

# Meten duurzaamheid noodzaak

Ngo's spreken retailers steeds vaker aan op hun (gebrek aan) duurzaam ondernemen. Deze schuiven maatschappelijke wensen door naar fabrikanten en hun toeleveranciers. Maar wat wordt nu verstaan onder duurzaamheid, hoe meet je deze en welke verbeteringen zijn er mogelijk?

In 2050 zullen er volgens de Verenigde Naties op de aarde zo'n negen miljard mensen wonen. Met de huidige wijze waarop we nu ons voedsel en onze consumptiegoederen produceren zou onze aarde dan drie keer zo groot moeten zijn. Duurzaamheid lijkt het toverwoord dat ervoor moet zorgen dat de aarde leefbaar blijft, maar wat betekent 'duurzaamheid' nu eigenlijk?

Het begrip 'duurzaamheid' is in 1987 door de VN-commissie Brundtland als volgt gedefinieerd:

*'Duurzame ontwikkeling is ontwikkeling die aansluit op de behoeften van het heden zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar te brengen.'*

Deze zeer globale definitie laat veel ruimte over voor interpretatie. De termen duurzaamheid en duurzaam gebruik komen uit de bosbouw en later ook in de visserij en zijn verwant met begrippen uit de ecologie. Het ging erom de natuur zodanig te beheren dat de natuurlijke structuren en processen niet principieel werden aangetast. Concreet: aan visgronden en bossen mocht niet méér vis of hout worden onttrokken dan er door natuurlijke aanwas vanzelf weer bij zou komen. Bij duurzame ontwikkeling is dus sprake van een ideaal evenwicht tussen ecologische, economische en sociale belangen. Dit wordt vaak vertaald met de drie P's: people, planet en profit. Alle ontwikkelingen die op technologisch, economisch, ecologisch, politiek of sociaal vlak bijdra-

gen aan een gezonde aarde met welvarende bewoners en goed functionerende ecosystemen worden aangeduid met duurzaam.

## Duurzaamheid transparant maken

De noodzaak tot transparantie neem toe en daarmee de behoefte om duurzaamheidsinspanningen te meten. Deze in het algemeen toetsen is vrijwel onmogelijk omdat je geen normen kunt opzetten hoe duurzaamheid moet worden vertaald door een bedrijf. De ISO 26000 reflecteert dit goed: het is een richtlijn waarbij ieder (type) bedrijf kan nagaan welke onderdelen van de norm aansluiten bij de bedrijfsactiviteiten. Er is geen certificatieschema verbonden aan de ISO 26000. Het transparant maken van duurzaamheid is complex en kostbaar omdat de grote duurzaamheidsvraagstukken zich afspelen in ontwikkelingslanden en sommige duurzaamheidsonderwerpen zich moeilijk laten meten.

In grote lijnen kan duurzaamheid worden ingedeeld in drie categorieën:

1. Productieomstandigheden  
Duurzaamheidsaspecten die iets zeggen over de productieomstandigheden bij het vervaardigen van het product. Een voorbeeld zijn de arbeidsomstandigheden bij het productieproces (geen kinderarbeid). Alleen al voor het transparant krijgen van deze zogeheten 'social compliance status' zijn er rond de 1.500 internationale standaarden. Slechts enkele daarvan zijn

## Artikelenreeks over duurzaamheid

Dit artikel is het eerste (inleidende) artikel van een serie over duurzaamheidsaspecten zoals arbeidsomstandigheden, productveiligheid, milieu en dierwelzijn. Elk aspect zal worden uitgewerkt in drie artikelen over wat daaronder wordt verstaan (inclusief achtergronden), hoe de voortgang op dit vlak kan worden gemeten en welke verbeteringen mogelijk zijn. Deze artikelen worden geschreven door Marjan de Bock-Smit, ceo van Supply Chain Information Management in samenwerking met de redactie van de VMT, aangevuld met ngo's, retailers en producenten.

certificatieschema's. De meerderheid levert een rapportage op die inzicht geeft in wat de auditor heeft waargenomen, waarbij de eindbeoordeling wordt overgelaten aan de lezer van het rapport. Dat is begrijpelijk omdat er namelijk geen zwart-witbenadering mogelijk is. Is bijvoorbeeld een bedrijf dat aidswezen opvangt, schoolt, verzorgt en ze lichte arbeid laat verrichten een 'slecht' bedrijf?

