



Survival of the most sustainable

Verduurzaming van in Nederland
geconsumeerd voedsel met
The Sustainability Consortium



WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Verduurzaming Nederlands voedsel

The Sustainability Consortium (TSC) heeft een wereldwijd geharmoniseerd meet- en rapportagesysteem ontwikkeld waarmee bedrijven de duurzaamheid van de ketens van consumenten producten in kaart kunnen brengen. De afgelopen drie jaar is het TSC-systeem in het CIS agro-project gebruikt om samen met de ketenpartners de duurzaamheid te meten van in Nederland geconsumeerd voedsel en verder te verduurzamen.

In deze brochure treft u de uitkomsten van het project en ideeën over hoe TSC uw bedrijf en keten verder kan verduurzamen.



Waarom is duurzaamheid van belang?

De wereldwijde productie en het gebruik van consumptiegoederen is goed voor meer dan 60% van alle uitstoot van broeikasgassen en 80% van het watergebruik. Voedselproductie heeft daar een belangrijk aandeel in en is verantwoordelijk voor twee derde van het wereldwijde verlies van tropisch bos. Nu er in de komende decennia naar verwachting 2,5 miljard meer mensen toetreden tot de consumerende klasse, moeten we de productie en het (her)gebruik van deze goederen in belangrijke mate verduurzamen.

Alleen deeloplossingen

Veel duurzaamheidsinitiatieven werken aan transparantie over duurzaamheidsprestaties vanuit een bepaalde productcategorie, duurzaamheidsthema of regio en hierbij ontbreekt onderlinge afstemming. Hoewel ze elk een belangrijke bijdrage aan verduurzaming kunnen leveren, zijn retailers, groothandelsbedrijven en cateraars (hierna gezamenlijk afnemers genoemd) op deze manier genoodzaakt te werken met een scala aan verschillende instrumenten, zoals tientallen vormen van certificering. Daar

komt bij dat niet voor alle productcategorieën (goede) instrumenten beschikbaar zijn. De instrumenten die er zijn, omvatten bovendien vaak een klein deel van de totale ingekochte producten of slechts een deel van de relevante duurzaamheidsthema's, bijvoorbeeld alleen dierwelzijn of alleen sociale aspecten. Ook zijn instrumenten soms alleen regionaal beschikbaar of garanderen deze alleen een minimumniveau aan duurzaamheid waardoor ze bedrijven niet stimuleren tot continue verbetering.

