



CENTRAAL BUREAU LEVENSMIDDELENHANDEL - DUURZAAMHEIDSAGENDA

Vanuit de consument en de samenleving komen de laatste jaren vaker wensen en vragen over hoe voedsel wordt gemaakt, waar het vandaan komt en welke afwegingen door de schakels in de voedselketen zijn gemaakt. Hierbij gaat het dikwijls om onderwerpen die samen te vatten zijn onder de noemer duurzaamheid, bijvoorbeeld dierwelzijn en milieu. Supermarkten spelen een rol in de voedselketen en zijn de eerste schakel na de consument. Supermarkten nemen hun deelverantwoordelijkheid en dragen bij aan het aanpassen van producten en productieprocessen naar de wensen van de consument en de samenleving.

Ter ondersteuning van de activiteiten van individuele supermarktorganisaties, voert het CBL een duurzaamheidsagenda uit. Ieder jaar worden hier enkele nieuwe agendapunten aan toegevoegd en worden er samen met ketenpartners, overheden en maatschappelijke organisaties projecten opgezet om de voedselketen duurzamer te maken. Deze samenwerking geschiedt onder meer binnen het Platform Verduurzaming Voedsel.

Duurzaamheidsactiviteiten zijn voor de supermarktbranche te verdelen in twee onderdelen, het betreft assortimentsgerelateerde onderwerpen en onderwerpen gericht op de bedrijfsvoering. In het navolgende komen enkele van deze duurzaamheidsonderwerpen nader aan bod.

Assortiment

Eieren

Supermarkten verkopen sinds 2005 geen eieren meer afkomstig van kippen die worden gehouden in legbatterijen. De branche liep hiermee vooruit op wetgeving die het houden van kippen in legbatterijen pas in 2012 aan banden wil leggen en ontving daarvoor de Good Egg Award 2008 van de internationale dierenwelzijnsorganisatie Compassion In World Farming. Het streven is om ook voor verwerkte producten onder huismerk zoveel mogelijk scharreleieren te gebruiken, dit is wel afhankelijk van de beschikbaarheid van scharreleieren in de productielanden. Hier wordt samen met de producenten van huismerken hard aan gewerkt.

Weidegang

Niet alleen voor liefhebbers van het Nederlandse landschap, maar bovenal voor koeien is weidegang van grote waarde. Verplicht stellen van weidegang raakt echter veel aspecten van de bedrijfsvoering op een melkveehouderij met mogelijke kosten of investeringen als gevolg. Het CBL is daarom niet voor een verplichting, maar wil weidegang wel stimuleren. In 2006 heeft het CBL onder meer met de Dierenbescherming het initiatief genomen tot de Stichting Weidegang. Veel zuivelproducten onder huismerk zijn afkomstig van koeien die gegarandeerd (minimaal 120 dagen per jaar, minimaal 6 uur per dag) in de wei gelopen hebben.

Biologisch

Voor supermarkten past biologisch goed in de strategie om de productie van voedsel verder te verduurzamen. Bij de productie van biologisch voedsel wordt bijvoorbeeld geen gebruik gemaakt van kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen en hebben dieren meer ruimte. Supermarkten verkopen biologische producten en nemen deel aan het Convenant Marktwerking Biologisch dat als doelstelling heeft de omzet van biologisch jaarlijks met 10% te laten groeien. Met succes, uit de meest recente cijfers van de Bio-Monitor (2009) blijkt dat biologisch in de supermarkt gemiddeld met 11,5% is gegroeid. Dit betekent dat de biologische consumptie ruim vier keer harder groeide dan de totale supermarkt omzet in 2009. Uit de Biomonitor blijkt bovendien dat de meeste kopers van biologisch hun producten bij de supermarkt kopen. De voordelen van biologische producten worden nog niet door alle consumenten gewaardeerd. Supermarkten hebben de markt van biologisch opengetrokken en blijven zich inzetten om de zogenaamde light-users zoveel mogelijk over de streep te halen om meer en vaker biologisch te kopen.

