



Samen werken aan **duurzame** voeding

Keurmerken zijn van tijdelijke aard

Tekst en beeldmateriaal: Lars Charas, Praktijkcentrum voor duurzaam voedsel

- ▶▶▶ **De komende jaren gaat veel veranderen in de voedselketen. De vraag is welke rol duurzaamheid hierbij gaat spelen. Laten voedingsmiddelenfabrikanten zich te snel ringeloren door 'single issue organisaties', die hen - zonder besef van duurzaamheid – bepaalde richtingen oploodsen? Spelen keurmerken hierin een rol? Lars Charas van het Praktijkcentrum voor duurzaam voedsel stelt in dit artikel dat het tijd wordt om nieuwe richtingen te schetsen, zodat de industrie de touwtjes zelf in handen kan houden. Dit moet leiden tot een nieuw kader voor innovaties en trends.**

'Duurzaam' is een gezamenlijke richting waar we heen groeien om ervoor te zorgen dat onze kinderen ook kunnen genieten van lekker en divers eten. Maar we worden telkens afgeleid door eenzijdige visies zoals verspilling van voedsel, biologisch, fairtrade, dierenwelzijn en nog vele andere aspecten. Natuurlijk zijn deze kleine stapjes goed en weerspiegelt dit de tijdsgeest, alleen is de grote vraag of dit ook de koers is naar duurzaam voedsel of dat het bij goedbedoelde initiatieven blijft. Tot op heden wordt er nauwelijks verder gekeken. Wat 'duurzaam' is kan pas gedefinieerd worden als we weten hoe we in de toekomst zullen gaan eten. Over dit eten is al veel bekend. Die kennis kan door de voedingsmiddelenindustrie gebruikt worden om een verduurzamingsstrategie op te baseren. Maar vaak wordt 'duurzaam' en 'verduurzaming' door elkaar gehaald. Binnen onze strategie kan het eten van de toe-



Verduurzamen



- Aan verandering onderhevig
- Technische transitie
- Bedrijfsimplementatie
- Elke schakel voedselketen
- Op basis van harde getallen
- Enkelvoudige benadering
- Perceptie en marketing

Keurmerken

Keurmerken zijn vrijwel uitsluitend gebaseerd op de primaire sector en hebben dus nauwelijks nut in het kader van duurzaam voedsel. Ook zijn keurmerken van tijdelijke aard en hebben ze een lokale uitstraling en een eendimensionale belichting van een product of proces. Voor verduurzaming is het weliswaar een mogelijke methode, maar de relatie met het eten van de toekomst is ver te zoeken. Juist deze relatie is nodig om echt aan duurzaamheid te werken. Daarnaast zijn keurmerken, als merk, zelf ook onderhevig aan de marketing-curve, waarbij de waarde achteruit gaat bij een groter aanbod. Keurmerken zullen verdwijnen, waarbij enkel geloofskeurmerken (halal en Demeter) de tand des tijds zullen doorstaan. Verduurzaming zal binnenkort niet meer via keurmerken verlopen; we hebben dus een nieuwe basis nodig. Keurmerken zijn meestal gebaseerd op een Life Cycle Assessment (LCA) om de impact van een product in kaart te brengen. Maar ook voor andere duurzaamheidsonderzoeken worden LCA's gebruikt. Dit is geen correcte methode om duurzaamheid integraal



komst als 'duurzaam' geformuleerd worden en de stappen daarnaartoe als 'verduurzaming' (zie kader Duurzaam versus verduurzamen).

Eten van de toekomst

Soms wordt mij verweten in een glazen bol te kijken. Mijn aanpak is een samensmelting van diverse vakgebieden, waardoor discussies op mondiaal niveau vertaald kunnen worden naar een culinaire setting. De wereldwijde eetcultuur gaat veranderen en zal richting 'duurzaam' groeien. Hoe eerder de eetconcepten worden geïmplementeerd, hoe meer van onze huidige eetcultuur behouden kan blijven. De eetconcepten vormen gezamenlijk een kader dat op verschillende manieren gebruikt kan worden voor R&D, marketing en trendwatching. Het eten van de toekomst is een culinair kader van waaruit ingeschat kan worden hoe de food-industrie zich zal ontwikkelen.

