



**Beslissing van het College van Beroep**

In het appel van : The Flower Farm B.V., gevestigd te Amsterdam, appellante,  
tegen : European Palm Oil Alliance (EPOA), gevestigd te Zoetermeer,  
geïntimeerde,  
inzake : de beslissing van de Reclame Code Commissie van 13 november  
2019 in dossier 2019/00648.

**1. De procedure**

Namens appellante, hierna te noemen: The Flower Farm, hebben mr. S.A. Klos en mr. A. Ringnalda, beiden advocaat, tijdig beroep ingesteld tegen het hierna te omschrijven gedeelte van de aan deze uitspraak gehechte beslissing van de Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie).

Namens geïntimeerde, hierna te noemen: EPOA, heeft mr. E.H. Hoogenraad, advocaat, op het beroepschrift gereageerd.

Het College van Beroep (hierna: het College) heeft de zaak behandeld in zijn zitting van 3 december 2019. Namens The Flower Farm verschenen M. van Wing en E. Bras, vergezeld van mrs. Klos en Ringnalda voornoemd, om het beroep toe te lichten. Namens EPOA verscheen F.A.G.M. Claassen, vergezeld van mr. Hoogenraad voornoemd, om verweer te voeren.

**2. De bestreden uitingen, de inleidende klacht en de beslissing van de Commissie**

De klacht betreft diverse mededelingen van The Flower Farm in reclame-uitingen over of in verband met palmolie. Voor zover in beroep relevant gaat het om de in nummer 4 van het oordeel van de Commissie sub a, b en g omschreven uitingen. De sub a bedoelde uiting betreft (onder meer) de verpakking van margarine die The Flower Farm onder haar naam op de markt brengt, met name voor zover hierop staat: "voor palmolie worden hele oerwouden verwoest". Verder gaat het in beroep om mededelingen op de website theflowerfarm.nl voor zover hier staat dat het kopen van palmvrije margarine van The Flower Farm helpt tegen een groot probleem: ontbossing van het regenwoud (uiting sub b) respectievelijk wordt gezegd dat margarine van The Flower Farm beter is voor het regenwoud (uiting sub g).

De inleidende klacht komt, voor zover in beroep relevant, erop neer dat de bestreden reclame-uitingen eenzijdig, onvolledig en ongenueanceerd zijn ten opzichte van palmoliehoudende producten. De uitingen suggereren ten onrechte dat door in Nederland de margarine van The Flower Farm te kopen in plaats van margarine met palmolie, geen regenwoud meer wordt verwoest en de ontbossing wordt verminderd of tegengegaan. Dat is onjuist, omdat 100% van de in Nederland geproduceerde margarine is gemaakt met palmolie die duurzaam, te weten volgens de 'Roundtable of Sustainable Palm Oil (RSPO)-standaard' is aangekocht. Volgens deze standaard mag er geen tropisch regenwoud worden of zijn gekapt, mag er geen productie op veengrond plaatsvinden en wordt er streng toegezien op arbeidsomstandigheden.





RSPO-palmolie is ontbossingsvrij. De uitingen zijn bovendien onjuist, omdat blijkens cijfers van de Europese Commissie slechts 2,3% van de totale ontbossing wereldwijd en 4,2% van de ontbossing van tropisch regenwoud wordt veroorzaakt door niet-duurzame palmolie. Uit geen van de uitingen van The Flower Farm blijkt dat de margarineproducten die op de Nederlandse markt te koop zijn, voor 100% zijn gemaakt van 'ontbossingsvrije palmolie'.

De Commissie heeft de klacht toegewezen en daartoe, ten aanzien van het in beroep relevante gedeelte van de inleidende klacht, het volgende overwogen. In de uitingen die de Commissie als sub a, b en g heeft aangeduid, worden misstanden in de palmolie-industrie en de gevolgen daarvan breed uitgemeten zonder dat melding wordt gemaakt van het bestaan van 'schone' palmolie en het (gedeeltelijk) verwerken van die palmolie in margarines die in Nederland worden geproduceerd. Verder wordt niet vermeld dat ontbossing ook om andere redenen dan ten behoeve van palmolie plaatsvindt. Hierdoor wordt volgens de Commissie een ongenueanceerd en eenzijdig beeld gegeven van de palmolie die is verwerkt in de producten waartegen The Flower Farm haar margarine afzet. Er is geen rechtvaardiging om in reclame de informatie over 'schone' palmolie en andere oorzaken voor ontbossing dan ten behoeve van palmolie achterwege te laten. Dit is essentiële informatie die de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen over een transactie, te weten het kopen van margarine van The Flower Farm. Door het weglaten van deze essentiële informatie kan deze consument ertoe worden gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen en zijn de uitingen misleidend als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c Nederlandse Reclame Code (NRC) waardoor de reclame oneerlijk is in de zin van artikel 7 NRC.

### 3. De grieven

Het College vat de grieven als volgt samen.

The Flower Farm wil consumenten bewust maken van het feit dat voor de aanleg van palmolieplantages veel tropisch bos is en wordt verwoest. De ecologische gevolgen hiervan zijn zeer ernstig. The Flower Farm kiest er daarom voor een product aan te bieden waarin, anders dan bij vrijwel alle andere in Nederland verkrijgbare margarine, de palmolie is vervangen door shea boter. De Commissie heeft het problematische karakter van palmolie in verband met ontbossing bevestigd. Door palmolie als bestanddeel in margarine te vervangen door een alternatief, kan vanuit het perspectief van de consument het hoogst mogelijke niveau van zekerheid worden geboden dat voor het product geen ontbossing heeft plaatsgevonden. Dit is een ander perspectief dan dat van EPOA. EPOA dient niet het belang van de consument maar dat van grote ondernemingen die de palmolieproductie en -handel domineren met als doel de productie van palmolie te beschermen en te promoten. EPOA heeft daartoe het complexe en nauwelijks doorzichtige systeem van RSPO-certificering en certificatenhandel omarmd dat is gebaseerd op door de palmindustrie zelf opgestelde criteria en uitgangspunten. Ongeveer 19% van de palmolie is afkomstig van producenten die zeggen de RSPO-standaarden na te leven. Ten onrechte heeft de Commissie de redenering van EPOA gevolgd dat de boodschap "margarine zonder palmolie is beter voor het milieu" misleidend is, omdat er ook margarine met RSPO-gecertificeerde palmolie bestaat. Deze standaard bevat geen hard verbod op ontbossing. Ontbossingsvrije palmolie bestaat in wezen niet. Iedere poging om RSPO-gecertificeerde palmolie aan te merken als 'ontbossingsvrij' is onheus en misleidend. De RSPO-standaard is opgebouwd uit Principles die bestaan uit Criteria die moeten worden meegewogen om te beoordelen of aan een Principle is voldaan.





Het tegengaan van ontbossing ('No deforestation') is geen Principle, maar een van de Criteria. Criteria zijn geen op zichzelf staande doelen maar een streven dat allerlei uitzonderingen kent. Zo mogen bossen die niet 'Primary' of 'High Conservation Value' zijn, worden gekapt. Ook wordt het kappen van minder dan 10 hectare per keer niet als ontbossing gezien en geldt het 'no deforestation' criterium niet in gebieden met verhoudingsgewijs veel bos en voorsnog weinig palmplantages. Verder betekent certificering niet dat de standaard ook steeds wordt nageleefd, gelet op de in diverse bronnen geuite kritiek op het gebrek aan toezicht en handhaving, en gebleken misstanden. RSPO-certificering voorkomt evenmin dat palmolie wordt gebruikt van plantages waarvoor al bossen zijn gekapt. De margarine van The Flower Farm biedt daarentegen wel de garantie dat geen ontbossing heeft plaatsgevonden. De Commissie heeft daarom terecht overwogen dat The Flower Farm het probleem van palmolie in relatie tot ontbossing van tropische regenwoud aan de orde mag stellen én mag benadrukken dat haar product palmolievrij is. Het daarna volgende oordeel van de Commissie dat de uiting ontoelaatbaar is door het ontbreken van essentiële informatie, te weten over het gedeeltelijke gebruik van 'schone' RSPO palmolie en over andere oorzaken van ontbossing, is onverenigbaar met deze overweging. Van RSPO-palmolie staat niet vast dat deze gegarandeerd ontbossingsvrij is. De ontbossing voor palmolie is de kern van het probleem.

De tekst op de verpakking over de ontbossing is geen zelfstandige uiting, maar maakt deel uit van een tekst waarin de kern en de missie van The Flower Farm kort worden beschreven. De Commissie heeft de teksten ten onrechte afzonderlijk en onafhankelijk van de context beoordeeld. Voor de wijze waarop de gemiddelde consument de uiting zal opvatten, is de samenhang met de andere teksten van belang. De boodschap als geheel (ontbossing is een groot probleem, de groeiende vraag leidt nog steeds tot ontbossing en een palmolievrij product levert met zekerheid geen bijdrage aan ontbossing) is geoorloofd. Hieraan doet het bestaan van RSPO-gecertificeerde palmolie niet af. De tekst wekt niet de indruk dat palmolie de enige oorzaak voor ontbossing is en dat ontbossing gestopt kan worden door palmolie te vermijden. Evenmin brengt The Flower Farm tot uitdrukking dat voor Nederlandse margarine bos is gekapt. Er wordt uitsluitend gesuggereerd dat er ook palmolie op de markt komt die door ontbossing is verkregen, hetgeen juist is. De betekenis van de tekst dat sprake is van ontbossing, wordt benadrukt door de overige mededelingen op de verpakking. De gemiddelde consument zal de uiting in de gehele context opvatten als een verwijzing naar het bestaan van een oorzakelijk verband tussen palmolieproductie en ontbossing als achtergrond voor de keuze van The Flower Farm om een palmolievrij product aan te bieden.

Voor een consument die besluit tot aankoop van The Flower Farm margarine kan het bestaan van RSPO-palmolie geen essentiële informatie zijn die hij nodig heeft voor de aankoopbeslissing. Een consument die is geïnteresseerd in een product dat met zekerheid 'ontbossingsvrij' is, kan namelijk niet hetzelfde krijgen door te kiezen voor margarine met RSPO-palmolie. Van kunstmatige productdifferentiatie is geen sprake. Het gegeven dat een concurrent pretendeert een andere oplossing te bieden voor een maatschappelijk probleem, is geen essentiële informatie die The Flower Farm zelf spontaan hoeft mee te delen. Het is bovendien niet aan The Flower Farm om reclame te maken voor producten met RSPO-gecertificeerde palmolie. Overigens wordt dit certificaat op geen enkele verpakking van in Nederland verkrijgbare margarine vermeld. In plaats daarvan wordt volstaan met vage verwijzingen zoals 'zich inzetten voor duurzame palmolie'.





