
Reclamerecht

IER 2018/9

COLLEGE VAN BEROEP RECLAME CODE COMMISSIE

29 november 2017

m.nt. E.H. Hoogenraad

MSC-certificering Princes tonijnblikken

Verpakking van Princes tonijn in blik voorzien van MSC-keurmerk duurzame visserij. Teksten op verpakkingen zijn volgens RCC bij twee verpakkingen misleidend omdat indruk wordt gewekt dat visbedrijven zélf MSC-gecertificeerd zijn. College van Beroep vindt geen van de verpakkingen misleidend. De gemiddelde consument is er niet mee bekend dat sommige bedrijven uitsluitend duurzaam vis vangen, en andere bedrijven zowel duurzaam als niet-duurzaam vis vangen. De gemiddelde consument zal volgens het College hier geen onderscheid tussen maken en zijn aankoopgedrag niet laten beïnvloeden omdat het de gemiddelde consument slechts uitmaakt of het product zelf (blikje tonijn) duurzaam is gevangen, en niet of ook het bedrijf

23 ECLI:EU:C:2017:376, punten 111-130.

duurzaam vist. Klacht van concurrent World Wise Foods (die uitsluitend duurzaam vist) afgewezen.

Art. 8.1 Nederlandse Reclame Code, art. 2 Milieu Reclame Code 2017/000564

nr. 2017/00564

Het College van Beroep [29 november 2017]

De bestreden uiting, de klacht en de beslissing van de Commissie

De klacht betreft de verpakking van vijf soorten visconserveren (tonijn in blik) die als volgt kunnen worden omschreven:

- tonijnstukken in zonnebloemolie MSC,
- tonijnstukken in water MSC,
- tonijnstukken in olijfolie MSC,
- tonijnmoot in zonnebloemolie MSC,
- tonijnmoot in water MSC.

De klacht richt zich in het bijzonder tegen de volgende mededelingen:

“Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij” (deze mededeling staat op de bestreden verpakkingen sub d en sub e),

“Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd” (deze mededeling staat op de bestreden verpakkingen sub d en sub e),

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren” (deze mededeling staat op alle bestreden verpakkingen),

Het blauwgekleurde MSC-logo dat is voorzien van de volgende tekst: “Gecertificeerd duurzame visserij MSC www.msc.org/nl” (deze mededeling staat op alle bestreden verpakkingen),

“Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl” (deze mededeling staat op alle bestreden verpakkingen),

“Door Princes vis met het MSC-keurmerk te kopen, weet u zéker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt. Princes MSC vis voldoet aan strenge eisen voor het behoud van visbestanden en het leven in zee. Op deze manier kunt u ook in de toekomst van uw favoriete Princes vis blijven genieten!” (deze mededeling staat op de verpakkingen sub d en e).

De klacht luidt in essentie dat de verpakkingen onjuist, misleidend en in strijd met de NRC en MRC zijn, omdat voormelde mededelingen de indruk wekken dat (de betrokken visbedrijven van) Princes of de betrokken vissers MSC-gecertificeerd zijn, terwijl uitsluitend vangsten in aanmerking komen voor MSC-certificering.

De Commissie heeft de verpakkingen los van elkaar beoordeeld. De Commissie heeft geconstateerd dat niet in geschil is dat de tonijn in de bestreden verpakkingen MSC-gecertificeerd is. Verder heeft de Commissie over-

wogen dat een MSC-certificering wordt toegekend aan een bedrijf voor wat betreft het product, en dat de bedrijven waar het in verband met de bestreden uitingen om gaat zowel MSC-gecertificeerde als niet-gecertificeerde vis(vangsten) leveren. Ten aanzien van de verpakkingen sub a tot en met c heeft de Commissie geoordeeld dat de daarop vermelde teksten niet de indruk wekken dat de visserij waaruit het betreffende product afkomstig is zelf MSC-gecertificeerd is.

Het voorgaande ligt volgens de Commissie anders ten aanzien van de verpakkingen sub d en e. Op deze verpakkingen wordt volgens de Commissie de onjuiste indruk gewekt dat de visbedrijven of de vissers zelf gecertificeerd zijn. De Commissie baseert dit oordeel ten aanzien van verpakking sub d op de volgende mededelingen op de verpakking: “Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij. www.msc.org/nl” en “Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd”. Ten aanzien van verpakking sub e baseert de Commissie haar oordeel dat sprake is van misleidende reclame op de volgende mededeling op deze verpakking: “Dank u voor het kopen van Princes MSC tonijn. Door Princes vis met het MSC-keurmerk te kopen, weet u zéker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt. Princes MSC vis voldoet aan strenge eisen voor het behoud van visbestanden en het leven in zee. Op deze manier kunt u ook in de toekomst van uw favoriete Princes vis blijven genieten!”. In zoverre heeft de Commissie de klacht gegrond geacht en de verpakkingen sub d en e in strijd geacht met artikel 7 NRC en 2 MRC. De overige mededelingen op de verpakkingen maken dit oordeel volgens de Commissie niet anders.

De grieven in principaal appel

De grieven in het principaal appel betreffen uitsluitend het oordeel van de Commissie over de hiervoor genoemde mededelingen op de verpakkingen ad d en ad e die volgens de Commissie misleidende reclame en een misleidende milieuclaim zijn. De tegen dit oordeel gerichte grieven van Princes worden als volgt samengevat.

Primair: de Commissie heeft ten onrechte individuele mededelingen beoordeeld in plaats van de volledige verpakkingen. Princes onderbouwt de primaire grief als volgt. Bij de vraag of sprake is van misleiding dient volgens de vaste lijn van eerdere beslissingen van de Commissie en het College te worden uitgegaan van de volledige verpakkingen in plaats van geïsoleerde individuele mededelingen of zinsneden op de verpakkingen. Voor zover bepaalde uitingen al een onjuiste indruk zouden wekken bij de consument, geldt dat deze eerste indruk in voldoende mate wordt gecorrigeerd door de rest van de verpakking. Op elke verpakking staat bijvoorbeeld: “Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren”, in combinatie met het MSC logo en de mededeling “Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij”. Ten aan-

zien van deze mededelingen heeft de Commissie beslist dat deze de consument voldoende duidelijkheid verschaffen. Er is geen consument die op basis van een van de volledige verpakkingen de indruk zal krijgen dat Princes of de bedrijven zelf MSC-gecertificeerd zijn. Iedere consument begrijpt door het bekende MSC-keurmerk op de verpakkingen dat de tonijn op een duurzame wijze is gevangen. Uitsluitend dat gegeven is voor de gemiddelde consument van belang bij de aankoopbeslissing.

Subsidiar: ook bij individuele beoordeling van de mededelingen op de verpakkingen zijn de uitingen niet in strijd met de NRC en MRC. De afzonderlijke grieven die Princes in dit verband aanvoert kunnen als volgt worden samengevat. De consument zal “visserij” en “vissers” overal in de betekenis van (gecertificeerde activiteit van) het vissen begrijpen. Zelfs als consumenten “visserij” en “vissers” zouden opvatten als een bedrijf is er geen strijd met de NRC en MRC. Het economische gedrag van de gemiddelde consument wordt niet verstoord. Er is geen sprake van een milieclaim en in elk geval is er geen misleiding.

Op de grieven in principaal appel zal hierna, voor zover nodig, worden ingegaan.

Het antwoord in appel tevens houdende incidenteel appel

De grieven zijn gemotiveerd weersproken waarbij World Wise Foods zich aansluit bij het oordeel van de Commissie met betrekking tot de verpakkingen sub d en e. Het algemene standpunt van World Wise Foods kan daarbij als volgt worden samengevat.

Het woord ‘visserij’ op de bestreden verpakkingen verwijst specifiek naar Princes als bedrijf of naar de bedrijven waarmee zij samenwerkt. De teksten op de verpakkingen van Princes, inclusief de tekst van het MSC-label waarin wordt gesproken over “visserij” in plaats van “vis” of “visvangst” zoals bij een vertaling van het woord “Seafood” in de Engelstalige variant van het logo voor de hand had gelegen, zijn hierdoor onjuist en in ieder geval misleidend. De consument zal menen dat Princes, althans de door haar gebruikte visserijen/vissers, als zodanig MSC-gecertificeerd zijn. In werkelijkheid krijgt slechts een specifieke vangst een MSC-keurmerk. Hierdoor is sprake van ‘greenwashing’ van de onderneming van Princes en haar toeleveranciers. Princes creëert ten onrechte de indruk dat zij uitsluitend tonijn verkoopt die door haar onderneming, inclusief de partijen waarmee zij samenwerkt, duurzaam is gevangen. De NRC en MRC verwachten grote terughoudendheid als het gaat om (absoluut geformuleerde) milieclaims. Zelfs als de gemiddelde consument het woord ‘visserij’ zal opvatten als de visvangst als activiteit, hetgeen volgens World Wise Foods niet voor de hand ligt nu de consument dit woord in de eerste plaats opvat als een bedrijf waar vissers werken of een bedrijf in de visvangst, is sprake van misleiding. Er is geen sprake van duurzame visvangst omdat de vis van Princes met het MSC-keurmerk wordt gevangen tijdens dezelfde vistocht met dezelfde boot waarmee ook vis op niet duurzame wijze (met zogenaamde FAD’s, lokvloten) wordt gevangen. Door kunstmatig de ene vangst te sepa-

ren van de andere vangst, kan een MSC-keurmerk op een vangst worden verkregen, maar dat maakt de vangst met het MSC-keurmerk nog niet duurzaam en dit wordt ook niet aan de consument uitgelegd op de verpakking.

