

OORSPRONGSETIKETTERING: GEEN PROTECTIONISME OP KOSTEN VAN DE CONSUMENT!

Consument geeft aan niet te willen betalen voor verregaande oorsprongsetikettering

Brussel, 3 september 2014 - Test-Aankoop riep gisteren op om werk te maken van een verplichte oorsprongsetikettering voor vlees gebruikt in bijvoorbeeld verwerkte vleeswaren en bereide maaltijden. FEVIA, de federatie van de voedingsindustrie, heeft begrip voor de vraag naar transparantie maar is tegen een dergelijke verregaande verplichting. Verplichte oorsprongsetikettering is immers een vorm van protectionisme die nadelig is voor de Belgische economie en de Belgische consument.

FEVIA pleit voor het principe in de nieuwe Europese verordening dat de oorsprong van ingrediënten enkel vermeld moet worden indien het weglaten ervan de consument zou misleiden. De nieuwe wetgeving, die midden december in voege treedt, bevat bovendien reeds een gevoelige verbetering van de informatie voor de consument.

Protectionisme treft Belgische bedrijven

De voedingsindustrie heeft begrip voor de wens van consumentenorganisaties om de oorsprong van voedingswaren en hun ingrediënten zoveel mogelijk aan te duiden op het etiket. Helaas zit er achter deze vraag naar een verplichte oorsprongsetikettering een nieuwe vorm van protectionisme vanwege enkele grotere lidstaten binnen de Europese Unie. Door vast te houden aan lokale voeding proberen deze landen de concurrentie van kleinere, meer op export gerichte lidstaten, zoals België, tegen te gaan.

“Als klein land hebben wij een open economie en doen we veel buitenlandse handel. We zijn een klein land en hebben dus veel buitenland. Wij hebben dan ook alle baat bij een eerlijke toepassing van de basisprincipes van de eengemaakte Europese economie.” aldus Chris Moris, directeur-generaal bij FEVIA. “Onze voedingsbedrijven verdienen een gelijke kans om producten op buitenlandse markten af te zetten.”

De Belgische economie – en de consument – zijn de dupe

Een vaak gebruikt argument is dat de consument vragende partij is voor meer transparantie. Even vaak vergeet men hierbij helaas het prijskaartje te vermelden dat hieraan verbonden is voor diezelfde consument. De investeringen om dergelijk verregaande etikettering toe te passen dreigen immers de consument nodeloos op kosten te jagen.

Volgens een onderzoek van de Europese commissie¹ zou de verplichte oorsprongsetikettering de productie van voedingswaren tussen 20% en 50% duurder maken. Het valt dan ook te verwachten dat dit een neerslag zal hebben op de uiteindelijke prijs die de consument betaalt.

¹ http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/docs/swd_2013_437_en.pdf

“Volgens de campagne van Test-Aankoop zou 90 % van de consumenten willen weten waar hun vlees vandaan komt. Volgens een impactstudie van de Europese commissie zijn consumenten echter helemaal niet bereid om meer te betalen voor die kennis.” aldus Chris Moris. “Het is ook maar de vraag als die extra kennis wel noodzakelijk is in een Europese context waar alle voedingswaren aan dezelfde regels qua veiligheid en kwaliteit zijn onderworpen. Het voorstel dreigt dus zijn doel voorbij te schieten.”

* * *

Contactpersoon:

Nicholas Courant

Communication manager

Tel: +32 (0)2 432 32 53

GSM: +32 (0)478 24 31 49

E-mail: NC@FEVIA.be

DE VOEDINGSINDUSTRIE IN CIJFERS (2013)

	België	Evolutie 2012-2013	Aandeel in industrie
Jobs	88.700	-0,7%	18,3%
Bedrijven/ Vestigingen	4.600	-2,7%	27,8%
Omzet	€ 48,2 miljard	1,5%	17,1%
Toegevoegde waarde*	€ 6,8 miljard	1,7%	15,8%
Export	€ 22,1 miljard	2,2%	/
Import	€ 19,1 miljard	2,3%	/
Investerings	€ 1,2 miljard	-10,2%	17,9%

*cijfers 2012