



True cost accounting in Nederland

Een Quick Scan

Gerben Splinter



WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

True cost accounting in Nederland

Een Quick Scan

Gerben Splinter

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen Economic Research. Met dank aan het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit dat via de Topsector Agri & Food financiële ondersteuning heeft toegekend aan de PPS 'True Price: van inzicht naar actie' (LWV20.286), binnen welk kader deze publicatie tot stand is gekomen.

Wageningen Economic Research
Wageningen, november 2022

RAPPORT
2022-092

Splinter, G., 2022. *True cost accounting in Nederland; Een Quick Scan*. Wageningen, Wageningen Economic Research, Rapport 2022-092. 30 blz.; 0 fig.; 1 tab.; 0 ref.

Dit project ontvangt financiële steun van de Topsector Agri & Food en de Topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen. Binnen de Topsector Agri & Food werken bedrijfsleven, kennisinstellingen en de overheid samen aan innovaties voor veilig en gezond voedsel voor 9 miljard mensen in een veerkrachtige wereld. Binnen de Topsector Tuinbouw en Uitgangsmaterialen werken bedrijfsleven, kennisinstellingen en de overheid samen aan innovaties op het gebied van duurzame productie van gezond en veilig voedsel en de ontwikkeling van een gezonde, groene leefomgeving.

This report gives an overview of the current initiatives in the Netherlands in relation to true cost accounting in the agricultural sector for its main applications: food, animal feed and non-food. It outlines the various initiatives that there are, which parties are involved and where their focus lies. The partners in the PPS "True Price – From Insight to Action" expressed a need for an overview, which is provided by performing this 'quick scan'.

Trefwoorden: True Price; echte prijs; True Cost Accounting, duurzame bedrijfsvoering, voedselsystemen, duurzame voeding

Dit rapport is gratis te downloaden op <https://doi.org/10.18174/581223> of op www.wur.nl/economic-research (onder Wageningen Economic Research publicaties).

© 2022 Wageningen Economic Research
Postbus 29703, 2502 LS Den Haag, T 070 335 83 30, E communications.ssg@wur.nl,
www.wur.nl/economic-research. Wageningen Economic Research is onderdeel van Wageningen University & Research.



Dit werk valt onder een Creative Commons Naamsvermelding-Niet Commercieel 4.0 Internationaal-licentie.

© Wageningen Economic Research, onderdeel van Stichting Wageningen Research, 2022

De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven en afgeleide werken maken. Materiaal van derden waarvan in het werk gebruik is gemaakt en waarop intellectuele eigendomsrechten berusten, mogen niet zonder voorafgaande toestemming van derden gebruikt worden. De gebruiker dient bij het werk de door de maker of de licentiegever aangegeven naam te vermelden, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat zij daarmee instemmen met het werk van de gebruiker of het gebruik van het werk. De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.

Wageningen Economic Research aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Wageningen Economic Research is ISO 9001:2015 gecertificeerd.

Wageningen Economic Research Rapport 2022-092 | Projectcode 2282100395

Foto omslag: Shutterstock

Inhoud

| | | |
|---------------------|--|-----------|
| Woord vooraf | 5 | |
| Samenvatting | 6 | |
| Summary | 7 | |
| 1 | Overzicht van initiatieven rondom true cost accounting | 8 |
| 2 | Kernkarakteristieken van de verschillende initiatieven | 11 |
| 2.1 | Milk: Tony's Chocolonely - True Price (2013) | 11 |
| 2.2 | Coffee: Sustainable Food Trust Brazil (2013) | 11 |
| 2.3 | The Business Case for True Pricing (2014) | 12 |
| 2.4 | True value creation of OatWell (2015) | 12 |
| 2.5 | De echte prijs van melk (2016) | 13 |
| 2.6 | True Price Thee, koffie, cacao en katoen (2016) | 13 |
| 2.7 | Quantifying the potential impact of climate-smart agriculture for Mexican coffee; Kwantificering van de potentiële impact van klimaatvriendelijke landbouw voor Mexicaanse koffie (2017) | 14 |
| 2.8 | Maatschappelijke Effecten van Voedsel (2017) | 14 |
| 2.9 | The True Price of climate-smart coffee; Kwantificering van het potentiële effect van klimaatslimme landbouw voor Colombiaanse koffie (2018) | 15 |
| 2.10 | The True Cost of Cocoa Prepared for: Tony's Chocolonely (2018) | 15 |
| 2.11 | TAPP – Echte prijs van vlees (2018) | 16 |
| 2.12 | The True Price of Jeans (2019) | 16 |
| 2.13 | Futureproof Coffee Collective (2019) | 17 |
| 2.14 | Echte productiekosten in jaarverslagen (2019) | 17 |
| 2.15 | The Hidden Cost of UK food (2019) | 18 |
| 2.16 | Sustainably securing the future of agriculture (2019) | 18 |
| 2.17 | MKBA Toekomstbestendige veehouderij Transitie scenario's voor een stikstofdepositiezuinige sector (2020) | 19 |
| 2.18 | De echte prijs van appels (2020) | 19 |
| 2.19 | True pricing in food en agro (2020) | 20 |
| 2.20 | Studie Bakkerij Van Vesseem (2020) | 20 |
| 2.21 | De Aanzet (2020) | 21 |
| 2.22 | Externe kosten in de catering (2022) | 21 |
| 2.23 | Deloitte studie naar bereidheid van consumenten om echte prijs te betalen (2022) | 22 |
| 2.24 | The social costs of mangos (2022) | 22 |
| 2.25 | True Price Koffiehuis (2022) | 23 |
| 2.26 | True Pricing en consumentengedrag | 23 |
| 2.27 | De externe kosten van bananenproductie | 24 |
| 2.28 | Studie TRUESDAY | 24 |
| 2.29 | Coffee from Nicaragua and Brazil for Peeze | 25 |
| 2.30 | Improving Business Decision Making: Valuing the Hidden Costs of Production in the Palm Oil Sector | 25 |
| 2.31 | Impact Weighted Accounts Initiative | 26 |
| 2.32 | Valuation of livestock eco-agri-food systems: poultry, beef and dairy (2017) | 26 |
| 2.33 | The TEEBAgriFood initiative | 27 |
| 3 | Conclusies | 28 |



Woord vooraf

Deze notitie geeft een overzicht van de initiatieven rondom true cost accounting in Nederland. De partners binnen de PPS True Price: van Inzicht naar Actie hebben behoefte aan een dergelijk overzicht. We hebben de belangrijkste initiatieven bestudeerd en we hebben gesproken met een aantal partijen die in meerdere trajecten rondom dit onderwerp actief zijn. We danken hen hartelijk voor hun bijdrage. We hebben hen en alle PPS-partners bovendien gevraagd om de conceptnotitie te becommentariëren. We vertrouwen erop dat deze notitie de geïnteresseerden in true cost accounting helpt om zich een beeld te vormen van wat er gaande is in Nederland op dit terrein anno 2022 en dat het inspireert om elkaar op te zoeken en het netwerk te versterken. We willen ook TKI Landbouw, Water en Voedsel en het *ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit* bedanken. Immers, dankzij hun financiële bijdrage kunnen in de PPS True Price: van Inzicht naar Actie – samen met vele PPS-partners – de vele mogelijkheden van true cost accounting om te komen tot duurzame voedselketens worden verkend.



Ir. O. (Olaf) Hietbrink
Business Unit Manager Wageningen Economic Research
Wageningen University & Research

Samenvatting

De PPS-partners van de PPS True Price: van Inzicht naar Actie formuleerden de behoefte aan een overzicht van wat er vooral in Nederland gebeurt op het terrein van true cost accounting. Aan deze behoefte is gehoor gegeven door het uitvoeren van een quick scan.

Het doel van deze rapportage is te komen tot een overzicht van de initiatieven in Nederland rondom true cost accounting in de agrarische sector en zijn belangrijkste toepassingen: voedsel, veevoer en non-food. In beeld is gebracht welke initiatieven er zijn, welke partijen daarbij betrokken zijn en waar hun focus ligt.

Deze inventarisatie is uitgevoerd door een combinatie van deskresearch en enkele gesprekken met mensen in het veld die een overzicht hebben van de initiatieven.

De initiatieven zijn gekarakteriseerd naar de inhoud. Wat gebeurt er? Ook zijn de initiatieven ingedeeld naar betrokkenheid van actoren.

