*. Op de verpakking prijkt een afbeelding van een framboos en ook de naam verwijst daarnaar. Wicky Framboos bevat echter slechts 0,1 procent rood fruitsap en in een pakje van 200 ml is dat 0,2 gram. Framboos maakt 0,01 procent van het rood fruitsap uit, dus in een pakje zit 0,000.020 gram framboos. Van Weert vergeleek dat met een retailverpakking frambozen (250 gram) in een Olympisch zwembad. Ze vroeg ze zich af of het wel eerlijk is dat er een framboos op de verpakking staat, ook al valt te herleiden uit de declaratie op de verpakking hoeveel er in zit. Ze pleitte voor een afbeelding die in verhouding staat tot de geclaimde grondstof.

Kilocalorieën

Ook stelde Van Weert dat de verplichting om het aantal calorieën te declareren, ten onrechte niet geldt voor sommige productgroepen. Zo hoeft op agf niet vermeld te worden hoeveelheid energie de gewassen leveren. Van magere yoghurt (76 kcal per 200 ml) en biscuit (26 kcal per koekje van 5 gram) moet het aantal kcal wel vermeld worden, maar van een appel (63 kcal per 100 gram) of een banaan (95 kcal per 100 gram) is dat niet verplicht. En dan weegt die banaan vaak wel 150 gram en levert dus nog veel meer dan die 95 kcal. Ook op drank met meer dan 1,2 procent alcohol hoeft geen caloriegehalte te worden vermeld. Consumenten kunnen op een fles cola lezen dat een glas cola van 200 ml 84



De verplichting om het aantal calorieën te declareren geldt ten onrechte niet voor sommige productgroepen, zoals fruit, betoogde Stephanie van Weert.

kcal levert, terwijl producenten van whisky, met een vergelijkbaar energiegehalte per glas (86 kcal per 35 ml) daartoe niet verplicht zijn. En op bier hoeft niet vermeld te worden dat het 42 kcal per 100 ml levert, maar een verplichte vermelding is er vreemd genoeg wel voor alcoholvrij bier (26 kcal per 100 ml).

Water toevoegen

Bij vleesbereidingen en visproducten moet het worden vermeld als meer dan 5 procent water is toegevoegd. In zo'n geval wordt echter niet duidelijk hoevél water is toegevoegd. Ook stelde Van Weert aan de kaak dat bij vleesbereidingen en visproducten toegevoegd eiwit, waarmee water gebonden kan worden, alleen vermeld hoeft te worden als het om eiwitten van een ander dier gaat. Aan kip mag dus kippeneiwit worden toegevoegd en aan vis visseneiwit, zonder dat de consument dat op het etiket kan lezen. Daarnaast vindt ze dat er wet- of regelgeving moet komen voor gebruik van de niet beschermde term ambachtelijk en ook voor het begrip superfoods. Zulke superfoods bevatten een hoger gehalte aan vitamines, mineralen en antioxidanten, maar hoeveel dat dan moet zijn, is nergens vastgelegd. ■

'Kijken naar cultuur, integriteit en strategie'

'Certificatie is geen doel maar een middel.' Dat was de titel van de bijdrage van Jaap-Jan Brugman, lead auditor bij TÜV Nederland, dat certificeert voor onder meer BRC, IFS en ISO 22.000. Hij constateert dat ondanks de certificatie van bijna ieder foodbedrijf, er nog steeds regelmatig grote incidenten voorkomen. De werkwijze van certificerende instellingen (ci's) is in twintig jaar nauwelijks veranderd. Ci's moeten daarom kritisch naar zichzelf kijken. "We kennen allemaal die auditor die alleen maar afvinkt of iets voldoet of niet." Ter illustratie gaf hij het voorbeeld van een bedrijf dat op een lager niveau kwam omdat een bekertje karnemelk in het bedrijfsrestaurant een dag over de datum was... Hij sprak van het "kweken van gerechtvaardigd vertrouwen", door te werken vanuit de bedoeling van de norm. Daarbij moet aandacht zijn voor de 'zachte elementen', zoals cultuur, integriteit en strategie van de organisatie. Door verschillende databronnen te koppelen, kan de focus gericht worden op relevante, risicogerichte vragen. Daarbij moet er een continue en slimme monitoring zijn.

