

Duurzaamheid

is een blijvertje

Tekst: Tom van der Meer

Foto's: Hans Lebbe

▶▶▶ **'Duurzaamheid down to earth' was het thema van de FND Day 2011, op 1 juni in Groenekan. Goed gekozen, vond Wouter de Bruin, voorzitter platform verduurzaming voedsel, want verduurzaming is 'gewoon je gezond verstand gebruiken'. "Verduurzaming als dynamisch proces houdt nooit op, net als innoveren."**

Uit een enquête onder de ruim 400 aanmeldingen bleek dat tweederde verduurzaming broodnodig vindt om de toekomst van de maatschappij veilig te stellen. "Toch ziet slechts een op de vier van de aanwezigen duurzaamheid als kans voor nieuwe markten", zei Kees de Gooijer, directeur Food & Nutrition Delta (FND). "Dat mag nog wel iets meer worden."

Volgens Rudy Rabbinge, hoogleraar duurzame ontwikkeling en voedselzekerheid aan de Wageningen Universiteit, is er genoeg voedsel beschikbaar in de wereld, alleen heeft niet iedereen daar toegang toe. "De benutting laat te wensen over. We kunnen van ruw uitgangsmateriaal aan het eind van de keten, bijvoorbeeld vlees, veel producten maken. Het alternatief is om van een plant veel producten te gebruiken. Te denken valt aan amine, lignine, olie/vet,

eiwit en koolhydraten. Het is efficiënter dit direct uit de plant te halen." In zijn ogen is biodiversiteit de beste garantie voor toekomstige voedselzekerheid.

Erwin Houtzager van algenbedrijf Phycom, ging in een parallelsessie in op het belang van algen als onvermijdelijke keuze. "We doen niets met algen en dat is zonde, want algen zijn een bron van eiwitten en Omega-3. Deze stoffen bij de bron vandaan halen is veel efficiënter dan het binnenkrijgen via vissen of andere dieren. Vergeleken met het houden van dieren zijn algen makkelijk te kweken, met minder energie en op een kleiner oppervlak. Hij verwacht dat de prijs van algen de komende tien jaar fors omlaag kan." Frank Leystra van Arva specerijen, brak juist een lans voor insecten als het nieuwe rundvlees. "Een insect is vlees noch vis noch vega. Het is een bron van eiwit en is verantwoord, gezond en lekker."

Transparantie

"Voor duurzaamheid is vooral transparantie van belang", zei Simone Hertzberger, vice-president quality assurance and product sustainability van Ahold. "Weet waar je producten, en onderdelen ervan, vandaan komen. Transparantie in de keten is niet alleen voor duurzaamheid van belang maar ook voor voedselveiligheid. Zie alleen al de EHEC-affaire." Ze toonde voorbeelden van haricots verts-teelt in Kenia en een viskwekerij in Noorwegen.

Albert Heijn heeft zo'n 7300 huismerkproducten, verdeeld over Excellent, Puur & Eerlijk en Euroshopper. De retailer kiest ervoor om stap voor stap te verduurzamen. Zo verduurzaamt AH ook de hoofdstroom van het eigen merk. Bij varkensvlees gaat het dan bijvoorbeeld om één ster van het Beter Leven keurmerk voor het gangbare varkensvlees. Dat betekent een miljoen varkens op jaarbasis. "Als dit samen met ketenpartners bereikt is, het doel voor mainstream is het jaar 2015, gaan we naar fase twee."

Trendwatcher Adjiedj Bakas pleitte voor foodproductie in de stad. "Het ter plekke verbouwen van voeding, bijvoorbeeld in leegstaande kantoren met led-lampen. Zoals de wiettelers doen." Hij adviseerde vooral niet naar de klant te luisteren. "De burger wil duurzaam, maar de consument wil kiloknaller. Als mensen honderd jaar geleden gevraagd was wat ze voor vervoermiddel wilden, zouden ze een nieuw paard gewild hebben. Henry Ford gaf ze echter de T-Ford."

Maak consument blij

"Wil je duurzaamheid bij de consument stimuleren dan moet je hem in een vrolijke stemming brengen", stelde Hans van Trijp, hoogleraar marktkunde en consumentengedrag aan de Wageningen Universiteit. "Want als de consument blij is, denkt-ie abstracter. Maak het bovendien persoonlijk. Zorg dat duurzaam gedrag een sociale norm wordt door instemming of afkeuring van mensen die hem nabij zijn. Dat werkte bijvoorbeeld door de energierekening persoonlijk te maken en te zeggen: 'uw energierekening is zoveel hoger dan die van uw burens'."