Met betrekking tot de afzonderlijke grieven stelt World Wise Foods meer in het bijzonder, onder verwijzing naar eerdere uitspraken van de Commissie en het College alsmede gelet op de rechtspraak van het Hof van Justitie EU, dat de beoordeling van individuele zinsneden op de verpakking niet onjuist kan worden geacht. Een evident onjuiste reclame-uiting behoudt haar onjuiste karakter, ongeacht de aanwezigheid van andere informatie op de verpakking. De juiste beoordeling is een beoordeling waarbij zowel individuele uitingen als het algemene beeld dat door de uitingen ontstaat worden beoordeeld. In dit geval zijn de reclame-uitingen samen bezien misleidend. Het standpunt dat consumenten niet nadenken over de duurzaamheid van de aankoop van tonijnproducten is niet in lijn met de aandacht voor de duurzaamheid van producten in het algemeen en voedsel in het bijzonder. De consument wil graag iets met duurzame vis, weet dat het MSC-logo met duurzame vis te maken heeft en daarom moet aan de consument worden uitgelegd wat wel en niet duurzaam is. Uit eerdere uitspraken van de Commissie en het College volgt dat het begrip duurzaam terughoudend dient te worden gebruikt en dat in ieder geval zorgvuldig dient te worden toegelicht waarom en in welke mate de duurzaamheidsclaim wordt waargemaakt teneinde verwarring bij de consument te voorkomen. Het onjuiste beeld dat Princes of de bedrijven of vissers met wie zij samenwerkt als zodanig MSC-gecertificeerd zijn, beïnvloedt het economische gedrag van de gemiddelde consument en is in strijd met de MRC. De verpakkingen wekken de indruk dat Princes een zeer grote bijdrage levert aan duurzame visvangst door samen te werken met een visserij of vissers die in hun geheel onafhankelijk gecertificeerd zijn.

Het incidenteel appel richt zich tegen de overwegingen van de Commissie voor zover zij de klacht ten aanzien van de mededelingen die zij onder de weergave van de klacht heeft genummerd als 3, 4 en 5, heeft afgewezen. Het College geeft het incidenteel appel als volgt weer, waarbij het College ten aanzien van de afzonderlijk bestreden mededelingen dezelfde nummering hanteert als de Commissie.

Ad 3: De zin “Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren” op alle bestreden verpakkingen.

In samenhang met de overige mededelingen op de verpakking en met name op grond van de MRC is deze uiting misleidend. Het is voor de consument onduidelijk waaruit de samenwerking bestaat die ertoe leidt dat ‘duurzaam gevangen tonijn’ wordt geleverd. Hierdoor is sprake van een (te) absolute milieclaim, die nadere context vereist omdat anders een onjuist en misleidend beeld wordt geschetst over de duurzaamheid van de wijze waarmee Princes tonijn levert.

Ad 4: De zin “GECERTIFICEERD DUURZAME VISSERIJ MSC www.msc.org/nl” op alle bestreden verpakkingen in combinatie met het MSC-label.

Op het MSC-label is specifiek artikel 7 MRC van toepassing. Dit artikel bepaalt dat het symbool duidelijk dient te zijn en elke verwarring daarover is uitgesloten. Door het gebruik van de absolute formulering “Gecertificeerd duurzame visserij” zal bij de gemiddelde consument verwarring ontstaan. De consument zal het woord ‘visserij’ interpreteren als het visbedrijf dat is gecertificeerd, terwijl de absolute milieclaim “duurzame visserij” niet is voorzien van enige context of uitleg.

Ad 5: De zin “Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl” op alle bestreden verpakkingen.

Om de hiervoor genoemde redenen acht World Wise Foods ook deze mededeling misleidend. De misleiding wordt nog versterkt door het woord ‘een’. Deze mededeling is in feite niet anders dan de mededelingen ad 1 en ad 6 die reeds door de Commissie misleidend zijn geacht.

Tot slot is het incidenteel appel gericht tegen de veronderstelling van de Commissie dat het kartonnen wikkel bij verpakking d) slechts de mededelingen ad 1 en ad 2 bevat (“Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij” respectievelijk “Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd”). Het wikkel bevat tevens de mededeling ad 6 (“Door Princes vis met het MSC-keurmerk te kopen, weet u zeker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt.”). Daarnaast bevat de verpakking e) niet alleen de mededeling ad 6), maar tevens de mededelingen ad 1) en 2) zoals hierboven omschreven.

Het antwoord in het incidenteel appel

De grieven in het incidenteel appel zijn gemotiveerd weersproken. Hierna zal, voor zoveel nodig, op het verweer in het incidenteel appel worden ingegaan.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten toegelicht onder meer aan de hand van overgelegde pleitaantekeningen. In aanvulling daarop is nog het volgende meegedeeld.

Aan de zijde van Princes wordt toegelicht hoe certificeren van vangsten plaatsvindt. Dit geschiedt door een onafhankelijk toezichthouder. Het toezicht omvat de hele keten van vangst tot aan de verwerking. Er wordt gecertificeerd voor de manier van vissen. De blikjes met MSC-keurmerk zijn duurder dan blikjes zonder keurmerk.

Namens World Wise Foods wordt meegedeeld dat zij in een groter verband aan de orde stelt of sprake is van duurzaam gevangen vis indien tijdens dezelfde vistocht ook vis op niet duurzame wijze wordt gevangen. World Wise Foods acht het daarbij kwetsief of kan worden gegarandeerd dat de vis efficiënt wordt gescheiden. Het belangrijkste is evenwel of men zichzelf als bedrijf duurzaam mag noemen indien vis wordt gevangen onder het MSC-keurmerk. De consument kiest voor een groene fabrikant en zal kiezen voor Princes in plaats van een concurrent door de veronderstelling dat Princes een milieuvriendelijk bedrijf is. In werkelijkheid is

slechts een klein deel van de tonijn van Princes MSC-gecertificeerd.

Het oordeel van het College

In principaal en incidenteel appel

1. Het College stelt voorop dat de beoordeling beperkt blijft tot de verpakkingen waartegen de inleidende klacht is gericht. Voor zover in deze beslissing over het ‘MSC-keurmerk’ wordt gesproken, wordt bedoeld het keurmerk van het Marine Steward-ship Council (‘MSC’), het blauwgekleurde MSC-logo dat als label op de verpakkingen is afgebeeld in de vorm van mededeling ad 4.

In principaal appel

2. Princes stelt in de eerste plaats dat de Commissie de mededelingen op de verpakkingen sub d en e, te weten: “een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is” (ad 1), “vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij” (ad 2) en “een duurzame visserij” (ad 6), individueel heeft beoordeeld en niet de totale verpakkingen heeft beoordeeld. Dit betoog faalt. Uit het oordeel van de Commissie volgt weliswaar dat zij haar oordeel in het bijzonder op de hier bedoelde mededelingen heeft toegespitst, maar door te overwegen dat de overige mededelingen op de verpakking het oordeel niet anders maken, heeft de Commissie ervan blijk gegeven deze mededelingen in samenhang met de overige mededelingen op de verpakking te hebben beschouwd, derhalve de verpakking als geheel te hebben beoordeeld.

3. De bestreden mededelingen op de verpakkingen sub d en e betreffen informatie die Princes heeft aangebracht met de onmiskenbare bedoeling haar producten in deze zin aan te prijzen, dat zij zich op het gebied van ‘duurzaamheid’ onderscheiden van vergelijkbare visconserven. Dit blijkt uit het MSC-keurmerk op alle verpakkingen dat in het logo nader wordt ingevuld als “Gecertificeerd duurzame visserij”, alsmede uit de verwijzingen naar duurzaamheid in de overige bestreden mededelingen. World Wise Foods stelt dat het begrip ‘duurzaam’ terughoudend dient te worden toegelicht waarom en in welke mate de duurzaamheidsclaim wordt waargemaakt teneinde verwarring bij de consument te voorkomen. Naar het oordeel van het College voldoen de bestreden verpakkingen aan deze eis, nu voldoende duidelijk wordt gemaakt wat de invulling en de essentie van de duurzaamheidsclaim is, te weten een visproduct dat voldoet aan de eisen van het MSC-keurmerk en dat daarom als duurzaam of verantwoord kan worden beschouwd. Niet in geschil is dat dergelijke informatie door de gemiddelde consument zal worden opgevat als een vorm van milieu-informatie.

