

Convenant True Pricing, Prijsdifferentiatie en Duurzame Catering

Partijen

De ondertekenende organisaties aan de aanbodzijde: cateringbedrijven (hierna: “partijen”);

Partijen geven in bijlage 1 aan hoe zij per partij invulling geven aan dit convenant en hoe zij zelfstandig, zonder onderlinge afstemming over prijsniveau's, afspraken uitwerken en hoe zij duurzaamheids- of CO2-claims met eigen data onderbouwen.

Overwegingen

Partijen overwegen dat:

- a. voedselproductie en -consumptie aanzienlijke effecten hebben op klimaat, biodiversiteit, volksgezondheid en dierenwelzijn;
- b. deze maatschappelijke kosten onvoldoende in marktprijzen tot uitdrukking komen;
- c. het principe van **true pricing** kan bijdragen aan het internaliseren van deze kosten en dat true pricing in een rapport van het Rijk¹ vooral wordt aanbevolen bij vlees en zuivel, terwijl een lagere prijs wenselijk is voor gezond voedsel met een lage CO2-footprint;
- d. Er een Whitepaper over true pricing en prijsdifferentiatie is opgesteld met ondersteuning van diverse cateraars, True Price en TAPP Coalitie²
- e. Opdrachtgevers via hun inkoopbeleid en Cateraars via hun aanbod gezamenlijk een belangrijke rol spelen in de transitie naar een duurzaam voedselsysteem, waarbij zij aan (inter)nationale regels moeten voldoen voor o.a. reductie van broeikasgasemissies, eiwittransitie doelen 2030 en het bevorderen van gezondere voeding;
- f. Partijen deze transitie willen versnellen met behoud van eerlijke concurrentie;
- g. de regels van de Autoriteit Consument & Markt (ACM) ruimte bieden voor duurzaamheidsafspraken, mits deze niet leiden tot ongeoorloofde beperking van concurrentie of verder gaan dan nodig om aan duurzaamheidsregels te voldoen;

Komen het volgende overeen:

Artikel 1 – Doelstelling

1. Dit convenant heeft als doel:
 - a. het bevorderen van true pricing in catering bij vlees, zuivel en vis;
 - b. het stimuleren van gezonde en klimaatvriendelijke voedselkeuzes als meest aantrekkelijke, goedkope optie;
 - c. het bijdragen aan een verschuiving naar een meer plantaardig aanbod (in lijn

¹ [True Pricing van consumptiegoederen - Van verborgen kosten naar zichtbare prijzen | Rijksoverheid.nl](#)

² <https://tappcoalitie.nl/nieuws/26581/prijsprikkel-in-bedrijfsrestaurants-halveert-co-uitstoot-blijkt-uit-pilots>

met de landelijke eiwittransitie doelstelling voor 2030: 40% dierlijke eiwitten en 60% plantaardig);

d. het realiseren van klimaat doelen (Parijs akkoord) en gezondheidsdoelen

e. vergroten van transparantie over maatschappelijke kosten van voedsel.

2. Partijen maken in het eerste jaar een eigen plan van aanpak met meetbare doelen die jaarlijks gemonitord worden.

Artikel 2 – ACM-conformiteit

1. Dit convenant bevat geen afspraken die:
 - verkoopprijzen, prijscomponenten of marges tussen Cateraars vaststellen;
 - concurrentie tussen marktpartijen beperken.
2. Iedere Cateraar:
 - bepaalt zelfstandig prijzen, assortiment en commerciële strategie.
3. Iedere Opdrachtgever:
 - bepaalt zelfstandig aanbestedingscriteria, budgetten en gunningsbeslissingen.
4. Samenwerking beperkt zich tot:
 - kennisdeling;
 - methodieontwikkeling;
 - transparantie en monitoring op geaggregeerd niveau.

Artikel 3 – Intentie en tijdpad

1. Partijen spreken de intentie uit om uiterlijk per **1 juli 2027** zo veel en waar mogelijk:
 - a. true pricing-principes aantoonbaar toe te passen in cateringpraktijken en aanbestedingen bij in ieder geval vlees en kaas, waar mogelijk ook bij vis, overige zuivel en eieren (hogere marges);
 - b. duurzame en gezonde keuzes als standaard (en goedkopere optie) te positioneren, zoals bij groente, fruit en vegan opties zoals vlees- en zuivelvervangers (lagere marges);
 - c. de milieu-impact van het voedselaanbod zo substantieel te reduceren en een dieet meer conform nieuwe de Schijf van Vijf te bevorderen.
2. Partijen hanteren een ingroeipad met mijlpalen, bijvoorbeeld:
 - **2026:** start pilots en onderzoek over impact en prijsopbouw;

- **2027:** streven naar opschaling en waar mogelijk integratie in contracten;
- **2028:** structurele toepassing.

