De wereldbevolking blijft maar toenemen en de druk op grondstoffen van moeder aarde neemt steeds grotere vormen aan. Om in de toekomst te kunnen groeien en zelfs te blijven voortbestaan, ontkomen bedrijven er niet aan om onderwerpen als verantwoord ondernemen hoog op de agenda te zetten. Niet voor niets waren voedselzekerheid en duurzaamheid belangrijke onderwerpen tijdens een bijeenkomst van de Europese voedingsindustrie.

CIAA-congres over voedselzekerheid

Samen gezonde en duurzame keuzes maken

Zij aan zij stonden ze in Brussel tijdens het CIAA-congres 2010 op 18 en 19 november. Samen willen ze de problemen van de wereldvoedselvoorziening te lijf en de milieu-impact van mensen en bedrijven op de aarde terugbrengen. Organisaties als de Verenigde Naties en het Wereld Natuur Fonds discussieerden met bedrijven als Coca-Cola, Unilever en Heineken over deze onderwerpen. Zeker bij de grote voedingsmiddelenbedrijven lijkt het besef doorgedrongen dat zonder een meer duurzame werkwijze straks helemaal niets meer mogelijk is. Heineken en Unilever kwamen allebei dit jaar met ambitieuze duurzaamheidsplannen: 'Brewing a Better Future' en 'Sustainable Living Plan'. De doelen zijn fors: Unilever wil zijn milieu-impact in 2020 halveren en Heineken wil zijn CO_2-emissies met 40% reduceren en het waterverbruik met een kwart terugbrengen. In beide plannen bestaat volop aandacht voor het thema voedselzekerheid. Heineken won met een project voor het duurzaam telen van het gewas sorghum in Sierra Leone een World Business Development Award.

Verantwoordelijkheid

Tot genoegen van Monica Marshall van het Wereld Voedselprogramma van de Verenigde Naties. Want de voedingsindustrie heeft een zekere verantwoordelijkheid om de groeiende wereldbevolking – mogelijk 9 miljard mensen in 2050 – te voeden. Mensen die eenzijdige of te weinig voeding binnenkrijgen, kunnen niet tot volle bloei komen. Ze blijven arm en dat is slecht voor de handel, redeneert Marshall. Ze geeft een voorbeeld van het achtjarige meisje Angie uit Indonesië. Op het eerste gezicht ziet ze er redelijk gezond uit, maar ze leeft op een eenzijdig dieet van rijst. Innovaties zoals het verrijken van rijst, dat een bedrijf als DSM al doet, helpt meisjes als Angie om voldoende voedingsstoffen binnen te krijgen. Het is volgens Marshall een kwestie van anders naar de wereld kijken. Je kunt innovatieve producten ontwikkelen met veel nutriënten door gebruik te maken van lokaal voedsel als cassave en kokos. Goed voor de gezondheid en de werkgelegenheid.

Frank van Lierde van Cargill, John Finn van de WTO, boer Tony Pexton en Attilio Zanetti van Zanetti (v.l.n.r.) discussiëren over voedselzekerheid.

Afhankelijkheid

"We moeten af van handelsbarrières, dit maakt bepaalde markten erg kwetsbaar", zegt Frank van Lierde, directielid bij Cargill. De nadruk hoort te liggen op het voedselaanbod, maar er is hevige concurrentie met bijvoorbeeld biobrandstoffen, weet Van Lierde. Om de voedselopbrengsten te vergroten, trainen voedingsbedrijven, zoals Cargill boeren in ontwikkelingslanden. "Er is nog veel ontwikkeling nodig om duurzame productie in de landbouw te vergroten."
Het beschermen van nationale belangen door bijvoorbeeld hoge importheffingen gebeurt nog steeds, maar soms is er ook

sprake van het reduceren van importtarieven en subsidies. De wereldhandel groeit onstuimig, evenals economieën in landen als China en India en daarmee de levensstandaard in die landen. Dit betekent veel vraag naar eiwitproducten. En al deze trends beklijven, weet John Finn van de Wereldhandelsorganisatie WTO. "We leven in een veranderende wereld." Een einde aan handelsbelemmeringen draagt bij aan voedselzekerheid, maar er moet ook gewoon meer worden geproduceerd. Dit kan door gebruik te maken van wetenschap en technologie.
Boer Tony Pexton van de Britse boerenvakbond heeft zijn opbrengst sinds hij lang geleden begon, zien verdubbelen. De kwaliteit van de gewassen verbeterde zienderogen en er vond minder verspilling plaats. Hij gebruikt op zijn boerenbedrijf de modernste apparatuur en voedingskundigen leggen hem uit hoe hij zijn beesten het beste kan voederen. "In de toekomst moeten we nog meer produceren met minder energie, land en koolstofdioxide-uitstoot", zegt Pexton. En dat allemaal in de context van klimaatverandering en de groeiende wereldbevolking. Wetenschap is volgens hem het antwoord en regelgeving dient hier dan ook op gebaseerd te zijn.