4. Milieu-informatie die, zoals in dit geval, facultatief op verpakkingen is aangebracht, dient duidelijk en eenduidig te zijn (vgl. artikel van 39 Verordening (EU) nr. 1379/2013). Deze informatie mag de consument niet misleiden over de aard, identiteit, eigenschappen, samenstelling, hoeveelheid, houdbaarheid, land van oorsprong of plaats

van herkomst en wijze van vervaardiging of productie (vgl. artikel 7 lid 1 aanhef en onder a van Verordening (EU) nr. 1169/2011, de zogenaamde "Etiketteringsverordening"). Het College verwijst voorts naar de aan milieucclaims te stellen eisen krachtens de Milieu Reclame Code, die voor wat betreft milieucclaims een specifieke regeling bevat ter voorkoming van oneerlijke reclame in de zin van de artikelen 7 en 8 NRC in verband waarmee de MRC dient te worden uitgelegd. Bij de beoordeling of sprake is van misleiding dient te worden uitgegaan van de volledige verpakkingen (teksten op het etiket in combinatie met teksten op het blik en de kartonnen omslag voor zover aanwezig) inclusief alle daarop staande mededelingen. Verder dient te worden gelet op de context waarin de mededelingen worden gedaan en de vermoedelijke verwachting van de gemiddelde consument over de eigenschappen van het product dat hij blijkens de verpakkingen koopt.

5. Op zichzelf genomen staat niet ter discussie dat het MSC-keurmerk staat voor op duurzame wijze gevangen vis. World Wise Foods heeft ter zitting meegedeeld dat de klacht ziet op mededelingen op de verpakkingen die inhouden of impliceren dat Princes zichzelf of de betrokken vissers duurzaam noemt. Voor zover World Wise Foods daarnaast haar twijfel uit of volgens MSC-maatstaven gevangen vis doeltreffend kan worden gescheiden van vis die tijdens dezelfde tocht op andere wijze is gevangen, merkt het College op dat dit in eerste aanleg niet als een afzonderlijke klacht over de verwijzing naar duurzaamheid op de verpakkingen is gepresenteerd. Overigens betwist Princes hetgeen World Wise Foods in dit verband oppert, als zou het in opdracht van MSC uitgeoefende toezicht onvoldoende effectief zijn om daarop een duurzaamheidsclaim als de onderhavige te baseren. Aan de zijde van Princes is bovendien onweersproken toegelicht dat er onafhankelijk toezicht is vanaf de vangst tot aan de verwerking (om de traceerbaarheid veilig te stellen), dat het MSC een gerenommeerde instantie is in de zin van artikel 7 MRC en dat het MSC-keurmerk door Milieu Centraal (een voorlichtingsorganisatie die in opdracht van de overheid duurzaamheidslogo's heeft beoordeeld) is aangemerkt als 'Topkeurmerk'. Het College oordeelt op basis van deze informatie dat de inhoud van de verpakkingen voldoet aan de omschrijving 'duurzaam'.

6. Het College acht het aannemelijk dat de gemiddelde consument bij zijn aankoopbeslissing het MSC-keurmerk zal zien, nu dit prominent op de verpakking is afgebeeld. Dit keurmerk maakt, mede in combinatie met de overige mededelingen op de verpakkingen die naar duurzaamheid verwijzen, duidelijk dat sprake is van een 'verantwoorde' aankoop met het oog op duurzaamheid. De consument zal, zoals voor de hand ligt, het MSC-keurmerk en de daarmee samenhangende mededelingen betrekken op de inhoud van de verpakking. Vermoedelijk zal de gemiddelde consument de mededelingen op de verpakkingen die naar duurzaamheid verwijzen aldus uitleggen dat de inhoud "verantwoord" is door de wijze waarop het product is gevangen. Dit staat met zoveel woorden op verpakking sub d ("Verantwoord gevangen") terwijl verpakking sub e

een vergelijkbare mededeling bevat ("duurzaam gevangen tonijn"). Dat "verantwoord" of "duurzaam" gevangen impliceert dat (in het bijzonder) geen gebruik is gemaakt van zogenaamde "Fish Aggregating Devices" (FAD'S) is overigens zodanig specifiek dat dit niet op de verpakking hoeft te worden vermeld. In dat verband kon Princes, zoals zij heeft gedaan, volstaan met het noemen van de website waarop de consument meer informatie over het MSC-keurmerk kan vinden.

7. Dat sommige bedrijven uitsluitend op duurzame wijze tonijn vangen (zonder FAD's) en andere bedrijven slechts voor een deel, kan niet algemeen bekend worden geacht. Betwijfeld moet dan ook worden of de gemiddelde consument een dergelijk kennisniveau heeft over de bedrijven die verantwoordelijk zijn voor tonijn in blik en op basis daarvan zijn keuze in de winkel bepaalt uit de totale hoeveelheid visconserven in de winkelschappen. Nog minder voor de hand ligt het dat, zoals World Wise Foods stelt, de consument op grond van de verpakkingen sub d en e en de daarop voorkomende mededelingen die volgens World Wise Foods een verwijzing naar een bedrijf of naar vissers zijn, de voorkeur zal geven aan Princes in plaats van tonijn van andere bedrijven die tonijn met het MSC-keurmerk verkopen. Het College acht het niet aannemelijk geworden dat de gemiddelde consument bij zijn aankoopbeslissing in de supermarkt nader onderscheid maakt tussen vis die op duurzame wijze is gevangen door een bedrijf dat daarnaast vis op niet-duurzame wijze vangt, en vis die op duurzame wijze gevangen is door een bedrijf dat uitsluitend op duurzame wijze vis vangt. Dat op de verpakkingen tevens wordt gesproken over "duurzame visserij", "een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is", "vissers die MSC gecertificeerd zijn" en "Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij", zal de gemiddelde consument daarom bij zijn aankoopbeslissing verder niet beïnvloeden. Het is de consument die belang hecht aan duurzaamheid erom te doen of het product als zodanig verantwoord is, dat wil zeggen tonijn bevat die als 'duurzaam' kan worden beschouwd, aan welke eis in voldoende mate is voldaan nu de tonijn in blik op duurzame wijze is gevangen en het eindproduct geacht moet worden op die vangst te zijn gebaseerd. Van misleidende voedselinformatie is aldus geen sprake. Het feit dat World Wise Foods, anders dan Princes, uitsluitend duurzaam gevangen tonijn verkoopt en zij in dat opzicht als bedrijf mogelijk duurzamer is dan Princes, geeft bij de huidige stand van zaken geen aanleiding om uitingen sub d en e misleidend te achten. Dit alles impliceert dat de beslissing van de Commissie ten aanzien van de verpakkingen sub d en e niet in stand kan blijven zodat de primaire grief doel treft. Ten aanzien van deze uitingen wordt de klacht alsnog afgewezen.

In incidenteel appel

8. World Wise Foods stelt in essentie dat de Commissie ten onrechte de bestreden verpakkingen niet misleidend heeft geacht wegens de volgende, op alle bestreden verpakkingen voorkomende mededelingen:

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren”, Het blauwgekleurde MSC-logo dat is voorzien van de volgende tekst: “Gecertificeerd duurzame visserij MSC www.msc.org/nl”,

“Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl”,

9. Het toetsingskader in incidenteel appel wijkt niet af van dat in principaal appel. Daarbij is van belang dat in principaal appel in feite reeds is geoordeeld over alle mededelingen op de verpakkingen (de totale uitingen), inclusief de hier bedoelde mededelingen. Uitgaande hiervan heeft het College geoordeeld dat de gemiddelde consument die de onderhavige verpakkingen koopt in de veronderstelling dat deze tonijn bevatten die blijkens het MSC-keurmerk op duurzame wijze is gevangen, niet in zijn verwachtingen wordt teleurgesteld. Hieruit volgt dat de inhoudelijke grieven in het incidenteel appel geen doel treffen en tevens dat World Wise Foods geen belang bij de overige grieven heeft, nu deze uitsluitend relevant zouden zijn bij een toewijzing van de klacht. Derhalve wordt beslist als volgt.

Conclusie in principaal en incidenteel appel

10. De klacht zal geheel worden afgewezen. Dit impliceert dat de beslissing van de Commissie in principaal appel zal worden vernietigd, terwijl de beslissing in incidenteel appel zal worden bevestigd.

De beslissing van het College van Beroep

Het College vernietigt de beslissing van de Commissie in principaal appel en wijst de klacht ten aanzien van de verpakkingen sub d en e alsnog af.

Bevestigt de beslissing van de Commissie in incidenteel appel.

