



# Alternative facts

Column Van Kesteren

Deze Meat&Co. heeft als thema reiniging in bedrijven. Met uw goedvinden trek ik het breder en wil ik het hebben over 'de reiniging' van de sector. Een veelgehoorde reactie op het OvV-rapport 'Risico's in de vleesketen', was namelijk dat het zelfreinigend vermogen van de vleessector ernstig tekort schiet. Harry Paul van de NVWA sprak in de pers herhaaldelijk zijn verontrusting uit over normvervaging en een gebrek aan ethisch besef bij zowel producenten als supermarkten. De reactie vanuit de sector (brancheorganisaties als COV en CBL) was toen, we schrijven 2015, dat de NVWA de wet moet handhaven, fraudeurs moet oppakken, maar geen normen en waarden moet opleggen. De normen-en-waardendiscussie is door

onze premier onlangs weer eens prominent op de kaart gezet. Echter, daar waar Rutte spreekt over maatschappelijke normen en waarden, heeft Harry Paul het over bedrijfsethiek. Het kenmerkende van bedrijfsethiek is dat de bedrijfsleiding in staat is op een rationele, gestructureerde manier normen te stellen en medewerkers actief te kneden, zodat deze hierin meegaan. Anders dan in de huidige complexe, verdeelde en gefragmenteerde samenleving die gekenmerkt wordt door pluraliteit van normen en waarden, is de situatie binnen een bedrijf dus overzichtelijk, stuurbaar en beheersbaar.

In tegenstelling tot Harry Paul ben ik van mening dat managers in de voedingsmiddelensector wel degelijk een groot normbesef hebben en dat schandalen eerder uitzondering dan regel zijn. Om als onderneming levensvatbaar te kunnen blijven, is maatschappelijke acceptatie van de bedrijfsprocessen en producten een voorwaarde. Alleen daarom leren bedrijven snel en spelen ze in op maatschappelijk breed gedragen principes. Managers zijn voortdurend impliciet bezig met en nadenken over de moraal, de bedrijfscultuur van hun organisatie. Maar het zou enorm helpen als ze dat meer expliciet zouden doen en duidelijk zouden communiceren. Dat schept het broodnodige vertrouwen bij burger en consument. De COV lijkt dat nu ook actief te willen stimuleren getuige haar toekomstvisie 2025 in het rapport 'De Nederlandse vleessector in Balans'.

Transparant zijn over bedrijfsbeleid, bedrijfsprocessen en producten is daarbij van uitermate groot belang. Dat transparantie helaas nog geen gemeengoed is, werd onlangs aangetoond in een uitzending van de Keuringsdienst van Waarde waarin men meer wilde weten van industrieel geproduceerde pulled pork. In heel Nederland waren de programmamakers niet welkom. Héél Nederland? Nee, in Schagen mochten zij wél een kijkje komen nemen. Daar legde Pieter de Ruijter van Strogoff uit hoe ze pulled pork – door hem consequent uitgesproken als 'poelut pork' – maken. En ja, dat gebeurt dus niet op de traditionele, Amerikaanse manier op een barbecue, maar op een alternatieve wijze door middel van de sous-vide techniek. Niet iets om je voor te schamen, dunkt me.

Duizend keer liever transparant over een alternatief procedé dan de 'alternative facts' van Trump.