4. Het antwoord in appel

Het standpunt van EPOA strekt tot bevestiging van de beslissing van de Commissie. Zij wijst in verband daarmee op het feit dat de RSPO een breed draagvlak heeft gecreëerd voor verduurzaming van de palmolieproductie. De RSPO heeft inmiddels 4.000 leden waarvan 58 Ngo's, waaronder het World Wide Fund for Nature (WWF) en Solidaridad. Het is pertinent onjuist dat de RSPO geen verbod tot ontbossing bevat. Criterium 7.12 van de RSPO Principles verbiedt zonder uitzondering "deforestation or damage" van "High Conservation Values" en "High Carbon Stock" gebied. De RSPO heeft een streng handhavingssysteem. Om die reden kan volgens EPOA worden gesproken van "ontbossingsvrije duurzame palmolie" en is het onjuist dat The Flower Farm beweert dat een consument met haar product de hoogst mogelijke zekerheid heeft dat hiervoor geen ontbossing heeft plaatsgevonden. The Flower Farm doet alsof alle palmolie leidt tot ontbossing, maar kan dit niet bewijzen. Niet kan worden gezegd dat voor in margarine verwerkte RSPO-palmolie oerwouden worden verwoest. Uit een door EPOA overgelegd marktonderzoek blijkt dat 59,9% van de ondervraagden de mededeling dat voor palmolie hele oerwouden worden verwoest betreft op alle palmolie en dat 54,9% de tekst zo opvat dat als er palmolie in margarine zit, daarvoor zeker oerwoud is verwoest. Terecht heeft de Commissie geoordeeld dat in de uitingen melding had moeten worden gemaakt van 'schone' palmolie in Nederlandse margarines en van het gegeven dat ontbossing ook om andere reden dan voor palmolie plaatsvindt.

Op hetgeen EPOA verder stelt zal hierna, voor zoveel nodig, worden ingegaan.

5. De mondelinge behandeling

The Flower Farm heeft het beroep toegelicht mede aan de hand van overgelegde spreekantekeningen. Daarbij is onder meer meegedeeld dat zij zich afzet tegen margarine met palmolie omdat deze niet gegarandeerd ontbossingsvrij is. Hierna is het standpunt van EPOA toegelicht mede aan de hand van overgelegde pleitnotities. Hierbij is onder meer meegedeeld dat The Flower Farm de reclameuitingen dient aan te passen om te voorkomen dat de consument zonder gegronde reden afkerig wordt gemaakt van margarine waarin palmolie is verwerkt.

6. Het oordeel van het College

6.1.

Het geschil in beroep is beperkt tot de uitingen die de Commissie in nummer 4 van haar overwegingen als volgt heeft omschreven:

- sub a: "Voor palmolie wordt tropisch regenwoud verwoest (om plaats te maken voor plantages)",
- sub b: "Het kopen van onze palmvrije margarine helpt tegen een groot probleem: ontbossing van het regenwoud",
- sub g: "Door Flower Farm margarine te kopen/eten is dit beter voor het regenwoud".

Ten aanzien van uiting sub a is het beroep toegespitst op de verpakking van margarine van The Flower Farm en is in het beroepschrift niet ingegaan op andere uitingen waarin deze of vergelijkbare mededelingen voorkomen. Het College zal daarom voor wat betreft de grief met betrekking tot uiting sub a uitsluitend acht slaan op de verpakking. Daarbij geldt als uitgangspunt dat van de totale uiting dient te worden uitgegaan en de context waarin de bestreden relevante mededelingen worden





gedaan. Hierbij gaat het om het volgende. Op de deksel van de verpakking staat onder meer: "Eat plants. Not palm please" Op een lange zijkant staat onder meer: "Smeren zonder palmolie, met shea". Op de onderkant staat onder meer: "Smeren zonder palmolie." Op de ene korte zijkant staat onder meer: "Zo is shea een duurzaam alternatief voor palmolie". Op de andere korte zijkant staat "No palm Samen kunnen we helpen de palmolieproductie terug te brengen. Dat is belangrijk, want voor palmolie worden hele oerwouden verwoest. Daarom is Flower Farm vrij van palmolie en gebruiken we alleen duurzame alternatieven zoals shea boter."

### 6.2.

De verpakking als geheel maakt op een niet mis te verstane wijze duidelijk dat het product van The Flower Farm geen palm(olie) bevat. Dit wordt uitdrukkelijk en herhaaldelijk (te weten op vrijwel alle zijden van de verpakking) vermeld op een wijze die onderstreept dat dit een belangrijk aspect van het product is. Niet alleen wordt immers gewezen op het 'palmvrije' karakter van het product, maar de uiting roept ook op om te kiezen voor The Flower Farm margarine omdat deze geen palm bevat ("No palm", "Not palm please"). Daarbij wordt gezegd dat men de productie van palmolie dient te verminderen omdat voor palmolie "hele oerwouden" worden verwoest. De gemiddelde consument die de onmiskenbaar negatief bedoelde teksten op de verpakking over palmolie ziet, zal deze naar het oordeel van het College niet alleen opvatten als een statement over palmolie in het algemeen, maar meer in het bijzonder als een bewering ten opzichte van margarines die palm bevatten. Het product van The Flower Farm ligt in hetzelfde schap als de margarines die palmolie bevatten en onderscheidt zich daarvan door de afwijkende kleur van de verpakking en de opvallende boodschap dat dit product geen palmolie bevat met de reden hiervoor. Duidelijk is voor de gemiddelde consument dat The Flower Farm in feite haar product afzet tegen margarines die wel palmolie bevatten. Dit is ook de bedoeling van The Flower Farm. Het College zal de beoordeling verder toespitsen op het effect dat de mededelingen (kunnen) hebben op het besluit tot een transactie, in dit geval de keuze voor een margarine met of zonder palmolie.

### 6.3.

Het College acht het aannemelijk dat de gemiddelde consument door de hier bedoelde mededelingen op de verpakking, die hij in onderling verband zal zien, afkerig kan worden gemaakt van margarine met palmolie. De teksten op de verpakking impliceren immers dat de palmolie in de margarine verantwoordelijk is voor de ontbossing van het tropisch regenwoud en dat men om die reden de consumptie van margarine met palmolie dient te vermijden teneinde dit proces te stoppen. Daarmee legt The Flower Farm een deel van de verantwoordelijkheid voor verdere verwoesting van "hele oerwouden" bij de consument, namelijk in het kader van de keuze voor een product met of zonder palmolie. De consument die kiest voor een product met palm(olie) als ingrediënt draagt volgens de uiting in feite bij aan verwoesting van hele oerwouden. Nu de gemiddelde consument daardoor zal menen dat men de voorkeur dient te geven aan het product van The Flower Farm om verwoesting van hele oerwouden te stoppen, en EPOA gemotiveerd heeft betwist dat de palmolie die in Nederlandse margarine is verwerkt voor deze verwoesting verantwoordelijk is, ligt het op de weg van The Flower Farm om de juistheid van die boodschap aannemelijk te maken. Daarbij is van belang dat EPOA uitdrukkelijk heeft gesteld dat de palm die is verwerkt in de in Nederland verkrijgbare margarine is gecertificeerd volgens de RSPO-standaard. The Flower Farm stelt echter dat voor de productie van palm altijd ontbossing plaatsvindt en dat de RSPO-standaard geen garantie biedt dat voor de palm die onder dit certificaat is geproduceerd geen oerwoud is vernietigd. Het College oordeelt hierover als volgt.





**6.4.**

Dat ontbossing voor palmproductie plaatsvindt, is voor deze zaak geen doorslaggevend argument. Het gaat immers erom of specifiek voor de in andere margarines verwerkte palmolie hele oerwouden worden verwoest, zoals de verpakking suggereert. Hierbij gaat het niet om het verleden, maar om de tegenwoordige tijd ("worden"). In dat kader is op grond van hetgeen EPOA heeft gesteld en onvoldoende door The Flower Farm is weersproken, van belang dat (vrijwel) alle in Nederland in margarine verwerkte palmolie inmiddels wordt geproduceerd volgens de RSPO-standaard. Het feit dat fabrikanten van margarine dit doorgaans om hun moverende redenen niet specifiek op de verpakking vermelden, leidt niet tot een ander oordeel. The Flower Farm stelt vervolgens dat bij RSPO het voorkomen van ontbossing geen doel op zichzelf is maar een van de factoren die moeten worden meegewogen om te beoordelen of wordt voldaan aan milieubeheer. Bossen die niet voldoen aan de omschrijving 'Primary' of 'High Conservation Value' mogen volgens haar worden gekapt en palm van recente ontbossing mag als 'ontbossingsvrij' worden verhandeld. Ook zou het kappen van minder dan 10 hectare per keer niet als ontbossing worden gezien en zou het 'no deforestation' criterium niet gelden in gebieden met verhoudingsgewijs veel bos en vooralsnog weinig palmplantages. EPOA stelt in reactie op dit alles dat Criterium 7.12 zonder uitzondering 'deforestation' verbiedt.

**6.5.**

Het College leidt uit de door partijen overgelegde producties af dat de RSPO-standaard voor gebieden die niet aan de kwalificaties 'High Conservation Values' of 'High Carbon Stock' voldoen in specifieke gevallen kap toelaat. Deze kap betreft niet de meest waardevolle gebieden, is kleinschalig en slechts onder specifieke voorwaarden toegestaan. Om deze redenen kan niet worden aangenomen dat het onder de RSPO-standaard mogelijk is "hele oerwouden" te verwoesten, zoals op de verpakking van The Flower Farm margarine staat. Deze standaard is juist bedoeld om dit te voorkomen. EPOA heeft voldoende aannemelijk gemaakt dat de RSPO-standaard op dit punt daadwerkelijk waarborgen biedt. Daarbij is ook van belang dat de RSPO-certificering wordt gesteund door het World Wide Fund for Nature, Solidaridad en andere organisaties (ngo's) die geen zakelijke belangen bij de palmolie-industrie hebben en die specifiek zijn gericht op natuurbehoud en maatschappelijke doelen. Uit de bij het verweer overgelegde verklaring van Solidaridad blijkt dat deze Ngo de tegen The Flower Farm ingediende klacht geheel onderschrijft en dat zij de RSPO ziet als een geloofwaardige en effectieve organisatie voor verduurzaming van de palmoliesector. Ook indien, zoals The Flower Farm stelt, de handhaving door RSPO op bepaalde punten zou tekortschieten, kan naar het oordeel van het College voor wat betreft de palmolie die is verwerkt in de in Nederland verkrijgbare margarine niet worden gezegd dat deze als zodanig verantwoordelijk is voor de verwoesting van hele oerwouden. Overigens heeft EPOA bij de Commissie gesteld dat wereldwijd slechts een relatief klein deel (4,2%) van de ontbossing van tropisch regenwoud wordt veroorzaakt door niet-duurzame palmolie. Dit betekent dat er andere, veel belangrijker oorzaken zijn voor de kap van tropische regenwouden.

**6.6.**

Nu blijkens het voorgaande de mededelingen op de verpakking van The Flower Farm ten onrechte suggereren dat men met het oog op natuurbehoud andere margarines dient te vermijden wegens de daarin verwerkte palmolie, dient deze uiting (de verpakking) misleidend te worden geacht. Overigens acht het College de uiting alleen al vanwege deze onjuiste suggestie misleidend in de zin van artikel 8.2 aanhef en onder b NRC in plaats van dat sprake is van een omissie van essentiële informatie, zoals de Commissie heeft geoordeeld.





Door op de verpakking andere margarines in verband te brengen met verwoesting van hele oerwouden wegens palmolie als ingrediënt, wordt in feite een voordeel van de 'palmolie-loze' The Flower Farm margarine voorgespiegeld, te weten dat deze margarine niet tot een dergelijke verwoesting leidt. Op grond van de beschikbare gegevens kan evenwel niet worden aangenomen dat het met het oog op de verdere bescherming van 'oerwouden' een relevant verschil maakt of men kiest voor margarine van The Flower Farm of voor een margarine met palmolie als ingrediënt, ervan uitgaande dat (vrijwel) alle in Nederland in margarine verwerkte palmolie inmiddels wordt geproduceerd volgens de RSPO-standaard. De grieven met betrekking tot de door de Commissie sub a bedoelde uiting treffen om die reden geen doel, met dien verstande dat het College toepassing geeft aan een ander artikel van de NRC. De verpakking dient om die reden te worden gewijzigd. Wel mag The Flower Farm het feit dat haar product geen palmolie bevat blijven noemen, ook indien dit uitdrukkelijk gebeurt, nu dit gegeven juist is en niet zelf reeds tot misleiding leidt.