## 2. Duurzaamheidsprofiel

Een tweede categorie bestaat uit duurzaamheidsonderwerpen die iets zeggen over het duurzaamheidsprofiel van het product zelf. Bijvoorbeeld dat er in een product cacao is verwerkt dat voldoet aan de eisen van fairtrade.

Het transparant maken van het aandeel van een bepaalde grondstof in een eindproduct is relatief goed meetbaar. Deze initiatieven gaan vaak gepaard met een logo op het product. Dergelijke logo's kennen een sterke opkomst.

## 3. Duurzaamheidsinitiatieven

Een derde categorie omvat duurzaamheidsonderwerpen die iets zeggen over de initiatieven die door de onderneming of organisatie zijn genomen. Denk bijvoorbeeld aan de mate van energie- en/of waterbesparing of hoeveel geld besteed wordt aan de lokale gemeenschap.

Het transparant maken van deze initiatieven verschilt per bedrijf. Soms zijn het onafhankelijke accountantverklaringen, maar vaak zijn het individuele statements van een onderneming.

# 'WNF werkt samen met bedrijven die de markt doen kantelen'

## Ngo's verlangen certificaten

De opkomst van certificaten en andere initiatieven die duurzaamheid meten, zal sterk worden bepaald door de behoeftes van de consument. Vaak zetten non-gou-



Eind 2015 is alle onder AH Eigen Merk vis duurzaam.

vernemetele organisaties (ngo's) de thema's op de kaart. Steeds vaker wordt de retailer daarbij betrokken; de plofkip is daarvan het meest recente voorbeeld. De retailer produceert zelf niet en verlegt de druk van de ngo naar de producent. Hoe denkt een ngo als het Wereld Natuur Fonds, een retailer als Superunie en producent Profish over duurzaamheid en verwachten zij dat ketens objectief bewijs moeten/kunnen leveren?

## Wereld Natuur Fonds

"Hele bedrijfstakken zijn onderdeel van het probleem en daarom wil het Wereld Natuur Fonds (WNF) bedrijven laten inzien

ven, met name die door hun omvang de markten kunnen doen kantelen in de richting van duurzaamheid. Met een strategische partner als bijvoorbeeld Albert Heijn werkt WNF aan het verduurzamen van de visserij.

Deze samenwerking bestaat onder andere uit het vergroten van het aanbod duurzame vis in het AH-schap en het bij de consument onder de aandacht brengen van het MSC-keurmerk. Het doel is om eind 2015 onder AH Eigen Merk alleen nog maar duurzame vis te verkopen."

## Palm Oil Buyers' Scorecard

Een van de manieren waarmee het WNF transparantie rond duurzaamheid wil bevorderen, is hun publicatie van de Palm Oil Buyers' Scorecard. Daarin worden de ambities van 132 bedrijven uit Europa, Australië en Japan met elkaar vergeleken op het gebied van duurzame palmolie. Van de Gronden: "Helaas zijn er nog maar zeer weinig bedrijven die transparant zijn over duurzaamheid in de keten. Wat betreft het WNF wordt dit voor hen in snel tempo 'business as usual'."

dat grondstoffen ook tegen betaalbare prijzen kunnen worden geproduceerd met aanzienlijk minder belasting voor de natuur", laat algemeen directeur WNF Johan van de Gronden desgevraagd weten. "Daarom werkt WNF samen met bedrij-



Alleen al voor het transparant maken van de 'social compliance status', waaronder kinderarbeid, zijn er rond de 1.500 internationale standaarden.