Al met al niet ideaal

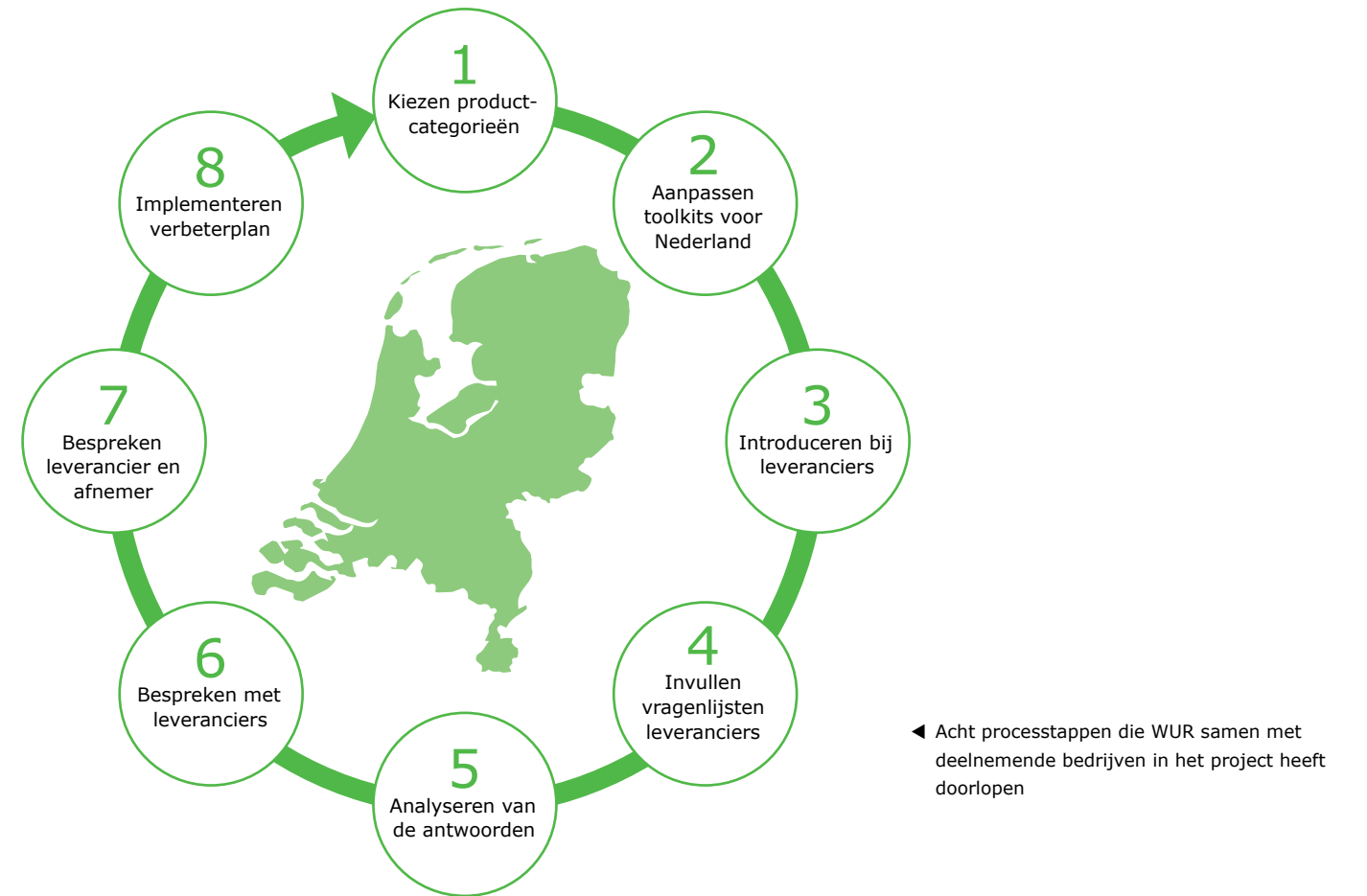
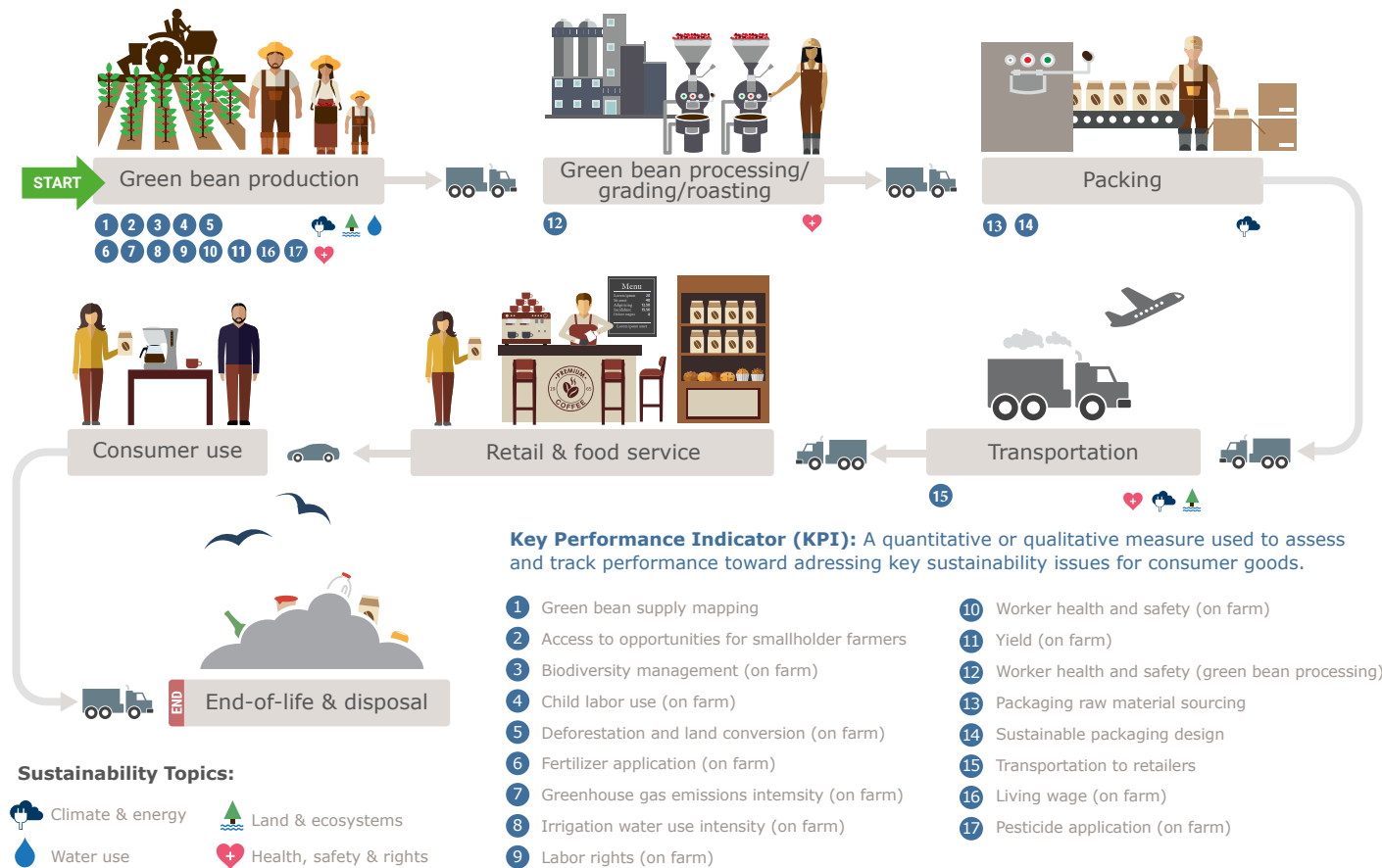
Door bovenstaande beperkingen zijn verschillende afnemers gestart met het uitsturen van eigen vragenlijsten om meer inzicht te krijgen in de duurzaamheid van hun leveranciers. Leveranciers met meerdere afnemers krijgen hierdoor te maken met vele verschillende vragenlijsten en dit betekent een hoge administratieve last. Bovendien is het weinig stimulerend om beter te scoren op een bepaalde indicator omdat dat maar door één van de vele afnemers wordt gemeten en gewaardeerd. Al met al is het voor afnemers niet makkelijk om over al hun duizenden producten heen een integrale, consistente en voor alle ketenpartijen efficiënte manier van werken te vinden om hun assortiment te verduurzamen. Terwijl deze bedrijven door hun omvang juist een cruciale rol kunnen spelen in het verduurzamingsproces.

