

Op de winkelvloer gebeurt het.

De regering heeft haar plannen voor komend jaar ontvouwd. In de Troonrede werden de maatregelen bekendgemaakt die in 2014 moeten gaan leiden tot de gewenste zes miljard euro aan bezuinigingen. Voor de voedingsmiddelenindustrie was het geen mooi plaatje.



In plaats van lastenverlichting worden bedrijven geconfronteerd met lastenverzwaringen. Sociale premies en accijnzen gaan omhoog. Aangekondigde lastenverlichtingen zijn geschrapt en een eenmalige crisisheffing blijkt niet eenmalig te zijn maar meerjarig.

Maar niet alleen voor de bedrijven was het zwaar weer, die derde dinsdag van september. De consument wordt in zijn koopkracht aangetast. Weliswaar minder dan voorgaande jaren, maar toch. En dat is voor het vijfde jaar in successie. Koopkrachtaantasting leidt automatisch tot minder consumentenvertrouwen en minder consumptieve bestedingen.

In sommige opzichten heeft de regering wel geluisterd naar de maatschappelijke signalen. Maar deze lichtpuntjes zijn er slechts voor kleinere groepen in de Nederlandse samenleving. We zullen het dus vooral van de eigen vindingrijkheid moeten hebben om de eigen exploitatie gezond te houden en tegelijkertijd te zorgen dat brood bij de consument in the picture blijft als gezond product. Innovatie en slimme marketingactiviteiten moeten daarbij centraal komen te staan.

Hiervoor is de dialoog met de afnemers (of dat nu supermarkten of eindconsumenten zijn) essentieel. Want op de winkelvloer gebeurt het. Zowel in tijden van crisis als in tijden van hoogconjunctuur. Retail is tenslotte detail. Zorg in uw organisatie dus voor operationele uitmuntendheid en behandel de consument als koning/gast. Daardoor zullen consumenten meer c.q. beter c.q. duurder brood kopen. Dat bepalen we ook zelf. Daar hebben we de regering niet bij nodig. Toch?

Toch blijft Den Haag wel belangrijk voor ons als kader dat we kunnen beïnvloeden. Dat beïnvloeden heeft regelmatig succes. Brood wordt nog altijd gezien als een gezond product. In de discussie rond de zoutreductie wordt de broodbranche veelvuldig als lichtend voorbeeld aangehaald. De zoutnorm is een wettelijk maximum dat niet overschreden mag worden. Houd hieraan vast om brood als onbesproken voedsel te handhaven. Dat is goed voor de omzet van de eigen onderneming en de branche.

Wim Kannegieter

Directeur Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij (NVB)