Gmo's
Attilio Zanetti, directeur van de gelijknamige kaasproducent, stelt dat het genetisch aanpassen van voedselgewassen onontkoombaar is. Maar ook moet er een wereldwijd beleid komen of voedselgewassen ten goede komen aan de mens of de machine. "Voed je je auto of jezelf?", vraagt Pexton retorisch. Finn van de WTO staat wel open voor gmo's (genetisch gemodificeerde organismen), waarvan nooit wetenschappelijk is vast komen te staan dat ze schadelijk zijn voor de volksgezondheid. Hij ziet hier meer in dan in het pleidooi dat ieder land in principe zelfvoorzienend hoort te zijn. Dit zou een ramp betekenen, want sommige landen kunnen zichzelf nooit voeden. Met gmo's kun je bijvoorbeeld gewassen laten groeien in droge of hooggelegen gebieden en de opbrengst is groter zo blijkt uit onderzoek, stelt boerenleider Pexton. Bij de reguliere landbouw heb je bovendien pesticiden nodig die ook niet gezond zijn, aldus de Brit. Frank van Lierde van Cargill meent dat landen die sterk zijn in het verbouwen van bepaalde gewassen zich hierop moeten focussen; Brazilië is bijvoorbeeld sterk in soja.

Eurocommissaris John Dalli: "Vertel consumenten niet wat te lezen, maar wat te eten."

Etikettering
Tijdens het CIAA-congres werd duidelijk dat bedrijven en andere partijen in de voedselketen doordrongen zijn van zaken als voedselzekerheid en duurzaamheid. Zij hebben behoefte aan gezonde consumenten, maar die moeten dan wel de gezonde en duurzame keuze maken.
En dat is absoluut noodzakelijk, meent Eurocommissaris John Dalli van Gezondheid. Het baart hem zorgen dat 20% van de kinderen in de Europese Unie te dik is. Deze maand komt de Europese Commissie (EC) met een voortgangsrapport over dit onderwerp.
Maar er is niet één oorzaak of oplossing voor overgewicht. Dalli wil dat consumenten geïnformeerde keuzes kunnen maken. Dit kan via de verpakkingen. Het etiketteringsvoorstel van de EC verplicht fabrikanten om percentages zout, suiker, vet en verzadigd vet op de voorkant van het voedingsmiddel te vermelden. Consumenten moeten beschermd worden tegen misleiding en daarom gaan we ook weer aan de slag met de voedingsprofielen, kondigt de Eurocommissaris aan. Hij is in ieder geval blij met de zelfregulering die de industrie zichzelf oplegt als het gaat om adverteren voor kinderen.

Facebook
Monique Goyens van de Europese consumentenorganisatie BEUC pleit voor begrijpelijke voedingsinformatie en niet te kleine lettertjes op de verpakkingen. "Op bepaalde ontbijtgranen staan van die pictogrammen. Een bouwsteen staat voor eiwit, dat begrijpt toch niemand." Het stoplichtsysteem is afgewezen ten faveure van het GDA-labellingsysteem. Goyens ziet liever een combinatie van beide. De Europese Commissie krijgt honderden verzoeken uit het Europees Parlement over informatie die op de verpakking hoort. "Info over duurzaamheid is belangrijk, maar het moet prioriteit hebben. Nu eenmaal niet alles kan op de verpakking." Dalli: "Vertel consumenten niet wat te lezen, maar wat te eten."
Te veel informatie op het etiket zorgt niet voor een geïnformeerde of gezonde keuze, denkt CEO Paul Polman van Unilever. In bijvoorbeeld India gebruiken ze Facebook om voedingsinformatie over te brengen. We moeten veel meer gebruikmaken van social media, vertelt de bestuursvoorzitter van Unilever. "Tien minuten na de presentatie van ons duurzaamheidsplan hadden we al tien miljoen Twitteraars." Het aangeven van de carbon footprint op een verpakking helpt niets als er zoveel problemen zijn om dit te begrijpen en te interpreteren. Polman

'We moeten meer gebruik maken van social media'

wil dat er standaarden komen voor de hele wereld. "Hoeveel mensen bekijken nu daadwerkelijk de verpakking om te zien wat ze allemaal binnen krijgen?", vraagt Dalli zich af. Ouders geven hun kinderen producten met bijvoorbeeld te veel zout, zoals kant-en-klaarmaaltijden, benadrukt hij, ook bij hen ligt een verantwoordelijkheid. De Eurocommissaris wil maar zeggen: het is niet alleen een kwestie van labelling, maar ook van gezond verstand.

Maurice de Jong