



PERSBERICHT

Leidschendam, 12 mei 2010

## Detailhandel waarschuwt voor zinloze duurzaamheidslabels

### *Consument betaalt de prijs*

**Detailhandel Nederland is fel gekant tegen de invoering van zogeheten 'land van oorsprong'-etiketten op alle textielproducten die worden geïmporteerd van buiten de Europese Unie. Dergelijke etiketten zeggen praktisch niets over of het geïmporteerde textiel duurzaam is geproduceerd. Daarentegen leiden de etiketten er volgens berekeningen van de Europese Commissie wel toe dat geïmporteerde kledingstukken gemiddeld € 1,50 duurder worden. Voor een gemiddeld Nederlands huishouden betekent dit dat de uitgaven aan kleding op jaarbasis met ongeveer € 100 zullen stijgen.**

In 2008 gaf een Nederlands huishouden € 1353 uit aan kleding. Invoering van een zinloos 'made in'-label zou daarvan € 1453 maken, een stijging van uitgaven met ruim 7%.

Detailhandel Nederland presenteert vandaag aan Bas Eickhout, Europarlementariër voor GroenLinks, de brochure 'Winkeliers & werkbare duurzaamheid'. Belangrijke boodschap is dat winkeliers zich graag inzetten om voor de consument de duurzame keuze de makkelijke keuze te maken. Daarvoor is een vereiste dat duurzaamheidslabels relevante en begrijpelijke informatie bevatten.

Een 'land van oorsprong'-etiket, waarvoor de Commissie interne markt en consumentenbescherming van het Europees Parlement (EP) zich uitspreekt, voldoet niet aan de criteria van relevantie en begrijpelijkheid. Zo'n soort 'made in'-label zegt bijvoorbeeld bar weinig over mensenrechten. Leidend voor de oorsprongsaanduiding zal volgens de EP-commissie het land moeten zijn waar de pure eindassemblage is gebeurd. Dus niet het land waar bijvoorbeeld katoen is geplukt en ook niet het land waar deze katoen vervolgens is geweest.

De keuze van het land van pure eindassemblage is compleet willekeurig. De toegevoegde waarde voor de consument is nihil. Daarentegen is wel duidelijk dat dit soort labels textielimporten duurder zal maken. Deze kostenverhoging wordt veroorzaakt door het aanbrenge van de etiketten, controle op productieketens, alsmede administratieve- en controlekosten in verband met documentatie en douaneafhandeling. Detailhandel Nederland vreest dat het EP zich op sleeptouw laat nemen door onder meer de Italiaanse textielindustrie, die probeert geïmporteerd textiel kunstmatig duurder te maken en daarmee de Europese markt af te scherm.

Er is ook een aantal andere, reeds ingevoerde Europese duurzaamheidslabels, zoals het ecolabel en energielabel, die op de punten relevantie en begrijpelijkheid tekortschieten. Het Europese energielabel geeft een vertekend beeld. Door de grofmazige opzet vallen apparaten als koelkasten en wasmachines al snel in de hoogste energiezuinigheids categorie. Dit maakt het voor de consument moeilijker in plaats van makkelijker om te bepalen welke producten nu daadwerkelijk het meest energiezuinig zijn. Voor het ecolabel geldt dat de meeste consumenten simpelweg onbekend zijn met waar het label voor staat.

---

***Noot voor de redactie:***

*Detailhandel Nederland vertegenwoordigt de winkeliers van Nederland. Het stelt zich ten doel de belangenbehartiging van de detailhandel in Den Haag en Brussel te optimaliseren en te versterken. Detailhandel Nederland representeert 110.000 winkeliers en een omzet van € 80 miljard per jaar.*

*Voor meer informatie kunt u terecht bij Yvonne Fernhout, PR en Communicatie, 06 204 923 62 of [yvonne.fernhout@dedetailhandel.nl](mailto:yvonne.fernhout@dedetailhandel.nl)*