

Duurzaam produceren

Duurzaamheid is in. Gore en Clinton vragen wereldwijd aandacht voor de invloed van de mens op klimaatveranderingen. Topmensen uit de Nederlandse (voedingsmiddelen)-industrie roepen politieke leiders op om duurzame ontwikkeling op de agenda te zetten. Wat is duurzaam produceren en hoe doe je dat? Kun je de duurzaamheid van voedingsmiddelen meten?

“Het Nederlandse bedrijfsleven moet gestimuleerd worden om leiderschap te tonen en zelf bij te dragen aan duurzame ontwikkeling [...]” Deze zin is afkomstig uit een open brief van topmensen uit de industrie aan de politieke leiders in Den Haag, verstuurd tijdens de beginperiode van de formatie (zie www.iucn.nl). Op de lijst met ondertekenaars en mensen die zich hierbij hebben aangesloten, staat een aantal leiders uit de voedingsmiddelenindustrie: Jan Bennink (Royal Numico), Anthony Burgmans (Unilever), Wout Dekker (Nutreco), Arwin van Laanen (Euroma), Aloys Meinema (Tivall Europe) en Karel Vuursteen (Heineken Holding).

De topindustriëlen vinden dat er op Europees niveau een strategie moet komen waarin innovatie gericht op hoogwaardige

‘Wat duurzaam produceren inhoudt, verschilt per bedrijf’

duurzame technologieën, kennisontwikkeling en maatschappelijke betrokkenheid bij de natuurlijke systemen centraal staat. “Dit om te voorkomen dat ons welzijn ondermijnd wordt door het verlies van ons fundament, de natuur”, zo luidt de motivatie.

Duurzaamheid is relatief

In de brief aan politiek Den Haag staan mooie ambities over de milieukundige aspecten van duurzaamheid. Hoe kun je als voedingsmiddelenproducent zulke ambities waarmaken? Die vraag is niet een-twee-drie te beantwoorden. Chris Dutilh, manager duurzame ontwikkeling bij Unilever en secretaris van Stichting Duurzame Voedselketen (DuVo, zie kader), stelt: “Wat duurzaam produceren inhoudt, verschilt per bedrijf. Elk bedrijf heeft zijn eigen productieproces en ontwikkelt zijn eigen duurzaamheidsbeleid.”



In DuVo werken voedingsmiddelenbedrijven uit alle schakels van de keten samen aan het signaleren van actuele duurzaamheidsissues en aan kennisontwikkeling en kennisuitwisseling. Een belangrijke conclusie na ruim twaalf jaar DuVo is: algemene kengetallen voor duurzaamheid zijn niet te geven. “Duurzaamheid is een relatief begrip”, zegt Dutilh, “er is geen absolute grens. Het gaat erom dat je als bedrijf minder milieubelastend gaat produceren en zo de duurzaamheid verbetert. Als bedrijf kun je het beste over duurzaamheid vertellen aan de hand van casestudies. Onze ervaring is dat een teveel aan cijfers en grafieken alleen maar afleidt.”

Platform

DuVo heeft als stichting geen ambitie om duurzaamheidsrichtlijnen te ontwikkelen, maar wil een platform zijn waar de deelne-

n, hoe doe je dat?



Foto: s: Friesland Foods.

Duurzaam produceren begint met kleine stappen, zoals het bijhouden van machinestanden, het meten van het energieverbruik en minder water verspillen.

mende bedrijven van gedachten wisselen over duurzaamheid. “We zijn inspiratiebron, geen spreekbuis. Via publicaties stellen we anderen in staat om te delen in onze kennis.”

De laatste jaren zijn de leden van DuVo zich steeds bewuster geworden van hun rol in de keten. Dutilh: “Vanuit ketenperspectief zijn we als voedingsmiddelenproducent maar een schakeltje. Wel kunnen we onze invloed gebruiken om ook andere ketenpartners te stimuleren tot duurzaam ontwikkelen.”

