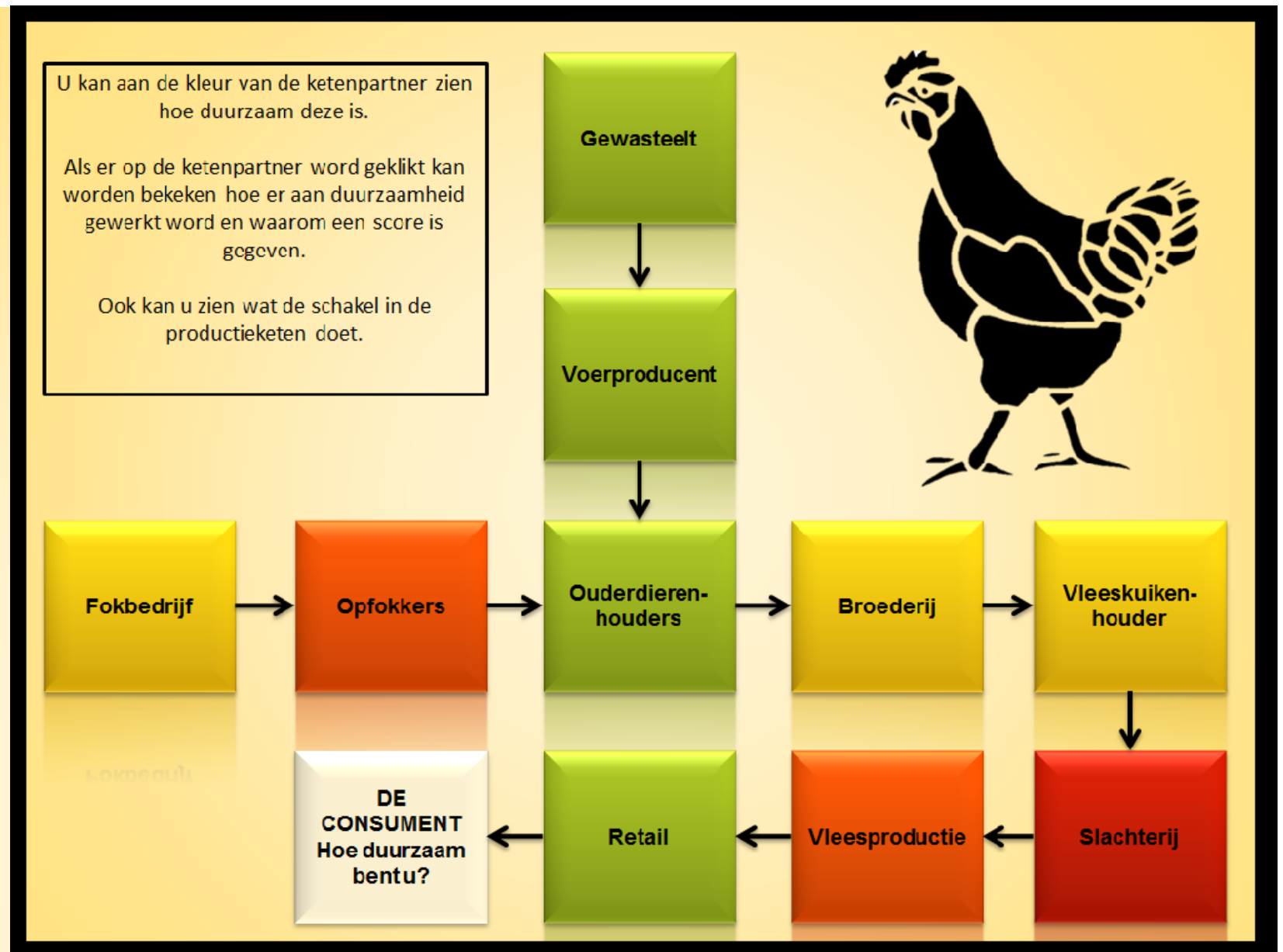


Kennis is duurzaamheid, Duurzaamheid is kennis!



Bekijk nu zelf de duurzaamheidsmeter:



Kennis is duurzaamheid, duurzaamheid is kennis!