6.7.

Ten aanzien van de door de Commissie sub b en g bedoelde uitingen ziet het College evenmin aanleiding om af te wijken van het oordeel van de Commissie dat de uitingen misleidend zijn. Deze uitingen hebben volgens The Flower Farm dezelfde boodschap als de hierboven beoordeelde verpakking (vgl. punt 69 beroepschrift). Ook in deze uitingen wordt margarine met palmolie direct in verband gebracht met het kappen van "steeds meer regenwoud" (uiting b) respectievelijk wordt in verband met die margarine gezegd dat "palmolie regenwouden verwoest" (uiting g). Om vergelijkbare redenen als vermeld ten aanzien van de verpakking oordeelt het College dat hierdoor een relatief voordeel van de margarine van The Flower Farm wordt voorgespiegeld dat in werkelijkheid niet bestaat, waardoor ook in zoverre sprake is van misleidende reclame die de aankoopbeslissing van de gemiddelde consument kan beïnvloeden.

6.8.

Op grond van het voorgaande beslist het College als volgt.

7. De beslissing

Het College bevestigt de bestreden beslissing met enige wijziging van gronden.

De voorzitter

mr. J.P. Fokker

De secretaris

mr. L. Lagerweij

Gewezen door mr. J.P. Fokker, voorzitter, L.D. Bleijert, K. Buitenhuis, mr. H.P. Kuijpers en mr. F.T.M. Smulders, leden, bijgestaan door mr. L. Lagerweij, secretaris.

Amsterdam, 17 december 2019



**Beslissing van de Reclame Code Commissie**

In de zaak van : European Palm Oil Alliance (EPOA), vertegenwoordigd door F. Claassen,  
wonende te Bennekom, klager,

tegen : The Flower Farm B.V., gevestigd te Amsterdam, adverteerder.

**De procedure**

Namens klager (hierna: EPOA) heeft mr. E.H. Hoogenraad, advocaat, bij brief van 15 oktober 2019 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uitingen.

De klacht is op 16 oktober 2019 in behandeling genomen, waarbij de voorzitter van de Reclame Code Commissie – na een verzoek daartoe – heeft geoordeeld dat de zaak met spoed op een zitting dient te worden behandeld.

Namens adverteerder (hierna ook: The Flower Farm) hebben mr. S.A. Klos en mr. A. Ringnalda, beiden advocaat, verweer gevoerd bij brief van 25 oktober 2019.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar zitting van 30 oktober 2019.

Aan de zijde van EPOA zijn verschenen ir. F.A.G.M. Claasen (voorzitter EPOA) en N. Roozen (Solidaridad), bijgestaan door mr. Hoogenraad voornoemd.

The Flower Farm is ter zitting vertegenwoordigd door M. van Wing en E. Bras, bijgestaan door mrs. Klos en Ringnalda voornoemd.

**De bestreden reclame-uitingen**

Het betreft de volgende uitingen voor de margarine van The Flower Farm:

**A. De verpakking van het product.**

Op de verpakking staat, voor zover hier van belang:

- Op de deksel: "EAT PLANTS. NOT PALM PLEASE"
- Op een lange zijkant: "SMEREN ZONDER PALMOLIE, met shea"
- Op de ene korte zijkant:

"NO PALM

Samen kunnen we helpen de palmolieproductie terug te brengen. Dat is belangrijk, want voor palmolie worden hele oerwouden verwoest. Daarom is Flower Farm vrij van palmolie en gebruiken we alleen duurzame alternatieven zoals shea boter."

- Op de andere korte zijkant: "Shea boter is een plantaardig vet die gewonnen wordt uit de vruchten van de karité boom. Deze boom groeit niet op plantages, maar vrij op de Afrikaanse savanne. Zo is shea een duurzaam alternatief voor palmolie."

**B. De televisiecommercial, waarin door de voice-over wordt gezegd:**

*"Er wordt heel veel regenwoud verwoest om palmolie te maken. Eet daarom Flower Farm, een margarine zonder palmolie. Zo kun je als gezin in een jaar tijd tot wel 30 vierkante meter regenwoud redden. Eat plants. Not palm please. Doe ook mee."*





Aan het begin van de commercial worden beelden getoond van een brandend oerwoud en een kaal stuk grond in het oerwoud. Onderin beeld staat: "Meer info? Zie [www.theflowerfarm.nl](http://www.theflowerfarm.nl)." Daarna verschijnt een kuipje Flower Farm margarine in beeld, onder andere gevolgd door beelden van een vrouw die in een bloeiende wei ligt, bloemen in de vorm van een smiley, een vrouw die door een landschap met bloemen loopt en een orang oetan die lijkt te glimlachen. Als de zin "Zo kun je als gezin in een jaar tijd tot wel 30 vierkante meter regenwoud redden" wordt uitgesproken, staat onder in beeld: "Berekening op basis van gemiddeld gebruik van een gezin van vier personen."

- C. Het filmpje op de website [www.theflowerfarm.nl](http://www.theflowerfarm.nl), waarin door de voice-over wordt gezegd: "Dit is The Flower Farm. Hier maken we margarine zonder palmolie. Om palmolie te kunnen maken, worden tropische regenwouden verwoest. Om plaats te maken voor plantages. Dieren zoals de orang-oetan, de tijger, neushoorn en olifant worden gedood en sterven uit. Daarom is het tijd voor een betere margarine. Eén zonder palmolie, maar met shea. Want voor shea boter wordt geen een boom gekapt. Shea komt van de karité-boom, die gewoon in het wild groeit op de savannes van Afrika. Het is zonder conserveermiddel en 100% plantaardig. Het bevat zonnebloemolie, water, wortelsap voor de kleur, citroensap voor de houdbaarheid, een snuffje zeezout, natuurlijke aroma's en shea boter dus. Hiermee helpen we het verwoesten van de regenwouden te stoppen. Eat plants. Not palm please." De gesproken tekst begeleidt de met tekeningen uitgebeelde verhaallijn.
- D. Verschillende tekstgedeeltes op de website [www.theflowerfarm.nl](http://www.theflowerfarm.nl). De betreffende teksten worden nader gespecificeerd onder 'De klacht'.
- E. Drie filmpjes op de Instagrampagina van The Flower Farm, met (volgens de klacht) de titels/onderwerpen: '60% regenwouden verwoest door palmolie', 'orang-oetans' en 'brandend regenwoud'.
- F. De Facebookpagina van The Flower Farm, waar onder "Info" staat: "Goed doel – Eten en drinken".

De bij de klacht overgelegde foto's van de verpakking, afdrukken van teksten op de website en afdruk van de Facebookpagina van The Flower Farm zijn in kopie aan deze uitspraak gehecht.

#### De klacht

Kort samengevat maakt EPOA bezwaar tegen de verschillende uitingen voor de margarine zonder palmolie van The Flower Farm, omdat deze uitingen (I) de consument op ernstige wijze misleiden, (II) in strijd zijn met de Milieu Reclame Code en (III) het vertrouwen in reclame schaden. In het algemeen voert EPOA daartoe het volgende aan.

The Flower Farm stelt dat palmolie de oorzaak is van de ontbossing van tropisch regenwoud en het uitsterven van de orang-oetan, en zegt dat de consument, door haar nieuwe margarine zonder palmolie te kopen, de ontbossing en ook het doden van orang-oetans kan helpen voorkomen. Qua tekst en opzet is de reclamecampagne van The Flower Farm eenzijdig, onvolledig en ongenueanceerd ten opzichte van palmoliehoudende producten. Uit geen van de uitingen van The Flower Farm blijkt dat de bestaande margarineproducten die op de Nederlandse markt te koop zijn, voor 100% zijn gemaakt van 'ontbossingsvrije palmolie'. Alle in Nederland geproduceerde margarines die palmolie bevatten, zijn namelijk gemaakt met palmolie die duurzaam 'Round Table of Sustainable Palm Oil (RSPO)-standaard' is aangekocht. Volgens deze RSPO-standaard mag er geen tropisch regenwoud worden of zijn gekapt, mag er geen productie op veengronden plaatsvinden en wordt er streng toegezien op arbeidsomstandigheden. Ook ontbreekt in de uitingen het feit dat wetenschappelijk vaststaat dat de mens de grootste bedreiging vormt voor het uitsterven van de orang-oetans. Palmolie – en dan nog al-





leen de niet-duurzame palmolie – is maar in zeer beperkte mate verantwoordelijk voor het verdwijnen van het tropisch regenwoud en de orang-oetans. In de campagne wordt een sterk beroep gedaan op de emoties van de consument, maar dit beroep is gebaseerd op onjuiste feiten en getallen.

Daarnaast positioneert The Flower Farm haar margarine, en in het bijzonder shea boter, als een duurzaam alternatief voor palmolie. Zij maakt echter niet duidelijk waarom de in de margarine van The Flower Farm gebruikte shea boter, in tegenstelling tot palmolie, wel duurzaam zou zijn.

(I)

EPOA voert meer specifiek als bezwaar tegen de uitingen aan dat sprake is van misleidende reclame door de volgende negen hoofdbodschappen, die in dezelfde of soortgelijke bewoordingen in de verschillende uitingen voorkomen:

- a) *"Voor palmolie wordt tropisch regenwoud verwoest (om plaats te maken voor plantages)"* (tv-commercial, filmpje op website, verpakking, Instagramfilmpje 'brandend regenwoud') en *"(...) voor shea boter wordt geen boom gekapt. (...) Hiermee helpen we het verwoesten van de regenwouden te stoppen."* (filmpje op website).

De uitingen suggereren dat door in Nederland de margarine van The Flower Farm te kopen geen regenwoud meer wordt verwoest en de ontbossing wordt verminderd of tegengegaan. Dat is onjuist, omdat 100% van de in Nederland geproduceerde margarines met palmolie is gemaakt met RSPO-palmolie, dus ontbossingsvrije palmolie. In 2017 was 88% van alle palmolie die de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie verwerkte duurzaam aangekocht volgens de RSPO-standaard. De uitingen zijn bovendien onjuist, omdat blijkens cijfers van de Europese Commissie slechts 2,3% van de totale ontbossing wereldwijd en 4,2% van de ontbossing van tropisch regenwoud wordt veroorzaakt door niet-duurzame palmolieproductie. Tenslotte wordt aangevoerd dat voor een eventueel benodigde hogere productie van duurzame palmolie volgens de RSPO-standaard geen nieuwe ontbossing nodig is.

- b) *"Het kopen van onze palmolievrije margarine helpt tegen een groot probleem: ontbossing van het regenwoud"* (website).

Deze uiting is een misleidende versimpeling van de werkelijkheid. Duurzame RSPO-palmolie verwoest geen oerwouden. Bovendien is niet bewezen dat shea boter een duurzamer alternatief is voor duurzame palmolie. Volgens belangrijke NGO's (WNF, IUCN, Solidaridad) is vervanging van palmolie door alternatieven, waaronder shea boter, geen duurzame oplossing. Voor shea boter is veel meer land nodig dan voor palmolie om dezelfde hoeveelheid te produceren, met meer ontbossing als gevolg. Ook komt dan minder shea boter beschikbaar voor de Afrikaanse consument. Verder is de karitéboom qua productie niet gemakkelijk op te schalen.

- c) *"Als gezin kun je in een jaar tijd tot wel dertig vierkante meter regenwoud redden"* (tv-commercial, website).