Het kan beter en eenduidiger

Daarom heeft The Sustainability Consortium een wereldwijd geharmoniseerd monitoring-systeem ontwikkeld en geïmplementeerd voor duurzaamheidsmeting van producten. Met het TSC-systeem kunnen bedrijven op een consistente manier werken aan continue verbetering van hun producten. Het systeem wordt aldoor verder aangescherpt op basis van de wereldwijde toepassing in een groot aantal bedrijven.

▼ De opbouw van de koffieketen en bijbehorende duurzaamheidshotspots

Coffee – Supply chain key performance indicators



Verduurzaming in Nederland

In het driejarige Continuous Improvement of Sustainability of all agro products-project zijn de TSC toolkits op succesvolle wijze geïmplementeerd in de ketens van in Nederland geconsumeerd voedsel. Naast het verder aanscherpen van de indicatoren en de instructies van de vragenlijsten voor Nederlands gebruik,* het beschrijven van links met relevante Nederlandse duurzaamheidsinitiatieven en het implementeren bij de bedrijven, heeft Wageningen University & Research een gedetailleerde inventarisatie gemaakt van relevante verbeteropties voor de productcategorieën.

voor de Bakker (NVB) en een aantal van hun leden, en Dr Oetker, PepsiCo en Peijnenburg geparticipeerd in een pilot voor het uitzetten van een vragenlijst voor graanproducten.

In totaal zijn er van 13 productcategorieën, 56 leveranciers gevraagd om de vragenlijsten in te vullen en bijna iedereen (98%) heeft meegedaan. Ook veel grote bedrijven deden mee zodat bij diverse productcategorieën meer dan de helft (tot zelfs 90%) van de totale Nederlandse consumptie was vertegenwoordigd.