[Hieronder volgt de beslissing waartegen beroep is ingesteld]

De Reclame Code Commissie [21 september 2017]

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft, voor zover de klacht ter zitting is gehandhaafd, (teksten op) de verpakkingen van de volgende tonijnproducten in blik van adverteerder (hierna ook: Princes):

- Tonijnstukken in zonnebloemolie MSC.
- Tonijnstukken in water MSC.
- Tonijnstukken in olijfolie MSC.
- Tonijnmoot in zonnebloemolie MSC.
- Tonijnmoot in water MSC.

Bij de klacht zijn afdrucken overgelegd van (delen van) de verpakkingen van de producten a, c, d en e. Verder zijn namens klager ter zitting exemplaren overgelegd van de producten a, b, c en e.

Op de verpakkingen van de verschillende producten komen, voor zover voor de klacht van belang, de volgende teksten voor:

Ad a, b en c:

Bovenop het blikje:

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren” en aan de zijkant van het blikje een logo bestaande uit de tekst:

“GECERTIFICEERD

DUURZAME

VISSERIJ

MSC

www.msc.org/nl” met daaronder de afbeelding van een vis en aan de zijkant van het blikje, links van voornoemd logo:

“Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl”.

Ad d:

(Naar de Commissie aanneemt op grond van pagina 4 van Bijlage 1 bij de klacht) bovenop het blikje:

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren”.

Blijkens Bijlage 1 bij de klacht staat op de kartonnen wikkel van dit blikje onder meer:

een logo bestaande uit de tekst:

“GECERTIFICEERD

DUURZAME

VISSERIJ

www.msc.org/nl” met daaronder de afbeelding van een vis en een logo met dezelfde tekst en daarnaast de afbeelding van een vis

en

“Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij.

www.msc.org/nl

Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd”.

Ad e.:

Bovenop het blikje:

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren”

en

aan de zijkant van het blikje een logo bestaande uit de tekst:

“GECERTIFICEERD

DUURZAME

VISSERIJ

MSC

www.msc.org/nl” met daaronder de afbeelding van een vis en

aan de zijkant van het blikje, links van voornoemd logo:

“Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl”

en

op de kartonnen wikkel van dit blikje:

“Dank u voor het kopen van Princes MSC tonijn. Door Princes vis met het MSC keurmerk te kopen, weet u zeker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt. Princes MSC vis voldoet aan strenge eisen voor het behoud van vis-

bestanden en het leven in zee. Op deze manier kunt u ook in de toekomst van uw favoriete Princes vis blijven genieten!”.

De klacht

De klacht wordt als volgt samengevat.

World Wise Foods is een toonaangevende importeur van tonijn, exclusief afkomstig van hengelvissers in het Verenigd Koninkrijk (hierna: VK). Zij importeert alleen tonijn afkomstig van hengelvissers, nu zij ervan overtuigd is dat dit de meest verantwoorde en duurzame wijze van vissen is. Ook wil World Wise Foods zien dat vissers en vissers die met hengel vissen de gewenste waarderingen krijgen voor hun inspanningen om met deze methode te vissen. World Wise Foods zet zich actief in voor duurzame visvangst en het creëren van aandacht voor de impact van visvangst op het milieu en de maatschappij. In dit verband wordt onder meer gewezen op het feit dat John Burton, CEO van World Wise Foods, voorzitter is van de International Pole & Line Foundation, een organisatie die zich inzet voor visserij waarbij tonijnen één voor één, door middel van een hengel worden binnengehaald, aldus klager.

Princes verkoopt verschillende visproducten in meer dan 25 Europese landen, waaronder Nederland. Het bedrijf is in 1880 opgericht, heeft elf productielocaties in het VK en een eigen tonijn-verwerkingsfabriek op Mauritius. Princes verkoopt een breed assortiment ingeblikte tonijnproducten. Een gedeelte daarvan is afkomstig van een visserij die het Marine Stewardship Council (hierna: "MSC")-keurmerk heeft verkregen. Deze producten zijn onderwerp van de onderhavige klacht.

Deze klacht richt zich tegen het algemene beeld dat door de uitingen ontstaat bij consumenten en tegen de volgende zinsneden in het bijzonder:

“Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij”;

“Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd”;

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren”

“GECERTIFICEERD DUURZAME VISSERIJ MSC www.msc.org/nl” (in de vorm van het desbetreffende, op de uitingen aangebrachte label);

“Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl” en

“Dank u voor het kopen van Princes MSC tonijn. Door Princes vis met het MSC keurmerk te kopen, weet u zeker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt. Princes MSC vis voldoet aan strenge eisen voor het behoud van visbestanden en het leven in zee. Op deze manier kunt u ook in de toekomst van uw favoriete Princes vis blijven genieten!”. De klacht wordt als volgt nader toegelicht.

De tonijnproducten van Princes (hierna: de Tonijnproducten) zijn afkomstig van vissers uit de landen van The Parties to the Nauru Agreement (“PNA”), een organisatie waarbij verschillende landen zijn aangesloten die tonijn

vangen in de Stille Oceaan (www.pnatuna.com). Pacifical is een initiatief van de bij PNA aangesloten landen en heeft als doel MSC-gecertificeerde tonijn te promoten en de handel in deze tonijn te bevorderen (www.pacifical.nl).

PNA vangt vis aan de hand van de purse-seining-methode. Bij het toepassen van deze methode wordt, zoals volgt uit de beschrijving daarvan op de website van Princes “met behulp van drijvers en een verzwaarde lijn aan de onderzijde een ringnet ‘staand’ in het water opgesteld. Het net wordt door een vissersboot om een school vissen heen getrokken”. Bij het toepassen van de purse-seining-methode zijn de volgende twee situaties te onderscheiden, aldus klager:

1. de situatie waarin gebruik wordt gemaakt van zogenaamde “Fish Aggregating Devices” (hierna: FAD's) en
2. de situatie waarin geen gebruik wordt gemaakt van FAD's.

FAD's zijn zogenaamde lokvloten. Dit zijn objecten die worden gebruikt om vis op zee te lokken. Bij het gebruik van FAD's is veel sprake van bijvangst, zoals te jonge tonijn, kleine haaien en schildpadden. Deze vissen komen vaak vast te zitten in de gebruikte visnetten en komen daardoor in grote getale te overlijden.

Het gebruik van FAD's wordt als een niet-duurzame manier van visserij gezien. Grote organisaties, zoals Greenpeace, strijden al jaren tegen het gebruik van lokvloten en hierover wordt in media veelvuldig bericht. Ook in de politiek bestaat al jaren aandacht voor het gebruik van FAD's en “de verwoestende gevolgen” die deze lokvloten hebben voor het milieu, aldus klager. Klager legt desbetreffende Kamervragen over.

Princes stelt op de verpakking van de Tonijnproducten dat deze producten het MSC-keurmerk hebben verkregen. Dit keurmerk wordt – zo stelt MSC op haar website – verleend aan vissers die in een onafhankelijk bedrijfscontrole hebben aangetoond dat zij voldoen aan de MSC-milieustandaard voor duurzame visserij. Deze standaard is gebaseerd op drie basisprincipes: (1) bescherming van de bestanden; (2) minimale effecten van de betreffende visvangst op het ecosysteem en (3) effectief en verantwoord management van de visserij. Bij de toewijzing van het MSC-keurmerk aan PNA is slechts de wijze van vissen waarbij geen FAD's worden gebruikt beoordeeld, aldus klager. De wijze van vissen waarbij wel FAD's worden gebruikt, is niet beoordeeld en zou, in geval van beoordeling, nooit een MSC-keurmerk kunnen verkrijgen. Deze selectieve beoordeling is voor PNA en Princes erg gunstig geweest. Over deze wijze van beoordeling is bij verschillende partijen veel onrust ontstaan, nu dit tot misleiding van consumenten leidt. Nu slechts een onderdeel van de visvangst van PNA is beoordeeld, kan niet worden gesteld dat de gehele visserij MSC-gecertificeerd is, aldus klager.

Het voorgaande wringt des te meer, nu tijdens dezelfde vistocht met dezelfde boot zowel vis wordt gevangen met behulp van FAD's als zonder deze lokvloten; bij de ene locatie op zee is wel een lokvlot aanwezig, bij de andere niet. Met andere woorden, tijdens één vistocht wordt zowel gevestigd op een wijze die MSC-gecertificeerd is, als op een wijze die dat niet is.

Klager vindt de teksten op de verpakkingen onjuist, althans misleidend, nu de consument hieruit zal opmaken dat de door Princes gebruikte visserijen in het geheel MSC-gecertificeerd zijn. Daarnaast is de informatie op de verpakkingen onduidelijk ten aanzien van de belangrijkste kenmerken van het product. Door deze informatie kan de gemiddelde consument ertoe worden gebracht een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen, namelijk het aanschaffen van de Tonijnproducten, in plaats van tonijnproducten van Princes zonder MSC-keurmerk of tonijnproducten van een concurrent. De uitingen zijn hierdoor in strijd met de artikelen 7 en 8, meer in het bijzonder artikel 8.2 sub b en f van Nederlandse Reclame Code (NRC), aldus klager.

