



# IN TO FOOD

**39,1%**

**STIJGING VAN  
CONSUMENTEN-  
BESTEDINGEN**

**AAN DUURZAME  
VOEDING IN DE  
NEDERLANDSE  
SUPERMARKTEN**



## CONSUMENTEN

### Consumenten besteden aanzienlijk meer aan duurzame voeding

De consumentenbestedingen aan duurzame voeding in de Nederlandse supermarkten zijn in het eerste halfjaar van 2011 met 39,1 procent gestegen ten opzichte van 2010 naar ruim 500 miljoen euro. Biologisch groeide met 29,1 procent naar 195 miljoen euro omzet. Diervriendelijker geproduceerde producten boekten een omzetsijging van 56 procent naar 114 miljoen euro. Dit blijkt uit de halfjaarcijfers van het LEI in het kader van de Monitor Duurzaam Voedsel.

Zuivel is ten opzichte van 2010 het hardst gestegen (44%), gevolgd door vleeswaren (40%) en eieren (36%). AGF is goed voor 25,9% aandeel van de biologische omzet en blijft zuivel (24,7%) nog net voor als grootste productgroep. Diervriendelijke voeding viel ook in de smaak. Consumenten kochten voor 114 miljoen euro diervriendelijker geproduceerd vlees, vleeswaren en eieren (inclusief de biologische varianten), een stijging van 56 procent. De hoogste omzetgroei is zichtbaar bij varkensvlees

en pluimveevlees. De groei in duurzame eieren, vlees en vleeswaren was resp. 21%, 72% en 49%. De gegevens zijn afkomstig van kassascangegevens van de supermarkten en betreffen alleen producten die door middel van een keurmerk herkenbaar zijn. Daarnaast vindt verduurzaming plaats ook zonder dat dit in een keurmerk tot uitdrukking komt, bijvoorbeeld door gewijzigde ingrediënten, ander inkoopbeleid, of ander MVO-beleid van producenten of retailers.

## VBDO

### Levensmiddelen-industrie vindt verduurzaming broodnodig

Het verduurzamen van productieketens is niet alleen goed voor de planeet. In de voedselsector wordt verduurzaming zelfs al als randvoorwaarde voor het voortbestaan van de onderneming genoemd. Dat blijkt uit een rondgang langs aandeelhoudersvergaderingen van Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen door de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO).

Meer dan de helft van de 62 ondernemingen die VBDO bezocht noemen de beschikbaarheid van grondstoffen en leveringszekerheid als belangrijke redenen om hun productieketens te verduurzamen. Voedingsmiddelengigant Nutreco spreekt in dit verband zelfs van het veiligstellen van de bestaanszekerheid als argument. Een efficiënte en duurzame voedselketen is vooral belangrijk met het oog op een groeiende wereldbevolking, geven de ondernemingen in de voedselsector aan.

## KOSTENBESPARING

VBDO constateert dat in 2011 duurzaam ondernemen zeker nog niet de norm is. Toch zijn bij alle ondervraagde ondernemingen stappen gezet. In industriële sectoren wordt verduurzaming vooral ingezet om kosten te besparen. Het reduceren van brandstofverbruik en emissie van broeikasgassen worden in dit verband veel genoemd. Voor diervriendelers als AEGON is klanttevredenheid een belangrijke reden om aan verduurzaming te werken. Verduurzaming

biedt ondernemingen dan ook kansen, zo merken de bedrijven steeds vaker op. Wessanen en Philips geven bijvoorbeeld aan dat ze met 'groen' producten nieuwe markten weten aan te boren. Duurzaamheidsstreven in een onderneming leidt ook vaak tot belangrijke innovaties, zo kunnen bedrijven als AMG, DSM, Ten Cate, ASML en Holland Colours bijvoorbeeld uit eigen ervaring vertellen.