Er zijn ruim dertig initiatieven in beeld gebracht. Inzicht in duurzaamheidseffecten is de belangrijkste drijfveer voor de projecten rondom true cost accounting. Daarbij ligt het accent qua producten op grote tropische commodities als koffie, cacao en bananen.

Veel van de initiatieven behelzen een berekening van een echte prijs. Daarbij worden verschillende methodes gebruikt, zoals een economische benadering (met marginale kosten) en een meer juridische benadering die op rechten is gebaseerd.

De meeste van deze studies worden in opdracht van bedrijven geïnitieerd en aangestuurd. We tellen 19 initiatieven gericht op Business to Business (B2B), terwijl 15 initiatieven zich richten op Business to Consumer (B2C) en 11 initiatieven op het bedrijfsinterne gebruik. De bedrijven zien true cost accounting ook als een manier om consumenten te informeren. Een enkeling doet ook experimenten om de meerprijs aan consumenten door te rekenen.

Onderzoeken worden veelal gefinancierd met overheidssteun en de uitvoering van de studies ligt vaak in handen van kennisinstellingen en consultants.

Summary

The partners in the PPS “True Price – From Insight to Action” expressed a need for an overview of what is happening, especially in the Netherlands, in the field of true cost accounting. This need has been met by performing a quick scan.

The aim of this report is to produce an overview of the current initiatives in the Netherlands in relation to true cost accounting in the agricultural sector for its main applications: food, animal feed and non-food. It outlines the various initiatives that there are, which parties are involved and where their focus lies.

This assessment combined desk research with a number of interviews with people in the field who are abreast of the initiatives.

The initiatives have been characterised by their content. What is happening? The initiatives have also been classified according to the involvement of participants.

More than thirty initiatives are presented. It turns out that insight into sustainability effects is the main driver for true cost accounting projects. In terms of products, the emphasis is on large tropical commodities such as coffee, cocoa and bananas.

Many of the initiatives include a calculation of a true price. Various methods are used for this, e.g. an economic approach (with marginal costs) and a more legal approach based on rights.

Most of these studies are initiated and managed on behalf of companies. We counted 19 initiatives that target the business-to-business (B2B) market, 15 business-to-consumer (B2C) ones and 11 that focus on in-house use. The companies also see true cost accounting as a way to inform consumers. One or two also conduct experiments to pass the additional cost on to consumers.

Research is often financed with state aid, and the execution of the studies is frequently in the hands of university or research institutes and consultants.

1 Overzicht van initiatieven rondom true cost accounting

True pricing, true cost accounting, true value

True cost accounting is een methode waarmee duidelijk gemaakt wordt welke maatschappelijke kosten en baten gepaard gaan met de (voedsel)productie en consumptie. De zogenaamde echte prijs bevat niet alleen de betaalde kosten die in de winkelprijs tot uiting komt, maar ook alle maatschappelijke kosten voortvloeiend uit de productie en consumptie van voedsel. De echte prijs omvat dus de externe effecten die later, bij anderen en elders gevoeld worden zonder dat ze onderdeel van de markttransacties zijn.

Bijvoorbeeld bepaalde milieukosten, kosten van gezondheidszorg, kosten van onderbetaalde arbeid. De echte prijs kan ook externe baten omvatten in het geval er positieve effecten zijn die anderen ervaren.

Bijvoorbeeld: koolstofvastlegging, vorming van landschap, gezondheid van de mens. Wanneer deze zogenaamde positieve en negatieve externe effecten worden uitgedrukt in euro's (gemonetariseerd) spreken we over 'true costs' (de uitkomsten) en 'true cost accounting' (het proces om tot de uitkomsten te komen). Een ander relevant begrip is true value, dat betrekking heeft op de true price: bij true price worden alleen de negatieve effecten meegeteld, terwijl true value ook de positieve maatschappelijk opbrengsten meeneemt.

True cost en true cost accounting lijkt in de wetenschappelijke wereld steeds meer de boventoon te voeren. True pricing wordt gebruikt voor de implementatiemethode waarbij de externe kosten aan de consumenten doorberekend worden en via herstelbetalingen de verduurzaming gerealiseerd wordt.

Voor een overzicht van meerdere relevante begrippen,¹ zie Tabel 1.1.

Tabel 1.1 *Overzicht van relevante begrippen rondom true cost accounting*

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Echte prijs Interne kosten (marktprijs) plus de directe externe kosten uitgedrukt in monetaire eenheid.• Echte waarde Interne baten plus de externe baten. De externe baten omvatten de indirecte netto baten.• Externe en interne effecten Extern effect of externaliteit: een maatschappelijk effect van productie en consumptie van goederen of diensten op derden dat niet tot uitdrukking komt in marktprijs van de verschaft goederen of diensten. Intern effect: een effect van productie en consumptie van goederen of diensten dat tot uitdrukking komt in marktprijs van de verschaft goederen of diensten.• Externaliteiten Externe effecten.• Internaliseren van externaliteiten Het verbinden van interne kosten aan een externaliteit, waardoor deze beïnvloed wordt door marktwerking.• Maatschappelijk effect Het effect op de maatschappij van een actie of een verzameling aan acties ten opzichte van een nul-alternatief waarin die actie(s) niet had(den) plaatsgevonden:<ul style="list-style-type: none">○ Positief maatschappelijk effect (positieve impact): effect dat resulteert in maatschappelijke baten;○ Negatief maatschappelijk effect (negatieve impact): effect dat resulteert in maatschappelijke kosten.• Maatschappelijk effect van consumptie en productie Effect van de productie en consumptie van een product vergeleken met het nul alternatief waarin dat product niet wordt geproduceerd en geconsumeerd.• Maatschappelijke kosten (baten) Afname (toename) in brede welvaart als gevolg van maatschappelijke effecten.• Menselijk kapitaal Eigenschappen van individuen. Omvat competenties, capaciteiten, ervaringen, gezondheid, welzijn en motivatie van mensen. Voorbeelden van menselijk kapitaal zijn de fysieke en mentale gezondheid van individuen, de autonomie van individuen en de arbeidsproductiviteit van individuen. |
|---|

¹ Daarnaast bestaan Inclusive Wealth (UNEP), Ekokosten (TU Delft); Schaduwrijzen (CE Delft), Natural Capital Protocol, SROI, MKBA (CBS, PBL).

- **Natuurlijk kapitaal**
Voorraad aan natuurlijke activa. Omvat abiotische activa (grondstoffen, wind, lucht) en biotische activa (ecosystemen). Voorbeelden van natuurlijk kapitaal zijn water, land, mineralen, metalen, bossen en biodiversiteit.
- **Sociaal kapitaal**
Eigenschappen van gemeenschappen. Omvat de instituties, relaties, vertrouwen en normen binnen en tussen gemeenschappen. Voorbeelden van sociaal kapitaal zijn gedeelde waarden, de kwaliteit van relaties van een organisatie met stakeholders, de reputatie van een organisatie, het vertrouwen binnen een gemeenschap, het voldoen aan sociale normen zoals mensenrechten.
- **Sturingsvariable**
Een gedefinieerde indicator die kan dienen als sturingsinformatie.
- **True cost accounting**
Het berekenen van externe kosten en baten.
- **True pricing**
Het bepalen en communiceren van de echte prijs. True pricing beoogt te leiden tot het reduceren van externe kosten (zie ook internaliseren van externaliteiten).

Bron: De Groot et al. (2018).

Oiconomy pricing

Het initiatief oiconomy pricing wordt geleid door de Universiteit van Utrecht. Hoewel deze benadering nog niet is toegepast op agri-commodities, is het conceptueel een interessante aanvulling van de hier genoemde true cost accounting initiatieven. Een fundamenteel verschil is dat oiconomy uitgaat van de preventieve kosten en een duidelijk idee heeft hoe dit in hele ketens kan worden toegepast door middel van een normalisatie en doorberekening van de schaduwprijs in de vorm van ESCUs (Eco Social Cost Units). Ook is het model van oiconomy gebaseerd op open source data.

Een concept in ontwikkeling

De concepten 'echte prijs' en 'eerlijke prijs' zijn de afgelopen jaren ontwikkeld en nog in ontwikkeling. Verschillende initiatieven zijn gaande om een eerlijke prijs te kunnen berekenen. Idealiter ontstaat er een duidelijke, breed gedragen methodiek die omarmd is door alle partijen in de sector, en die ook publiek beschikbaar is voor iedereen. [De Echte en eerlijke prijs voor duurzame producten wil hieraan bijdragen.](#)

Het concept in de praktijk toegepast

Wanneer de echte prijs is berekend, is de vervolgvraag hoe deze kan bijdragen aan de verduurzaming van het voedselsysteem. Dat is onderwerp van de [PPS True Price: van Inzicht naar Actie](#). Verschillende partijen nemen deel aan deze PPS, waarin Wageningen UR en HAS Hogeschool in nauwe samenwerking met het bedrijfsleven verkennen hoe het concept van 'true cost accounting' kan helpen om tot een duurzaam voedselsysteem te komen. Binnen het kader van deze PPS is dit rapport geschreven.