Op de website wordt de rekensom toegelicht met als slotzin "Wij zijn er tot slot van uitgegaan dat voor de toekomstige productie van palmolie additionele plantages nodig zijn en dat die steeds ten koste van regenwoud moeten worden aangelegd." Reeds door dit uitgangspunt is de rekensom onjuist, omdat voor de in Nederland geproduceerde margarines RSPO-gecertificeerde, ontbossingsvrije palmolie wordt gebruikt en geen oerwoud wordt verwoest. Wanneer de consument de margarine van The Flower Farm koopt, gebruikt hij geen duurzame palmolie meer, terwijl het alternatief met shea boter niet duurzaam is.

Verder wordt met de bestreden zinsnede de indruk gewekt dat een gezin elk jaar tot 30 m<sup>2</sup> regenwoud kan beschermen tegen ontbossing. Dit is misleidend, omdat een oliepalm mini-





maal 25 jaar productie levert en bovendien op dezelfde grond opnieuw een oliepalm kan groeien. De indruk wordt gewekt dat hoe meer margarine van The Flower Farm de consument gebruikt, hoe meer ontbossing hij kan voorkomen. Dat is een misleidende versimpeling van de werkelijkheid.

d) *"Toekomstige productie gaat ten koste van het regenwoud"* (website).

Deze claim is (ook) op zichzelf misleidend, omdat de RSPO-standaard juist ontbossing voorkomt.

e) EPOA betoogt gemotiveerd dat de volgende cijfers over de verwoesting van het oerwoud onjuist zijn, waardoor de consument op het verkeerde been wordt gezet:

- *"meer dan 60% van de regenwouden in Azië is verwoest door de productie van palmolie"* (Instagram filmpje);
- *"de productie van palmolie is dit jaar meer dan 165 miljoen ton"* (Instagram filmpje);
- *"door palmolie is alle regenwoud (98,7 miljoen hectare) verdwenen"* (website).

f) *"Dieren zoals de orang-oetan, de tijger, neushoorn en olifant worden gedood en sterven uit"* (filmpje op website, Instagram filmpje).

Het Instagram filmpje wekt de indruk dat de oorzaak van 162.000 moorden op orang-oetans volledig bij de palmolieproductie ligt. Dit is een onjuist en misleidend beeld. Jacht en bosomzetting vormen de belangrijkste bedreigingen voor het overleven van de orang-oetan op de lange termijn. Jacht, de handel in wilde dieren en conflicten tussen dieren onderling zijn de belangrijkste oorzaken van verlies aan orang-oetans. Dit geldt ook voor de in het filmpje op de website genoemde tijger, neushoorn en olifant. In het verleden is ontbossing voor palmolie een van de oorzaken geweest van het sterven van orang-oetans, maar in de uitingen wordt miskend dat dit niet het geval is ten gevolge van de palmolie die voor de Nederlandse markt wordt geproduceerd.

g) *"Door Flower Farm margarine te kopen/eten is dit beter voor het regenwoud"* (website).

Deze claim is onjuist, omdat duurzame RSPO palmolieproducten niet slecht voor het regenwoud zijn en shea boter niet per definitie wel duurzaam is.

h) *"Voor shea boter hoeft geen regenwoud gekapt te worden"* (website) en *"Daarom is Flower Farm vrij van palmolie"* (verpakking).

Met deze claim wordt gesuggereerd dat voor palmolieproducten kap van regenwoud nodig is. Dit is onjuist. Bovendien behoeft weliswaar vooralsnog voor shea boter geen regenwoud te worden gekapt, maar in de toekomst is dit mogelijk wel nodig om aan de productiebehoefte te voldoen.

i) *"We planten er hooguit bomen bij"* (website 8-10-2019).

Deze zinsnede (over de karitéboom) is bezijden de waarheid, omdat de karitéboom een wilde boom is die zich niet laat vermenigvuldigen. En als dat in de toekomst al zou lukken, dan is veel meer land nodig, waarvoor oerwoud dreigt te worden gekapt. De tekst is inmiddels van de website verwijderd, maar blijft misleidend.

EPOA stelt dat de onder a) tot en met i) genoemde uitingen van The Flower Farm misleidend zijn in de zin van artikel 8 NRC juncto artikel 7 NRC, nu EPOA heeft aangetoond, althans aan-





nemelijk gemaakt, dat de gedane mededelingen en genoemde aantallen feitelijk onjuist zijn. Aan het manipulatievereiste voor misleiding is voldaan, nu de gemiddelde consument door de misleidende beweringen en aantallen geneigd zal zijn om de margarine zonder palmolie van The Flower Farm aan te schaffen, terwijl hij dat besluit anders niet zou hebben genomen.

(II)

EPOA voert voorts als bezwaar tegen de uitingen aan dat The Flower Farm vergaande duurzaamheidsclaims en milieuclaims over haar product maakt die zij niet kan bewijzen, terwijl de bewijslast wel bij haar ligt.

EPOA wijst op de volgende claims:

- *"Shea boter is het duurzame alternatief voor palmolie"* (website)
- *"Daarom is Flower Farm vrij van palmolie en gebruiken we alleen duurzame alternatieven zoals shea boter"* (verpakking)
- *"Want voor shea boter wordt geen een boom gekapt. Shea komt van de karité-boom, die gewoon in het wild groeit op de savannes van Afrika. Het is zonder conserveermiddel en 100% plantaardig. Het bevat (...) en shea boter dus. Hiermee helpen we het verwoesten van de regenwouden te stoppen."* (filmpje op website).

The Flower Farm schildert palmolie af als het grote probleem en stelt shea voor als dé oplossing. Geen van beide is juist. Voor in Nederland gebruikte palmolie wordt geen regenwoud gekapt. Het RSPO-certificeringssysteem controleert of aan de eisen van duurzame palmolieproductie wordt voldaan, maar onduidelijk is of een dergelijk systeem bestaat voor shea boter. De bewijslast voor de claim dat shea boter duurzaam is, ligt bij The Flower Farm. De duurzaamheidsclaim is onvoldoende specifiek, waardoor niet duidelijk is in welk opzicht de margarine van The Flower Farm duurzaam is. Het enkele aspect 'ontbossingsvrij' is onvoldoende om van 'duurzaam' te kunnen spreken. Ook toont The Flower Farm niet aan dat shea boter duurzamer is dan de in Nederlandse voedingsmiddelen gebruikte duurzaam geteelde palmolie. Omdat de productie van shea boter per hectare fors lager ligt dan die van palmolie, is voor vervanging van palmolie door shea boter veel meer land nodig.

Onder verwijzing naar bij de klacht gevoegde verklaringen betoogt EPOA dat volgens de NGO's Solidaridad, WNF/WWF, IUCN, Initiatief Duurzame Handel (IDH), Orangutan Land-Trust een boycot van palmolie juist niet duurzaam is en de ontbossing niet zal stoppen.

De claims over duurzaamheid, die alle over het milieu gaan, zijn misleidend in de zin van artikel 2 van de Milieu Reclame Code (MRC). Nu The Flower Farm de juistheid van de claims niet heeft aangetoond, is ook niet voldaan aan het vereiste van artikel 3 MRC. Door het gebruik van onjuiste getallen in claims over het verdwijnen van de hoeveelheid oerwoud en bij de rekensom over de hectares oerwoud die de consument kan redden, zijn deze uitingen in strijd met artikel 8 MRC. Tevens is sprake van schending van artikel 5 MRC, omdat niet is aangetoond dat shea boter minder schadelijk is dan ('foute') palmolie en dat de andere margarines de 'foute' palmolie bevatten.

(III)

Ten slotte voert EPOA als bezwaar tegen de uitingen aan dat The Flower Farm met de uitingen het vertrouwen in reclame schaadt. Door het gebruik van heftige beelden en onjuiste grote getallen wordt welbewust ingespeeld op de begrijpelijke emoties van consumenten die tegen ontbossing van oerwouden en het uitsterven van dieren zijn. Voor reclame-uitingen van een commercieel bedrijf ter introductie van een nieuw product op de markt gelden echter strengere eisen dan als het uitingen van een louter ideële organisatie betreft. De wijze waarop The Flower Farm haar product positioneert en haar reclamecampagne vorm geeft, waarbij is gekozen voor een anti-palmolie boodschap, overschrijdt de grenzen van wat in reclame betamelijk is.





Dat is schadelijk voor het vertrouwen in reclame. Dit geldt ook voor de onjuiste positionering van The Flower Farm als 'goed doel' op haar Facebookpagina.

EPOA verzoekt de klacht gegrond te verklaren en de uitspraak als Alert te verspreiden. De ernst van de misleidingen, de grensoverschrijdende bewerking van de gevoelens van de consument en de grote schaal waarop de reclamecampagne plaatsvindt, maken naar haar mening een Alert noodzakelijk.

#### Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

The Flower Farm wil de consument bewust maken van het verband tussen palmolie in margarine en ontbossing van het tropische regenwoud en biedt tegelijkertijd een betrouwbare oplossing in de vorm van een margarine met shea boter in plaats van palmolie. Onder verwijzing naar bij het verweer gevoegde publicaties van NGO's en onderzoeksresultaten voert The Flower Farm aan dat het probleem van ontbossing (door kap of verbranding) voor palmolieproductie nog steeds actueel is.

#### (I) Misleiding

Alle bezwaren van EPOA dat de uitingen voor de margarine van The Flower Farm misleidend zijn, zijn in de kern gebaseerd op het bestaan van de RSPO-certificering en de beweerde handhaving daarvan door de Nederlandse margarine-industrie, waardoor de palmolie in die margarine volgens EPOA 'ontbossingsvrij' is en dus net zo min als palmolievrije margarine bijdraagt aan ontbossing. Deze redenering van EPOA is volgens The Flower Farm niet juist, omdat het gebruik van RSPO-gecertificeerde palmolie qua bijdrage aan het verminderen en voorkomen van ontbossing niet gelijkgesteld kan worden aan het geheel afzien van het gebruik van palmolie als ingrediënt voor margarine. The Flower Farm voert ter onderbouwing van deze stelling de volgende argumenten aan.

(1) De term 'ontbossingsvrij' voor palmolie die met de RSPO-standaard is aangekocht, is onjuist. Uit de (bij het verweer gevoegde) RSPO Principles and Criteria blijkt dat de huidige RSPO-standaard voor de aanleg van nieuwe palmolieplantages geen totaal verbod op ontbossing kent. Het kappen van bossen ten behoeve van landbouwgrond voor palmaanplant is uitdrukkelijk toegestaan, mits daarbij bossen worden gespaard die worden aangeduid als 'primary', 'High Conservation Value' (HCV) of 'High Carbon Stock' (HCS). NGO's als Greenpeace en Friends of the Earth en het Europees Parlement bevestigen dat de RSPO-standaarden onvoldoende scherp zijn met betrekking tot het tegengaan van ontbossing en het voorkomen van bosverbranding.

(2) Op bovengenoemde regel dat (in beginsel) de primary en HCV bossen bij de palmolieproductie gespaard moeten blijven, bestaat zelfs in de meest recente en strenge RSPO-standaard (van november 2018) een uitzondering indien dergelijke waardevolle bossen zich in bosrijke gebieden bevinden.

(3) Met het begrip 'duurzame palmolie' doelt RSPO hoogstens op palmolie van producenten die toezeggen zich *in de toekomst* te onthouden van (bepaalde vormen van) ontbossing. Het is mogelijk dat RSPO-gecertificeerde palmolie afkomstig is van plantages waarvoor primary bos (vóór 2005) of HCV bos (vóór november 2018) is gekapt of verbrand.