Stoppen castreren van biggen

In het najaar van 2007 hebben COV, NVV, LTO Nederland en het CBL de Verklaring van Noordwijk ondertekent, die als doel heeft voor 2015 te stoppen met het castreren van biggen. Als tussenoplossing worden biggen nu verdoofd gecastreerd. Sinds medio 2009 verkopen supermarkten alleen nog vers varkensvlees van verdoofd gecastreerde varkens. Het CBL wil dat zo snel mogelijk gestopt wordt met castreren, het liefst eerder dan 2015. Hiervoor is het CBL continu in overleg met alle sectoren om onderzoek en implementatie te versnellen.

Zeven Stappenplan 'Vis Beter'

Betreffende de verduurzaming van het visassortiment heeft het CBL het zeven stappenplan 'Vis Beter' opgesteld. Waar het wild gevangen vis betreft, streven supermarkten ernaar om in

2011 alleen nog MSC-gecertificeerde vis te verkopen. Sinds het commitment van het CBL aan MSC is het aantal gecertificeerde producten enorm toegenomen. In 2008 waren er 8 MSC gecertificeerde producten, in april 2010 stond de teller reeds op 450. Nederland neemt wereldwijd de tweede positie in op de lijst van aantal MSC gecertificeerde producten. In alle supermarkten worden MSC-producten aangeboden, ook onder huismerk. Wat betreft aquacultuur zijn supermarkten betrokken bij verschillende projecten die gericht zijn op kwaliteitgaranties voor gekweekte vis. Voor de ontwikkeling van de duurzaamheidsstandaard Aquaculture Stewardship Council (ASC) wordt onder andere samengewerkt met het WNF.

Diertransport

Supermarkten willen diertransport verbeterd zien. Het CBL is voor onafhankelijke certificering en borging en mede-initiatiefnemer van een nieuwe GlobalGAP module voor diertransport. Er zullen onder meer eisen gericht op het voertuig (bv. afmetingen), het in en uit laden (bv. werkwijze, stress) en het welzijn tijdens transport (bv. anti-slip vloeren, bezettingsgraad, ventilatie, temperatuur, hygiëne en reistijd) zijn. Het CBL streeft ernaar dat eind 2010 certificering middels deze module mogelijk is.

Arbeidsomstandigheden

Supermarkten zetten zich in voor de verbetering van arbeidsomstandigheden in ontwikkelingslanden. Supermarkten hebben voor de huismerken ervoor gekozen om van producenten in ontwikkelingslanden BSCI (Business Social Compliance Initiative) te eisen om fatsoenlijke arbeidsomstandigheden te borgen. Het CBL voert momenteel, samen met andere ketenpartijen en overheden, een project uit om ervaring op te doen met BSCI. Aan de hand van het systeem stimuleren en verplichten bedrijven hun toeleveranciers te voldoen aan de richtlijnen en normen van de International Labour Organisation en andere declaraties van de Verenigde Naties. BSCI is tot stand gekomen binnen de textielsector en momenteel bezig om uit te breiden naar andere sectoren. Het project van het CBL zal onder meer uitwijzen in hoeverre het systeem geschikt is om in de voedselsector betere arbeidsomstandigheden in ontwikkelingslanden te realiseren.

Blank Kalfsvlees

Consumenten moeten er op kunnen vertrouwen dat het kalfsvlees in de supermarkt afkomstig is van kalveren die een goed leven hebben gehad. Daarom heeft het CBL begin 2009 aangekondigd dat het kalfsvlees in de supermarkt moet komen van kalveren met een ijzergehalte dat voldoet aan de welzijnsnorm. Een aantal supermarkten nam direct een voorschot op deze doelstelling door blank kalfsvlees uit het schap te halen. Daarnaast hebben supermarkten, de Dierenbescherming en leveranciers van kalfsvlees afspraken

gemaakt over diervriendelijker produceren. Dit houdt onder meer in dat kalveren niet lijden aan bloedarmoede, gelijktijdig kunnen eten en drinken en op acceptabele wijze worden vervoerd.