## AMBITIES

Hoewel op het vlak van duurzaam ondernemen nog veel winst te boeken is, liegen de ambities er niet om. Verschillende beursgenoteerde ondernemingen willen verder gaan dan alleen maar 'minder slecht zijn voor de planeet'. Zelfs 'cradle-to-cradle' wordt soms als ambitie genoemd. Dat verduurzaming op de agenda staat, blijkt ook uit het feit dat veel bedrijven zich ook al concrete doelen stellen. Zo streeft Unilever ernaar om honderd procent duurzaam in te kopen. Shell en Philips stellen zichzelf doelen met betrekking tot zaken als hun impact op biodiversiteit en de medewerker tevredenheid binnen de onderneming.

Download hier het rapport 'Stappen in Duurzaamheid, rapportage aandeelhoudersvergaderingen 2011'

## PLUS KOMT MET NIEUWE VLEESLIJN

Supermarktketen Plus komt met de nieuwe vleeslijn 'Lekker mager & duurzamer'. Dit betreft een lijn met vijf vleesproducten die is ontwikkeld in samenwerking met de stichting Natuur & Milieu.

In de nieuwe productlijn is een deel van het vlees vervangen door het plantaardige ingrediënt rijstebloem. Daardoor heeft het product een lagere impact op het milieu dan wanneer het alleen uit vlees zou bestaan. Het gaat daarbij om een lager energiegebruik, minder CO<sub>2</sub>-uitstoot en minder landgebruik.



## BEWUSTER WINKELN

Plus Retail gelooft in de nieuwe vleeslijn. 'Wij merken dat onze klanten bewuster winkelen en een gezonde maaltijd op tafel willen zetten voor het hele gezin. Tegelijkertijd hebben zij nog altijd behoefte aan een smaakvol stukje vlees op hun bord. Een belangrijk aandeel van de vetten die we dagelijks binnenkrijgen, zit in het vlees dat we eten. Met 'Lekker mager & duurzamer' proberen we aan beide behoeften tegemoet te komen.'

## NEDERLANDSE MOSSEL DUURZAAM

De Nederlandse mosselkwekers mogen hun schelpdieren voortaan voorzien van het blauwe internationale MSC-keurmerk.



Dit keurmerk geeft aan dat deze visserij duurzaam is. Dat maakten de Producentenorganisatie voor de Nederlandse Mosselcultuur (PO Mosselcultuur) en de MSC-organisatie bekend. Wereldwijd is 6 procent van de visvangst voorzien van dat keurmerk en dat loopt op naar 10 procent, als lopende aanvragen worden gehonoreerd.

De Nederlandse kwekers werken al jaren aan het verduurzamen van de mosselvisserij. In 2008 werd onder het toezien van toenmalig minister Gerda Verburg (Landbouw) een akkoord gesloten met natuur- en milieurorganisaties. Als onderdeel van de certificering moeten de mosselkwekers in 2014

de resultaten overleggen van lopend onderzoek naar de eventuele invloed van de mosselzaadvisserij op de lange termijnontwikkeling van onder water gelegen leefgebieden en naar de effecten van de mosselzaadinstallaties op de draagkracht van het ecosysteem. Dit onderzoek is afgesproken als onderdeel van het Mosselconvenant tussen sector, natuurorganisaties en overheid.

De Nederlandse mosselzaadvisserij en -kweek vinden plaats in de Waddenzee en de Zeeuwse Delta. In totaal zijn 65 schepen actief in de Nederlandse mosselzaadvisserij en -kweek. In het seizoen 2010-2011 werd in totaal 56,6 miljoen kilo mosselen aangeland die voornamelijk bestemd zijn voor de Nederlandse, Belgische, Duitse en Franse markt.

Website voor verdere achtergronden:



## FAIRTRADE@WORK

31 OKT T/M 4 NOV

## FAIRTRADE@WORK

Steeds meer consumenten kiezen tijdens de dagelijkse boodschappen voor Fairtrade producten. Ook bedrijven spelen in op deze groeiende vraag en geven in toenemende mate de voorkeur aan duurzame producten. Om het aanbod van het Fairtrade assortiment te vergroten op de werkvloer en in de catering organiseert Stichting Max Havelaar voor het tweede jaar op rij de Fairtrade@work campagne. Deze campagne wordt mede ondersteund door de Veneca.