(4) Er bestaat alom kritiek op de mogelijkheden van toezicht op de naleving en handhaving van de – op zichzelf al zwakke – RSPO-beginselen tegen ontbossing. The Flower Farm verwijst in dit verband naar de resolutie van het Europees Parlement van 4 april 2017 en publica-





ties van Greenpeace (2013), een consortium van Belgische NGO's (2018), Friends of the Earth (2018) en Milieu Centraal (2019). Het RSPO-certificeringssysteem biedt geen garantie dat de standaard ten aanzien van ontbossing wordt nageleefd en dat de palmolie is verkregen zonder ontbossing.

(5) Uit onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek (Gatti et al., 'Sustainable palm oil may not be so sustainable', 2019) blijkt dat op RSPO-gecertificeerde plantages nog steeds ongeveer evenveel bos wordt gekapt voor de aanleg van nieuwe plantages als in gebieden die in handen zijn van niet-gecertificeerde producenten.

(6) Niet alle margarine op de Nederlandse markt bevat RSPO-gecertificeerde palmolie. Geen enkele producent van in Nederland verkrijgbare margarine claimt door middel van het RSPO-keurmerk op zijn verpakkingen dat wordt gewerkt met duurzame, 'ontbossingsvrije' palmolie. Producenten gaan niet verder dan (eventueel) de mededeling dat zij 'streven naar duurzame palmolie'. EPOA zegt ook niet dat op de Nederlandse markt verkrijgbare margarines die niet van Nederlandse producenten afkomstig zijn, 'ontbossingsvrije' palmolie bevatten.

(7) De RSPO-certificering zegt niets over de herkomst van de palmolie in margarines, omdat in de internationale handel het overgrote deel van de verwerkte palmolie gemengd wordt verhandeld. Hierdoor wordt RSPO-palmolie gemengd met de veel grotere hoeveelheid palmolie die afkomstig is van 'vuile', niet-gecertificeerde plantages. Producenten die voldoen aan de RSPO-standaard zeggen toe dat zij certificaten kopen waarmee wordt gegarandeerd dat een hoeveelheid RSPO-palmolie wordt geproduceerd die gelijk is aan de door de producent ingekochte hoeveelheid palmolie (compensatie 'vuile' palmolie). De RSPO-certificering van een product biedt dus niet de garantie dat het een product zonder 'vuile' palmolie betreft. Het is onduidelijk voor welk deel van de Nederlandse margarines het systeem van compensatie wordt gebruikt.

Op grond van het voorgaande concludeert The Flower Farm dat het bestaan van RSPO-gecertificeerde palmolie niet betekent dat zij in haar reclame geen verband mag leggen tussen palmolieproductie en ontbossing. RSPO streeft immers (nog) niet het volledig voorkomen van ontbossing na en resulteert er niet in dat voor palmolieproductie geen ontbossing plaatsvindt. Er is dus geen sprake van 'ontbossingsvrije palmolie'. De margarine zonder palmolie van The Flower Farm biedt wel de garantie van een ontbossingsvrij product. De keuze voor zo'n product moet de consument geboden en uitgelegd kunnen worden.

#### (II) Shea boter duurzaam alternatief

Uit de tekst en/of de context van de uitingen blijkt duidelijk dat de geclaimde duurzaamheid van shea boter betrekking heeft op de omstandigheid dat voor de productie van shea boter gegarandeerd geen bos hoeft te worden gekapt, terwijl bij palmolie een aanzienlijk risico op schadelijke ontbossing bestaat. Shea is afkomstig van de karitéboom, die in groten getale wild op de Sahel savannes groeit. Er is dus geen cultivering (en pesticiden) of aanplant (ontbossing) nodig. De noten worden geraapt en verwerkt door de lokale bevolking. Het aanbod van shea overstijgt de lokale vraag ruim, zodat geen sprake is van het gebruik van lokaal belangrijke voedingsbronnen. The Flower Farm heeft zich (recent) aangesloten bij de Global Shea Alliance, die de duurzaamheid van shea boter in bredere zin bewaakt.

Voor de beoordeling van de reclame-uitingen is niet relevant of en hoe de productie van shea op termijn opgeschaald kan worden om ook in andere palmoliehoudende producten als ontbossingsvrij alternatief te dienen. Die vraag is thans niet aan de orde. Er is nu en voorlopig voldoende shea boter beschikbaar om aan de vraag naar de margarine van The Flower Farm te voldoen.





Naar aanleiding van de specifieke tekstgedeeltes waartegen EPOA bezwaar maakt, voert The Flower Farm het volgende aan.

*"Voor palmolie wordt tropisch regenwoud verwoest (om plaats te maken voor plantages)"*

De stelling is feitelijk juist. The Flower Farm claimt niet dat alle (tropische) ontbossing het gevolg is van palmolieproductie, maar wel dat er een direct oorzakelijk verband tussen palmolieproductie en ontbossing bestaat. Dat er (wellicht) andere oplossingen voor ontbossing zijn in de vorm van RSPO-certificering laat onverlet dat het probleem van ontbossing door palmolie nog bestaat en dat The Flower Farm daarvoor een oplossing biedt.

*"Het kopen van onze palmolievrije margarine helpt tegen een groot probleem: ontbossing van het regenwoud"*

Deze claim is aantoonbaar feitelijk juist. Palmolie is een van de oorzaken van ontbossing en het aanschaffen van een product zonder palmolie is een gegarandeerd effectieve manier om een bijdrage te leveren aan de oplossing van het probleem.

*"Als gezin kun je in een jaar tijd tot wel dertig vierkante meter regenwoud redden"*

Het bestaan van een causaal verband tussen het niet-consumeren van palmolie en het behoud van regenwoud is aantoonbaar juist. De hoeveelheid regenwoud is door The Flower Farm gekwantificeerd als een mogelijk maximum ("tot") haalbare hoeveelheid in een jaar. Op haar website wordt een uitgebreide berekening gegeven en is een groot aantal veronderstellingen geëxpliciteerd, zoals de veronderstelling dat voor de productie van de palmolie die de consument uitspaart door palmolievrije margarine te gebruiken, oerwoudkap nodig zou zijn geweest. Uitgaande van deze veronderstelling kan een gezin 'tot 30 m<sup>2</sup>' oerwoud voor kap behoeden.

*"Toekomstige productie gaat ten koste van het regenwoud"*

The Flower Farm claimt niet dat voor toekomstige productie van palmolie steeds opnieuw tropische bossen verwoest worden. Zij stelt alleen dat door af te zien van het gebruik van palmolie de vraag naar palmolie kan worden gereduceerd en aldus een bijdrage kan worden geleverd aan het voorkomen van ontbossing.

#### *Cijfers*

The Flower Farm heeft geconstateerd dat er tussen verschillende instanties, belanghebbenden en experts te weinig overeenstemming bestaat over de juiste wijze van berekening van de exacte omvang van fenomenen die samenhangen met het verband tussen palmolieproductie en ontbossing. Daarom heeft The Flower Farm de door EPOA bestreden kwantificeringen van Instagram verwijderd en zal zij deze cijfers niet meer gebruiken.

#### *Relatie tussen palmolieproductie en het sterven van dieren*

Het causale verband tussen ontbossing en de sterfte van bosdieren als gevolg van de reductie van hun leefgebied staat buiten discussie. Evenmin is in geschil dat The Flower Farm in de vorm van margarine zonder palmolie een oplossing biedt om ontbossing te verminderen.

*"Door Flower Farm margarine te kopen/eten is dit beter voor het regenwoud"* en

*"Voor shea boter hoeft geen regenwoud gekapt te worden"* en *"Daarom is Flower Farm vrij van palmolie"* en *"We planten er hooguit bomen bij"*.

De productie van shea boter brengt, anders dan de productie van palmolie, geen enkel risico op boskap mee. Niet relevant is de (niet onderbouwde) suggestie van EPOA dat in de (verre) toekomst wellicht wel boskap nodig is. Op dit moment is voor The Flower Farm meer dan voldoende shea beschikbaar. Overigens is aanplant van karitébomen op de savanne eventueel mogelijk, maar ook dat is voor de huidige situatie niet van belang.





*De vermelding "goed doel" op Facebook*

De consument begrijpt direct dat The Flower Farm een onderneming die producten verkoopt is en geen goeddoelenorganisatie. De woorden "goed doel" kunnen en mogen niet anders begrepen worden dan een verwijzing naar de door The Flower Farm gevoelde maatschappelijke verantwoordelijkheid om een bijdrage te leveren aan het tegengaan van een belangrijk probleem, te weten de ontbossing door palmolie. Op de Facebook pagina wordt deze missie duidelijk omschreven.

The Flower Farm verzoekt de Commissie de klacht af te wijzen. Voorts betoogt zij dat er geen basis is voor de door EPOA gevraagde Alert, nu geen sprake is van herhaalde of ernstige overtredingen van de NRC.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten mede aan de hand van pleitaantekeningen nader toegelicht. Voor zover relevant voor de beslissing wordt op hetgeen ter zitting is aangevoerd teruggeko- men in het hierna volgende oordeel.

Het oordeel van de Commissie

1.

De klacht heeft betrekking op verschillende uitingen van The Flower Farm voor haar recent op de markt gekomen margarine zonder palmolie. The Flower Farm heeft toegelicht dat zij met de uitingen voor haar margarine de consument bewust wil maken van het probleem van ontbos- sing van het tropisch regenwoud ten behoeve van de productie van (margarine met) palmolie en zij tegelijkertijd een oplossing wil bieden in de vorm van margarine met shea boter als duurzaam alternatief. EPOA heeft aangevoerd dat de uitingen onvolledig en ongenueanceerd en om die reden misleidend zijn, omdat daarin niet wordt vermeld dat de palmolie die in de in Nederland geproduceerde margarines wordt verwerkt RSPO-gecertificeerde en dus – volgens EPOA – ontbossingsvrije palmolie betreft. Verder heeft EPOA aangevoerd dat de juistheid van de claim dat shea boter duurzaam is, niet is aangetoond.

2.

Naar het oordeel van de Commissie mag The Flower Farm in haar uitingen het probleem van palmolie in relatie tot ontbossing van het tropisch regenwoud aan de orde stellen en bena- drukken dat haar margarine palmolievrij is. Niet in geschil is dat in de loop der tijd voor de pro- ductie van palmolie veel tropisch regenwoud is vernietigd door middel van boskap en verbran- ding en dat ontbossing van het tropisch regenwoud een negatief effect heeft op het milieu en het dierenleven. Dat ook nu nog ontbossing voor palmolieproductie plaatsvindt, heeft The Flo- wer Farm, met stukken onderbouwd, voldoende aannemelijk gemaakt. Gelet op de ernst van het probleem acht de Commissie het op zich niet ontoelaatbaar dat de reclame-uitingen van The Flower Farm heftige beelden en beweringen bevatten. Er moet echter wel in het oog wor- den gehouden dat sprake is van de aanprijzing van een commercieel product en niet van het louter uiten van een denkbeeld. De gemiddelde consument zal de mededelingen over palmolie die The Flower Farm in de uitingen voor haar margarineproduct zonder palmolie doet en de beelden die zij toont, betrekken op margarineproducten waarin wel palmolie is verwerkt. Dit betekent dat in de uitingen geen verkeerd beeld van de margarines met palmolie, waartegen The Flower Farm haar product afzet, mag worden geschetst.

3.