Verschillende marsroutes onderscheiden

Binnen de bovengenoemde PPS onderscheiden we verschillende marsroutes waarlangs true cost accounting kan bijdragen aan duurzame voedselsystemen:

- **Marsroute 1** waarbij voedselaanbieders true cost accounting toepassen voor consumenten. Voedselaanbieders (retail, catering, restaurants, levensmiddelenindustrie) kunnen true cost accounting toepassen om consumenten te informeren over de externe effecten van hun te verkopen product, om daarmee hun aankoopproces te beïnvloeden. Ook kunnen ze hen vragen om de meerprijs te betalen.
- **Marsroute 2** waarbij voedselaanbieders true cost accounting toepassen voor leveranciers. Dezelfde voedselaanbieders kunnen true cost accounting toepassen om hun leveranciers aan te moedigen om duurzamer te produceren. Ook hier kan true cost accounting helpen om informatie over te brengen en daarmee het productiegedrag te beïnvloeden. Ook kan true cost accounting als onderdeel van een leveringscontract worden opgenomen met eigenstandige doelen en afspraken.
- **Marsroute 3** waarbij bedrijven true cost accounting toepassen voor eigen bedrijfsvoering, bijvoorbeeld in strategische besluitvorming, in beloning van activiteiten, in communicatie naar buiten toe, in risicomanagement.
- **Marsroute 4** waarin true cost accounting wordt toegepast in de markt van keurmerken. In Nederland kennen we veel keurmerken met vooral een eendimensionale focus op duurzaamheid. Denk aan milieu, dierenwelzijn of sociale aspecten. Duurzaam voedsel betekent dat er aan alle elementen van duurzaamheid

wordt gewerkt. True cost accounting kan daarbij helpen en de eendimensionale keurmerken bij elkaar brengen.

- *Marsroute 5* waarin de overheid true cost accounting toepast in haar beleid om te komen tot duurzame voedselsystemen. De overheid kan true cost accounting toepassen in de verschillende stadia van beleidsvorming: voorbereiding, uitvoering en evaluatie.
- *Marsroute 6* waarin investeerders en financiers die voedselsystemen mede vormgeven true cost accounting gebruiken om de financiering mede te sturen en te beoordelen.
- *Marsroute 7* waarin stakeholders in een gebied true cost accounting toepassen om de gebiedsgerichte aanpak uit te werken. De gebiedsgerichte aanpak is een insteek die de overheid voor ogen heeft bij bijvoorbeeld de uitwerking van de stikstofproblematiek.

In de PPS True Price: van Inzicht naar Actie worden verschillende casussen en experimenten uitgewerkt die passen bij deze verschillende marsroutes.

Behoeftte aan overzicht van initiatieven

De PPS-partners van de PPS True Price: van Inzicht naar Actie formuleerden de behoefte aan een overzicht van wat er vooral in Nederland gebeurt op het terrein van true cost accounting. Het overzicht hoeft niet uitputtend te zijn, maar een overzicht van de belangrijkste initiatieven zou hen helpen om anderen te vinden, daar contacten mee te leggen en het netwerk te versterken. Aan deze behoefte is gehoor gegeven door het uitvoeren van deze quick scan. Het doel van deze rapportage is te komen tot een eerste en voorlopig overzicht van de initiatieven die in Nederland gaande zijn rondom true cost accounting in de agrarische sector voor haar belangrijkste toepassingen: voedsel, veevoer en non-food. We brengen in beeld welke initiatieven er zijn (hoofdzakelijk vanuit Nederland geïnitieerd), welke partijen daarbij betrokken zijn en waar hun focus ligt. Daarbij maken we gebruik van bovenstaande indeling van marsroutes.

Aanpak

Deze inventarisatie is uitgevoerd door een combinatie van deskresearch en enkele gesprekken met mensen in het veld die een overzicht hebben van de initiatieven: JanPaul van Soest en Eva van den Broek (Transitiecoalitie Voedsel) van het Meerjarig Experimenteerprogramma Echte en Eerlijke Prijzen, Cees van Straten (RVO) die Community of Practice rondom true cost accounting coördineert, Claire van den Broek en Pietro Galgani (True Price) die vele studies rondom true cost accounting hebben uitgevoerd en ook Lonneke de Graaff (CE Delft) waar veel werk rondom true cost accounting plaatsvindt. Tot slot hebben we binnen Wageningen UR enkele mensen benaderd die actief zijn in het dossier true cost accounting.

We hebben ook enkele belangrijke initiatieven in het buitenland meegenomen. Deze inventarisatie bevat echter niet de case studies in het kader van de PPS Echte en eerlijke prijs en de PPS True Price: van Inzicht naar Actie. Deze studies zijn nog gaande en nog niet openbaar.

We hebben de initiatieven allereerst gekarakteriseerd naar de inhoud. Wat gebeurt er? Daarbij hebben we onderscheid gemaakt tussen:

- initiatieven waar een echte prijs is berekend (inclusief het jaar waarin dat is gebeurd); en
- initiatieven waar de toepassing van true cost accounting centraal staat met de eerdergenoemde zeven marsroutes.

Ook zijn de initiatieven ingedeeld naar betrokkenheid van actoren: overheid, kennisinstellingen/consultancy, marktactoren opgesplitst naar primaire producenten, verwerkers en retail. Tot slot zijn er eventuele uitkomsten en resultaten beschreven en is opgetekend of het project nog gaande is, dan wel afgerond is.

In hoofdstuk 2 zijn de kernkarakteristieken voor de verschillende initiatieven kort beschreven waarna in hoofdstuk 3 de belangrijkste conclusies getrokken worden.

2 Kernkarakteristieken van de verschillende initiatieven

2.1 Milk: Tony's Chocolonely - True Price (2013)

Betrokken partijen

In aanvulling op initiatief 15 hebben Tony's Chocolonely en True Price in hun rol van opdrachtgever en uitvoerder ook de true price van andere ingrediënten van de chocoladereep bestudeerd.

Beschrijving

Het onderzoek van True Price om de externe kosten van een chocoladereep te bepalen vereiste een evaluatie van ook de niet-cacao-ingrediënten, waarvan melkpoeder de belangrijkste is. Daarom berekende True Price de externe milieukosten van melkpoeder, als aanvulling op de resultaten van initiatief 15.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening true cost
2. Toepassing: B2B, B2C, intern
3. Met betrokkenheid van: verwerker, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [Milk: Tony's Chocolonely - True Price](#)

2.2 Coffee: Sustainable Food Trust Brazil (2013)

Betrokken partijen

True Price heeft op een conferentie georganiseerd door Sustainable Food Trust een inleiding gehouden over de echte prijs van koffie in Brazilië.

Beschrijving

True Price berekende de echte prijs van koffie uit Brazilië en vergeleek conventionele koffie met de beste praktijken 'Fairtrade Organic'-koffie.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2B, B2C, keurmerk, overheid
3. Met betrokkenheid van: goed doel organisatie, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [Coffee: Sustainable Food Trust Brazil - True Price](#)

2.3 The Business Case for True Pricing (2014)

Betrokken partijen

True Price, Deloitte, EY and PwC zijn gezamenlijk uitvoerder van dit initiatief.

Beschrijving

Business case voor *true pricing*. Case studies illustreren hoe organisaties monetaarisering kunnen gebruiken om hun management van externaliteiten te intensiveren. Dit is doorontwikkeld tot een Geïntegreerde Winst & Verliesrekening (IP&L)-aanpak voor bedrijven. Dit biedt een instrument om waardencreatie voor stakeholders te meten. Het laat zien hoeveel positieve en negatieve waarde kan worden gecreëerd voor de samenleving. De IP&L is een uitbreiding van de traditionele P&L, die financiële waardencreatie voor aandeelhouders vastlegt; de IP&L legt financiële en niet-financiële waardencreatie vast voor alle belanghebbenden. Het kwantificeert de belangrijkste effecten, zoals winst, klanttevredenheid en CO₂-uitstoot, en financiert deze effecten om ze vergelijkbaar te maken.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Methodologie van true price en true cost
2. Toepassing: B2B, intern, financiering/investering door derden
3. Met betrokkenheid van: financiële instelling, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [True-Price-Report-The-Business-Case-for-True-Pricing.pdf \(trueprice.org\)](#)

2.4 True value creation of OatWell (2015)

Betrokken partijen

Als opdrachtgever heeft Royal DSM de onderzoeksvraag geformuleerd en True Price heeft de uitvoering ter hand genomen.