Om de wereldbevolking in 2050 te kunnen voeden, is een productiestijging van 70 procent nodig. Maar door de huidige impact van productie en consumptie zal eerder minder dan meer voedsel geproduceerd kunnen worden. Vis dreigt te verdwijnen en voor de productie van vlees moet veel grond, energie en water worden gebruikt. Daarnaast zullen fossiele brandstoffen, fosfaat en schoon drinkwater in 2030 dermate schaars worden dat de industriële produc-

tie, en daarmee de voedselzekerheid, in gevaar komt. Het eten van de toekomst is dus geen glazen bol maar een noodzakelijke culinaire richting voor ons allen. Het houdt rekening met alle huidige problemen en vertaalt dit integraal naar ons eten. Hiermee wordt niet de landbouw het belangrijkste thema, maar voedsel. Ik pleit dus voor een radicale ketenomkering, waarbij alle programma's starten bij het einde van de keten in plaats van bij de primaire sector. Pas dan kan samengewerkt worden aan één einddoel.

Duurzaam versus verduurzamen

'Duurzaam' of 'het eten van de toekomst' is een mondiale strategie die de tand des tijds kan doorstaan. Duurzaam refereert altijd aan een mentaliteitsverandering en heeft dus een sociale transitie-methodiek. Deze criteria zijn gebaseerd op mondiale discussies (zoals biodiversiteit, ruimtegebruik, energie, water, afval, eerlijke handel, enzovoorts) vertaald naar een culinaire setting. De bovenstaande thema's zullen blijven bestaan, dus ook het eten van de toekomst zal niet veranderen. Dit eten zal overal ter wereld dezelfde concepten bevatten (zoals geen vis maar zeevruchten), maar overal anders van samenstelling zijn.

'Verduurzamen' daarentegen is een lokale en tijdsafhankelijke invulling van het eten van de toekomst. Maatschappelijke en politieke discussies of innovaties zullen de tijdsgeest beïnvloeden en geven richting aan trends. Verduurzaming is meestal technisch van aard en belicht een product of proces dat een stap zet richting het eten van de toekomst. Verduurzaming is in China, Portugal of Nederland verschillend van aard en vindt niet op hetzelfde ogenblik plaats. Terwijl in Spanje waterverbruik een belangrijk thema is, is dat in Nederland dierenwelzijn, maar in China zal het weer een andere invulling zijn.





Eten van de toekomst

- Geen vis maar zeevruchten;
- gebruik zo veel mogelijk van het gehele beest;
- kleinere stukjes vlees van betere kwaliteit;
- vegetarisch plus (vlees als smaakmaker);
- vegetarisch wild (optimaal gebruik van de natuur);
- eet producten uit het seizoen;
- minder zuivel en meer plantaardige dranken;
- geen dierlijk maar plantaardig vet;
- gebruik je eigen afval (cradle-to-cradle);
- minder rundvlees en meer gevogelte;
- eetbare diversiteit, grotere diversiteit aan soorten;
- collateral damage, eet het overschot en bijproducten;
- bewaar voor later (wecken en conserveren voor buiten het seizoen);
- meer zilte en zoute zeegroente-producten en
- akkerbouwproducten vormen de basis van het menu.

Duurzaamheidsappel



Eisen

- Handelsverdragen;
- Juridisch kader;
- Lekker, smakelijk;
- Economie.