Artikel 4 – Verplichtingen van Cateraars

1. Cateraars spannen zich in om:
 - a. inzicht te bieden in maatschappelijke kosten van producten (true price gaps);
 - b. true pricing- of prijsdifferentiatie methodieken toe te passen binnen hun bedrijfsvoering, in ieder geval bij vlees en kaas;
 - c. duurzame en plantaardige opties actief te bevorderen en in prijs te verlagen.
2. Cateraars:
 - passen true pricing of prijsdifferentiatie individueel toe;
 - stemmen prijsniveaus niet af met andere Cateraars.
3. Cateraars ontwikkelen gezamenlijk (niet-concurrentiebeperkend):
 - transparante en onderbouwde rekenmethodieken.

Artikel 5 – Gezond en klimaatvriendelijk aanbod

1. Partijen bevorderen dat:
 - plantaardige en gezonde opties de goedkopere keuzes vormen;
 - producten met hogere milieu-impact minder prominent in het aanbod zijn en/of een true price krijgen.
2. Dit wordt gerealiseerd via onder meer:
 - menustructuur en assortiment;
 - gedragsbeïnvloeding (nudging);
 - facultatief: communicatie richting gebruikers.

Artikel 6 – True pricing

1. Partijen erkennen true pricing als instrument om:
 - maatschappelijke kosten inzichtelijk te maken en te verlagen;
 - betere keuzes te stimuleren.
2. Partijen werken samen aan:
 - harmonisatie van definities en indicatoren;
 - transparantie richting afnemers
 - true pricing of prijsdifferentiatie als gebruikelijke methode.

3. Partijen leggen geen:

- uniforme prijsniveaus vast;
- verplichte opslagen of minimumprijzen vast.

Artikel 7 – Transparantie en claims

1. Partijen spannen zich in om te waarborgen dat:

- duurzaamheidsclaims feitelijk juist en controleerbaar zijn;
- geen misleidende communicatie plaatsvindt.

2. Waar een partij dit passend acht, kan zij gebruikmaken van onafhankelijke verificatie. Iedere partij draagt de kosten van haar eigen verificatie.

Artikel 8 – Monitoring en rapportage

1. Partijen monitoren individueel en zoveel mogelijk gezamenlijk:

- voortgang richting 2028 en 2030-doelen in relatie tot dit convenant;
- impact op klimaat en gezondheid.

2. Gegevens worden:

- geaggregeerd en geanonimiseerd gedeeld, waarbij de vertrouwelijkheid van bedrijfsgevoelige informatie van iedere partij te allen tijde wordt gewaarborgd en iedere partij zelf bepaalt welke gegevens zij aanlevert;
- niet gebruikt voor concurrentiebeperkende doeleinden.

3. Ten behoeve van de monitoring van deelnemende cateringprojecten met betrekking tot prijsdifferentiatie verstrekt de Cateraar en/of Opdrachtgever aan TAPP Coalitie eenmalig een nulmeting over de maand, dan wel twee representatieve weken, voorafgaand aan de start van de pilot en vervolgens eenmaal per kwartaal een meting over het betreffende kwartaal. De metingen bevatten, voor zover noodzakelijk voor het uitvoeren van de monitoring, de gerealiseerde verkoopprijzen en verkoopaantallen van de in prijs aangepaste producten alsmede het aantal gasten over de betreffende periode.

TAPP Coalitie gebruikt deze gegevens uitsluitend voor het monitoren en evalueren van de betreffende pilot en het vaststellen van de daarmee samenhangende klimaatimpact. De verstrekte gegevens worden vertrouwelijk behandeld en worden niet verstrekt aan andere cateraars, marktpartijen of andere derden in een vorm die herleidbaar is tot de Cateraar, Opdrachtgever, individuele locatie, producten, prijzen of verkoopaantallen.