Beschrijving

DSM heeft de echte waarde² van een van haar innovatieve producten bepaald met True Price en gepubliceerd in haar jaarverslag (DSM, 2016). Het betreft Oatwell®, een actief ingrediënt, gemaakt uit haver, dat kan helpen om cholesterolniveaus en bloedsuikerwaarden te verlagen. Op basis van wetenschappelijke studies zijn de belangrijkste effecten op milieu en gezondheid geïdentificeerd, gekwantificeerd en gewaardeerd. Hierbij zijn ook indirecte kosten en baten van belang. DSM heeft deze resultaten onder meer in haar interne bewustwording en verslaggeving gebruikt.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van Echte Waarde
2. Toepassing: B2B, intern
3. Met betrokkenheid van: producent, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [OatWell®: DSM - True Price](#)

² De definitie van de echte waarde is de interne plus externe baten van een product.

2.5 De echte prijs van melk (2016)

Betrokken partijen

Nicolaas G. Pierson Foundation, namens de Provinciale Statenfracties van de Partij voor de Dieren in Noord-Holland, Zuid-Holland, Flevoland, Gelderland, Overijssel, Utrecht, Friesland en Groningen en Quivertree als uitvoerder.

Beschrijving

Onderzoek naar de *echte prijs van melk* (Van Duursen en De Leeuw, 2016). Het onderzoek neemt een selectie aan milieukosten en sociale kosten mee.

Door een schatting te maken van de externe maatschappelijk gedragen kosten bij de productie van melk geeft dit onderzoek een *indicatie van de 'echte' prijs van melk*. Dit onderzoek is *gebaseerd op een literatuurstudie*. Om een helder beeld te scheppen, kijkt men in deze studie naar een 'gemiddeld' product: een liter consumentenmelk. Om de externe kosten te bepalen wordt de *impact pathway approach* (Friedrich et al., 1998) toegepast. Deze methode omvat drie stappen: 1. Inventarisatie van mogelijke effecten die leiden tot externaliteiten; 2. Het kwantificeren van deze effecten; 3. Het waarderen van deze effecten.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening en methodiek van True price
2. Toepassing: overheid
3. Met betrokkenheid van: Consultancy

Meer informatie, zie website:

- https://www.ngpf.nl/wp-content/uploads/2016/02/NGPF_RAPPORT_ECHTE_PRIJS_MELK_240216.pdf

2.6 True Price Thee, koffie, cacao en katoen (2016)

Betrokken partijen

Het Nederlandse Initiatief Duurzame Handel (IDH) en True Price hebben als opdrachtgever respectievelijk uitvoerder vier studies over echte prijzen uitgevoerd.

Beschrijving

Vier overzichtsstudies over *de echte prijs* van koffie, cacao, katoen en thee (IDH & True Price, 2016abcd). In deze studies werden de externe kosten van de koffie-, katoen-, cacao- en thee keten onderzocht, met het oog op de besluitvorming voor de verschillende programma's van IDH.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, B2C
3. Met betrokkenheid van: stichting, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- <https://www.impactinstitute.com/nl/portfolio-items/idh-commodities/>
- <https://www.idhsustainabletrade.com/about-idh/>
- [TP-Tea.pdf \(trueprice.org\)](#)
- [TP-Cotton.pdf \(trueprice.org\)](#)
- [TP-Coffee.pdf \(trueprice.org\)](#)
- [TP-Cocoa.pdf \(trueprice.org\)](#)

2.7 Quantifying the potential impact of climate-smart agriculture for Mexican coffee; Kwantificering van de potentiële impact van klimaatvriendelijke landbouw voor Mexicaanse koffie (2017)

Betrokken partijen

Solidaridad en True Price zijn de uitvoerders van het onderzoek.

Beschrijving

Onderzoek naar de relatie tussen de kosten en baten van klimaatslimme landbouw. Gericht op Mexicaanse kleine boeren. Gebaseerd op een uitgebreid literatuuronderzoek en primaire gegevens van een *groep kleine boeren* in de regio Chiapas. De studie heeft tot doel de vijf criteria te beoordelen op basis van een geïntegreerde benadering van externe effecten, zoals ontwikkeld door True Price. Twee centrale beoordelingen zijn die van *de echte prijs (van een product)* en de echte Return on Investment (ROI).

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: intern
3. Met betrokkenheid van: ngo, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [The-True-Price-Of-Climate-Smart-Coffee-Solidaridad.pdf \(sustainablefoodlab.org\)](#)

2.8 Maatschappelijke Effecten van Voedsel (2017)

Betrokken partijen

Wageningen Economic Research en True Price in opdracht van ministeries van Economische Zaken, Infrastructuur & Milieu en Buitenlandse Zaken.

Beschrijving

Naar aanleiding van het WRR-rapport 'Naar een voedselbeleid', hebben *de ministeries van Economische Zaken, Infrastructuur & Milieu en Buitenlandse Zaken*, Wageningen Economic Research en True Price gevraagd zowel positieve als negatieve *effecten van de Nederlandse voedselconsumptie* vast te stellen. Om de haalbaarheid en toepasbaarheid van het in kaart brengen van de maatschappelijke effecten te vergroten, is binnen dit project *een methodiek ontwikkeld* die snel kan worden uitgevoerd, en die tegelijkertijd objectief en empirisch onderbouwd is.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Methode van true price ontwikkeling
2. Toepassing: geen
3. Met betrokkenheid van: overheid, kennisinstelling

Meer informatie, zie website:

- <https://edepot.wur.nl/408313>
- [Principles for True Pricing - True Price](#)

2.9 The True Price of climate-smart coffee; Kwantificering van het potentiële effect van klimaatslimme landbouw voor Colombiaanse koffie (2018)

Betrokken partijen

Solidaridad en True Price hebben onderzoek gedaan naar de echte prijs van Colombiaanse koffie.

Beschrijving

De Nederlandse ontwikkelingsorganisatie Solidaridad heeft met True Price onderzoek gedaan naar *de echte prijs* van koffie in Colombia. Uitkomsten waren dat 'traditionele' boeren (die weinig gebruik maken van moderne technieken) hun inkomen flink kunnen verhogen én de externe kosten met meer dan 70% kunnen reduceren door over te stappen op Climate Smart Agriculture (CSA)-technieken.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: intern
3. Met betrokkenheid van: ngo, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- <https://trueprice.org/nl/consumer/coffee-solidaridad-colombia/>
- <https://www.solidaridadnetwork.org/wp-content/uploads/migrated-files/publications/TP%20CSA%20Coffee%20COL.pdf>

2.10 The True Cost of Cocoa Prepared for: Tony's Chocolonely (2018)

Betrokken partijen

Tony's Chocolonely is opdrachtgever en True Price is uitvoerder van de studie rondom true costs van chocolade.

Beschrijving

Chocolademerk Tony's Chocolonely heeft met True Price een studie uitgevoerd in 2013 naar de echte prijs van hun chocolade om te kijken hoe ver zij waren in hun missie naar slaafvrije en duurzame chocolade en hoe zij tot een volledig duurzame reep zouden kunnen komen.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, B2C, intern
3. Met betrokkenheid van: verwerker, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [True Cost of Cocoa. Progress Report Tony's Chocolonely 2018. V3.1 \(trueprice.org\)](https://trueprice.org/nl/the-true-cost-of-cocoa-tonys-chocolonely-progress-report/)
- <https://trueprice.org/nl/the-true-cost-of-cocoa-tonys-chocolonely-progress-report/>

2.11 TAPP – Echte prijs van vlees (2018)

Betrokken partijen

De TAPP-coalitie verenigt verschillende marktpartijen en ngo's die pleiten voor een eerlijkere prijs voor vlees en andere dierlijke eiwitten. In dat kader is onderzoek uitgevoerd door CE Delft.