In verband met hetgeen hiervoor is overwogen, zal de Commissie beoordelen of EPOA vol- doende aannemelijk heeft gemaakt dat er ook palmolie verkregen wordt zonder dat dit ten koste van oerwoudbos gaat, ook wel 'schone' palmolie genoemd, en of die palmolie in Neder-





land wordt verwerkt. De Commissie neemt daarbij in aanmerking dat The Flower Farm weliswaar kritiek heeft geuit op de RSPO-certificering, maar niet heeft aangevoerd dat er in Nederland in het geheel geen 'schone' palmolie wordt verwerkt. Verder heeft The Flower Farm niet weersproken dat in Nederland het streven bestaat om in levensmiddelen alleen nog 'schone' palmolie te verwerken. Het feit dat in Nederland 'schone' palmolie wordt verwerkt en voornoemd streven kunnen ook worden aangenomen op grond van de RSPO-certificering van de in Nederland geproduceerde margarines met palmolie, de overgelegde rapportage van Solidaridad en verklaringen van andere NGO's daaromtrent. Of de RSPO-certificering geheel waterdicht is en RSPO-gecertificeerde palmolie nimmer is verkregen van palmbomen waarvoor regenwoud is gekapt, kan de Commissie niet beoordelen. Zij acht echter voldoende aannemelijk gemaakt dat in Nederland palmolie in margarines wordt verwerkt die – in ieder geval gedeeltelijk – is verkregen zonder dat daarvoor ontbossing heeft plaatsgevonden.

4.

Het voorgaande leidt met betrekking tot de uitingen die onder 'de klacht' met a (eerste deel), b en g zijn aangeduid, tot het volgende oordeel. Deze uitingen luiden:

- (a) *"Voor palmolie wordt tropisch regenwoud verwoest (om plaats te maken voor plantages)"*
- (b) *"Het kopen van onze palmvrije margarine helpt tegen een groot probleem: ontbossing van het regenwoud"*
- (g) *"Door Flower Farm margarine te kopen/eten is dit beter voor het regenwoud"*.

In deze uitingen worden de misstanden in de palmolie-industrie en de gevolgen daarvan breed uitgemeten zonder dat melding wordt gemaakt van het bestaan van 'schone' palmolie en het (gedeeltelijk) verwerken van die palmolie in margarines die in Nederland worden geproduceerd. Ook wordt niet vermeld dat ontbossing ook om andere redenen dan ten behoeve van het planten van oliepalmbomen plaatsvindt. Dat dat zo is, heeft The Flower Farm niet weersproken. Hierdoor wordt naar het oordeel van de Commissie een ongenueanceerd en eenzijdig beeld gegeven van de palmolie die is verwerkt in de producten waartegen The Flower Farm haar margarine afzet en de ontbossing van het regenwoud. Dat The Flower Farm de consument wil 'wakker schudden', is geen rechtvaardiging om in de reclame voor haar product de genoemde informatie over 'schone' palmolie en andere oorzaken voor ontbossing dan ten behoeve van palmolie geheel achterwege te laten. Dit is essentiële informatie die de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen over een transactie, te weten het al dan niet kopen van de margarine van The Flower Farm. Door het weglaten van de essentiële informatie in bovengenoemde uitingen kan de gemiddelde consument ertoe worden gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen en is sprake van misleiding als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c NRC en om die reden van oneerlijke reclame in de zin van artikel 7 NRC.

5.

Met de onder 'de klacht' (ook) met (a) aangeduide uiting *"Voor shea boter wordt geen boom gekapt. (...) Hiermee helpen we het verwoesten van de regenwouden te stoppen"* wordt naar het oordeel van de Commissie gesuggereerd dat alle ontbossing van het tropisch regenwoud alleen aan het aanleggen van plantages ten behoeve van de palmolieproductie moet worden toegeschreven. Dit is onjuist. Partijen verschillen weliswaar van mening over de omvang van de ontbossing van tropisch regenwoud ten behoeve van palmolieproductie (EPOA spreekt van 4,2% wereldwijd, terwijl volgens The Flower Farm de percentages veel hoger liggen), maar niet is weersproken dat er ook ontbossing plaatsvindt voor andere doeleinden dan palmolieproductie. De bewering dat de verwoesting van het regenwoud wordt gestopt door geen palmolie te gebruiken, betreft daarom onjuist en om die reden misleidende informatie als bedoeld in de aanhef van artikel 8.2 NRC. Deze uiting is daardoor in strijd met artikel 7 NRC.





6.

De Commissie acht de met (d) aangeduide uiting *“Toekomstige productie gaat ten koste van het regenwoud”* te absoluut. Hoewel The Flower Farm heeft aangevoerd dat zij met deze uiting niet claimt dat voor toekomstige productie van palmolie steeds opnieuw tropische bossen worden verwoest, wordt deze indruk naar het oordeel van de Commissie wel gewekt. Nu, zoals hiervoor is overwogen, voldoende aannemelijk is dat in Nederland palmolie wordt gebruikt die – in ieder geval gedeeltelijk – is verkregen zonder dat daarvoor ontbossing heeft plaatsgevonden, en er geen aanleiding bestaat te veronderstellen dat dit in de toekomst anders zal zijn, gaat deze uiting gepaard met onjuiste informatie.

Ook de met (f) aangeduide uiting *“Dieren zoals de orang-oetan, de tijger, neushoorn en olifant worden gedood en sterven uit”* is naar het oordeel van de Commissie te absoluut. Niet is weersproken dat de orang-oetans en andere dieren in het regenwoud niet alleen dreigen uit te sterven door het verdwijnen van hun leefgebied als gevolg van ontbossing, maar ook door andere oorzaken, zoals bijvoorbeeld de jacht. Door de suggestie dat het uitsterven van dieren alleen het gevolg is van ontbossing en kan worden voorkomen door geen palmolie te gebruiken, gaat de uiting gepaard met te absolute en daardoor onjuiste informatie.

Het voorgaande leidt tot het oordeel dat de met (d) en (f) aangeduide uitingen gepaard gaan met onjuiste informatie als bedoeld in de aanhef van artikel 8.2 NRC. Omdat de gemiddelde consument daardoor ertoe kan worden gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen, zijn deze uitingen misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

7.

The Flower Farm heeft erkend dat over de wijze van berekening van de hoeveelheid ontbossing van het tropisch regenwoud door de palmolie-industrie en de aantallen als gevolg daarvan gestorven dieren geen overeenstemming bestaat en dat zij daarom de cijfers uit de uitingen heeft verwijderd en niet meer zal gebruiken. De Commissie volstaat ermee te oordelen dat de onder (e) genoemde uitingen gepaard gaan met onjuiste informatie als bedoeld in de aanhef van artikel 8.2 NRC en daardoor in strijd zijn met artikel 7 NRC. Gezien voormelde toezeggingen zal de Commissie een aanbeveling op dit punt achterwege laten.

8.

De met (c) aangeduide uiting dat *“je als gezin in een jaar tijd tot wel 30 vierkante meter regenwoud [kunt] redden”* (in de tv-commercial en op de website) betreft een milieclaim in de zin van artikel 1 van de Milieu Reclame Code (MRC), nu hierin expliciet wordt gerefereerd aan milieuaspecten die zijn verbonden aan de productie van de margarine van The Flower Farm. Een dergelijke claim mag niet misleiden ten aanzien van milieuaspecten of de bijdrage aan het milieu en moet aantoonbaar juist zijn. Naar het oordeel van de Commissie voldoet de onderhavige uiting niet aan deze vereisten. Op de website heeft The Flower Farm toegelicht van welke veronderstellingen zij is uitgegaan bij de berekening van de hoeveelheid van ‘tot 30 m<sup>2</sup> te redden regenwoud. Wat er zij van de veronderstellingen met betrekking tot de hoeveelheid door een gezin in een jaar te gebruiken margarine, de palmolieproductie per hectare en de hoeveelheid palmolie in margarine, naar het oordeel van de Commissie heeft The Flower Farm niet de juistheid aangetoond van de veronderstelling dat voor de toekomstige productie van palmolie additionele plantages nodig zijn en dat die steeds ten koste van regenwoud moeten worden aangelegd. Los van de vraag of de RSPO-palmolie ontbossingsvrij is, geldt dat een oliepalm meerdere jaren productie levert en voor herplant van palmen niet altijd nieuwe grond (ontbossing) nodig is. Reeds daarom is niet aangetoond dat per jaar – dus ieder jaar – de kap van ‘tot 30 m<sup>2</sup> regenwoud kan worden voorkomen door de margarine van The Flower Farm te gebruiken. Op grond van het voorgaande acht de Commissie de claim *“Zo kun je als gezin in een jaar tijd tot wel 30 vierkante meter regenwoud redden”* in strijd met de artikelen 2 en 3 MRC.





9.

Naar het oordeel van de Commissie kan de klacht niet slagen voor zover die is gericht tegen de uitingen "Voor shea boter hoeft geen regenwoud gekapt te worden. (...) Daarom is Flower Farm vrij van palmolie" (h) en "We planten er hooguit bomen bij" (i). Vast staat dat voor de margarine van The Flower Farm geen ontbossing heeft plaatsgevonden, nu het geen palmolie bevat en voor de in plaats daarvan gebruikte shea boter geen regenwoud is of behoeft te worden gekapt. Niet is van belang of dat ook in de toekomst het geval zal zijn, nu dat in de uiting niet wordt gepretendeerd.

10.

Als tweede (hoofd)bezwaar tegen de bestreden uitingen heeft EPOA aangevoerd dat de claims waarin The Flower Farm stelt dat haar margarineproduct duurzaam is, onvoldoende specifiek en niet onderbouwd zijn en om die reden in strijd zijn met de MRC.

11.

Zoals de Commissie in eerdere beslissingen heeft overwogen, heeft het begrip 'duurzaam' geen vastomlijnde betekenis en kan de inhoud van een duurzaamheidsclaim van geval tot geval verschillen. Daarom moet in de uiting duidelijk worden gemaakt welke specifieke invulling de adverteerder in dat geval aan het begrip duurzaamheid geeft, zodat de gemiddelde consument voldoende in staat is om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen. Bij de beoordeling moet worden gelet op de wijze waarop het begrip duurzaam in de uiting wordt gebruikt en toegelicht, alsmede op de interpretatie die de gemiddelde consument vermoedelijk daaraan zal geven gelet op de (context van de) totale uiting.

12.

Naar het oordeel van de Commissie blijkt uit de tekst en de context van de uitingen voldoende duidelijk dat The Flower Farm haar product duurzaam noemt omdat daarvoor geen tropisch regenwoud behoeft te worden gekapt. Alle uitingen hebben immers betrekking op de ontbossing van het regenwoud die het gevolg zou zijn van palmolieproductie en het alternatief dat The Flower Farm biedt in de vorm van margarine waarvoor shea in plaats van palmolie wordt gebruikt. Vast is komen te staan dat in ieder geval op dit moment voor de productie van shea boter geen ontbossing plaatsvindt. Of voor de productie in de (verre) toekomst wel oerwoud moet worden gekapt, is voor de beoordeling van de uitingen voor het huidige product niet van belang. Nu voor de gemiddelde consument duidelijk is dat The Flower Farm haar margarine duurzaam noemt omdat het gegarandeerd ontbossingsvrij is, en niet in geschil is dat voor de margarine geen regenwoud wordt gekapt, acht de Commissie de uitingen door de aanduiding 'duurzaam' niet in strijd met de MRC.

13.