Praktijk

Wat doen individuele voedingsmiddelenproducenten aan duurzaamheid in hun eigen bedrijf en in de keten? Een selectie uit de talloze initiatieven van zowel grote als kleinere bedrijven laat de veelzijdigheid van het fenomeen duurzaamheid zien. Zo heeft Unilever de afgelopen jaren haar focus gericht op onder

andere duurzame palmolieproductie, verantwoorde sojateelt, duurzame visvangst en de reductie van het waterverbruik. In 2005 heeft Unilever wereldwijd 2,3% minder water verbruikt, omgerekend per ton productie bedraagt de reductie zelfs 4,2%. Numico meldt in haar duurzaamheidsrapport een daling van het energieverbruik per ton productie met 10% vergeleken met het jaar daarvoor. Tevens streeft het bedrijf naar het gebruik van meer duurzame energiebronnen. De nieuwe Code of Conduct voor leveranciers geeft aan dat Numico de hoge standaarden die ze voor zichzelf hanteert, wil uitbreiden naar andere schakels in de keten. Ook Heineken slaagt er al jaren in om de hoeveelheid energie per hectoliter product te verminderen. De brouwer heeft tot doel om wereldwijd bij de leidende groep drankenproducenten te horen op de Dow Jones Sustainability Index, een beursnotering voor duurzaamheid.

Friesland Foods heeft in 2005 het energieverbruik per ton product gereduceerd met 1%. Het gebruik van olie als energiedrager is in dat jaar afgenomen met 25%. De olie is vervangen door het schonere aardgas.

MKB en overheid

Niet alleen multinationals, ook MKB-bedrijven besteden heel bewust aandacht aan duurzaam ondernemen. Zo heeft Koffiebranderij Peeze het branden en het koelen van elkaar gescheiden, waardoor 75% van de warmte die al in de brander zit opnieuw te gebruiken is om koffie te branden. Een reductie van 99% van het waterverbruik is bereikt door de koffievliesjes na het branden op te vangen in plaats van weg te spoelen en de gebrande bonen af te koelen met waterdamp in plaats van met water. De Limburgse bierbrouwer Gulpener gebruikt voor het brouwproces alleen milieuvriendelijk geteelde hop en gerst van de boeren uit Limburg. In haar ambitiestatement schrijft de brouwerij over zijn verbond met de Natuur en haar streven naar een zo laag mogelijke milieubelasting. De overheid stimuleert duurzaam ondernemen via de organisaties MVO Nederland en Senternovem, beide geïnitieerd door het ministerie van Economische Zaken. MVO Nederland heeft tot taak om ondernemend Nederland bewust te maken. Senternovem is vooral bekend van de subsidies op het gebied van energie en milieu, zoals de Meerjarenaafspraken energie-efficiency (MJA). In het kader van de MJA gaat de vleesverwerkende industrie dit jaar onderzoeken hoe ze bij watergebruik, transport en logistiek verder energie kan besparen.

Land, water en energie

Voedingsmiddelenproducenten verbeteren en meten elk vanuit hun eigen visie en met hun eigen methoden de duurzaamheid van hun productieprocessen. In veel gevallen gebruiken zij daarbij internationale richtlijnen als de Global Reporting Initiative (GRI) of de Dow Jones Sustainability Index als leidraad. Dergelijke richtlijnen zijn veelal gericht op de productieprocessen binnen een bedrijf en niet op ketens. Wetenschappers daarentegen zoeken naar algemeen toepasbare parameters voor een kwantitatieve bepaling van de milieubelasting van eindproducten. Winnie Gerbens-Leenes is in december op dit onderwerp gepromoveerd aan de RUG. Zij ziet mogelijkheden om de parameters landbeslag, zoetwatergebruik en energiegebruik te hanteren als maat voor de duurzaamheid van voedselproductiesystemen. "Veel methoden meten de milieubelasting alleen op lokaal niveau. Daarvoor wordt een breed scala aan indicatoren gebruikt. Dat levert wel veel gegevens op, maar draagt nauwelijks bij aan een beter inzicht in het hele productiesysteem. Met het berekenen van de drie parameters landbeslag, zoetwatergebruik en energiegebruik per kilogram beschikbaar voedsel lukt dat wel. De meetmethode rekent het gebruik in elke productiestap toe aan het eindproduct. Zo krijg je inzicht in de duurzaamheid van de hele keten en kun je verschillende productie-

methoden van eenzelfde eindproduct vergelijken. Dat maakt het ook voor consumenten mogelijk om producten te vergelijken op duurzaamheid."