Klager wijst ten slotte, met overlegging van desbetreffende bijlagen, op het volgende.

In Nederland doet Greenpeace sinds 2015 onderzoek naar tonijnvangst. Blijkens dit onderzoek wordt 91.50 % van de door Princes gevangen tonijn door middel van de purse-seine-methode met lokvloten gevangen. Ook in het consumentenprogramma Radar is aandacht besteed aan de tonijnvangst van Princes en verschillende media hebben de afgelopen maanden veelvuldig bericht over de duurzaamheid van tonijnvangst.

Duurzaamheid van voedsel en van visvangst in het bijzonder is een actueel thema. Hierdoor is de gemiddelde consument zeer oplettend bij de aankoop van visproducten. Wanneer een consument de teksten op de Tonijnproducten leest, zal hij onmiddellijk in de veronderstelling komen dat de visserij waarmee Princes samenwerkt volledig MSC-gecertificeerd is en op basis van een onjuiste veronderstelling tot aankoop van het product overgaan.

World Wise Foods verzoekt de Commissie om adverteerder zo spoedig mogelijk aan te bevelen om de uitingen op haar verpakkingen aan te passen. Gelet op de ernst van de overtreding verzoekt World Wise Foods de Commissie om deze aanbeveling openbaar te maken door deze als "ALERT" te verspreiden.

Het verweer

De klacht is gemotiveerd weersproken. Op het verweer zal worden teruggekomen in het oordeel.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten mondeling toegelicht. Daarbij is namens klager onder meer het volgende naar voren gebracht.

In punt 5.11 van het verweer staat de essentie van de klacht, namelijk: "De PNA-visserij staat twee ringzegenvismethoden toe: FAD en free school (of FAD-vrij). De MSC-certificering van de visserij ziet alleen op de FAD-vrije vismethode. De PNA-visserij is in 2011 gecertificeerd en heeft sindsdien de MSC-certificering voor het FAD-vrije gedeelte".

Om onduidelijkheid te voorkomen, wijst World Wise Foods erop dat zij in het kader van deze klacht niet aan de orde stelt of de tonijn in het blik van Princes duurzaam is gevangen of niet. Daar is volgens World Wise Foods het nodige over te zeggen, maar dat doet zij nu niet. De reden voor de klacht is deze: Princes wekt met haar uitingen op de verpak-

kingen – individueel en in de samenhang met elkaar – de onjuiste en misleidende indruk dat de visserijen waarmee Princes samenwerkt MSC-gecertificeerd zijn, terwijl hoogstens de vangsten waaruit die tonijn komt MSC-gecertificeerd zijn, aldus klager.

Het gaat om de volgende uitingen (waarbij een deel door klager onderstreept en vet gedrukt is):

"Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij.

"Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd".

"Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren" en aan de zijkant van het blikje een logo bestaande uit de tekst: "GECERTIFICEERD DUURZAME VISSERIJ MSC www.msc.org/nl" (in de vorm van het desbetreffende label).

"Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl" en

"Dank u voor het kopen van Princes MSC tonijn. Door Princes vis met het MSC keurmerk te kopen, weet u zeker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt.

Zoals ook al in de klacht is benadrukt, zijn bij de toewijzing van het MSC-keurmerk slechts bepaalde vangsten waarbij geen FAD's zijn gebruikt, beoordeeld.

Nu slechts een onderdeel van de visvangsten is beoordeeld, kan niet worden gesteld dat de gehele visserij MSC-gecertificeerd is. Door de bestreden uitingen krijgt de consument ten onrechte te horen krijgt dat visserijen in de PNA waarmee Princes werkt en de PNA vissers volledig MSC-gecertificeerd zijn.

Het inhoudelijke verweer van Princes lijkt slechts in te houden dat er gebruik wordt gemaakt van uitingen die door MSC zijn voorgeschreven of goedgekeurd, maar het blijven uitingen op de verpakkingen van Princes waarvoor zij als adverteerder verantwoordelijk is.

In de punten 5.20 tot en met 5.23 van het verweer wordt herhaald dat de MSC-tonijn van Princes wordt betrokken van een MSC-gecertificeerde visserij. Inmiddels is echter duidelijk gemaakt dat de visserijen of de vissers waarmee Princes samenwerkt niet MSC-gecertificeerd zijn, maar dat bepaalde vangsten van deze visserijen MSC-gecertificeerd zijn. Dit wordt niet alleen door World Wise Foods gesteld, maar ook bevestigd in punt 5.11 van het verweer.

Anders dan in het verweer lijkt te worden verondersteld, heeft de klacht geen betrekking op verschillen in de verpakkingen van MSC-gecertificeerde tonijn, en niet MSC-gecertificeerde tonijn. Het gaat erom dat de consument op het verkeerde been wordt gezet dat Princes samenwerkt met partners die volledig duurzaam zijn, terwijl maar een deel van de vangsten van die partners van Princes misschien als duurzaam is te betitelen, aldus klager.

Klager concludeert als volgt.

Nu niet de gehele visserij MSC-gecertificeerd is, maar de MSC-certificering slechts ziet op het FAD-vrije gedeelte, stelt klager de vraag of de consument hier niet volledig over

moet worden geïnformeerd. Naar het oordeel van klager zijn de uitingen niet alleen in strijd met de artikelen 7 en 8, meer in het bijzonder artikel 8.2 sub b en f NRC, maar ook met de Milieu Reclame Code (MRC), waarbij klager in het bijzonder wijst op de artikelen 3 en 4 MRC.

Ten slotte trekt klager een parallel met een energiemaatschappij die groene stroom verkoopt. Als de ingekochte stroom groen is, mag deze als groene stroom worden verkocht, maar als de betreffende energiemaatschappij ook drie kerncentrales en drie kolencentrales heeft, mag de energiemaatschappij zich geen groene energiemaatschappij noemen, aldus klager.

Het standpunt van adverteerder is eveneens mondeling toegelicht. Samengevat luidt deze toelichting als volgt.

De tonijn in de bestreden verpakkingen is MSC-gecertificeerd. Om de consument hierover te informeren, en om aan haar contractuele verplichtingen jegens MSC te voldoen, maakt Princes dit duidelijk op de verpakkingen, deels door uitingen die zijn voorgeschreven door MSC.

Voor zover World Wise Foods problemen heeft met de certificeringsmethode van MSC waarbij een MSC-gecertificeerde visserij zowel MSC-gecertificeerde als niet MSC-gecertificeerde methoden kan gebruiken, moet World Wise Foods dit bij MSC aankaarten.

Om het MSC-keurmerk te mogen voeren, dient een licentieovereenkomst met MSC te worden aangegaan, met strikte voorwaarden en verplichtingen. Zo schrijft MSC een aantal uitingen voor die op verpakkingen met het MSC-keurmerk moeten worden opgenomen. Bovendien dient MSC elke verpakking met het MSC-keurmerk goed te keuren, voor het product wordt verkocht.

Een bedrijf dat MSC-gecertificeerde vis wil verkopen, moet een zogeheten of Chain of Custody-certificering hebben. Voor het verlenen van een dergelijke certificering moet een uiterst zorgvuldig proces worden gevolgd, en wel als volgt. Voor de vistrip informeert het schip de certificeringshouder over het voornemen vis conform MSC-eisen te vangen. Een onafhankelijke toezichthouder vaart mee op het schip. Hij ziet erop toe dat de conform MSC-eisen gevangen vis volledig gescheiden blijft van een eventuele andere vangst, ook bij terugkomst van het schip.

Een rapport bevestigt het gevolgde proces nog eens. Na goedkeuring van het rapport wordt bevestigd dat de gevangen vis MSC-gecertificeerd kan worden.

De PNA-visserij waarvan Princes haar MSC-gecertificeerde tonijn betreft, hanteert de zogenaamde ringzegenvismethode. Deze methode kan worden onderverdeeld in een methode waarbij gebruik wordt gemaakt van FAD's en een waarbij dit niet het geval is. PNA heeft sinds 2011 een MSC-certificering voor de FAD-vrije methode. Voornoemd proces zorgt ervoor dat tonijn gevangen door enerzijds de FAD-methode en anderzijds de FAD-vrije methode volledig gescheiden blijft.

MSC heeft twee van de zes uitingen waar World Wise Foods bezwaar tegen maakt verplicht gesteld voor alle verpakkingen met MSC-gecertificeerde producten, namelijk de uitingen 1 en 4. De overige vier uitingen heeft MSC separaat goedgekeurd.

Van misleiding van het publiek over de vraag of de door Princes gebruikte visserij volledig gecertificeerd is, is geen sprake. Het gaat erom dat de uitingen enkel bevestigen dat de verpakkingen waarop de uitingen staan MSC-gecertificeerde tonijn bevatten.