* De wereldwijde standaardisatie is belangrijk omdat je dan wereldwijd gegevens met elkaar kunt vergelijken. In de vragenlijsten zijn we dicht bij de globale standaard gebleven, maar in sommige gevallen heeft een extra antwoordoptie ervoor gezorgd dat het instrument beter past in de Nederlandse situatie. Het sluit dan niet alleen aan bij wereldwijde initiatieven, maar ook bij Nederlandse.

Superunie, Aldi Nederland, Sligro Food Group en Albron hebben één of meerdere jaren vragenlijsten uitgestuurd naar hun leveranciers. Daarnaast hebben de Vereniging van Bakkerij en Zoetwaren (VBZ) en de Nederlandse Vereniging





Albron en CSM pakken samen duurzaamheid in de keten aan met toolkits van TSC

Duurzaam produceren kun je niet alleen, dat doe je samen met andere bedrijven in de keten. Mogelijke verbeteringen zoals het verminderen van broeikasemissies van producten kun je niet alleen inzichtelijk krijgen en aanpakken. Daar heb je elkaar voor nodig. Albron pakte dit voortvarend op met de toolkits van TSC en zocht de samenwerking met ketenpartners. CSM zag dat als een mooie aanleiding om de belangrijkste duurzaamheidsaspecten aan te scherpen. 'Onze klanten vinden duurzaamheid steeds belangrijker.'

Als een van de grootste cateraars in Nederland heeft Albron duurzaamheid hoog in het vaandel staan. Niet alleen voor de eigen activiteiten maar ook voor de keten. Het bedrijf wil de scores op de belangrijkste duurzaamheidsthema's (zoals de broeikasgasemissies) van alle producten in beeld brengen en daarvoor heeft Albron in 2017 en 2018 vragenlijsten uitgezet voor zeven productcategorieën. CSM Bakery Solutions is één van de bedrijven in de keten, als producent van een brede range bakkerijproducten en bakkerij ingrediënten voor professionele bakkers. Het van oorsprong Nederlandse bedrijf (CSM staat voor Centrale Suiker Maatschappij) heeft inmiddels een hoofdkantoor in Atlanta (VS) en verkoopt in meer dan honderd landen. Aan Albron levert CSM allerlei soorten afbakbroodjes, onder meer voor Center Parcs.

Informatie boven water krijgen

In overleg is besloten dat CSM de vragenlijst invult voor de Waldkorn Oergranen afbakbroodjes. De oergranen voor deze broodjes komen uit Hongarije en Oostenrijk en worden in Polen met andere ingrediënten (zoals bloem) verwerkt tot broodjes. Daarna gaan de producten naar Nederland. CSM kon de meeste duurzaamheidsvragen niet beantwoorden vanuit de eigen databases en zocht daarom contact met leveranciers. 'Het heeft ons best wat tijd gekost om de juiste informatie boven water te krijgen, maar het heeft ons ook veel opgeleverd', vertelt Dax Lira, Hoofd

Foodservice Benelux bij CSM. 'Onze klanten vinden duurzaamheid steeds belangrijker en de vragenlijst was voor ons een mooie aanleiding om de belangrijkste duurzaamheidsaspecten aan te scherpen.'

De methode van TSC helpt ons snel inzicht te krijgen op de hoofdzaken

CSM werkt ook met duurzaamheids-certificaten, maar de methode van TSC bevalt beter. Kris van den Wijngaert, Market Excellence manager foodservices en retail bij CSM: 'De benadering waarbij je gezamenlijk met afnemers op een flexibele manier werkt aan continue verbetering levert uiteindelijk meer duurzaamheidswinst op tegen lagere kosten.' Ineke Snijders, manager duurzaamheid van Albron, vult aan: 'De methode van TSC helpt ons snel inzicht te krijgen op de hoofdzaken waardoor de gesprekken rond verbeteringen efficiënt kunnen plaatsvinden. CSM heeft dat fantastisch aangepakt.'