Beschrijving

De TAPP-coalitie rekent in dit project voor wat de baten en gevolgen zijn van een milieuheffing per kg vlees (2 euro/kg kip, 4,50 euro/kg varkensvlees en 5,7 euro/kg rundvlees) en stellen mitigatie voor. De uitkomsten ervan zijn door het Rijk overgenomen in de Brede Maatschappelijke Heroverwegingen (reële vleesprijzen).

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, B2C, overheid
3. Met betrokkenheid van: overheid, kennisinstelling, producent, verwerker

Meer informatie, zie website:

- <https://www.tappcoalitie.nl/vleesprijs>
- [De echte prijs van vlees - CE Delft](#)
- [CE Delft 7N81 De echte prijs van vlees DEF.pdf](#)

2.12 The True Price of Jeans (2019)

Betrokken partijen

ABN AMRO en Impact Institute zijn respectievelijk opdrachtgever en uitvoerder van de studie naar true price van jeans.

Beschrijving

Dit onderzoek berekent de *true price gap* voor een spijkerbroek, waarvan het katoen wordt verbouwd en gebruikt voor de productie van denimtextiel in India, gevolgd door de spijkerbroekenproductie in Bangladesh.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true cost
2. Toepassing: geen
3. Met betrokkenheid van: producent, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [True Price of Jeans](#)

2.13 Futureproof Coffee Collective (2019)

Betrokken partijen

Futureproof Coffee Collective is een initiatief van MVO Nederland, de beweging van ondernemers die de nieuwe economie vormgeven. MVO Nederland faciliteert het proces. True Price, Soil & More en EY staan de koffiebedrijven bij in de ontwikkeling van het (open source) model, speciaal *gericht op MKB*.

Beschrijving

In dit project wordt aan drie vraagstukken gewerkt: (1) Volledige en radicale transparantie in de hele koffieketen; (2) Het op tafel krijgen van de *echte prijs van koffie* – een prijs die de verborgen ecologische en sociale kosten meerekent in de inkooprijzen en (3) Samenwerking tussen *alle schakels in de keten* organiseren.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B
3. Met betrokkenheid van: consultancy, producent, verwerker

Meer informatie, zie website:

- <https://www.mvonederland.nl/news/waarom-deze-koffiebedrijven-gaan-voor-transparantie-en-de-echte-prijs-en-niet-voor-het-zoveelste-duurzaamheidskeurmerk/>
- <https://www.futureproofcoffeecollective.nl/>
- [Deze koffiebedrijven gaan de werkelijke kosten van koffie in kaart brengen | Futureproof Community | matchmaking sustainable entrepreneurship](#)

2.14 Echte productiekosten in jaarverslagen (2019)

Betrokken partijen

EY ontwikkelt in samenwerking met Soil & More Impacts een standaard voor de agrifood-sector voor het opnemen van *echte productiekosten* in jaarverslagen.

‘True Cost - From Costs to Benefits Initiative’ is een onafhankelijk onderzoeksproject dat wordt uitgevoerd door Soil & More Impacts GmbH en TMG - Töpfer, Müller, Gaßner GmbH en financieel wordt gesteund door Eosta BV, GEPA Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH, GLS Gemeinschaftsbank eG, Hipp-Werk Georg Hipp OHG, MB-Holding GmbH & Co. KG, Bischöfliches Hilfswerk MISEREOR e. V., PRIMAVERA LIFE GmbH en Ulrich Walter GmbH.

Beschrijving

Bedrijven willen over duurzaamheidseffecten en -risico's rapporteren met dezelfde discipline en nauwkeurigheid als voor traditionele financiële informatie wordt gedaan. De nadruk wordt gelegd op de milieu- en sociale effecten, alsmede de effecten van bedrijven op mensen en op de planeet. Met de behoefte aan bredere risicobeoordelingen en transparantere rapportage komt de behoefte aan kwalitatief betere, voor de besluitvorming relevante en vergelijkbare duurzaamheidsgegevens en een uniforme aanpak voor gegevensverzameling, indicatoren en rapportage van relevante duurzaamheidskwesties. *True Cost Accounting (TCA) kan hierbij helpen door bedrijven een methode te bieden om hun milieu-, sociale en menselijke impact te beoordelen, te waarderen en te rapporteren*. Het TCA AgriFood Handbook is ontwikkeld door het True Cost Accounting Initiative en schetst een TCA-methodologie *voor de voedings- en landbouwsector*. Deze standaard heeft betrekking op bedrijven in tegenstelling tot de eerdere voorbeelden die zich focussen op producten/productieketens.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true cost
2. Toepassing: intern
3. Met betrokkenheid van: financiële instelling, producent, verwerker

Meer informatie, zie website:

- https://tca2f.org/wp-content/uploads/2022/03/TCA_Agrifood_Handbook.pdf
- <https://tca2f.org/initiative/>

2.15 The Hidden Cost of UK food (2019)

Betrokken partijen

Sustainable Food Trust heeft onderzoek gepubliceerd naar de verborgen kosten van productie en consumptie van voedsel in Groot Brittannië.

Beschrijving

'The Hidden Cost of UK Food' werd gepubliceerd in 2017 en herzien in 2019. In het onderzoek wordt gepleit voor een beleidswijziging waarbij de vervuiler betaalt en landbouwsubsidies worden gebruikt om een verschuiving naar duurzamere productievormen aan te moedigen die zowel het milieu als de volksgezondheid ten goede komen.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true cost
2. Toepassing: overheid
3. Met betrokkenheid van: kennisinstelling

Meer informatie, zie website:

- <https://sustainablefoodtrust.org/key-issues/true-cost-accounting/>
- <https://sustainablefoodtrust.org/wp-content/uploads/2013/04/Website-Version-The-Hidden-Cost-of-UK-Food.pdf>

2.16 Sustainably securing the future of agriculture (2019)

Betrokken partijen

WWF Duitsland is opdrachtgever van deze studie met Boston Consulting Group (BCG) als uitvoerder.

Beschrijving

Het betreft een welvaart economische analyse (macro-MKBA) van externe kosten van landbouw- en voedselsysteem in Duitsland. Dit onderzoek wil een bijdrage leveren aan de huidige discussie over duurzame landbouw.

Dit onderzoek is bedoeld om de *discussie tussen belanghebbenden uit de landbouw, politiek, wetenschap, samenleving en natuurbehoud* te voeden met kennis en informatie. WWF Duitsland wil een bredere maatschappelijke discussie aanwakkeren over hoe we kunnen zorgen voor betaalbaar, gezond en veilig voedsel in de toekomst en toch bewustzijn creëren voor de werkelijke productiekosten.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true cost
2. Toepassing: B2B, intern, overheid
3. Met betrokkenheid van: consultancy

Meer informatie, zie website:

- <https://web-assets.bcg.com/e8/be/1e68bff34487ac9fad313f5a8309/sustainably-securing-the-future-of-agriculture.pdf>

2.17 MKBA Toekomstbestendige veehouderij Transitiescenario's voor een stikstofdepositiezuinige sector (2020)

Betrokken partijen

Ecorys heeft in opdracht van Greenpeace dit initiatief uitgevoerd.

Beschrijving

Hoeveel kost het de Nederlandse maatschappij om op een sociaal verantwoorde wijze de transitie te maken naar ecologische kringloop veehouderij zonder gebruik van (end-of-pipe) technieken, waarbij de stikstofproblematiek wordt aangepakt en tevens tegemoet wordt gekomen aan de opgaven rond klimaat? Vanuit welke middelen zou deze transitie bekostigd kunnen worden?

Drie scenario's zijn doorgerekend met een nieuw stikstofdepositiereductie gerelateerd MKBA-model. Ze bestaan uit maatregelpakketten waarmee de beoogde halvering van de stikstofdepositie op Nederlandse bodem kan worden bereikt. De uitkomsten geven inzicht in de verschillende keuzes die in de komende tijd gemaakt kunnen gaan worden.

De stap naar monetarisatie is (nog) niet gemaakt, maar de uitkomsten van dit project kunnen een mogelijke voorbode van true price-initiatieven zijn.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. GEEN berekening van true price of true cost
2. Toepassing: overheid, gebiedsgericht
3. Met betrokkenheid van: overheid, ngo, kennisinstelling

Meer informatie, zie website:

- https://www.greenpeace.org/static/planet4-netherlands-stateless/2020/01/4088dc95-ecorys-toekomstbestendige-veehouderij_1901-1.pdf
- [MKBA-PAS-maatregelen \(greenpeace.org\)](https://www.greenpeace.org/nl/acties/mkba-pas-maatregelen)

2.18 De echte prijs van appels (2020)

Betrokken partijen

De Fruitmotor is opdrachtgever en True Price is uitvoerder van onderzoek naar de echte prijs van appels van de coöperatie Fruitmonitor.