Dat de Commissie, blijkens het voorgaande, de uitingen op enkele punten in strijd acht met de geldende reclameregels, leidt niet tot het oordeel dat The Flower Farm met haar reclamecampagne het vertrouwen in reclame heeft geschaad. Weliswaar wordt in woord en beeld ingespeeld op de gevoelens van de consument, maar dit is op zichzelf – mede gelet op het probleem van ontbossing waarvan The Flower Farm de consument bewust wil maken – onvoldoende om te oordelen dat de grens is overschreden van wat in reclame betamelijk is. Dat geldt ook voor de vermelding "Goed doel – Eten en drinken" op de Facebookpagina van The Flower Farm. De Commissie ziet ook geen aanleiding om haar uitspraak als Alert te laten verspreiden.

14.

Op grond van het voorgaande wordt als volgt beslist.





De beslissing

Op grond van hetgeen is overwogen onder punt 4 t/m 6 van het oordeel acht de Commissie de daar genoemde uitingen in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC.

Op grond van hetgeen is overwogen onder punt 8 van het oordeel acht de Commissie de daar bedoelde uiting in strijd met de artikelen 2 en 3 MRC.

De Commissie beveelt The Flower Farm aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Op grond van hetgeen is overwogen onder punt 7 van het oordeel acht de Commissie de daar bedoelde uitingen in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC.

Voor het overige wijst de Commissie de klacht af.

Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk zijn gesteld, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag.

Het beroepschrift dient, nu sprake is van een spoedeisende zaak, binnen **7 dagen** na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn van het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter

Mr. S.J.A. Rullmann

De secretaris

Mr. S.L. Brons

Gewezen door mr. S.J.A. Rullmann, voorzitter, en L. Franken, mr. R. Oostingh, N. Rietman en prof. dr. J.C. Vrooman, leden.

Amsterdam, 13 november 2019



Verpakking Flower Farm – smeren zonder palmoilie



Bovenzijde

verpakking



Verpakking Flower Farm – smeren zonder palmolie



Voorzijde



Verpakking Flower Farm – smeren zonder palmolie



Linkerzijde



Verpakking Flower Farm – smeren zonder palmolie



SHEA BOTER IS EEN PLANTAARDIG  
VET DIE GEWONNEN WORDT UIT  
DE VRUCHTEN VAN DE KARITE BOOM.  
DEZE BOOM GROEIT NIET OP  
PLANTAGES, MAAR VRIJ OP DE  
AFRIKAANSE SAVANNE. ZO IS SHEA EEN  
DUURZAAM ALTERNATIEF VOOR PALMOLIE.

Rechterzijde



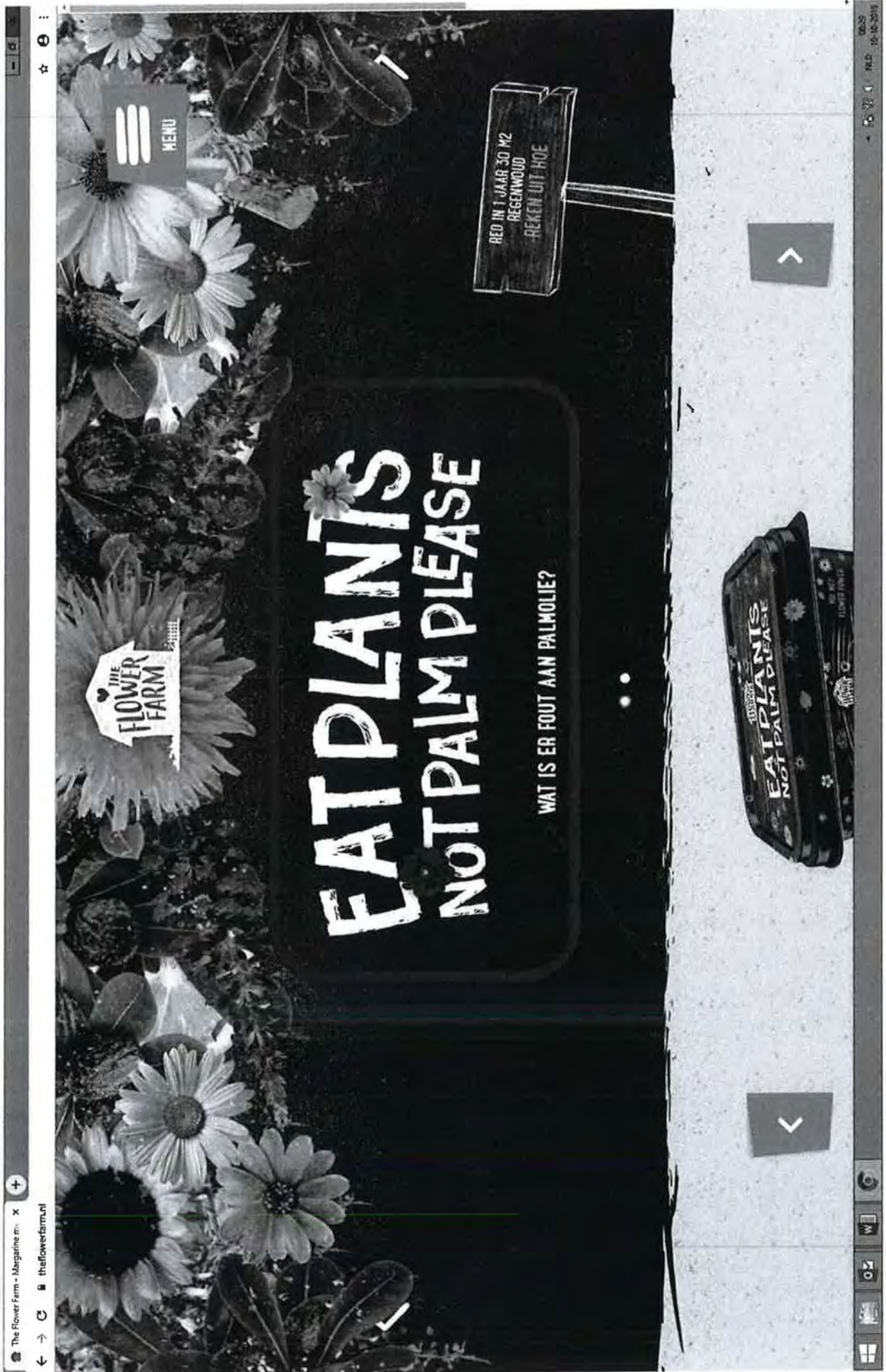


Onderzijde



Homepage: The Flower Farm

website



# Wij zijn de Flower Farm



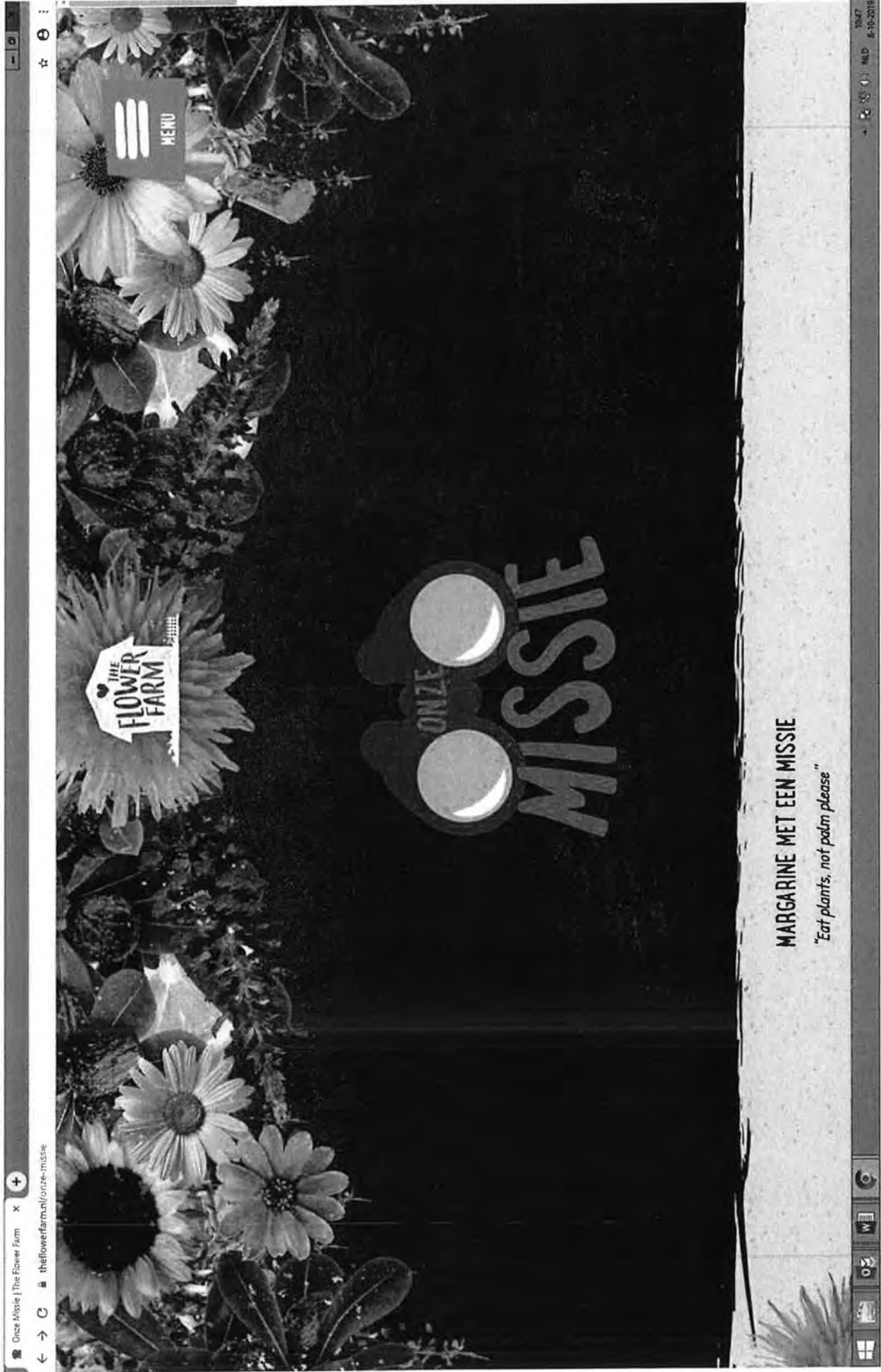
## Wij zijn de Flower Farm

We zijn een bedrijf met een hele simpele missie. We willen dat de ontbossing van het regenwoud in de wereld stopt. Simpel is helaas niet eenvoudig. Want er gaat heel veel geld en macht in om. We snappen dat we daar niet 1,2,3 iets tegen kunnen doen. Maar we kunnen wel starten in een categorie die barstensvol palmolie zit, namelijk margarines. En zo hebben we palmolievrije margarine ontwikkeld. 100% plantaardig, zonder conserveermiddelen, natuurlijke ingrediënten en heel erg lekker. En het mooie is. We kunnen echt een verschil maken. Want met een gezin van 4 personen kan tot wel 30 m2 regenwoud gered worden in een jaar tijd. Dat is een begin.

Natuurlijk hopen we dat we zoveel mogelijk mensen bewust kunnen maken van het effect van palmolie op ontbossing. En we hopen ook stiekem dat de grote bedrijven die palmolie verwerken in hun producten gaan zoeken naar alternatieven.



# Onze Missie



MARGARINE MET EEN MISSIE

*"Eat plants, not palm please"*

Onze Missie | The Flower Farm

theflowerfarm.nl/onze-missie

## MARGARINE MET EEN MISSIE

*"Eat plants, not palm please"*



Leuk dat je er bent en de moeite wilt nemen ons verhaal te lezen. Een verhaal over margarine. Dat is op het eerste oog niet heel spannend. Is het ook niet, laten we het niet groter maken dan het is. Maar interessant, dat is het wel.

