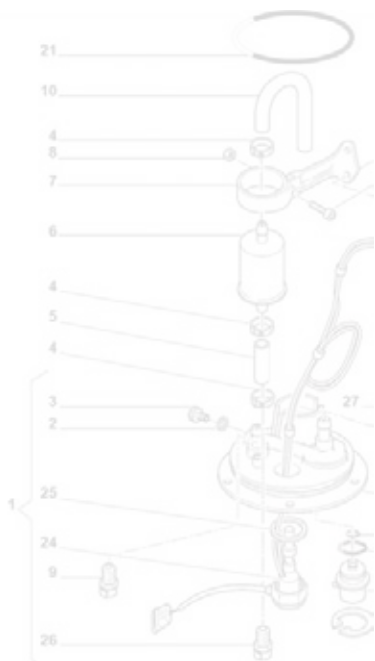


De ene kilometer

is de andere niet

Saar Van Hauwermeiren Politieke dienst

Producten leggen vele kilometers af voor ze in het winkelrek belanden. Bij dit transport worden vaak fossiele brandstoffen verbrand, en wordt dus CO₂ (wereldwijd de grootste verantwoordelijke voor het broeikaseffect) uitgestoten. Welke score halen onze fairtradeproducten op het vlak van 'voedselkilometers'? Hoe labelen we producten met informatie over hun klimaat-impact?



Multinationals schuimen de wereld af op zoek naar de goedkoopste ingrediënten voor sauzen, pizza's, diepvriesmaaltijden, ... Als je de voedselkilometers van alle ingrediënten optelt, blijkt een blikje tomatensoep met balletjes 32.000 km rondgereisd te hebben.

Overgewaaid uit Groot-Brittannië

Sinds twee jaar woedt er in Groot-Brittannië een ware 'voedselkilometerhype'. Verschillende organisaties promoten het idee om op voedingsproducten een eenvoudig label te plaatsen met vermelding van het aantal kilometers dat het product aflegt van boer tot consument. Dat label zou de consument ertoe moeten aanzetten minder producten te kopen die onnodig veel transport vergen en onderweg voor veel broeikasgassen zorgen. Een aantal organisaties ziet in het label een mooi educatief instrument om aan te kaarten dat de verwerkingsindustrie duurzame handel aan zijn laars lapt.

Binnengehaald door CD&V

Het idee van het productlabel met voedselkilometers waaide al snel over naar ons land. Yves Leterme, toen nog Vlaams minister van Landbouw, pakte uit met een pleidooi voor voedselkilometers in zijn boek 'Tien mythes over de Vlaamse boer'. Het was uiteraard mede een oproep om te kiezen voor streekproducten. Onlangs bracht CD&V de voedselkilometers ook ter sprake in de parlementaire commissie voor het bedrijfsleven. Ook volgens de Boerenbond zouden voedselkilometers "meer eerlijkheid brengen" in de wereldvoedselhandel. Wervel vermeldde in een brochure de voedselkilometers voor producten zoals Zuid-Afrikaanse wijn, Belgische tomaten en Noorse gekweekte zalm. De boodschap erbij: "Denk globaal, eet lokaal." Wervel is bezorgd om de sociale en milieuproblemen die de agro-

industrie aanricht in het Zuiden.

Simplisme

Goed bedoeld, maar al te simplistisch, is het standpunt van Oxfam-Wereldwinkels en Oxfam Fairtrade over het concept van voedselkilometers. Een Belgische tomaat heeft inderdaad niet zoveel voedselkilometers, maar verslindt heel wat energie in de serres. Voedselkilometers zijn een eenvoudige indicator om aandacht te vragen voor de voordelen van lokale voedselsystemen ("koop voedingsproducten die zo weinig mogelijk afstand afleggen tussen de plaats van productie en je bord"), maar leren de consument niet zoveel over de werkelijke milieu-impact. Als het de bedoeling is de klimaatimpact van een product weer te geven, moet je veel breder kijken dan enkel afgelegde kilometers en de bijhorende transportemissies, en de uitstoot van broeikasgas tijdens alle fases van de levenscyclus van het product in rekening brengen, vanaf de teelt via de verwerking en het transport tot het gebruik en zelfs het afval.

