



Duurzaamheid heeft een belangrijke plaats gekregen in de beleidsvoering van Royal FloraHolland. De coöperatie is medeoprichter van het Platform Duurzame Sierteelt en het Floriculture Sustainability Initiative. Van de teler wordt ook meer verlangd, zegt duurzaamheidsmanager Gijs Kok.

Tekst: René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Royal FloraHolland manifesteert zich tegenwoordig nadrukkelijk als voortrekker op het gebied van duurzaamheid in de sierteeltsector. De coöperatie is vanaf het eerste uur betrokken bij het Floriculture Sustainability Initiative en richtte recent met LTO Glaskracht en de Vereniging van Groot-handelaren in Bloemkwekerijproducten (VGB) het Platform Duurzame Sierteelt op. Als het gaat om duurzaamheid stelt de veiling hoge ambities aan de sector, maar ook aan de eigen organisatie. Logisch, vindt Gijs Kok, manager sustainability van de veiling. “Als je als Royal FloraHolland een positie inneemt op dit onderwerp, moet je ook je eigen tuin aanhaken.”

Wat is duurzaamheid volgens de definitie van Royal FloraHolland?

“Het gaat om people, planet en profit. Ook dat laatste, want we willen een gezonde toekomst voor de sector. Maar wat duurzaamheid is, bepaalt de markt. Het gaat om het beeld dat de consument heeft van onze producten. Het is steeds de vraag hoe je reputatie is en hoe je acteert in de maatschappij. Daarom is duurzaamheid voor ons voldoen aan de wensen van de consument. Dat reikt van de veredeling tot het winkelschap. Er mag voor de consument geen reden zijn om onze producten niet te kopen. Als het beeld is dat onze sector vervuilend is, dan kunnen we het vergeten. Wat wij doen, moet kloppen volgens de normen van vandaag én morgen.

Verduurzamen gaat om de footprint van de eigen organisatie en de footprint van de hele keten: van uitgangsmateriaal tot aan de consument. Elk bedrijf in de keten moet zorgen dat de eigen footprint op orde is, want dat telt op tot het beeld dat de consument zich vormt. We hebben een groene sector. We moeten in



‘Er komt een moment dat niet-duurzame teler niet welkom is’

staat zijn de reputatie van de sector te versterken. Dat kan door het verhaal erbij te vertellen. Denk bijvoorbeeld aan groene steden en de positieve bijdrage van een groene omgeving op de volksgezondheid.”

Royal FloraHolland is een van de oprichters van het Floriculture Sustainability Initiative (FSI). Waarom vinden jullie het belangrijk dit te doen?

“We kunnen de keten niet alleen verbeteren. De keten is internationaal. We hebben te maken met arbeidsomstandigheden en een gewasbeschermingsmiddelenbeleid dat per land verschilt. De markt stelt inmiddels bovenwettelijke eisen, dat is het gevolg van een internationale keten met verschillende wet- en regelgeving. Maar de consument verwacht dat het boeket in de winkel deugt. Om dat te realiseren heb je elkaar nodig, ketenpartners en NGO's.

We hebben een platform nodig waarin iedereen is vertegenwoordigd, zodat we normen kunnen afspreken. Dat platform heeft twee opdrachten. Ten eerste zorgen dat zoveel mogelijk volume aan die norm voldoet. En ten tweede zorgen dat die norm meebeweegt met de vraag in de markt en de maatschappij. We moeten de markt en consument overtuigen dat het gewoon goed zit.”

Deze organisatie heeft een gezamenlijke doelstelling; 90 procent duurzaam. Wat betekent dit?

“De 90 procent is een stip aan de horizon. Alle certificaten die gebruikt worden in de sierteelt om duurzame productie aan te tonen, zijn aan dezelfde norm getoetst. Van alle certificerende instanties krijgen we informatie over wie waarvoor is gecertificeerd. Daarna kunnen we kijken hoe we verder gaan.

De norm wordt uiteindelijk door het FSI bepaald. Die norm is vastgesteld in 2016, maar kan steeds worden aangescherpt. Denk bijvoorbeeld aan het verlagen van de norm voor de milieulast van de middelen die we gebruiken. Uiteindelijk wil je producten die het milieu zo min mogelijk hebben geschaad. Je kunt ervan uitgaan dat telers zo biologisch mogelijk proberen te werken volgens het systeem van Integrated Pest Management (IPM). Iedereen weet dat je soms moet corrigeren, maar dat doe je zo min mogelijk zodat het biologisch evenwicht behouden blijft. En in alle gevallen geldt: de middelen moeten niet in het opper-

vlaktewater terechtkomen. Voor lozingen heeft niemand begrip.”