Rapportage en publicatie van de resultaten vindt uitsluitend plaats in voldoende geaggregeerde en niet tot individuele ondernemingen herleidbare vorm en slechts na voorafgaande goedkeuring door de Cateraar en/of Opdrachtgever. Er

worden geen gegevens verstrekt of uitgewisseld over toekomstige prijzen, voorgenomen prijswijzigingen, prijsstrategieën of ander toekomstig commercieel gedrag.

Artikel 9 – Governance

1. Partijen richten een overlegstructuur in voor:
 - voortgangsbewaking;
 - kennisdeling;
 - actualisatie van methodieken.
 - De Community of Practice True Pricing en Eiwittransitie, georganiseerd door TAPP Coalitie, kan dit overleg zijn. Deze komt 3x per jaar bijeen in Utrecht, waaronder 1x online.
2. Besluiten binnen deze structuur zijn:
 - niet bindend voor individuele prijs- of marktbeslissingen.
3. Partijen kunnen als partner organisatie toetreden tot TAPP Coalitie.

Artikel 10 – Open karakter

1. Dit convenant staat open voor toetreding van nieuwe partijen, mits bestaande partijen hiervan vooraf in kennis worden gesteld en geen van hen binnen dertig (30) dagen gemotiveerd bezwaar maakt.
2. Deelname is vrijwillig en niet-exclusief.

Artikel 11 – Duur en evaluatie

1. Dit convenant treedt in werking op [datum 27 oktober bij tekening eerste groep]. Iedere partij kan het convenant op elk moment opzeggen door middel van een schriftelijke kennisgeving aan de overige partijen, met inachtneming van een opzegtermijn van een (1) maand.
2. Het convenant wordt geëvalueerd:
 - uiterlijk elke twee jaar;
 - en waar nodig aangepast.
3. Partijen passen het convenant aan, met instemming van alle partijen, indien:
 - dit vereist is op grond van mededingingsrecht;
 - nieuwe regelgeving of inzichten daartoe aanleiding geven.

Slotbepaling

Partijen erkennen dat:

- duurzaamheidsafspraken gerechtvaardigd kunnen zijn indien zij bijdragen aan aantoonbare maatschappelijke voordelen;
- partijen het voornemen hebben om aan te tonen dat deze voordelen opwegen tegen eventuele nadelige effecten voor concurrentie, en dit waar nodig te onderbouwen;
- naleving van mededingingsregels essentieel is voor de rechtsgeldigheid van dit convenant. Geen partij is aansprakelijk jegens een andere partij voor enige schade die voortvloeit uit of verband houdt met deelname aan of uitvoering van dit convenant.

Ondertekening

Utrecht, 27 oktober 2026

Aldus overeengekomen en in tweevoud ondertekend:

Naam organisatie / persoon

Handtekening

Vermaat proud part of Compass Group

Ondertekend door:

Food & I

Ondertekend door:

Vitam

Ondertekend door:

Appèl

Ondertekend door:

Cirfood

Ondertekend door:

Bijlagen

1. Individuele toezeggingen van cateraars

Vermaat proud part of Compass Group

Vermaat ziet prijsdifferentiatie en true pricing als waardevolle instrumenten om duurzamere en meer plantaardige keuzes te stimuleren. Wij zetten ons in om samen met verschillende opdrachtgevers initiatieven en pilots te verkennen en uit te voeren op het gebied van prijsdifferentiatie, true pricing en gedragsbeïnvloeding binnen onze locaties, met als doel de transitie naar meer plantaardige eiwitten te ondersteunen. Daarbij willen wij ervaring opdoen, kennis delen en inzicht verkrijgen in de effecten op gastkeuzes, duurzaamheid en uitvoerbaarheid. Op basis van de opgedane inzichten onderzoeken wij hoe succesvolle initiatieven verder kunnen worden opgeschaald binnen Vermaat.

Vitam

Vitam onderschrijft de doelstellingen van dit convenant. Met dagelijks 30.000 gasten op onze locaties willen we de komende jaren bijdragen aan een gezonder, meer plantaardig voedselaanbod met een lagere klimaatimpact. Prijsdifferentiatie is daarbij één van onze instrumenten, naast smaak, menusamenstelling en hybride producten.