Welke teelt, welk transport?

De uitstoot van broeikasgassen is sterk afhankelijk van de landbouwmethode: gebeurt de teelt op duurzame wijze of niet? Het energieverbruik bij serreteelt, slecht bodembeheer of intensief gebruik van pesticiden kunnen er voor zorgen dat de broeikasgasbalans van een lokaal geproduceerd product slechter uitvalt dan die van een geïmporteerd, maar milieuvriendelijk geteeld product. Ook voor de vergelijking van producten die allemaal van ver komen, levert de indicator 'voedselkilometers' weinig informatie op. Zo draagt bos- of schaduwkoffie bij tot de instandhouding van de CO₂-absorptie van het ecosysteem, terwijl zonkoffie op grote plantages het ecosysteem aantast doordat eerst grote stukken bos wor-

den gekapt. Naar schatting 90 procent van 'onze' boeren teelt schaduwkoffie.

Daarnaast is de manier van transport belangrijk. Transport per schip vervuult minder dan transport per vliegtuig. In de levenscyclusanalyse van koffie is het aandeel van transport en logistiek evenwel beperkt. De feitelijke koffieteelt, het pellen van de koffie en het koffiebranden veroorzaken de belangrijkste impact op het milieu.

Het kan dus gebeuren dat producten met gelijkaardige voedselkilometers door de productiewijze of het transportmiddel een totaal andere koolstofbalans hebben. Productinformatie is bijgevolg niet onschuldig. Het zou jammer zijn als arme boeren in het Zuiden zouden opdraaien voor een verkeerd geïnformeerd milieubewustzijn van de westerse consument. Fair trade biedt juist een alternatief voor de agro-industriële productie die weinig oog heeft voor mens en milieu.

Klimaatimpact op prijsetiket?

Een product labelen op basis van voedselkilometers is dus niet de juiste aanpak. Daarom verschuift het maatschappelijk debat rond productlabeling steeds meer richting CO₂-voetafdruk. Verschillende Europese landen maakten een begin met CO₂-labeling van producten. Maar de methode van berekenen en de wijze van presenteren van de labels lopen nogal uiteen. Recent lanceerde de Britse organisatie BSI wel een standaard.

Tegen 2011 wil Frankrijk een wettelijk kader rond milieu-indicatoren voor producten. Er lopen twee pilootprojecten in overleg met de overheid. De distributeur Casino heeft onder al zijn leveranciers een werkinstrument verspreid om de emissies van de broeikasgassen tijdens het transport, de verwerking en de verpakking te berekenen. Inmiddels zijn reeds meer dan honderd producten gelabeld. Leclerc daarentegen maakt abstractie van de klimaatimpact die gepaard gaat met de activiteiten van de toelevering van de ingrediënten. De consument krijgt op het kasticket een overzicht van de CO₂-uitstoot van zijn winkelkarretje. Zo kan hij bij elke winkelbeurt de voetafdruk vergelijken.

In Duitsland is een groep bedrijven (zowel grote als detailhandelaars) en ngo's zoals WWF gestart met een gezamenlijk pilootproject om ervaring op te doen met labeling op basis van CO₂-voetafdruk. Elk deelnemend bedrijf heeft een casestudie ingebracht. Door uitwisseling van resultaten en ervaringen wil men komen tot aanbevelingen om de methodologie te harmoniseren. In februari 2009 vond in Duitsland de eerste internationale conferentie over CO₂-labeling plaats.