In gewone margarine, die dus niet van The Flower Farm is, zit heel veel palmvet. Gewone margarine bestaat voor wel 30, 40% uit dat spul. Afkomstig van de oliepalm. Nou prima denk je: het is plantaardig en natuurlijk en dus gezond. Klopt allemaal: het is plantaardig, natuurlijk en best wel gezond. So far, so good.

Er is echter één probleem. Een heel groot probleem. We gebruiken in het Westen heel veel palmvet. Niet alleen in margarine maar ook in koekjes, beleg, soepen, sauzen... Om al dat palmvet te produceren wordt er heel veel regenwoud gekapt, of nog erger in de fik gestoken om plaats te maken voor oliepalmplantages. Elk seconde worden er 169 bomen vernietigd, elk jaar 7,5 miljard. Ja, je leest het goed: 7,5 miljard! Volgens "Mapping tree density at a global scale" uit 2015 is alleen al tussen 2000 en 2012, 98,7 miljoen hectare tropisch regenwoud verwoest. In Indonesië en Maleisië is inmiddels 60% van het regenwoud verdwenen. En het verbranden en kappen van het regenwoud gaat ook vandaag gewoon door. Dat is natuurlijk killing voor het klimaat en voor de dieren die in het regenwoud leven. Het is dat deel van de aarde dat we eigenlijk door moeten geven aan de volgende generatie. Daarom zegt The Flower Farm: *"Genoeg is genoeg, Eat Plants, Not palm please"*

Zo zijn we op het idee gekomen om margarine te gaan maken zonder Palmolie. Want met margarine kunnen we echt een verschil maken. Zo red je met een gezin van 4 personen tot wel 30 m2 regenwoud in een jaar tijd. Dat is niet niks. Bovendien maken we het op een manier zoals je het zelf thuis ook kunt maken. Duurzaam, 100% plantaardig, zonder conserveermiddelen en ook nog beter voor de aarde.

MENU





# Onze Missie

Voor onze berekening zijn we uitgegaan van een min of meer gemiddeld gezin bestaande uit een 40-jarige man, een 40-jarige vrouw en twee kinderen; een jongen en een meisje van 10 jaar. De "Schijf van 5" van het Voedingscentrum adviseert voor een 40-jarige man 6-8 boterhammen per dag, voor een 40-jarige vrouw 4-5 en voor de kinderen elk 4-6 boterhammen (\*1). Dat vinden wij best veel boterhammen. Wij gaan daarom uit van 5 boterhammen per dag per persoon. We hanteren een portiegrootte van 10 gram margarine per boterham. Dat is de in de industrie algemeen geaccepteerde portiegrootte en die is redelijk in overeenstemming met de aanbevolen hoeveelheid smeervetten volgens de "Schijf van 5" van het Voedingscentrum. Voor onze berekening van palmolieproductie per hectare palmplantage zijn we uitgegaan van het gemiddelde van wat verschillende publicaties van MVO en Wereld Natuur Fonds aangeven. MVO gaat uit van 3600 kg/hectare (\*2). Het WWF gaat uit van 3300 kg/hectare (\*3). De gemiddelde hoeveelheid palmolie in margarine is wat moeilijker te bepalen. Op verschillende websites van margarinemerken wordt een zelfmaak instructie gegeven, steeds met een verhouding van 2 delen (palm, kokos) op 3 delen (vloeibare olie), totaal 5 delen vet. Hieruit blijkt dat 40% ( $2/5 = 40\%$ ) van het vetdeel palm of kokosolie kan zijn. Omdat de jaarlijkse productie van palmolie vele malen groter is dan die van kokosolie, gaan wij ervan uit dat die 40% voor 30% uit palmolie bestaat en 10% kokosolie. Flower Farm bestaat voor 60% uit vet en 30% hiervan is 18% dit hebben wij in onze berekening naar beneden bijgesteld tot 15%. Wij zijn er tot slot van uitgegaan dat voor de toekomstige productie van palmolie additionele plantages nodig zijn en dat die steeds ten koste van regenwoud moeten worden aangelegd.

# Blije Orang-oetans



Blije orang-oetans | The Flower Farm

theflowerfarm.nl/blije-orang-oetans

THE FLOWER FARM

MENU

## BLIJE ORANG-OETANS

### De orang-oetans zijn blij met The Flower Farm

Wat heeft margarine met het uitsterven van de orang-oetan te maken? Palmolie komt voor 85% uit Zuidoost-Azië. Het wordt geproduceerd op gigantische plantages. Om de plantages te kunnen aanplanten, wordt heel veel regenwoud gekapt. Regenwoud waar ook de orang-oetans wonen. Of eigenlijk ... woonden.. want in de afgelopen 12 jaar zijn meer dan 165.000 orang-oetans gedood. Daardoor zijn er nog maar 60.000 in leven. Ondanks de goede initiatieven is er eigenlijk maar één ding dat de orang-oetan echt kan redden: leefgebied. Daarom is het zo belangrijk dat we stoppen met het vernietigen van het regenwoud.

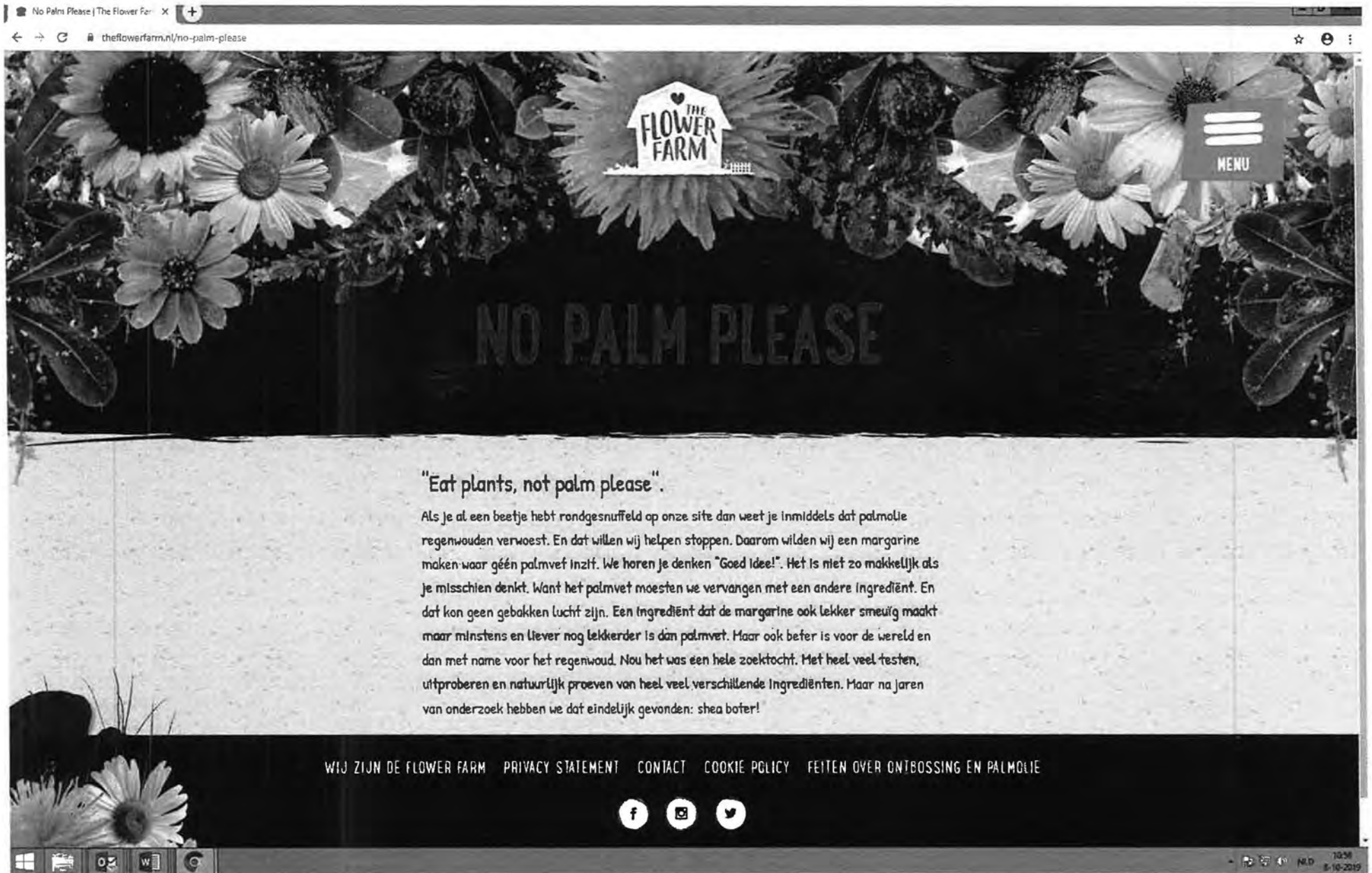
The Flower Farm steunt de initiatieven van Orangutan Rescue, een Nederlandse non profit organisatie met hele aardige mensen die zich inzetten voor het terugbrengen van orang-oetans in een veilig stukje regenwoud. Kijk maar eens op: [www.orangutanrescue.nl](http://www.orangutanrescue.nl)

## ORANGUTAN

10:56  
8-10-2010



# No Palm Please



No Palm Please | The Flower Farm

theflowerfarm.nl/no-palm-please

THE FLOWER FARM

NO PALM PLEASE

"Eat plants, not palm please".

Als je al een beetje hebt rondgesnuffeld op onze site dan weet je inmiddels dat palmolie regenwouden verwoest. En dat willen wij helpen stoppen. Daarom wilden wij een margarine maken waar géén palmvet inzit. We horen je denken "Goed idee!". Het is niet zo makkelijk als je misschien denkt. Want het palmvet moesten we vervangen met een andere ingrediënt. En dat kon geen gebakken lucht zijn. Een ingrediënt dat de margarine ook lekker smeug maakt maar minstens en liever nog lekkerder is dan palmvet. Maar ook beter is voor de wereld en dan met name voor het regenwoud. Nou het was een hele zoektocht. Met heel veel testen, uitproberen en natuurlijk proeven van heel veel verschillende ingrediënten. Maar na jaren van onderzoek hebben we dat eindelijk gevonden: shea boter!

WIJ ZIJN DE FLOWER FARM | [PRIVACY STATEMENT](#) | [CONTACT](#) | [COOKIE POLICY](#) | [FEITEN OVER ONTBOSsing EN PALMOLIE](#)

f i t

10:58 8-10-2019



Farm  
werFarm

Vind ik leuk Volgen Delen ...

**The Flower Farm**  
4 oktober om 19:00 ·

Je kunt met iets heel kleins helpen bij het oplossen van een heel groot probleem. Het grote probleem is dat steeds meer regenwoud wordt gekapt om plaats te maken voor palmolieplantages. Dit moet stoppen.. Steun onze missie en red tot 30m2 regenwoud in 1 jaar met een gezin van 4 personen!



48 17 opmerkingen 7 keer gedeeld

Leuk Opmerking Delen

Meer informatie Bericht

meer weergeven

**Community** AI

974 personen vinden dit leuk  
 989 mensen volgen dit

**Info**

- Bericht sturen
- theflowerfarm.nl
- Goed doel · Eten en drinken ←
- Bewerkingen voorstellen

**Paginatransparantie** M

Facebook toont informatie om je een beter gevoel te geven in het doel van een pagina. Bekijk de informatie die is uitgevoerd door de mensen die inhoud bepalen op deze pagina.

Pagina gemaakt: 1 augustus 2019

**Gerelateerde pagina's** C

Facebook