Verder inzetten op duurzaamheid

Hoewel Albron er niet om heeft gevraagd, gaat CSM de vragenlijst nu ook voor andere producten invullen. Lira: 'Het is een goed instrument om duurzaamheid in beeld te brengen en verbeterpunten te vinden. Met de

resultaten hebben we al een aantal verbeteringen doorgevoerd in de organisatie. Zo hebben we een Europese taskforce duurzaamheid opgericht waar twee personen aan deelnemen vanuit onze vestiging in Antwerpen, waar we de levering aan Albron coördineren.' De Europese taskforce krijgt mandaat om bij alle onderdelen van het bedrijf en leveranciers de juiste informatie op te vragen en op basis daarvan prioriteiten vast te stellen. Het is vooral een procesmatige verbetering. Door de taskforce komt er capaciteit beschikbaar en het mandaat zorgt ervoor dat andere afdelingen er ook eerder prioriteit aangeven.

Onderdeel van het project is dat de afnemer (Albron) en leverancier (CSM) de uitkomsten op de vragenlijsten samen bespreken. WUR bereidt deze gesprekken voor, begeleidt ze en houdt de follow-up in de gaten. In de gesprekken met Albron kwamen ook onderwerpen aan de orde als de uitfasering van palmolie of volledige RSPO-segregatie als er geen goede vervanger is. Daarnaast was er aandacht voor het beter inzichtelijk maken van de boerderijen waar de oergranen worden geproduceerd, het inzichtelijk maken van broeikasgasemissies (met een efficiënt en specifiek model van WUR) en verduurzaming van verpakkingen. Er zijn zelfs vervolgspraken gemaakt om informatie uit te wisselen rond gezondheidsverbeteringen van de broodjes, terwijl dit buiten de scope van het project viel.

'Het is het krachtigste instrument
om de duurzaamheid te bevorderen
dat ik ooit heb gezien'

Koen Boone

Resultaten in een notendop

Bijna alle ketenpartijen waren het eens over de wetenschappelijk onderbouwde lijst met hotspots en indicatoren. Op die manier konden de gesprekken zich direct op de mogelijke verbeteringen richten in plaats van lange discussies over het belang van de verschillende onderwerpen en de juiste manier van meten. Bijna alle partijen vonden de gesprekken tussen de ketenpartners heel leerzaam en zinvol.

Bijna alle leveranciers zagen de korte, geharmoniseerde vragenlijsten als een efficiënte manier om aan verduurzaming te werken in de keten. Ook flexibiliteit bij het doorvoeren van verbeteringen zodat deze goed aansluiten op de eigen prioriteiten en mogelijkheden, werd erg gewaardeerd.

Door op productcategorie te werken in plaats van alle varianten van een product, kwam op een efficiënte manier een belangrijk deel van de Nederlandse voedselconsumptie aan de orde. De onderlinge vergelijking van de scores van leveranciers leidde tot nieuwe inzichten waarbij best practices navolging konden vinden. Bij productcategorieën in lange ketens met primaire productie buiten Nederland, konden veel bedrijven vragen over de impact op boerderijniveau niet beantwoorden of kostte dit veel tijd.

Meedoen?

In de komende jaren gaan we met dezelfde en nieuwe bedrijven aan andere voedselcategorieën werken. Hierbij wordt weer gebruikgemaakt van de specifieke expertise op alle deelgebieden binnen Wageningen. Verder zijn er vervolgtrajecten om te onderzoeken of de resultaten gebruikt kunnen worden voor communicatie met de consument (via de app Question Mark), voor het inkopen van duurzame cateringdiensten door de overheid en in de financiële sector (duurzamere bedrijven lopen minder risico's en zouden gunstigere financiële voorwaarden kunnen krijgen). Ook interesse? Neem contact op met Koen Boone of met Birgit de Vos.