Volgens hem is verduurzaming een gegeven. "Er is latente vraag. Denk wel goed na over segmentatie en positionering. Zeg dus niet; 'dit is duurzaam', maar 'dit is ... en óók nog duurzaam'. Link bijvoorbeeld aan iets

Emmo Meijer:
"Voor een efficiënt R&D-systeem dient er meer outputgericht en vraaggestuurd te worden gewerkt, met een focus op de kansgebieden."





FND Day 2011 'down to earth'

waar de consument al iets mee heeft. Zeg bijvoorbeeld: 'duurzaam geproduceerd. En dat proef je' om aan te haken aan smaak." Velen associëren 'minder zout', 'minder vet' en 'minder suiker' automatisch met 'minder lekker'. "Dat probleem heeft duurzaamheid niet omdat die koppeling er niet direct is. Wellicht denken ze bij duurzaamheid eerder: 'Er zit minder energie in, dus is het goedkoper'."

Dervingreductie

Onderdeel van duurzaamheid is dervingreductie. Nederland gooit jaarlijks 4,4 miljard euro aan voedingsmiddelen weg, bleek tijdens een parallelsessie. Dit gebeurt in de hele productieketen maar zeker ook bij de mensen thuis. Hier wordt jaarlijks 40 kilo weggegooid, waarvan ongeveer de helft van de verpakkingen niet eens openge maakt is of waarvan slechts mondjesmaat gegeten is. Volgens Toine Timmermans, programma manager sustainable food chains van Wageningen UR food & biobased research, moeten consumenten via onderwijs beter leren in te kopen. "Retailers kunnen hen daar ook bij helpen." Bernard de Geus, directeur TTI green genetics, gaf aan dat via groenteveredeling de houdbaarheid van bijvoorbeeld komkommers te verlengen is,

waardoor derving op een andere manier kan worden verminderd.

Sectorplan Agrofood

"De Grand Opening van het nieuwe ontwikkelprogramma, oktober vorig jaar, was wellicht tevens de grand closing", zei De Gooijer. Hij doelde hiermee op de 60 miljoen die voormalig minister Van der Hoeven vorig jaar had toegezegd, maar die door de nieuwe minister Verhagen toch weer werd geschrapt. Er werd voor 2011 dan wel een overbruggingskrediet vastgesteld, maar verdere ontwikkelingen hangen af van het sectorplan Agrofood, een van de negen topsectoren in het nieuwe topsectorenbeleid van het kabinet.

Emmo Meijer, voorzitter van de regiegroep AgriFood & Innovation kon al een tipje van de sluier oplichten over het topsectorplan. Volgens Meijer zijn de food- en de agrowereld sterk van elkaar gescheiden, met elk verschillende agenda's. "We moeten nu voor het eerst over de hele keten heen kijken.", stelde hij. "Publiek-private samenwerkingen (pps'en) en partnerships (ppp's) gaan een grote rol spelen in het vraagsturingmodel dat de overheid van ons vraagt." Deze samenwerkingsverbanden zijn er volgens hem in de food wel maar in de agro nog

niet. "De agrowereld moet hierbij worden betrokken; ook op Europees niveau."

"Bij vraagsturing is ook excellent onderzoek te combineren. Dat hebben we geleerd van het Topinstituut Food & Nutrition (TIFN) en Food & Nutrition Delta (FND)." Meijer stelt dat er veel waardering is voor deze soorten samenwerkingen die multidisciplinair en crossfunctioneel zijn. "Voor een efficiënt R&D-systeem dient er meer outputgericht en vraaggestuurd te worden gewerkt, met een focus op de kansgebieden."

Volgens hem moet er een samenhangende agenda komen, met meerjarige afspraken (niet slechts voor vier jaar). Daarnaast gaat het om een integrale aanpak, waarbij commitment van de stakeholders nodig is. "Ook moeten we weg van de incidenten, zoals de EHEC-bacterie, en de maatschappelijke waardering voor de topsector verhogen, door het positieve beeld te benadrukken."

De waterijsjes van fruit en kruiden van Gimme Pops vonden gretig aftrek. Het fruit is gepascaliseerd, waardoor smaak en vitaminen behouden blijven.



De vrijblijvendheid voorbij

Food & Nutrition Delta presenteerde op de FND Day ook 'Duurzaamheid. De vrijblijvendheid voorbij'. Dit derde deel in de serie FND Deltawerken biedt de sector handvatten om processen en producten te verduurzamen, rond milieu, mens, dier(welzijn) en consument. "Ga er mee aan de slag!", aldus Kees de Gooijer.