Beschrijving

Het project bevat de *berekening van de echte kosten appels die de Fruitmotor gebruikt om cider van te maken*, inclusief een benchmark die als basis kan dienen voor de strategie en communicatie van De Fruitmotor.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, intern
3. Met betrokkenheid van: producent, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- <https://trueprice.org/wp-content/uploads/2020/07/De-echte-prijs-van-appels.pdf>

2.19 True pricing in food en agro (2020)

Betrokken partijen

Transitiecoalitie Voedsel is penvoerder, True Price is projectleider en het uitvoerend consortium bestaat uit: True Price, EY, Wageningen Economic Research, Soil & More Impacts.

Beschrijving

Deze studie omvat een verkenning van *de toepassing van true pricing* op drie producten uit de Nederlandse landbouw- en voedselsector, waarbij verschillende belanghebbenden zijn betrokken. Binnen dit onderzoek is naar drie herkenbare karakteristieke Nederlandse voedingsmiddelen gekeken: tafelaardappelen, volle melk en kastomaten. Voor ieder van de voedingsmiddelen is een inschatting gemaakt van de *grootte van de drie externe kosten* (klimaatverandering, bodemkwaliteit en onderverdiening) waarop wordt ingezoomd.

Dit project is een verkenning en een leertraject voor een verder te *ontwikkelen methodologie* die in de meerjarige PPS Echte en Eerlijke prijs verder vorm krijgt. De uit deze studie te trekken conclusies moeten dan ook vooral worden gezien als lessen voor volgende stappen en ontwikkelingen.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, intern
3. Met betrokkenheid van: overheid, kennisinstelling, consultancy, producent

Meer informatie, zie website:

- [2020-03-11 Verkenning-True-Pricing-en-True-Cost-in-Food-Agri.pdf \(transitiecoalitievoedsel.nl\)](#)

2.20 Studie Bakkerij Van Vessem (2020)

Betrokken partijen

Bakkerij Van Vessem, Jos Huybrechts, heeft in samenwerking met True Price de echte prijs gap berekend.

Beschrijving

Samen met Bakker van Vessem heeft True Price de eerste *echte broodprijs berekend*. True Price vergeleek hun Hollandsch Brood met een geconstrueerd gemiddeld brood dat in Nederlandse supermarkten wordt verkocht, met geïmporteerde ingrediënten en conventionele landbouwmethoden.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, B2C
3. Met betrokkenheid van: producent, verwerker

Meer informatie, zie website:

- <https://www.bakkersinbedrijf.nl/nieuws/vakmanschap-de-beste-grondstoffen-en-een-duurzaam-proces>
- <https://trueprice.org/nl/consumer/bread-bakker-van-vessem/>
- [The First Ever True Price of Bread - True Price](#)

2.21 De Aanzet (2020)

Betrokken partijen

Supermarkt De Aanzet en True Price zijn als respectievelijk opdrachtgever en uitvoerder betrokken.

Beschrijving

De winkel De Aanzet is de eerste supermarkt ter wereld die 'echte prijzen' rekent. Om te beginnen voor een aantal soorten *groenten en fruit* en voor *brood*. Er is voor vier indicatoren gekozen die veel impact hebben: klimaatbelasting, watergebruik, grondgebruik en onderbetaling. Later volgen meer verborgen kosten. True Price berekent gemiddelde waarden, bijvoorbeeld voor watergebruik.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, B2C
3. Met betrokkenheid van: producent, verwerker, retailer

Meer informatie, zie website:

- <https://www.trouw.nl/duurzaamheid-natuur/deze-supermarkt-rekent-echte-prijzen-je-betaalt-ook-voor-klimaatbelasting-landgebruik-en-onderbetaling~bcdffb55/>
- [Supermarkt De Aanzet - True Price](#)

2.22 Externe kosten in de catering (2022)

Betrokken partijen

CE Delft heeft, vanuit het experimentenprogramma True Pricing (LNV & Transitiecoalitie Voedsel), cateraars en opdrachtgevers bij elkaar gebracht.

Betrokken stakeholdergroepen zijn onder andere: organisaties, cateraars, consumenten, leveranciers, tussenhandelaren, producenten en ngo's, zoals de milieufederaties.

Beschrijving

Het doel van dit project is antwoord geven op de vraag: Hoe kunnen cateraar en opdrachtgever via beprijzing van milieu-effecten (externe kosten) bijdragen aan het verduurzamen van catering? Het project geeft inzicht in mogelijkheden en barrières.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2B, B2C
3. Met betrokkenheid van: overheid (als inkoper van catering), kennisinstelling, cateraars

Meer informatie, zie website:

- <https://ce.nl/publicaties/externe-kosten-in-de-catering/>

2.23 Deloitte studie naar bereidheid van consumenten om echte prijs te betalen (2022)

Betrokken partijen

Met Hutten als cateraar in een bedrijfsrestaurant van Deloitte heeft True Price onderzoek gedaan naar de bereidheid van consumenten om de echte prijs te betalen.

Beschrijving

True Price heeft de *werkelijke prijs berekend* van de vier populairste soorten koffie en muntthee die worden geschonken in het Deloitte 'The Edge' kantoor in Amsterdam. Vanaf 14 februari 2022 zullen *Deloitte medewerkers en hun bezoekers* die een van deze dranken bestellen bij de koffiebar gevraagd worden of zij bereid zijn de extra kosten te betalen. De koffiebar zal het aantal drankjes tellen waarvoor vrijwillig de echte prijs is betaald, om het succes van het initiatief te meten.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2C
3. Met betrokkenheid van: catering, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [Deloitte launches True Price Coffee Bar](#)

2.24 The social costs of mangos (2022)

Betrokken partijen

Jumbo als opdrachtgever en Impact Institute als uitvoerende partij hebben aan dit initiatief gewerkt.

Beschrijving

Gedurende twee jaar heeft Jumbo twee sociale impactscans (SIS) uitgevoerd voor telkens een ander mangoproduktiebedrijf in Ivoorkust.

De SIS is een effectbeoordeling die is ontwikkeld door Impact Institute (spin-off True Price) om de sociale gevolgen van het productieproces in kaart te brengen, te meten en te waarderen.

Beide scans heeft in een beoordeling van drie effecten geresulteerd. De eerste scan heeft negatieve effecten op de gezondheid en veiligheid van werknemers, gebrek aan sociale zekerheid en onderbetaling in de waardeketen meegenomen. De tweede scan heeft ook onderbetaling in de waardeketen en discriminatie op grond van geslacht en pesterijen in kaart gebracht.

Een sociale impactscan omvat *de kwantificering en monetarisering van sociale en menselijke impact die in een reële prijs zijn inbegrepen (exclusief de milieu-effecten)*. True Pricing, de methode om een werkelijke prijs te berekenen, is gebruikt met een rechten gebaseerde aanpak als uitgangspunt.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price
2. Toepassing: B2B, B2C
3. Met betrokkenheid van: retailer, primaire producent, kennisinstellingen/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [Social Impact Scans Mango - gecompriemd.pdf \(jumborapportage.com\)](#)

2.25 True Price Koffiehuis (2022)

Betrokken partijen

In het Koffiehuis hebben HAS Hogeschool en True Price onderzoek gedaan met behulp van financiële steun van het ministerie van LNV.

Beschrijving

Een living lab, waar volop gelegenheid is om te leren en discussiëren over true pricing.

True pricing wordt in horecasetting getoetst bij de consument. De *meeste mensen willen transparantie*, en een groot deel is bereid meer te *betalen* voor producten die duurzaam zijn. Dit wil en gaat Het Koffiehuis helpen verder *onderzoeken*. Helpt kennis van de echte prijs consumenten een betere keuze te maken aan het schap of in de kroeg? En zo ja, welke informatie is daarbij het meest effectief?

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2C
3. Met betrokkenheid van: overheid, kennisinstelling, producent, verwerker

Meer informatie, zie website:

- <https://www.duurzaam-ondernemen.nl/eerste-cafe-ter-wereld-met-echte-prijzen-geopend-in-breukelen/>

2.26 True Pricing en consumentengedrag

Betrokken partijen

Centerdata, Behavioural Insights Nederland, Wageningen Economic Research en Amsterdam UMC hebben samen het onderzoek naar true pricing en consumentengedrag uitgevoerd in opdracht van het ministerie van LNV.