Dit heeft niets te maken met duurzaam voedsel, maar wel met de randvoorwaarden.

te meten. Ook de LCA-methode is namelijk een lokale en tijdsafhankelijke perceptie van een product of keten die meestal na afloop niet te combineren valt met uitkomsten van andere LCA's. Hierdoor biedt dit geen oplossing voor de plek in de voedselketen waar alle ketens samenkomen: ons bord. LCA's dienen daarom het einde van de keten als uitgangspunt te hebben. Maar dit vergt nieuwe parameters om de impact aan het einde van de keten te kunnen bundelen. Met name voor samengestelde producten (die meerdere LCA's nodig hebben) is dit een vereiste, die helaas nooit aanwezig is. Deze parameters moeten aan dezelfde eisen voldoen als het eten van de toekomst.

Feeding Good heeft de duurzaamheidsappel ontwikkeld die de kernelementen uit de maatschappelijke discussiekaders (frames) afzet tegen productgroepen (akkerbouw, tuinbouw en fruit) in de voedselketen. In plaats van harde getallen (uit de LCA's) gebruikt Feeding Good vergelijkingen die met de tijd nauwelijks veranderen (biologisch gevogelte of rundvlees kost meer water en energie dan gangbaar) en die de conclusies helemaal niet veranderen (koop gangbaar vlees en zuivel). Dit genereert inkoopcriteria voor eindgebruikers, die met enige aanpassing ook voor andere schakels in de voedselketen gebruikt kunnen worden (dus investeer in biologische akkerbouw en niet in biologische zuivel). Het geeft tevens richtingen waar de voedselketen naar toe gaat groeien (transformeer melkveehouders op kleigrond naar akkerbouw). Uitein-

delijk zal een nieuwe certificeringsmethode ontstaan die vanuit het einde van de keten kijkt en invullingen voor schakels genereert. De uiteindelijk te gebruiken parameters zullen lijken op die uit de duurzaamheidsappel. Wellicht is het interessant hier mee te experimenteren?

Toekomstige trends

In een snel transformerende voedselketen is kennis over de verre toekomst essentieel om een goed beleid te kunnen voeren. Inzicht in toekomstige trends biedt daarbij ondersteuning. In het hier eerder geschetste beeld over duurzaamheid is het eten van de toekomst het eindbeeld over twintig tot dertig jaar. Met een zekerheid van ongeveer tachtig procent kan gesteld worden dat verduurzaming binnen dit kader gaat plaatsvinden. Nu is het zaak om verschillende marketingmethodes tegelijkertijd te koppelen aan kennis over en inzicht in de

voedselketen. Met deze methode kan dus twintig tot dertig jaar vooruitgekeken worden, met traditionele trendwatching drie tot tien jaar en binnen het eigen bedrijf nul tot vijf jaar. Door het eindbeeld in het achterhoofd te houden en inzicht te krijgen in trends tussen drie en vijftien jaar kan de bedrijfsinnovatie de komende vijf jaar ingevuld worden. Hiermee sluit innovatie niet alleen aan op commerciële zienswijzen, maar hoeft deze in de toekomst ook niet significant aangepast te worden in het kader van duurzaamheid. Ook kan de ondernemer zo een langetermijnmarketingstrategie implementeren en optimaal duurzaam bezig zijn.

In een programma, te downloaden op www.feedinggood.com, wordt samen met een groep industriële bedrijven toekomstige trends in kaart gebracht om de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie de huidige koppositie te laten behouden. ◀◀◀

Kip-kerrie-ananas (winter)

Bij het eten van de toekomst zal voor het maken van kant-en-klare kip-kerrie-ananas met rijst en bonen in de winter, alleen ananas een probleem vormen. Deze moet worden vervangen door een ander product.

Nodig voor de inkoop:

- gangbare kip met vrije uitloop en van een snel groeiend ras uit de regio. Voer komt vooral uit Europa;
- rijst: groeiend in hoog water of rijst uit de woestijn (gm-productie);
- ananas: vervangen door Nederlandse peer (vers) of Franse perzik (uit conserven) en
- bonen: uit conserven (geproduceerd volgens een tussensegment in Europa).