Voor zover het World Wise Foods gaat om het woord 'visserij' wijst adverteerder op het volgende. Volgens Van Dale betekent 'visserij' gewoonweg 'het vissen'. Indien de consument de term 'visserij' toch (ten onrechte) zou interpreteren als het 'gehele bedrijf', dan geldt dat het bedrijf de 'cliënt' is van MSC en dat de certificering technisch gezien wordt toegekend aan het bedrijf (al dan niet voor één of meer vismethoden) oftewel, zoals ter zitting namens adverteerder is meegedeeld: de certificering wordt "verleend aan het bedrijf, voor het product".

Ten slotte wordt namens adverteerder opgemerkt dat voor zover de Commissie al een aanbeveling mocht doen, er geen aanleiding is om deze als ALERT te laten verspreiden.

Het oordeel van de Commissie

1. De Commissie stelt voorop dat de vijf verpakkingen waarop de klacht betrekking heeft vijf op zichzelf staande reclame-uitingen zijn, die de Commissie los van elkaar zal beoordelen, nu de producten ook los van elkaar worden aangeboden. Zoals blijkt uit de omschrijving van de verpakkingen onder "De bestreden reclame-uitingen" komen de in het bijzonder bestreden zinsneden 1 tot en met 6 niet op alle verpakkingen voor, en wel als volgt.

De zinsneden 1 en 2 komen alleen voor op de verpakking van product d.

De zinsneden 3 en 4 komen voor op alle verpakkingen.

Zinsnede 5 komt niet alleen voor op de verpakkingen van de producten a en e (zoals meegedeeld door klager bij brief van 22 augustus 2017), maar ook op de verpakkingen van de producten b en c. Of deze zinsnede ook voorkomt op de verpakking van product d kan de Commissie niet vaststellen op basis van de afdruk van die verpakking die als bijlage 1 bij de klacht is overgelegd.

Zinsnede 6 komt alleen voor op de verpakking van product e.

2. Ter zitting heeft de voorzitter vastgesteld dat tussen partijen niet in geschil is dat de tonijn die zich in de bestreden verpakkingen bevindt MSC-gecertificeerd is.

3. De klacht komt erop neer dat klager vindt dat op de verpakkingen ten onrechte wordt gesuggereerd dat de visserijen waarmee Princes samenwerkt MSC-gecertificeerd zijn, terwijl volgens klager hooguit de vangsten waaruit de betreffende tonijn komt MSC-gecertificeerd zijn. In dit verband is namens klager ter zitting gewezen op het verweer dat "De PNA-visserij twee ringzegenvismethoden toestaat, namelijk FAD en FAD-vrij, en dat de PNA-visserij sinds 2011 de MSC-certificering heeft voor het FAD-vrije gedeelte. Naar de mening van klager wordt de consument op het verkeerde been gezet dat Princes samenwerkt met partners die volledig duurzaam zijn, terwijl maar een deel van de vangsten van die partners van Princes "misschien als duurzaam is te betitelen", aldus klager.

Adverteerder heeft ter zitting gesteld dat het woord ‘visserij’ volgens Van Dale betekent: ‘het vissen’ en dat voor zover de consument de term ‘visserij’ toch (ten onrechte) zou interpreteren als het ‘gehele bedrijf’, het volgende geldt. Het bedrijf is de ‘cliënt’ van MSC en de certificering wordt technisch gezien toegekend aan het bedrijf (al dan niet voor één of meer vismethoden) oftewel de certificering wordt “verleend aan het bedrijf, voor het product”.

4. Uit het bovenstaande stelt de Commissie vast dat de bedrijven, die onder de PNA-visserij vallen, zowel MSC-gecertificeerde als niet MSC-gecertificeerde visvangsten leveren en een MSC-certificering wordt toegekend aan een bedrijf, voor wat betreft het product.

Onder deze omstandigheden kan niet worden gezegd dat het bedrijf zelf MSC-gecertificeerd wordt. Voorts stelt de Commissie vast dat het woord “visserij” al naar gelang de context zowel kan betekenen “het vissen” als “de visvangst als bedrijf”. Het enkele woord “visserij” lijkt te duiden op “het vissen”, terwijl daar waar wordt verwezen naar “een visserij”, de betekenis van visvangst als bedrijf voor de hand ligt.

Dit alles in acht genomen, overweegt de Commissie als volgt.

5. Ad a, b en c.

Naar het oordeel van de Commissie ligt in de drie bestreden teksten op deze verpakkingen, noch op zichzelf, noch in onderlinge samenhang, de suggestie besloten dat de visserij, waaruit het betreffende product afkomstig is, zelf MSC-gecertificeerd is. De Commissie overweegt daartoe het volgende.

Tekst 1, bovenop het blikje, luidt:

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren”.

Deze zinsnede bevat geen verwijzing naar een MSC-certificering.

Tekst 2, aan de zijkant van het blikje, betreft een logo bestaande uit de tekst:

“GECERTIFICEERD DUURZAME VISSERIJ MSC www.msc.org/nl” met daaronder de afbeelding van een vis oftewel, volgens de “MSC-keurmerk gebruikershandleiding”: “Het ovale vismarkeringsteken”. Naar het oordeel van de Commissie zal de gemiddelde consument deze tekst opvatten in die zin dat het betreffende product “GECERTIFICEERD” is en dat er sprake is van “DUURZAME VISSERIJ”, wat betreft de wijze van vissen, dus in de betekenis van het vissen.

Tekst 3, aan de zijkant van het blikje, links van voornoemd logo, luidt:

“Uit een MSC gecertificeerd duurzame visserij, www.msc.org/nl”.

Hier wordt niet gesproken over een “een MSC gecertificeerde duurzame visserij”, maar over “een MSC gecertificeerd duurzame visserij”. Hoewel er “een” visserij staat, zal door het gebruik van de toevoeging “MSC gecertificeerd” de gemiddelde consument ook hier het woord visserij in de betekenis van het vissen begrijpen. Deze zinsnede rechtvaardigt dan ook niet de conclusie dat een bedrijf MSC gecertificeerd is.

6. Ad d.

In twee van de vier voor de onderhavige klacht relevante teksten op deze verpakking wordt het volgende gesteld:

i. “Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij. www.msc.org/nl”

en

ii. “Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd”.

Klager heeft bestreden dat vorenbedoelde visserij en vissers zelf MSC-gecertificeerd zijn. Vervolgens heeft adverteerder niet aannemelijk gemaakt dat dit wel het geval is. De gemiddelde consument zal “een visserij” in i opvatten als een bedrijf dat zich met visvangst bezig houdt. Nu noch de bedrijven waarmee Princess samenwerkt noch de “vissers” als bedoeld in ii MSC-gecertificeerd zijn, gaat de verpakking gepaard met onjuiste informatie als bedoeld in artikel 8.2 aanhef van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Nu de gemiddelde consument er bovendien toe kan worden gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen, is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC. Verder acht de Commissie de uiting in strijd met de artikel 2 MRC, nu de uiting gelet op voornoemde mededelingen a en b een milieuclaim in de zin van die code is, en deze mededelingen niet juist zijn. Nu de uiting in strijd is met artikel 2 MRC, komt de Commissie niet toe aan toetsing van de uiting aan de artikelen 3 en 4 MRC. In de twee overige teksten, zoals aangehaald onder de bestreden uitingen onder Ad d, namelijk:

bovenop het blikje:

“Princes werkt samen met Pacifical en MSC om duurzaam gevangen tonijn vanuit de Stille Oceaan te leveren”

en

een logo bestaande uit de tekst:

“GECERTIFICEERD

DUURZAME

VISSERIJ

MSC

www.msc.org/nl” met daaronder de afbeelding van een vis en een logo met dezelfde tekst en daarnaast de afbeelding van een vis,

ligt niet de suggestie besloten dat de visserij, waaruit het betreffende product afkomstig is, zelf MSC-gecertificeerd is. In dit verband verwijst de Commissie naar haar oordeel hierboven onder Ad a, b en c met betrekking tot de teksten 1 en 2. Dat op de onderhavige verpakking ook de hiervoor onder a en b genoemde teksten voorkomen, maakt dit oordeel niet anders.

7. Ad e.

Voor wat betreft de onder “De bestreden uitingen” onder Ad e, eerste drie aangehaalde teksten verwijst de Commissie naar haar oordeel hierboven onder Ad a, b en c met betrekking tot de teksten 1, 2 en 3. Dat op de onderhavige verpakking ook de hieronder te bespreken tekst voorkomt, maakt dit oordeel niet anders.

Op de onderhavige verpakking staat, voor zover voor de klacht relevant, verder nog de volgende tekst:

“Dank u voor het kopen van Princes MSC tonijn. Door Princes vis met het MSC keurmerk te kopen, weet u zéker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt. Princes MSC vis voldoet aan strenge eisen voor het behoud van visbestanden en het leven in zee. Op deze manier kunt u ook in de toekomst van uw favoriete Princes vis blijven genieten!”.