Beschrijving

De maatschappelijke kosten (sociale en milieukosten) van voedselproductie worden nu niet meegerekend in de retailprijs. Het ministerie van LNV heeft daarom aan een wetenschappelijk consortium gevraagd onderzoek te doen naar hoe het doorrekenen van deze externe kosten het gedrag van consumenten zou sturen.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. GEEN Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2C
3. Met betrokkenheid van: overheid, kennisinstelling

Meer informatie, zie website:

- <https://www.impactinstitute.com/nl/portfolio-items/idh-commodities/>
- <https://www.idhsustainabletrade.com/about-idh/>
- [TP-Tea.pdf \(trueprice.org\)](#)
- [TP-Cotton.pdf \(trueprice.org\)](#)
- [TP-Coffee.pdf \(trueprice.org\)](#)
- [TP-Cocoa.pdf \(trueprice.org\)](#)

2.27 De externe kosten van bananenproductie

Betrokken partijen

True Price/Trucost heeft de door Fairtrade International geformuleerde opdracht uitgevoerd.

Beschrijving

In opdracht van Fairtrade International deden True Price en Trucost de eerste grote studie ooit naar de externe sociale en milieukosten die voortkomen uit de teelt van bananen. Zij onderzochten die kosten in de vier belangrijkste producerende landen: Colombia, de Dominicaanse Republiek, Ecuador en Peru. Het onderzoek had drie doelen.

1. In kaart brengen van de externe duurzaamheidskosten.
2. Vergelijken van de schade in de bananensector als geheel met die van Fairtrade bananen.
3. Met de verkregen informatie concrete kansen opsporen voor verdere kostenreductie en de 'best practices' destilleren waarmee die reducties zijn te bereiken.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true costs
2. Toepassing: B2B, B2C, overheid, financiering/investering door derden
3. Met betrokkenheid van: ngo, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- <https://edepot.wur.nl/499100>
- https://trueprice.org/wp-content/uploads/2015/04/Externe_kosten_van_bananenproductie.pdf
- https://files.fairtrade.net/publications/2018_CostsBananaProduction.pdf

2.28 Studie TRUESDAY

Betrokken partijen

TRUESDAY is opdrachtgever en True Price voert het onderzoek uit.

Beschrijving

TRUESDAY is het eerste Duitse koffiemark met True Price en een van de eerste bedrijven die de True Price-theorie in de praktijk brengt. Ze willen het bewustzijn voor dit nieuwe economische model vergroten en een holistische duurzaamheidsstandaard zetten. Het doel is om koffie met een positieve impact op de markt te brengen - koffie die geen schade achterlaat en meer teruggeeft aan mens en natuur dan het wegneemt. De voortdurende uitwisseling met politieke activisten, wetenschappers, bedrijven in de koffie-industrie en, last but not least, koffiedrinkers is erg belangrijk.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2C
3. Met betrokkenheid van: verwerker, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- <https://en.truesday.coffee/pages/true-price>

2.29 Coffee from Nicaragua and Brazil for Peeze

Betrokken partijen

Peeze is opdrachtgever, terwijl True Price de studie uitvoert.

Beschrijving

True Price heeft de werkelijke prijs van de Nicaraguaanse koffie van Peeze berekend en vergeleken met Nicaraguaanse Fairtrade koffie en conventionele koffie uit Brazilië. Vervolgens heeft True Price twee projecten geïdentificeerd en beoordeeld die de externe milieueffecten van de koffie verder zouden kunnen verminderen: (1) Micro-irrigatie zou de werkelijke prijs met 23% kunnen verlagen, met een terugverdientijd van de initiële investering van minder dan een jaar; (2) Inzet van een biovergister als een financieel haalbare oplossing voor watervervuiling.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2B, B2C
3. Met betrokkenheid van: verwerker, kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- <https://trueprice.org/consumer/coffee-peeze/>

2.30 Improving Business Decision Making: Valuing the Hidden Costs of Production in the Palm Oil Sector

Betrokken partijen

UNEP-TEEB heeft de opdracht geformuleerd en Trucost en True Price hebben samen aan dit initiatief gewerkt.

Beschrijving

Het onderzoek laat zien hoe de boekhouding van natuurlijk en menselijk kapitaal kan worden gebruikt om inzicht te krijgen in de kosten van de palmolieproductie voor het milieu en de mens te verminderen. Het is opgesteld in opdracht van UNEP-TEEB als onderdeel van een reeks studies voor haar landbouw- en voedselproject (TEEBAgriFood). Het onderzoek bestaat uit twee delen. Ten eerste wordt in een materialiteitsbeoordeling een selectie gemaakt van materiële gevolgen van palmolie voor het natuurlijk kapitaal in de 11 belangrijkste producerende landen. Dit wordt gevolgd door een casestudie waarin de gevolgen voor het natuurlijk kapitaal in meer detail worden *gekwantificeerd en in geld uitgedrukt*. Het gaat om palmolie uit Indonesië, de grootste palmolieproducent.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true price of true cost
2. Toepassing: B2B, overheid, financiering/investering door derden
3. Met betrokkenheid van: kennisinstelling/consultancy

Meer informatie, zie website:

- [TEEBAgriFood_PalmOil_Report.pdf \(trueprice.org\)](#)

2.31 Impact Weighted Accounts Initiative

Betrokken partijen

Harvard Business School en Singapore Management University, Rotterdam School of Management and Impact Institute werkten samen aan dit initiatief.

Beschrijving

McKinsey en Harvard Business School ontwikkelden een standaard voor accountability van bedrijven om sociale, financiële en omgevingsimpact te rapporteren.

De missie van het Impact Weighted Accounts Initiative is het creëren van financiële rekeningen die de financiële, sociale en ecologische prestaties van een bedrijf weerspiegelen. Het is de ambitie om boekhoudkundige overzichten te maken die op transparante wijze **externe effecten vastleggen op een manier die de besluitvorming van investeerders en managers stimuleert.**

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Methodiek voor true cost accounting
2. Toepassing: intern
3. Met betrokkenheid van: kennisinstelling

Meer informatie, zie website:

- <https://www.hbs.edu/impact-weighted-accounts/design-methodology/Pages/default.aspx>
- <https://www.hbs.edu/impact-weighted-accounts/Pages/default.aspx>

2.32 Valuation of livestock eco-agri-food systems: poultry, beef and dairy (2017)

Betrokken organisaties

In opdracht van UNEP-TEEB hebben Wageningen University & Research (WUR), Trucost en True Price de studie uitgevoerd.

Beschrijving

Een mondiale studie naar de maatschappelijke effecten van veehouderij. Hierin is ook Nederland onderzocht. Het doel van dit onderzoek is om de positieve en negatieve sociaal-economische en milieu effecten van dierlijke productiesystemen, van zowel wereldwijde en nationale perspectieven, te beoordelen met behulp van een methodologie gebaseerd op een door UNEP-TEEB ontwikkeld raamwerk (zie ook *The TEEBAgriFood initiative*).

Dit onderzoek heeft onder meer gekeken naar de maatschappelijke effecten van watervervuiling, broeikasgasemissies en landgebruik. De externe kosten van broeikasgasemissies wordt geschat tussen de USD 0,17 en 1,04 per kg melk (UNEP-TEEB), afhankelijk van de productiewijze.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Berekening van true cost
2. Toepassing: B2B, intern, overheid
3. Met betrokkenheid van: kennisinstelling

Meer informatie, zie website:

- [420536 \(wur.nl\)](https://420536.wur.nl)

2.33 The TEEBAgriFood initiative

Betrokken partijen

UNEP-TEEBAgriFood brengt wetenschappers, economen, beleidsmakers, bedrijfsleiders en boerenorganisaties samen.

Beschrijving

Het TEEBAgriFood-initiatief wil een alomvattende economische evaluatie bieden van het 'eco-agri-food systemen'-complex, en aantonen dat de economische omgeving waarin landbouwers werken, wordt verstoord door belangrijke externe factoren en een gebrek aan bewustzijn van de afhankelijkheid van natuurlijk, menselijk en sociaal kapitaal. In oktober 2018 werd het TEEBAgriFood Evaluation Framework bekroond met de Future Policy Vision Award voor zijn alomvattende aanpak die kansen biedt om bij te dragen aan de meerderheid van de SDG's en een *effectief systeem van 'true cost accounting'* biedt. Door belangrijke definities en bijbehorende meetconcepten en -grenzen te geven, stelt het TEEBAgriFood-evaluatiekader vast *welke* aspecten van eco-agro-voedselsystemen kunnen worden opgenomen in een holistische evaluatie.