Koen Boone
E koen.boone@wur.nl
T 06-2042 8718



Birgit de Vos
E birgit.devos@wur.nl
T +31 (0)70 335 83 54

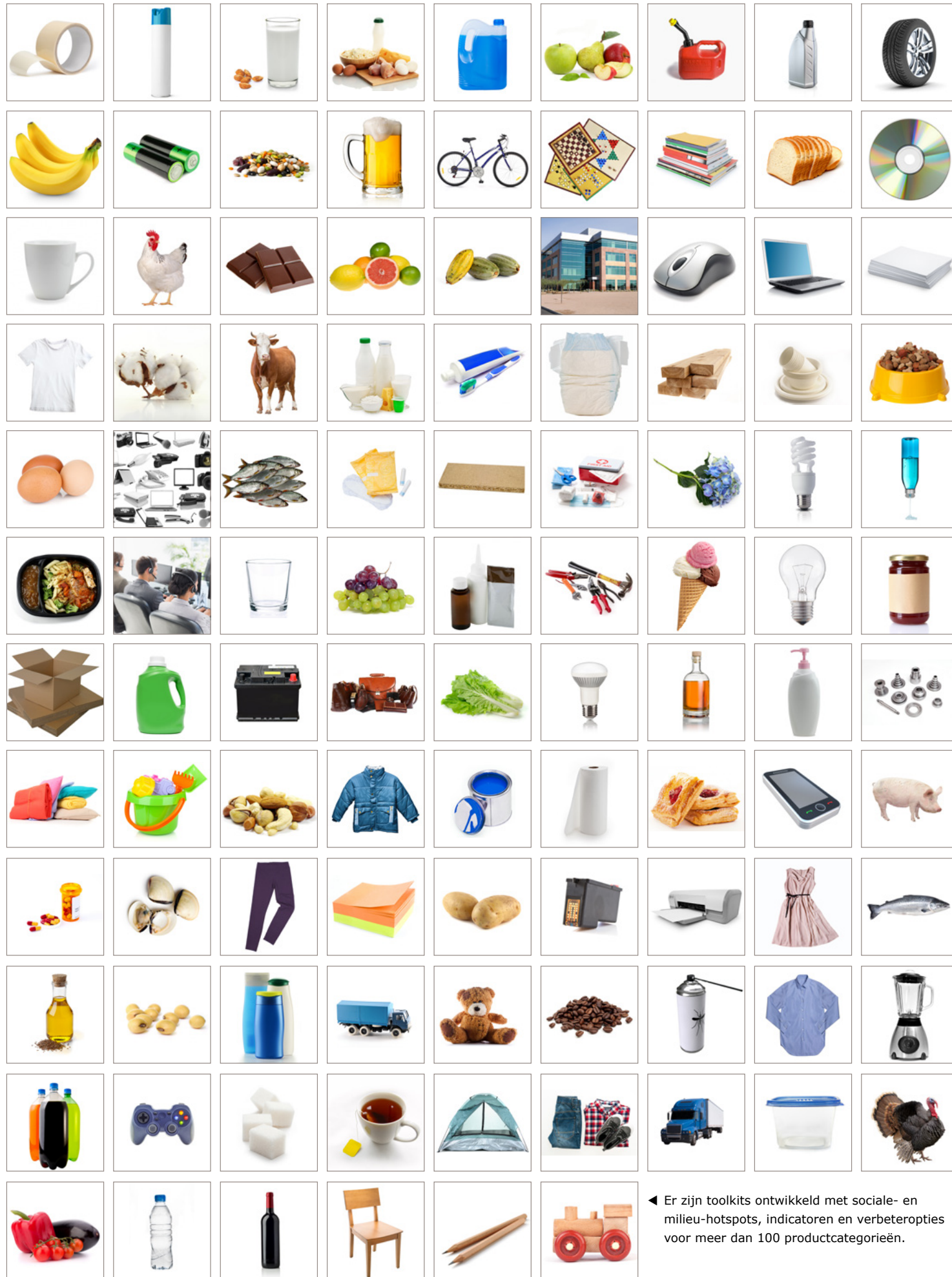
Duurzaamheidsverbeteringen

De deelnemende bedrijven hebben op de korte termijn een groot aantal (technische) duurzaamheidsmaatregelen genomen en een deel daarvan is rechtstreeks het gevolg van het project. Dat gaat van heel concreet als het gebruik van vrachtwagens met een lager energieverbruik, het invoeren van een duurzaamheidscertificaat en het verminderen van verpakkingsmateriaal tot meer procesmatige verbeteringen zoals het aanstellen van een coördinator duurzaamheid en het vaststellen van een duurzaamheidsstrategie. Daarnaast is het verduurzamen van agroproducten door het project bij veel leveranciers prominenter op de agenda komen te staan. Dat komt onder meer doordat zij meer inzicht hebben in de duurzaamheidsscores van de producten en meer inzicht hebben in wensen van afnemers. Vaak is de interne en externe afstemming en coördinatie rond duurzaamheid ook verbeterd. Deze procesmatige ontwikkelingen hebben naar verwachting op termijn ook een positief effect op de duurzaamheid van producten.