Door het gebruik van het woord “een visserij” in de volzin “Door Princes vis met het MSC keurmerk te kopen, weet u zéker dat u vis koopt die uit een duurzame visserij komt”, zal de gemiddelde consument het woord visserij opvatten als een bedrijf dat zich met visvangst bezig houdt en kan naar het oordeel van de Commissie gemakkelijk de indruk ontstaan dat het bewuste bedrijf als zodanig een MSC keurmerk heeft verkregen, terwijl dit keurmerk slechts betrekking heeft op het product. In zoverre acht de Commissie de verpakking voor de gemiddelde consument onduidelijk als bedoeld in artikel 8.2 aanhef van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Nu de gemiddelde consument er bovendien toe kan worden gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen, is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

Verder acht de Commissie de uiting in strijd met de artikel 2 MRC, nu de uiting gelet op voornoemde mededeling een milieuclaim in de zin van die code is, en deze mededeling niet juist is. Nu de uiting in strijd is met artikel 2 MRC, komt de Commissie niet toe aan toetsing van de uiting aan de artikelen 3 en 4 MRC.

8. Het verweer dat de teksten 1 en 4 volgens pagina 4, paragraaf 3 respectievelijk paragraaf 1 van de ter zitting overgelegde “MSC-keurmerk gebruikershandleiding” zijn voorgeschreven door MSC, en dat de teksten 2, 3, 5 en 6 zijn goedgekeurd door MSC, is voor bovenstaand oordeel niet relevant en maken dit oordeel dan ook niet anders.

9. De Commissie ziet in de omstandigheden van het geval geen aanleiding om haar uitspraak als Alert te verspreiden.

10. Gelet op het bovenstaande wordt als volgt beslist.

De beslissing van de Reclame Code Commissie

Op grond van het oordeel onder 6 en 7 acht de Commissie verpakking d respectievelijk verpakking e in strijd met de artikelen 7 NRC en 2 MRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Voor het overige wijst de Commissie de klacht af.

Noot

1. We kennen allemaal het MSC-keurmerk zoals dat op blikjes tonijn staat afgebeeld. Het Keurmerk wijst op duurzame visserij: de tonijn uit het blikje met MSC-keurmerk is duurzaam gevangen. Dat wil zeggen: door middel van lijnvissen of netten en niet door de alles verwoestende lokvloten. Menig consument zal bij de keuze voor een blikje tonijn (en bij het zien van het prijsverschil) laten meewegen dat de tonijn duurzaam is gevangen.

2. Maakt het de consument uit of alleen deze vis uit het blikje duurzaam is gevangen, dan wel dat de fabrikant van dit merk altijd duurzaam vangt? Dat is de hamvraag in deze zaak. En ook de kern van deze noot. Het College van Beroep zegt dat het economisch gedrag van de consument niet wordt beïnvloed: de consument wil alleen weten dat het blikje dat hij koopt duurzaam is. Ik waag dat te betwijfelen.

3. Eerst naar de feiten: de bestreden uiting betreft de verpakking van vijf soorten tonijn in blik van Princes. De klacht richt zich in het bijzonder tegen zes mededelingen op de verpakkingen, waaronder: “*Dit product komt uit een visserij die onafhankelijk gecertificeerd is volgens de MSC-standaard voor een goed beheerde en duurzame visserij*” en “*Princes werkt samen met vissers die MSC gecertificeerd zijn en die zich inzetten voor duurzame visserij. Deze tonijn is verantwoord gevangen, 100% traceerbaar en MSC gecertificeerd*”. Deze teksten zijn een doorn in het oog van klager, World Wise Foods. World Wise Foods, concurrent van Princes, meent dat de begeleidende teksten misleidend zijn. Ze impliceren – kort gezegd – dat Princes (of de bedrijven waar Princes mee samenwerkt) helemaal duurzaam zijn. World Wise Foods voert aan dat het tegendeel het geval is. Tijdens éénzelfde vistocht wordt zowel op ‘duurzame’ wijze vis gevangen (die het MSC-certificaat mag voeren), maar wordt óók vis gevangen op niet-duurzame wijze, met lokvloten, zogeheten *Fish Aggregating Devices* (FAD’s). Die vis mag niet verkocht worden als niet-gecertificeerde vis.

4. De Reclame Code Commissie (RCC) wijst de klacht af ten aanzien van drie van de vijf verpakkingen. Voor de (mededelingen op de) overige twee verpakkingen (teksten hierboven onder 3 weergegeven) acht de Commissie de klacht gegrond. Op deze verpakkingen wordt volgens de RCC de indruk gewekt dat de visbedrijven of vissers zélf gecertificeerd zijn waardoor ze in strijd zijn met artikel 7 NRC en artikel 2 Milieu Reclame Code (MRC). Princes gaat tegen deze beslissing in appel en World Wise Foods stelt incidenteel appel in tegen het gedeelte van de beslissing waarbij de klacht tegen drie verpakkingen werd afgewezen.

5. In appel stelt Princes primair dat de RCC ten onrechte individuele mededelingen beoordeelt in plaats van de volledige verpakkingen. Voor zover bepaalde uitingen al een onjuiste indruk bij de consument zouden wekken, wordt die indruk in voldoende mate gecorrigeerd door de rest van de verpakking. Daarbij begrijpt iedere consument door het bekende keurmerk dat de tonijn op een duurzame wijze is gevangen en dat is volgens Princes het enige dat voor de gemiddelde consument van belang is bij de aankoopbeslissing.

6. Subsidiair stelt Princes dat de uitingen bij individuele beoordeling ook niet in strijd zijn met de NRC en MRC. Zelfs als consumenten “visserij” en “vissers” zouden opvatten als een bedrijf is er geen strijd met de NRC en MRC en wordt het economische gedrag van de gemiddelde consument niet verstoord.

7. Volgens World Wise Foods is hier sprake van ‘greenwashing’ door Princes en haar toeleveranciers. Princes creëert onterecht de indruk dat zij uitsluitend tonijn verkoopt die duurzaam gevangen is. Maar volgens World Wise

Foods is geen sprake van duurzame visvangst omdat de vis van Princes met het MSC-keurmerk wordt gevangen tijdens dezelfde vistochten met dezelfde boot als niet-gecertificeerde vis.

8. World Wise Foods stelt dat het begrip 'duurzaam' terughoudend gebruikt moet worden en dat in ieder geval toegelicht moet worden waarom en in welke mate de duurzaamheidsclaim wordt waargemaakt teneinde verwarring bij de bij de consument te voorkomen. Daarbij wekt de verpakking de indruk dat Princes een zeer grote bijdrage levert aan duurzame visvangst door samen te werken met een visserijbedrijf of vissers die in hun geheel onafhankelijk gecertificeerd zijn.

9. Tot zover de argumentatie in hoger beroep van beide partijen. Volgens het College van Beroep is voldoende duidelijk wat de invulling en essentie van de duurzaamheidsclaim is, namelijk een visproduct dat voldoet aan de eisen van het MSC-keurmerk en dat daarom als duurzaam of verantwoord kan worden beschouwd. Dergelijke milieu-informatie moet inderdaad duidelijk en nauwkeurig zijn. Deze informatie mag de consument niet misleiden over onder andere de aard, identiteit, en wijze van vervaardiging of productie. Bij deze beoordeling wordt de hele verpakking in aanmerking genomen inclusief alle aanwezige mededelingen, de context waarin ze worden gedaan en de verwachting van de gemiddelde consument over de eigenschappen van het product dat hij blijkens de verpakkingen koopt. Het College ziet geen problemen met het MSC-keurmerk en oordeelt op basis daarvan dat (ook) de inhoud van de verpakkingen voldoet aan de omschrijving 'duurzaam'. De consument zal bovendien het MSC-keurmerk en de daarmee samenhangende mededelingen betrekken op de inhoud van de verpakking en dus op de wijze waarop het product is gevangen.

10. Vervolgens oordeelt het College dat niet algemeen bekend kan worden geacht dat sommige bedrijven uitsluitend op duurzame wijze tonijn vangen (zonder FAD's) en ander bedrijven slechts voor een deel (overweging 7.7). Volgens het College moet betwijfeld worden of de gemiddelde consument een dergelijk kennisniveau heeft over de bedrijven die verantwoordelijk zijn voor tonijn in blik en op basis daarvan zijn keuze in de winkel bepaalt. Dan vervolgt het College dat het nog minder voor de hand ligt dat de consument door de verwijzing naar 'duurzame visserij' de voorkeur zal geven aan Princes in plaats van tonijn van ander bedrijven die duurzaam tonijn vangen. Het College overweegt dat het niet aannemelijk is geworden dat de gemiddelde consument bij zijn aankoopbeslissing een nader onderscheid maakt tussen vis die op niet-duurzame wijze is gevangen door een bedrijf dat daarnaast vis op niet-duurzame wijze vangt enerzijds, en vis die op duurzame wijze is gevangen door een bedrijf dat uitsluitend op duurzame wijze vis vangt anderzijds. Kort gezegd oordeelt het College dat het de consument erom te doen is dat *het product* duurzaam is. Bij de huidige stand van zaken is het feit dat World Wise Foods wél uitsluitend duurzaam gevangen tonijn verkoop geen aanleiding om de verpakkingsteksten misleidend te achten. Ten aanzien van de twee verpakkingen die de RCC

misleidend vond wordt de klacht alsnog afgewezen. Tot zover de overwegingen van het College.