## Meetbaar bewijs

Het WNF maakt met zijn strategische partners meetbare afspraken over de te bereiken winst voor de natuur. Ook wordt vastgelegd hoe die afspraken (door onafhankelijke derden) worden gecontroleerd. "Wij richten ons daarbij op bedrijven in ketens waarvan de impact op de natuur het grootst is, zoals energievoorziening, hout, vis, soja en palmolie. We gaan dus niet voor de snelle winst, maar voor duurzame veranderingen op grote schaal", aldus Van de Gronden.



Het transparant maken van duurzaamheid is complex en kostbaar omdat de grote duurzaamheidsvraagstukken zich afspelen in ontwikkelingslanden.

## Superunie

Ook een retailer als Superunie wil meer transparantie krijgen over wat er op het gebied van verduurzaming gebeurt in hun ketens. Eline Poels, projectcoördinator Duurzame handel: "Superunie zet daarbij in op een algemene duurzaamheidsstandaard waarover je het in ieder geval met elkaar eens bent zodat je op dezelfde manier een vraag stelt en de antwoorden kunt vergelijken."

Superunie is zich ervan bewust dat de retail wordt gezien als een zeer invloedrijke schakel in het bieden van transparantie en het verzekeren van verduurzaming. "Om inzicht te krijgen in de duurzaamheidsstatus en het bewustzijnsniveau van onze contractleveranciers sturen wij hen met ingang van 2011 een vragenlijst toe. Daarin vragen wij hen hoe zij met bepaalde aspecten van duurzaamheid omgaan en ons daarover objectief bewijs te leveren."

## Objectief bewijs

Het leveren van objectief bewijs is volgens Poels nog geen harde eis. "Eerst willen we een beeld van de situatie krijgen. De mate waarin een leverancier transparantie geeft, bepaalt voor ons echter wel het risicopro-

fiel van de leverancier aangaande duurzaamheid. Een transparante, duurzaamheidsbewuste leverancier die al objectief bewijs levert, heeft voor ons een lager risicoprofiel dan een leverancier die geen informatie verstrekt. Na de transparantiefase, als we de verduurzamingsfase ingaan, zullen we zeker objectief bewijs vragen. We moeten wel nuchter blijven: 100% transparantie bestaat niet."

## Profish

Visverwerker Profish Food in Twello koopt al zijn grondstoffen direct bij de bron in ten behoeve van een contante hoge kwaliteit en de traceerbaarheid van alle grondstoffen. Hun huidige complete logistieke proces vergt veel registraties om zelfs te kunnen aangeven wat de verschillen binnen één partij grondstof zijn. De vis wordt vaak apart in kleinere partijen gevangen en direct verwerkt op zee en vervolgens als één partij richting Profish gezonden. "Het apart 'inboeken' van verschillende partijen van één ontvangst bij Profish zorgt voor een uitermate tijdrovend en complex administratieproces", vertelt directeur Frank Schreurs. "Dat vergroot de kans op onregelmatigheden aanzienlijk." Profish verwacht daarom van de door hen zelf geselecteerde leveranciers dat zij gecertificeerd zijn volgens de geldende normen gesteld door MSC, GlobalGAP of ASC (kweekvis) en dat certificerende instanties hun leveranciers voor BRC of IFS zorgvuldig controleren. Schreurs: "Als bewijs moeten zij het betreffende certificaat hebben voor visserij of voor de zogenaamde 'Chain of Custody'. Daarbij is de betrouwbaarheid van de certificeringen uitermate belangrijk. Er moet alles aan worden gedaan dat deze keurmerken ook daadwerkelijk van onbesproken gedrag zijn."

• MARJAN DE BOCK-SMIT •

M. de Bock-Smit, ceo Supply Chain Information Management, [www.simsupplychain.com](http://www.simsupplychain.com)