Afgelopen jaar groeide het volume van Fairtrade gecertificeerde producten in Nederland met maar liefst 57% ten opzichte van 2009. Er is steeds meer keuze en consumenten kunnen tijdens de dagelijkse bood-

schappen kiezen uit een breed scala aan producten. Ook het aanbod in de Out of Home markt voor de catering groeit. Het assortiment varieert van broodbeleg (portion-packs) tot koffie, thee, cacao, suiker, sappen, fruit, zoetwaren, sandwiches en frisdranken.

Wilt u gehoor geven aan de groeiende vraag naar duurzame producten? Dat kan door deelname aan de Fairtrade@Work Campagne 2011. Organiseer een Fairtrade activiteit in week 44 (31 oktober t/m 4 november) in uw bedrijfsrestaurants, zoals bijvoorbeeld een Fairtrade lunch, coffee break of proeverij.

## ALLE VLEES DUURZAAM IN 2020

Vanaf 2020 moet er alleen nog duurzaam vlees in de Nederlandse supermarkten liggen. Dat is de ambitie van het 'Verbond van Den Bosch', dat de commissie onder leiding van oud VION-topman Daan van Doorn begin september in Den Bosch heeft gepresenteerd. Naast Daan van Doorn hadden P. Winsemius (milieu en duurzaamheid), A. Klink (volksgezondheid), F. Rottenberg (voedselvraagstukken), mw. M. Vos (stad & ommeland, consumenten), R. Arntz (nieuwe marktconcepten), J. Naaijken (agrarisch onderwijs), M. Scholten (wetenschappelijk landbouw- en visserijonderzoek), en A. Hectors (agrosector en agribusiness) zitting in de commissie.

Van Doorn was gevraagd de provinciale politiek een advies te geven over de toekomst van de intensieve veehouderij in Brabant.

In wat wordt genoemd het 'Verbond van Den Bosch' staan afspraken met supermarkten, slachterijen, mengvoederbedrijven en boeren over het duurzaam maken van de veehouderij. Veehouders Van Doorn is dat hard nodig. "De Brabantse veehouderij heeft alleen kans als ze duurzaam is", zei van Doorn. Antibiotica-gebruik moet teruggedrongen worden, dat is een

belangrijk onderdeel van de afspraken. Ook treden afspraken over grondstoffen- en afvalkringlopen in werking. Op die manier moet de productie van vlees op gelijkmatige wijze verduurzamen.

Het 'Verbond' heeft een breed draagvlak doordat een aantal grote en belangrijke ketenpartijen zich er achter geschaard hebben: Jumbo Supermarkten, Albert Heijn, Plus Supermarkten, C1000, MCD Supermarkten, Sligro Food Group, Coop Supermarkten, Spar, Vomar, Deen Supermarkten, Dekamarkt, Dirk van den Broek, Hoogvliet, Jan Linders, Nettorama, Poiesz Supermarkten, Boni-Markten, VION Food Group, VanDrie Group, Plukon Royale, Nutreco, Agri-firm, De Heus Voeders, LTO-Nederland, ZLTO, NVV, Brabantse Landschap en Provincie Noord-Brabant.

Die breedte van deelnemende bedrijven en organisaties is betekenisvol: partijen blijken de visie te delen, en het belang van de verduurzaming in te zien en stappen te willen zetten.

De complete PDF-versie van het rapport kunt u downloaden via deze link

## VOEDSEL INSPIREERT

Wilt u eens op een andere manier naar 'voedsel' kijken? Dat voedsel vele mensen bezig is inspireert, mag blijken uit het Food Inspiration Magazine, een on-line magazine. Op inspirerende manier worden voorbeelden gepresenteerd over de ontwikkelingen van restaurants, kokas, streekgerechten. De smaakbeleving staat centraal, waarbij de aandacht voor verduurzaming niet uit het oog wordt verloren.



**Wilt u zich aanmelden of juist afmelden voor deze nieuwsbrief?**

**Stuur dan een mail naar: [secretariaat@verduurzamingvoedsel.nl](mailto:secretariaat@verduurzamingvoedsel.nl)**