[Verduurzaming Soja- en Palmolieketen](#)

Voor de productie van vlees, eieren en zuivel worden varkens, kippen en koeien gevoederd met sojaproducten. De teelt van soja in met name Zuid-Amerika kan gepaard gaan met sociale, ecologische en economische problemen. Nederlandse supermarkten hebben een kleine en indirecte rol in de soja-veevoerketen, maar vinden desalniettemin dat het tijd is om actie te ondernemen. Daarom heeft het CBL juni 2009 het 'Actieplan Duurzame Soja' gelanceerd. Om de soja-veevoerketen te verduurzamen is het CBL namens de branche aangesloten bij de Round Table on Responsible Soy (RTRS). Daarnaast is het CBL in Nederland aangesloten bij de Task Force Duurzame Soja. Deelnemers aan deze task force zijn afkomstig uit de primaire sector, de oliezadenverwerkende industrie, de plantaardige oliën en vettensector, de diervoederindustrie, de vlees- en zuivelsector en de retail. De task force zet zich in voor een ecologisch en sociaal verantwoorde sojateelt gericht op het duurzamer maken van de reguliere bulkstroom van soja. Zij ondersteunt daartoe de RTRS en levert daar een actieve bijdrage aan. De ambitie van de task force luidt: Eind 2015 is de hoeveelheid soja benodigd voor de behoefte van de Nederlandse markt verantwoord geproduceerd volgens de RTRS principes en criteria. Een belangrijke voorwaarde daarvoor is een gelijk internationaal speelveld.

Bij de productie van palmolie spelen soortgelijke problemen als in de sojaproductie. De Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) is een bestaande internationale ketenaanpak om deze problemen aan te pakken. Grondstoffen die aan de gestelde criteria van de RSPO voldoen, kunnen worden verwerkt in de huismerken van supermarkten. De branche streeft ernaar dat consumenten in 2015 in de supermarkt alleen nog huismerkproducten met duurzame palmolie kunnen kopen. Het CBL zal in 2010 een faciliterende rol vervullen voor supermarktorganisaties binnen genoemde ronde tafels.

[Verantwoorde chocola](#)

Supermarkten dragen bij aan verduurzaming van de cacaoketen. De nadruk ligt hierbij op verbetering van de arbeidsomstandigheden in de productielanden. Er zijn volop initiatieven voor duurzame cacao. Eind 2009 heeft de supermarktbranche bekend gemaakt te betrachten dat in 2012 alleen nog maar duurzame cacao wordt gebruikt voor alle chocoladeletters onder huismerk. Begin 2010 heeft het CBL namens de branche de Intentieverklaring Duurzame Cacaoconsumptie- en Productie ondertekend met de Ministers van Landbouw, Buitenlandse- en Economische zaken. Naast het CBL ondertekenden

partijen uit diverse schakels van de cacaoketen, nationale en internationale bedrijven en maatschappelijke organisaties de verklaring. In de verklaring staat dat partijen ernaar streven voor Nederland te komen tot 100% gegarandeerd duurzame cacaoconsumptie in 2025.

Vleesconsumptie

Afgezien van het welzijnsaspect, staat de dierlijke productie (vlees, zuivel, pluimvee en eieren) ter discussie vanwege het gebruik van grondstoffen, het ruimtebeslag, de milieubelasting, de uitstoot van CO₂ en methaan en het waterverbruik. Het CBL spant zich daarom in voor meer duurzame productiemethoden om een verantwoord stukje vlees in de winkel te krijgen. Bovendien is er vanuit dit perspectief aandacht voor alternatieven, zoals vleesvervangers, zodat de consument kan kiezen uit verschillende producten.

GlobalGAP

GlobalGAP staat voor: Global Good Agricultural Practice. Dit zijn de eisen die wereldwijd aan boeren en tuinders worden gesteld aangaande voedselveiligheid. In de huidige maatschappij is het voor supermarkten echter niet voldoende om alleen op voedselveiligheid te letten. De consument stelt ook andere voorwaarden, zodoende richt GlobalGAP zich ook steeds vaker op aspecten als kwaliteit en duurzaamheid. Er wordt gekeken of dierwelzijnsriteria die verder gaan dan Europese wetgeving kunnen worden opgenomen in vrijwillige plusmodules. Het CBL is actief betrokken bij het opzetten van dergelijke modules. Aan de hand van deze plusmodules wordt het voor supermarktorganisaties makkelijker om van hun toeleveranciers te eisen dat bijvoorbeeld vlees afkomstig is van dieren die onder extra goede welzijnsomstandigheden hebben geleefd. Hiermee wordt ook uitvoering gegeven aan het door het CBL ondertekende Convenant Tussensegment (ministerie LNV).