Wij werken toe naar het vaker toepassen van prijsdifferentiatie en, waar methodiek en data dat toelaten, true pricing, in ieder geval voor vlees en kaas. Gezonde, plantaardige en hybride keuzes met een lagere klimaatimpact worden daarmee waar mogelijk de aantrekkelijkste en betaalbare keuze. Wij continueren onze lopende pilot en starten pilots bij vlees en kaas, samen met en voor zover opdrachtgevers hiervoor ruimte bieden. Vanaf 2027 passen we de aanpak waar mogelijk verder toe op onze locaties en in onze contracten, met als doel in 2028 te komen tot structurele toepassing.

Wij monitoren onze voortgang, leveren voor pilotlocaties in overleg met de opdrachtgever de monitoringgegevens aan TAPP Coalitie (artikel 8.3) en delen onze kennis in de Community of Practice. Prijzen, assortiment en commerciële strategie bepalen wij zelfstandig, met inachtneming van de geldende mededingingsregels.

Appèl

Appèl onderschrijft het belang van true pricing voor een gezondere consument en een gezondere wereld. Door de werkelijke kosten van voedsel voor klimaat en gezondheid inzichtelijk te maken en gezonde, plantaardige keuzes aantrekkelijk

en betaalbaar te maken, helpen we onze gasten om bewuster te kiezen. Dit past bij onze B Corp certificering, waarin we ons verbinden aan het creëren van positieve impact voor mens, dier, planeet en samenleving, en waarin we ons bedrijfsmodel daar structureel op inrichten. True pricing is voor ons een concreet instrument om te gaan toetsen om die ambitie in de dagelijkse praktijk van onze restaurants waar te maken.

Wij nemen deel aan de TAPP pilot en zijn in gesprek met geïnteresseerde opdrachtgevers over pilotlocaties. Samen met en voor zover opdrachtgevers hiervoor ruimte bieden, gaan we prijsdifferentiatie toepassen bij een aantal dierlijke producten of gerechten. Daarbij leveren we voor pilotlocaties, in overleg met de opdrachtgever, de monitoringgegevens (aan TAPP) en delen we onze kennis in de CoP. Prijzen, assortiment en commerciële strategie bepalen wij zelfstandig.

Cirfood

Wij steunen de doelstellingen op het gebied van gezondheid, klimaatimpact en de eiwittransitie. Met het Mediterrane dieet en de Eat-Lancet richtlijnen als kompas focussen we op productaanbod- en presentatie menusamenstelling en gedragsbeïnvloeding. Dat dit duurzame fundament solide is, bewijst onze EcoVadis Platinum-certificering waarmee we wereldwijd tot de top 1% van meest duurzame ondernemingen behoren. Prijsdifferentiatie zien wij als een van de mogelijke instrumenten. Indien een opdrachtgever hiermee aan de slag wil of samen nieuwe pilots wil verkennen en uitvoeren, werken wij hier op de locatie graag constructief aan mee.

Food & I

Bij Food&i zien we de eiwittransitie als een belangrijke manier om de negatieve impact van voedselproductie en consumptie te verminderen. Dit draagt niet alleen bij aan duurzaamheid, maar ook aan een gezonder voedingspatroon. Daarom verkennen wij actief mogelijkheden om deze transitie verder te versnellen.

Wij zijn al geruime tijd aangesloten bij de community of practice van de TAPP Coalitie. Deze samenwerking heeft ons vernieuwde inzichten gegeven met het principe van true pricing, of in dit geval prijsdifferentiatie op basis van de werkelijke maatschappelijke kosten van dierlijke en plantaardige eiwitten. Wij zien dit als een van de instrumenten die kan bijdragen aan het stimuleren van duurzamere voedselkeuzes.

Dit betekent nadrukkelijk niet dat Food&i haar prijsstrategie structureel aanpast. De prijsstelling en commerciële afweging blijven onze eigen verantwoordelijkheid. Wel willen we onderzoeken wat het effect van

prijsdifferentiatie binnen een cateringomgeving kan zijn. Een tijdelijke en gecontroleerde pilot biedt daarvoor de mogelijkheid.

Voor Food&i zijn een gezonde bedrijfsvoering én een hoge gasttevredenheid belangrijke randvoorwaarden. Een interventie is voor ons daarom pas succesvol wanneer deze aantoonbaar bijdraagt aan duurzamere keuzes, zonder dat dit ten koste gaat van de gastbeleving of de financiële houdbaarheid van onze dienstverlening. Op basis van de resultaten kan vervolgens worden bepaald of prijsdifferentiatie een effectief en schaalbaar instrument is binnen de bredere eiwittransitie van Food&i.