Financiering

Het project is mede gefinancierd door de Topsector Agro & Food en de Topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen. De private financiers zijn Alliantie Verduurzaming Voedsel (samenwerking van sectororganisaties uit de Nederlandse voedingsketens LTO, FNLI, KHN, Veneca, CBL en Nevedi), Superunie, Aldi Nederland, Sligro Food Group, Groenten Fruit Huis, Flora Holland, Benefits of Nature, Albron, Elanco, PRé Consultants, Unilever en Grodan.

Inzicht
leidt tot
aandacht
én
actie



◀ Er zijn toolkits ontwikkeld met sociale- en milieu-hotspots, indicatoren en verbeteropties voor meer dan 100 productcategorieën.

Wat is The Sustainability Consortium?

The Sustainability Consortium is een wereldwijde non-profitsamenwerking tussen meer dan honderd bedrijven, ngo's, overheidsinstanties en universiteiten, waaronder multinationals als Walmart, Bayer, Unilever, Pepsico, Marks & Spencer en BASF. De coördinatie ligt in handen van drie universiteiten: Arizona State University, University of Arkansas en Wageningen University & Research, waarbij Wageningen Economic Research de Europese activiteiten van TSC coördineert. Samen met de leden heeft TSC richtlijnen opgesteld om de duurzaamheid van producten te beoordelen en te verbeteren. Het consortium koppelt informatie over duurzaamheid direct aan de vraag van de bedrijfsinkopers via het TSC meet- en rapportagesysteem.

Om de duurzaamheid van consumentenproducten te kunnen meten zijn toolkits ontwikkeld met sociale- en milieu-hotspots, indicatoren en verbeteropties voor meer dan 100 productcategorieën.*

Het consortium vertaalt de complexiteit van duurzaamheid naar eenvoudige tools voor afnemers en hun leveranciers. Het systeem is wetenschappelijk onderbouwd en beoordeeld door stakeholders op praktische uitvoerbaarheid. Met hotspots, prestatie-indicatoren en verbetermogelijkheden voor verschillende soorten producten krijgen ketenspelers zicht op de duurzaamheid van hun producten. Ook zien ze welke stappen zij samen met leveranciers en afnemers kunnen zetten om op een efficiënte en effectieve manier te verduurzamen. Ketenspelers kunnen op deze manier met elkaar concurreren in een 'survival of the most sustainable' zoals dat ook op kwaliteit en prijs gaat.



Slim doorontwikkelen

In 2013 en 2014 verschenen de eerste versies van toolkits voor verschillende productgroepen. Sinds 2016 hebben we toolkits voor alle productcategorieën. Het gaat om lijvige achtergronddocumenten van dertig tot veertig pagina's, met uitgebreide literatuurverwijzingen. We vinden het belangrijk om transparant te zijn over de keuzes die zijn gemaakt bij het ontwikkelen van de toolkits. Via de specifiek ontwikkelde webbased software krijgen gebruikers alleen de vragen en waar nodig toelichting te zien zodat ze snel en efficiënt aan de slag kunnen.

Er wordt zo veel mogelijk voortgebouwd op bestaande duurzaamheidsinitiatieven zodat er geen dubbel werk wordt gedaan. In totaal wordt verwezen naar 430 andere initiatieven. Inmiddels zitten er 2.500 bedrijven in de databases, met een gezamenlijke omzet van 200 miljard euro. Ter vergelijking: in Nederland is de totale retailomzet jaarlijks 40 miljard euro. Het gaat dus om circa vijf keer deze omzet. Het betekent dat er veel vergelijkingsmateriaal is.

* Om het behapbaar te maken, hebben we ervoor gekozen te werken met productcategorieën. Dit maakt het overzichtelijk, relatief simpel en minder gedetailleerd. Een score geldt altijd voor een productcategorie en is niet uitgesplitst voor alle varianten van producten binnen de categorie. Dat zou implementatie door retailers onmogelijk maken want zij hebben al snel met 40.000 verschillende producten te maken. Voor elke productcategorie zijn maximaal 15 vragen geformuleerd die betrekking hebben op de hotspots.

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 5.000 medewerkers en 10.000 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.