Gaan jullie telers helpen duurzamer te telen?

“Ja, we gaan helpen. Als er bijvoorbeeld onderzoek moet worden gedaan, dan gaan we dat helpen realiseren. Als beleidskwesties aandacht vragen, dan kaarten we dat aan bij de overheid. We hebben met alle belangenbehartigers gesproken over de manier waarop we het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen omlaag kunnen brengen. Royal FloraHolland kan daaraan bijdragen. We laten dat niet alleen de KAVB of LTO Glaskracht doen. Het gaat om het sectorbelang en dan moet je daar ook als sector naar kijken. Misschien hebben we in het verleden te weinig verantwoordelijkheid genomen. Duurzaamheid is een onderdeel van het beleid. We zullen toewerken naar een systeem met incentives die de teler voorrang geeft bij duurzaam geproduceerde producten. Dat systeem wordt in andere sectoren ook ingezet. Er komt een moment dat je als aanvoerder niet welkom bent als je niet aan een basisnorm van duurzaamheid voldoet.”

De markt, en dan met name de retail (AH, Jumbo, Aldi) stelt steeds meer eigen eisen aan de gewasbeschermingsmiddelen die bij de teelt mogen worden gebruikt. Hoe kijken jullie hier tegenaan?

“We moeten zorgen dat we de retailer kunnen overtuigen; wat kan wel en wat niet? Dat een retailer bovenwettelijke eisen stelt, is niet leuk, maar het komt vaak voort uit de druk die op zijn reputatie wordt gezet door NGO's. Een retailer weet ook niet wat er precies aan de hand is. Die kan dus alleen maar meegaan met de NGO. Het is hem zijn goede reputatie niet waard om hier lang over te praten. Het wordt dus een afweging op basis van reputatie. Ze willen het risico niet lopen.”

Vraagt de consument om duurzaamheid?

“De consument zal het niet zo formuleren, maar onder jongeren is het zeker een punt. Zij stellen andere eisen en accepteren niet dat een product schade aan het milieu toebrengt. De totale maatschappelijke norm wordt anders. De consument stelt hogere eisen en dat moeten we als vertrekpunt nemen. De ondergrens in de markt wordt steeds opgetrokken. De vraag is: wachten we tot de wet ingrijpt of gaan we zelf aan de slag?”

Waar kan de grootste verduurzamingsslag worden gemaakt?

“In de bollenteelt kunnen bij het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen de grootste stappen worden gezet. In de glasteelt gaat het ook om het energieverbruik. Ook arbeidsomstandigheden spelen een rol. Maar duurzaamheid is een veelkoppige uitdaging. Als er morgen ergens iets gebeurt, dan moeten we dat weer aanpakken. Alle terreinen zijn belangrijk.”

Heeft de bloemenveiling een footprintonderzoek laten doen naar de eigen organisatie of de sierteeltstromen?

“Ja, we hebben een zero-emission-doel geformuleerd. Dat hoeft niet morgen behaald te zijn. We hebben in eerste instantie gekeken naar gas, elektriciteit en water. Duurzaamheid begint bij het ontwerp, een nulmeting om je vertrekpunt te bepalen. Het deel nieuwbouw dat in Aalsmeer komt, zal duurzaam worden gebouwd. Het moet ook een gezond gebouw worden. In Naaldwijk willen we met diepe aardwarmte aan de slag. Dan hebben we geen gas meer nodig om te stoken en kunnen we ook telers in de omgeving bedienen. Verder zijn we bezig met zonnepanelen. Daarna kunnen we dieper gaan, zoals kijken naar de aan- en afvoer, het transport of de verpakking.

Komt er een moment dat het gebruik van chemische middelen in de teelt niet meer maatschappelijk acceptabel is?

“Ik denk dat je het antwoord al hebt als je het de consument vraagt. Die zal antwoorden ‘gebruiken jullie die middelen nog?’ Je kunt er trouwens beter eerlijk over zijn dat je die middelen af en toe nodig hebt. Maar je moet ook laten zien en vertellen dat je er alles aan doet om het zo min mogelijk toe te passen. Je moet misschien aangeven dat je het als curatief middel nodig hebt, op voorschrift zoals een recept. Misschien moet je er dan ook wel een deskundige naar laten kijken.”

Ziet u de bloembollensector zonder chemie produceren in 2030, zoals KAVB-adjunct-directeur André Hoogendijk ambiert?

“De doelstelling is goed, maar het is te ver weg. In die zin kan ik er niets mee. De vraag is of we die tijd krijgen van de consument. Voor mij is de vraag: waar staan we vandaag, waar willen we over drie jaar staan en wat gaan we in de tussentijd doen?”