Hutten / Albron (HAI)

We onderschrijven de doelen rond gezondheid, klimaat en eiwittransitie, maar kiezen voor een bredere aanpak via assortiment, receptuur en nudging. Prijs is daarin één van de mogelijke instrumenten. Als een van onze opdrachtgevers met prijsdifferentiatie aan de slag wil, staan we daar welwillend tegenover.

Caspar van Thiel - Businesslead duurzaamheid & impact - Hai (Hutten Albron Impactmakers)

2. Definities (prijsdifferentiatie, plantaardig, vegan opties, CO₂-impact, true pricing)

Prijsdifferentiatie: het bewust aanpassen van prijzen om duurzame en gezondere voedingskeuzes te stimuleren, bijvoorbeeld door **vlees en zuivel duurder te maken** en **groente, fruit en vegan opties goedkoper aan te bieden**.

Plantaardig: voedsel dat vrijwel geheel afkomstig is van planten, zoals groenten, fruit, graanproducten, peulvruchten, noten en zaden, maar ook vlees- of zuivelvervangers. De term sluit dierlijke ingrediënten niet per definitie volledig uit, zoals 1-5% toevoegingen zoals dierlijke vitamine D, melk- of ei-bestanddelen, bouillon, honing.

Vegan opties: voedingsmiddelen of gerechten die **geen ingrediënten van dierlijke oorsprong** bevatten, zoals vlees, vis, zuivel, eieren en honing. Vaak hebben zij een Vegan keurmerk.

CO₂-impact: de hoeveelheid **broeikasgasemissies** die direct en indirect aan een product, gerecht of activiteit wordt toegeschreven, meestal uitgedrukt in **CO₂-equivalenten (CO₂-eq)**. In catering omvat dit bijvoorbeeld emissies uit productie van voedsel op een boerderij inclusief aanvoer (kunstmest, veevoer, energie, transport). Soms worden ook de emissies voor bereiding en afval meegerekend.

True pricing gaat over de echte prijs van alles wat je kunt kopen, een prijs die je normaal niet in de winkel of bij de cateraar zien. Je telt dan verborgen kosten voor milieu, dier en mens ook mee. Verborgene kosten gaat bijvoorbeeld over de prijs van herstel van milieuschade, of van maatregelen tegen droogte of wateroverlast. Denk ook aan kosten (ter voorkoming) van dierenleed, onderbetaling van boeren en werknemers, en gezondheidsrisico's voor mensen. Duurzamer geproduceerde producten geven minder schade en leed voor mens, dier en omgeving, en dus ook minder verborgen kosten.

Voorbeelden van verborgen kosten

- **Milieu-impact:** herstel of schadekosten van vervuiling, CO2-uitstoot, waterverbruik en biodiversiteitsverlies.
- **Sociale kosten:** slechte arbeidsomstandigheden, lage lonen, gedwongen arbeid

De echte prijs is de som van de marktprijs, de sociale kosten en de milieukosten van een product. Een beoordeling omvat het meten en waarderen van veel aspecten, waaronder klimaatimpact, watergebruik, biodiversiteit en vervuilingkosten, evenals het feit dat werknemers minder dan een leefbaar loon verdienen, boeren minder dan een leefbaar inkomen hebben, en de risico's van schendingen van arbeids- en mensenrechten in de waardeketen.

Het verschil tussen de marktprijs en de echte prijs is de '**true price gap**', het gat tussen marktprijs en echte prijs. Deze kan verkleind worden door ingrediënten of productieprocessen aan te passen (met lagere externe kosten) of door consumenten de echte prijs te laten betalen.

3. Methodiek true pricing (optioneel, niet-bindend)

Aanbevolen wordt gebruik te maken van de true price methodiek ontwikkeld door de organisatie True Price / Impact Institute, of een vergelijkbare naar keuze van de individuele partij. De methodiek van True Price is publiekelijk beschikbaar in te zien op deze website: <https://tmg-thinktank.com/320261>

(klik download data base, bij 'right based approach' en selecteer bijvoorbeeld Nederlandse voedsel producten voor de true price berekening gemaakt door True Price).

4. Whitepaper Aan de slag met true pricing (2026).

De lange en kortere versies van de Whitepaper zijn op deze website te vinden: <https://tappcoalitie.nl/nieuws/26581/prijsprikkel-in-bedrijfsrestaurants-halveert-co-uitstoot-blijkt-uit-pilots>