11. Focus ligt op de discussie wat het woord 'visserij' betekent op de verpakking: 'deze tonijn is afkomstig uit duurzamer visserij'. World Wise Foods betoogt dat (mede) verwezen wordt naar visserijbedrijven, en niet uitsluitend naar deze specifieke visvangst. Taalkundig lijkt mij deze lezing van World Wise Foods goed te verdedigen.

12. Kennelijk maakt de vistrailer tijdens de lange tocht verschillende stops op zee. Deels wordt gevist in de buurt van een lokvlot en voor het andere deel op plaatsen waar geen lokvlot is. De MSC-tonijn wordt gevangen zonder dat een lokvlot in de buurt is. Een paar zeemijl verderop wordt gevist in de buurt van lokvloten en daar wordt de overige niet-gecertificeerde tonijn gevangen. Samen met de tonijn wordt helaas met grote regelmaat veel bijvangst gedood, waaronder jonge tonijn, haaien en schildpadden. Het bodemleven wordt vaak ernstig beschadigd en verwoest. Verre van duurzaam. De vraag die 'achter de zaak' speelt is of een vangst die niet in de buurt van een lokvlot plaatsvindt als duurzaam te betitelen is, als op één enkele tocht zowel in de buurt, als niet in de buurt van lokvloten wordt gevist. Oftewel, kan je in één productieproces zowel duurzaam als niet-duurzaam produceren?

13. In het licht van deze feiten is de betekenis en uitleg van 'de zin' afkomstig van duurzame visserij van groot belang. Als voor de consument het woord 'visserij' uitsluitend wijst op deze betreffende hengselvangst dan zijn de tekst en het woord juist en niet misleidend. Maar als hetzelfde woord 'visserij' door de consument kan worden opgevat als 'visserijbedrijf' of 'visvangsttocht' dan is het gezien de feiten zeker misleidend. Mijns inziens had het oordeel hier als eerste stap al anders moeten uitpakken.

14. Menig consument zal inderdaad niet weten dat op één en dezelfde visvangsttocht zowel duurzaam als zeer milieubelastend wordt gevist. Het College meent dat bij gebrek aan kennis hieromtrent, geen sprake kán zijn van misleiding die het aankoopbedrag beïnvloedt. Pas als de consument dit wél weet, zal dit effect hebben (het College overweegt ook: 'bij de huidige stand van zaken').

15. Het lijkt alsof het College het juridische stappenplan niet afloopt ten aanzien van de interpretatie van het woord 'visserij' in de aanvullende teksten. Het College overweegt dat het MSC-keurmerk ziet op deze verpakking. Dat lijkt ook geen twijfel, lijkt mij. Maar de vraag is of de aanvullende tekst niet óók een uitspraak doet over de duurzaamheid van de bij de vangst betrokken 'visserij' in de zin van visvangstbedrijven. Ten aanzien van deze vraag heeft het College stap 1 overgeslagen: de vraag wat de gemiddelde consument bij 'visserij' denkt. Als bij stap 1 wordt vastgesteld dat de gemiddelde consument een andere opvatting heeft dan wat daadwerkelijk wordt aangeboden, dan volgt stap 2: zorgt de onjuiste opvatting voor beïnvloeding van het economische gedrag van de gemiddelde consument? Deze vraag naar het effect op de aankoopbeslissing is meestal snel beantwoord en dan vaak een formaliteit. Zodra een verkeerde indruk over het product bestaat, is het ook waarschijnlijk dat die verkeerde indruk de aankoop-

beslissing van de gemiddelde consument zal beïnvloeden. Dat zal anders zijn als de informatie eigenlijk onbelangrijk (futiel) is voor de gemiddelde consument. Als het College wél de vraag had beantwoord hoe het woord 'visserij' wordt opgevat (door de milieubewuste consument die let op duurzaamheidscertificaten) dan was stap 2, het effect op de aankoopbeslissing, juist wél bevestigend beantwoord¹.

16. Een zijstapje: het College had mogelijk ook nog kunnen aanknopen bij en voortborduren op de Teekanne-jurisprudentie in levensmiddelenzaken. Het Hof van Justitie² heeft daarin bepaald dat kort gezegd elementen op de verpakking (merken, tekst, afbeeldingen) kunnen maken dat een verpakking misleidend is, ondanks een op zich juiste ingrediëntendeclaratie. Deze redenering zou je wellicht kunnen uitbreiden: een op zich juist duurzaamheidslogo (de tonijn uit dit blikje is duurzaam gevangen) kan, door begeleidende teksten, toch maken dat de verpakking als geheel misleidend is (namelijk de indruk wekt dat de hele visvangstocht op duurzame wijze heeft plaatsgevonden).

17. Door hoe het College nu heeft geredeneerd dreigen we terecht te komen in een langdurige vicieuze cirkel. Het woord 'visserij' geeft op zijn minst de mogelijke indruk dat de hele vistocht van deze ingeblikte tonijn duurzaam is geweest. Princes doet er met de vage term alles aan om in ieder geval die indruk niet weg te nemen. Dan was immers een ander woord gekozen. Maar zodra bij het publiek wél bekend is (geworden) dat verschil bestaat tussen bedrijven die tijdens één vistocht een mix hebben van zowel duurzame als niet duurzame visvangst, zal dit wel degelijk een effect hebben op het aankoopgedrag van de consument. Door deze – nu door het College toegelaten – tekst zal het publiek altijd in de veronderstelling blijven dat 'duurzaam blikje' óók betekent 'duurzaam bedrijf/duurzaam merk'. Ten onrechte. Deze onwetendheid kan nu ook juridisch in stand worden gehouden. Dat zou betekenen dat eerst NGO's en bedrijven als World Wise Foods de consument moeten informeren en mobiliseren en dat daarna pas de misleiding kan worden weggenomen. Het vergroten van het milieubewustzijn is natuurlijk zeer wenselijk en mijns inziens altijd toe te juichen. Maar liever zag ik een oplossing waarbij het recht daar niet op hoeft te wachten.

18. De consument is steeds kritischer. Duurzaamheid is troef in de marketing (en ook bij de uitspraken van de Reclame Commissie en het College van Beroep)³. Het aankoopgedrag wordt medebepaald door duurzaamheidsaspecten, in ieder geval bij een steeds groter wordende groep consumenten. Voor die groep is de juiste en met name ook *volledige* kennis over het al dan niet halfslachtige duurzame karakter van een product en het bijbehorende bedrijf van belang.

19. Ik ben van mening dat deze zaak had kunnen en moeten worden opgelost door ook ten aanzien van het woord 'visserij' de toets te doen of de combinatie van certificaat en begeleidende teksten een onjuiste indruk geeft bij de consument.

20. Wellicht dat daarbij ook nog het aspect van de 'omissie' van artikel 8.3 lid 3 Nederlandse Reclame Code en artikel 6:193d BW aan de orde zou zijn gekomen. Immers ten onrechte is bij de 'afkomstig van duurzame visserij'-tekst op de verpakking essentiële informatie verborgen gehouden, of op onduidelijke/dubbelzinnige wijze vermeld. Het woord visserij geeft op zijn minst de mogelijke indruk dat de gehele vistocht die ten behoeve van Princes wordt uitgevoerd, resulteert in duurzame tonijn. En dat is niet het geval. Die informatie is voor mij als consument van belang. Het ontbreken daarvan maakt dat ik tot op heden een ander economisch besluit heb genomen.

21. Zo wordt mijns inziens niet alleen meer recht gedaan aan juiste, stapsgewijze toepassing van de juridische structuur, maar ook meer recht gedaan aan de duurzaamheids-informatiewens van steeds meer consumenten.

E.H. Hoogenraad

1 Ook in de *Versfilter*TM zaak heeft het College van Beroep bepaald dat de toevoeging van het pictogram 'TM' het economische gedrag van de gemiddelde consument niet zal verstoren. (CVB 14 juni 2017, IEF 16867; RB 2896; Dossiernr. 2016/00995 (*Versfilter*TM)).

2 HvJ EU Teekanne, HvJ 4 juni 2015, C-195/14, IER 2015/53 met noot mr. E.H. Hoogenraad en mr. dr. B. Duivenvoorde.

3 Leidende uitspraak over begrip duurzaamheid: *CvB 17 maart 2015, 2014/00812, Eneco duurzame warmte*. Een greep uit recente andere duurzaamheidsuitspraken: RCC 18 april 2017, 2017/00152 (Houtkachel), VAF 6 december 2017, 2017/00786 (Albert Heijn doe maar lekker duurzaam).