Typering van True Price/True cost accounting initiatief

1. Methodologie voor true cost
2. Toepassing: intern, overheid
3. Met betrokkenheid van: wetenschappers, economen, beleidsmakers, bedrijfsleiders en boerenorganisaties

Meer informatie, zie website:

- [About - The Economics of Ecosystems and Biodiversity \(teebweb.org\)](http://teebweb.org)
- <http://teebweb.org/our-work/agrifood/understanding-teebagrifood/evaluation-framework/>

3 Conclusies

True cost accounting leeft

Er zijn ruim dertig initiatieven in beeld gebracht initiatieven in de agrarische sector. Hoofdzakelijk gerelateerd aan food. Daarmee kunnen we concluderen dat true cost accounting leeft. Die conclusie kunnen we ook trekken op basis van initiatieven zoals het Meerjarig Experimenteerprogramma Echte en Eerlijke Prijzen en Community of Practice rondom true cost accounting evenals twee PPS-onderzoeken rondom true cost accounting waar onderzoek naar methode en toepassing centraal staat.

Inzicht in duurzaamheidseffecten is de belangrijkste drijfveer voor de projecten rondom op true cost accounting

In de zoektocht naar welke duurzaamheidseffecten in welke mate worden veroorzaakt door voedsel helpt true cost accounting. Dit is ook de belangrijkste reden voor marktpartijen om true cost accounting in te zetten. Het geeft een helder beeld van waar de impact van voedsel terechtkomt. Daarmee helpt het om te beslissen wie, waar maatregelen zou kunnen nemen om de impact te verkleinen. Ook draagt het bij aan een transparante communicatie naar stakeholders: leveranciers, consumenten, overheid en financiële instellingen. We zien dan ook dat in de veelheid van initiatieven dit type initiatieven de boventoon voert.

Daarbij ligt accent op grote commodities als koffie, cacao en bananen

We zien veel aandacht voor de grote commodities als koffie, cacao en bananen. Daar spelen zowel milieu- als sociale vraagstukken. Voor de Nederlandse markt zijn specifiek Nederlandse voedingsmiddelen bestudeerd: melk, aardappelen, sperziebonen, vlees.

Het merendeel van de initiatieven berekent daarom ook een echte prijs

Veel van de initiatieven behelzen een berekening van een echte prijs. Bedrijven zijn vaak initiatiefnemer. Daarbij worden verschillende methodes gebruikt, zoals een economische benadering (met marginale kosten) en een meer juridische benadering die op rechten is gebaseerd. Zowel kennisinstellingen als consultants voeren deze berekeningen uit. Opvallend daarbij is dat de onderliggende uitgangspunten, rekenmodellen en data zelden tot nooit beschikbaar, duidelijk of openbaar zijn. Uiteraard willen marktpartijen iets doen met de berekende echte prijs. Ze noemen veelvuldig dat ze daarmee discussie met ketenpartijen om de berekende echte prijs te verlagen willen aangeven, dat ze consumenten en overheden willen informeren over de effecten van hun producten.

True cost accounting wordt vooral verkend door bedrijven voor bedrijfstoepassingen (vooral marsroute 1 en 2, maar ook marsroute 3)

Veel studies worden in opdracht van bedrijven geïnitieerd en aangestuurd. We tellen 19 initiatieven gericht op B2B, terwijl 15 stuks zich richten op B2C en 11 initiatieven focussen op het bedrijfsinterne gebruik. De bedrijven zien in true cost accounting ook een manier om consumenten te informeren. Een enkeling doet ook experimenten om de meerprijs aan consumenten door te rekenen. Daarnaast wordt gekeken hoe true cost accounting binnen een keten kan bijdragen aan verduurzaming. Vooral de vraag 'waar liggen de hotspots? waar kan de keten verbeteren?' is een veelvoorkomende toepassing. Minder zien we de toepassing in interventies of incentives om true cost accounting in te zetten in bijvoorbeeld contracten. Ook voor de interne toepassing lijkt de aandacht uit te gaan naar de vraag 'waar kan mijn bedrijf verbeteren?', evenals de verslaglegging en minder naar andere toepassingen.

Daarbij ondersteund door de overheid, die medefinanciert en kennisinstellingen/consultancy die berekenen en uitvoeren

Veel van de studies worden gefinancierd met overheidssteun en de uitvoering van de studies ligt vaak in handen van kennisinstellingen en consultants.

True cost accounting wordt niet of nauwelijks ingezet in de markt van keurmerken (marsroute 4), en in de gebiedsgerichte aanpak (marsroute 7)

We zien weliswaar verschillende studies waarin een vergelijking tussen conventioneel geproduceerde producten en producten onder keurmerken wordt gemaakt, maar we zien geen initiatief dat de mogelijkheden verkent om de keurmerken onderling ten opzichte van elkaar te positioneren en/of meer orde in de markt van keurmerken aan te brengen. Wel gaat Milieu Centraal de beoordeling van keurmerken binnenkort uitbreiden met een impactmeting waarvoor ook een (nader te bepalen) rekenmethode nodig zal zijn.

Tot slot zien we weinig initiatieven om true cost accounting in de gebiedsgerichte aanpak in te zetten. Daarbij wel de kanttekening dat die behoefte – met de komst van onder andere de stikstofproblematiek – wordt gesignaleerd. Op dit moment vindt er een verkenning plaats naar de mogelijkheden van het concept ‘true cost accounting’ voor de gebiedsgerichte aanpak.

True cost accounting wordt in enkele grotere initiatieven verkend door de overheid (marsroute 5)

We zien twee belangrijke studies waar true cost accounting in de beleidsvorming mogelijk een rol gaat spelen: de studie ‘Beprijzen vlees’ ([Baltussen et al., 2021](#)) en de studie van de TAPP coalitie ([2018](#)). In deze studies worden de mogelijkheden verkend van true cost accounting in beleidsinstrumentaria. Op dit moment zien we true cost accounting nog niet als element in beleidsvoorbereiding of evaluatie danwel als onderdeel van de beleidsinstrumentaria, maar we signaleren wel dat overheden op zowel provinciaal, nationaal als EU-niveau true cost accounting als concept verkennen. Ook zien wij dat de overheid het denken en implementeren van het concept faciliteert. Bijvoorbeeld in hun rol als financier van het eerdergenoemde Meerjarig Experimenteerprogramma Echte en Eerlijke Prijzen, de Community of Practice rondom true cost accounting en de twee PPS-onderzoeken rondom true cost accounting. Tot slot, in de gebiedsgerichte aanpak die de overheid voorstaat inzake bijvoorbeeld de stikstofproblematiek, wordt ook true cost accounting veelvuldig genoemd als mogelijk ondersteunend.

True cost accounting wordt door financiers en investeerders (marsroute 6) uitgerold

De methodiek true cost accounting wordt ontwikkeld door financiers en investeerders en ook toegepast in financiële jaarverslagen van de bedrijven. Daar zijn grote accountsbureaus volop mee bezig: Deloitte, EP, Impact Institute, Harvard Business School en Boston Consulting Group. Het wordt gezien als een toegankelijke en informatieve wijze waarop de ingewikkelde discussie rondom duurzaamheid kan worden gepresenteerd. Het legt bovendien de basis voor besluitvorming binnen bedrijven.

Kennisinstellingen kennen het concept en passen het toe

Initiatieven rondom true cost accounting worden uitgevoerd en ondersteund door kennisinstellingen zoals True Price/Impact Institute, CE Delft, Harvard Business School en Boston Consulting Group, Deloitte en Wageningen UR. Daarbij is opvallend te noemen dat in de berekende echte prijzen weinig tot geen duidelijkheid wordt gegeven over aannames en gebruikte data. Dit is des te opvallender omdat het concept vooral dán effectief is als het transparant en open is. Immers, dan ook kan de discussie worden gevoerd over hoe te komen tot duurzame voedselketens.

Wageningen Economic Research
Postbus 29703
2502 LS Den Haag
T 070 335 83 30
E communications.ssg@wur.nl
wur.nl/economic-research

RAPPORT 2022-092



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, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers 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.

To explore
the potential
of nature to
improve the
quality of life



Wageningen Economic Research
Postbus 29703
2502 LS Den Haag
T 070 335 83 30
E communications.ssg@wur.nl
wur.nl/economic-research

Rapport 2022-092

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, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers 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.

