

Opiniestuk: Supermarkten, laat je van je beste kant zien

05 december 2022

Supermarkten hebben altijd gesproken over hoge ambities op het vlak van milieu en klimaat. Nu kunnen ze laten zien dat dat geen holle woorden zijn vindt BioForum. We schreven een opiniestuk, dat vandaag ook in De Standaard verscheen.

Lisa Develtere

De afgelopen jaren kon je geen interview met supermarktbonzen lezen of ze spraken over hoge ambities op het vlak van milieu en klimaat. De supermarkt van de 21ste eeuw had niet alleen oog voor prijs, maar ook voor duurzaamheid en eerlijke handel.

Het Superlijst-onderzoek dat vorige week werd gepubliceerd, vertelt iets anders. Supermarkten laten nog veel kansen liggen en schuiven te vaak de verantwoordelijkheid af op de klant. Die moet maar kiezen voor duurzame voeding. En dat terwijl winkels best wel wat troeven in handen hebben om hun klanten te verleiden tot bewustere keuzes. Een goede start is bijvoorbeeld bio een prominente plaats geven in het assortiment.

Daar knelt het schoentje. We krijgen vanuit de biologische landbouwsector steeds meer signalen dat boeren het moeilijk hebben om hun producten nog in de winkelrekken te krijgen. Volgens de supermarkten kiezen klanten vanwege een krimpend gezinsbudget liever voor goedkope dan voor duurzame voeding. Zij spelen in op die vraag en dus is er minder ruimte voor bio.

"Terwijl in de media wordt gevreesd voor een eierentekort, krijgen biologische pluimveehouders hun eieren niet verkocht."

Winst op lange termijn

Waren al die grote woorden over duurzaamheid dan alleen maar marketing? Nog niet zo lang geleden vroegen de supermarkten boeren te kiezen voor biologische landbouw, want dat was de toekomst. Nu laten ze diezelfde boeren in de kou staan. Nochtans is voor veel producten het prijsverschil tussen biologisch en niet-biologisch net kleiner geworden. Dat komt doordat ook in de gewone landbouwsector de kostenexplosief zijn gestegen. Een supermarkt die het echt meent met zijn duurzame ambities, zou daar een opportuniteit in zien. Het uitgelezen moment om aan de klant te tonen dat ze niet alleen voor de eigen winst gaan, maar ook voor de langetermijnwinst van de maatschappij.

Vandaag gebeurt dat niet en dat leidt tot de gekste situaties. Terwijl in de media wordt gevreesd voor een eierentekort, krijgen biologische pluimveehouders hun eieren niet verkocht. Dat het aandeel biologische melk in de supermarkt marginaal blijft, zou komen doordat de consument niet voor de duurdere biologische variant wil betalen. De Nederlandse supermarkt-keten Plus bewijst dat het anders kan: die maakte het literpak melk van zijn huismerk volledig biologisch. De prijs voor de consument bleef gelijk, de meerprijs voor de boer betaalde Plus uit eigen zak.

Een aantal biosectoren zal het zonder de steun van de supermarkten niet redden. De kortetermijnlogica die supermarkten hanteren, kan zich op de langere termijn tegen hen keren. Wie in tijden van crisis zijn leveranciers niet blijft steunen, moet niet verwachten dat de situatie zich snel herstelt zodra het weer wat beter gaat. Het is tijd om te laten zien dat al die ambities geen holle woorden zijn.