Consument en burger

Waar Gerbens de consument wil bereiken met duurzaamheid, ziet Dutilh daar weinig heil in. Hij maakt een onderscheid tussen de consument en de burger. "De consument wil voedsel dat gezond, veilig, lekker en niet zo duur is. Hij hecht aan zijn eigenbelang op de korte termijn. Tegenover de consument

'Duurzaam bezig zijn is voor veel bedrijven een innerlijke drive'

staat de burger. Die is geïnteresseerd in maatschappelijke thema's die spelen op middellange termijn, zoals het milieu, kinderarbeid en dierenwelzijn. Dergelijke thema's worden vaak verwoord door maatschappelijke organisaties. De consumentenwensen zijn universeel en constant, de burgerthema's wisselen per tijd en plaats."

De verschillen tussen consument en burger zorgen voor een dilemma. "Burgerwensen zijn belangrijk om op in te spelen, maar ze zijn niet commercieel uit te baten. Dat maakt het lastig voor bedrijven om hier goed mee om te gaan."

Duurzaam ontwikkelen

Het is de vraag of de duurzaamheid van producten ooit in exacte kengetallen te vangen is. Wat stimuleert voedingsmiddelenproducenten om door te gaan met duurzaam ontwikkelen? "Duurzaam bezig zijn is voor veel bedrijven een innerlijke drive", zegt Dutilh. "En het verschaft maatschappelijk draagvlak. Duurzame ontwikkeling maakt ook duidelijk dat in veel gevallen bedrijf en milieu dezelfde belangen hebben. Een hoge milieulast gaat vaak samen met hoge kosten. Als bedrijven hun productieprocessen optimaliseren, levert dat in veel gevallen kostenbesparingen en milieuwinst op."

Impuls

Een innerlijke drive, kostenbesparing, maatschappelijk draagvlak. Voor bedrijven zijn er legio redenen om duurzaam te ondernemen. Het feit dat er vooralsnog geen absolute kengetallen zijn om de milieubelasting te meten, doet daar niets aan af. Consumenten moeten voorlopig afgaan op de eigen duurzaamheidsdoelstellingen van voedingsmiddelenproducenten en de mate waarin ze die nakomen. Duidelijk is: duurzaamheid is niet statisch, het gaat om een continu proces van verbeteren.

Annemarie Barbier-Schenk

www.duvo.nl

www.globalreporting.org

www.innovatienetwerk.org

www.iucn.nl

www.milieujaarverslag.com

www.mvonederland.nl

www.senternovem.nl

www.sustainability-indexes.com

www.rug.nl

Stichting Duurzame Voedingsmiddelenketen. Aangesloten: Albert Heijn, Albron, Campina, Cehave Landbouwbetang, Royal Cosun, CSM, DSM, The Greenery, Heineken Nederland, Heinz, Koninklijke Numico, Nutreco, Sara Lee International, Unilever Nederland en Royal Wessanen
Richtlijnen voor duurzaamheidsverslaglegging
Verschillende initiatieven op het gebied van duurzaamheid
International Union for the Conservation of Nature (ook World Conservation Union)
Milieujaarverslagen van bedrijven uit verschillende branches
Inspireert en faciliteert MKB bij maatschappelijk verantwoord ondernemen
Agentschap voor duurzaamheid en innovatie
Dow Jones duurzaamheidsindex
Proefschrift Winnie Gerbens-Leenes.