Voedselverspilling

Voor een duurzamere consumptie is niet alleen de verduurzaming van producten van belang, ook het verminderen van voedselverspilling verdient aandacht. Voedselverspilling vindt plaats in alle schakels van de keten, van consument tot boer. Vanuit politiek en maatschappij komt het thema voedselverspilling steeds nadrukkelijker naar voren. Het CBL wil komend jaar kijken hoe de consument, mogelijk via supermarkten, geïnformeerd kan worden over hoe hij zo duurzaam mogelijk met voedsel om kan gaan. Daarnaast zal het logistieke proces onder de loep worden genomen, waar aan de hand van middelen als RFID mogelijk winst valt te behalen.

Bedrijfsvoering

Betreffende de bedrijfsvoering zijn de duurzaamheidsactiviteiten met name gericht op de aanpak van het broeikasgas CO₂, effectief en efficiënt energiegebruik, transport, verpakkingen en retourstromen.

Klimaat

De productie, distributie en verkoop van levensmiddelen is energie-intensief. Energiebesparing en gebruik van duurzame energie zijn daarom een prioriteit voor de leden van het CBL, de toeleveranciers en de transporteurs. Het CBL is een CBL-Klimaat Plan aan het ontwikkelen als onderdeel van de Duurzaamheidsagenda. Onderdelen van dit plan zullen zijn klimaatvriendelijke winkels (bv. koelingen), logistiek (bv. verlaging kilometers) consumptie (bv. minder voedselverspilling). Voor het opstellen van dit plan zal worden aangehaakt bij Europese en mondiale initiatieven.

Transport

Aangaande transport zet het CBL bijvoorbeeld in op verruiming van de tijden waarop vrachtwagens de supermarkten mogen bevoorraden. Nu vallen de zogenaamde venstertijden vaak samen met de spits, waardoor vrachtwagens in de file terechtkomen. Indien supermarkten de hele dag door bevoorraad zouden mogen worden dan is er 14 miljoen liter minder brandstof nodig, 60.000 kilo minder uitstoot van fijnstof en 36 miljoen kilo minder CO₂ uitstoot. Deze vermindering van CO₂ uitstoot staat gelijk aan de CO₂ uitstoot van 3.500 huishoudens op jaarbasis als gevolg van het verwarmen van het huis, autorijden en vliegen!

Verpakkingen

Nederlandse supermarkten bieden al jaren geen gratis draagtassen meer aan bij de kassa. Dit om het hergebruik van deze tassen te stimuleren. Verder investeren supermarkten veel geld en energie in het lichter en kleiner maken van verpakkingen, wordt volop aan afvalscheiding gedaan, staan bij veel supermarkten glas- en papierbakken en wordt in samenwerking met de Stichting Nederland Schoon de strijd aangeboden tegen zwerfafval rondom de winkel. Daarnaast draagt het CBL middels de Raamovereenkomst Verpakkingsafval met het ministerie VROM en de VNG actief bij aan de inzameling van plastic afval bij huishoudens. Er zijn volop ontwikkelingen op het gebied van verpakkingen. Het CBL houdt dit in de gaten en informeert haar leden.

Food & Flowers

Op initiatief van Nederlands bedrijfsleven en kennisinstellingen is, in dialoog met de ministeries van Economische Zaken en Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, het

innovatieprogramma Food & Nutrition Delta (FND) opgezet. Het FND-programma heeft als doel om van Nederland de leidende food & nutrition innovatie regio te maken. Food & Flowers is onderdeel van dit programma en gericht op drie deelgebieden: verspilling, logistiek, verpakkingen. Bijvoorbeeld het efficiënter inrichten van het logistieke proces of het nuttiger gebruiken van voedselresten. Het CBL is bij dit deel van het programma betrokken en samen met Wageningen Universiteit en de FNLI bezig om een innovatie- en kennisagenda voor food op te stellen. Onderzoek en projecten zullen worden gestart ten gunste van een klimaatneutralere voedselketen.

[Passie voor Food](#)

Het CBL draagt onder meer via de website www.passievoorfood.nl uit wat duurzaamheid voor de supermarktbranche betekent. Samen met ketenpartijen, overheden en ngo's willen supermarkten meer en betere informatie geven over voedsel en de manier waarop het geproduceerd, verwerkt, verpakt, vervoerd en verkocht wordt.



Centraal Bureau Levensmiddelenhandel – 2010