De toekomst van de veehouderij in Nederland staat ter discussie. De sector moet verduurzamen op sociaal en economisch vlak. Druk vanuit de consument, maar ook tussen de schakels van de productieketen stimuleert deze verduurzamings slag. Daarnaast speelt transparantie in duurzaamheid van de keten in op de maatschappelijke trend waarbij de consument steeds vaker wilt weten wat de herkomst van producten is. De focus van dit plan ligt op de productieketen van kippenvlees, maar het systeem zou ook in andere voedsel productieketens kunnen worden toegepast. Het doel is de consument inzicht te geven in de duurzaamheid van de totale productieketen van kippenvlees, alvorens deze het vlees aanschaft. De consument kan hiervoor een QR-code scannen met zijn mobiele telefoon en hierop direct zien hoe duurzaam de keten is. Door deze vorm van communicatie krijgt de consument ook direct inzicht in wat er allemaal bij komt kijken om het product te produceren en kan hier meer waardering voor krijgen, wat een toegevoegde waarde voor het product kan betekenen.

Na het scannen van de QR-code zal de consument een visueel aantrekkelijke schematische weergave van de productieketen zien, waarbij door een simpele weergave de duurzaamheids-score staat vermeld. Hoe deze score precies zal worden vermeld, zal in overleg met de sector moeten worden vastgesteld want, alhoewel het een onafhankelijke analyse zal zijn, moet dit wel de meest positieve weergave van de sector zijn, om zo bij te dragen aan een goed imago.

Naast het informeren van de consument draagt dit proces bij aan de verbetering van de keten zelf; het geeft voor de keten zelf inzicht in de duurzaamheid en de toegevoegde waarde die dit voor het product kan hebben. Door transparantie richting de consument wordt de keten gemotiveerd om op een economisch verantwoorde manier te investeren in verduurzaming. De duurzaamheid van de keten zal worden vastgesteld door middel van een Sustainable Value Chain Analysis (SVCA).

De SVCA is een analyse die een Value Chain Analysis (VCA) en een Life Cycle Analysis (LCA) combineert. In de VCA wordt de toegevoegde waarde door een productieketen heen geanalyseerd. Dit gaat over bijvoorbeeld het ontwerp, de productie, marketing, bezorging, ondersteunende producten en diensten. Uiteindelijk is het de consument die bepaald wat de waarde van een product is, het enige wat een bedrijf kan doen is een waarde voorstel doen. Dit kan een bedrijf alleen maar doen door zich constant aan te passen aan een bepaalde doelgroep door stroming van waarde door de keten vanuit het perspectief van de consument creëren, de relatie tussen ketenpartners en transparantie naar elkaar en de consument en de dynamische informatiestromen door de keten heen te optimaliseren.

De LCA is een analytische tool voor het kwantificeren van de impact op het milieu door de gehele productie keten, zoals productie, verwerking, verpakking, distributie en het afvoeren en hergebruik van restproducten. De focus ligt hierbij op de intensiteit van het gebruik van bronnen zoals energie en water en de impact op het milieu zoals bijproducten, afval en emissie per ketenpartner.

Bij SVCA komen deze twee analyses samen en worden zowel VCA als LCA toegepast om vast te stellen welke waarde consumenten verbinden aan de activiteiten in de keten en de bijdrage hiervan aan emissie. Daarnaast wordt gekeken naar de waarde-perceptie van de consument op de verandering van processen en producten die bijdragen aan verduurzaming. Deze methode omvat een assessment van de impact op het milieu bij alle schakels van de waarde keten, met het oog op activiteiten, materialen en uitvoering, waarbij knelpunten en prioriteiten worden vastgelegd. Bij deze kwantitatieve en kwalitatieve analyse worden 3 onderwerpen behandeld:

1. Consumenten waarde (de waarde die consumenten een product of attribuut vinden hebben)
2. De productieketen (materiaal stroom, informatiestroom en relaties)
3. Impact op het milieu

Dit project past uitstekend in de Routekaart voor de vleessector naar 2030, waarmee de sector een energiebesparing van 50% wil bereiken door onder anderen energie-efficiënte en keteninnovatie. Om dit project te laten slagen zullen alle ketenpartners moeten participeren, dit kan een drempel zijn, maar ondersteuning vanuit de stuurgroep Routekaart voor de vleessector kan deze drempel verlagen. Communicatie over de toegevoegde waarde voor de ketenpartners is essentieel om financiering voor dit project tot stand te brengen. Daarnaast zal er een marktonderzoek moeten worden gedaan naar de waardering van de QR-code door de consument.

Inzicht in de keten voor de consument laat deze de keten hoger waarderen en brengt een gezonde druk voor de keten met zich mee om te verbeteren. De analyse kan als onderscheidend aspect de concurrentiepositie van de sector verhogen en geeft een duidelijk inzicht in de verbeterpunten die op een economisch verantwoorde manier de impact op het milieu kunnen verlagen.