Niet achterblijven

Ook de Europese Unie scherpt het beleid rond duur-

zame productie en consumptie aan. De Europese Commissie kondigde aan het Ecolabel te herzien en de richtlijn 'energielabeling' uit te breiden tot een breder gamma van producten. België zou, volgens klimaatminister Paul Magnette (PS), exportkansen missen als het zich niet snel inschakelt in deze nieuwe evolutie en geen werk maakt van betrouwbare informatie rond CO₂-balansen. Begin dit jaar lichtte hij de beleidsplannen rond CO₂-etiketering toe op een seminarie met producenten, industrie, verdelers, consumentenorganisaties en ngo's. Verschillende stakeholders engageerden zich om tegen 2011 een beleidskader in te voeren voor milieulabeling van levensmiddelen, onder andere CO₂-etiketering. De federale overheidsdienst liet alvast een studie uitvoeren over het opstellen van methodologische richtlijnen voor de berekening van milieubalansen en nodigde stakeholders uit om pilootprojecten op te starten.

>> vervolg blz 22



foto: yel

>> vervolg blz 21

Levenscyclusanalyses

Levenscyclusanalyses van producten leveren heel wat informatie voor de bedrijfsvoering op. Ze geven bijvoorbeeld aan in welke fase van de keten de belangrijkste investeringen en aanpassingen moeten gebeuren om de klimaatimpact te verminderen.

In 2007 liet Oxfam-Wereldwinkels een aantal ketenanalyses bij producentenpartners uitvoeren: voor koffie bij Oromia (Ethiopië), voor cacao bij Kuapa Kokoo (Ghana) en voor wijn bij Stellar Organics (Zuid-Afrika). De onderzoekers gebruikten verschillende duurzaamheidscriteria. Ook de klimaatimpact kwam aan bod. Uit de studie bij Stellar Organics bleek dat een fles wijn een CO₂-voetafdruk van ongeveer 2 kg heeft. Daarvan is het overzeese transport (15%) zeker niet de grootste verantwoordelijke. Het meest energieverwendende proces is de vinificatie, waarbij vooral de energie gebruikt voor de koelinstallatie zwaar doorweegt (40%). Ook de elektriciteit gebruikt voor het irrigatiesysteem (17%), de productie van de flessen (21%) en het lokale transport (20%) zijn doorslaggevendere factoren dan het vervoer over zee. Een verbeterproject zou kunnen zijn om te investeren in eigen productie van hernieuwbare energie (zoals zonne-energie), waardoor de grote impact van irrigatie en koelen kan afgebouwd worden.

Levenscyclusanalyses van producten zijn dus zeer interessant om te detecteren waar de grootste problemen zich situeren. Maar betekent dat ook dat je de resultaten van de analyses op de producten dient te vermelden? Zijn er al niet genoeg labels: ziet de consument nog het bos door de bomen met labels? En heeft het zin om één voetafdruk, namelijk CO₂-uitstoot, uit het geheel van milieu-effecten te lichten? Blijven bij een CO₂-label andere belangrijke milieueffecten niet onderbelicht, zoals toxiciteit bij het gebruik van agrochemicaliën, aantasting van de bodemkwaliteit, erosie, watervervuiling en waterverbruik? Bedrijven klagen alvast over de enorme kost van een dergelijke labeling.

De fairtradebeweging heeft al een hele weg afgelegd door een brede waaier aan milieubezorgdheden in de fairtradedriteria te integreren. Op die manier is er, bij het toekennen van fairtradelabels, niet alleen aandacht voor eerlijke handelscriteria, maar ook voor sociale en milieucriteria. Maar het kan altijd nog beter: een piste zou kunnen zijn om binnen deze criteria nog meer aandacht te besteden aan de klimaatimpact van de processen.



foto: yel

De CO₂-voetafdruk van één kopje koffie



foto: yel

Ook de koffieproducenten verzamelen informatie om in de toekomst de CO₂-voetafdruk van hun producten op de verpakking te vermelden. De Duitse koffieproducent Tchibo paste de CO₂-voetafdruk toe op een arabicakoffie uit het noorden van Tanzania. Hij berekende de som van de broeikasgassen gedurende de levenscyclus van een kopje koffie, inclusief de consumptie- en de afvalfase. Eén kopje koffie heeft een voetafdruk van 59,12 g CO₂-equivalent, zo bleek. Daarvan neemt de teeltfase een zeer groot deel voor haar rekening: 32,99 g. (Kanttekening: bij gebrek aan goede gegevens is Tchibo er niet in geslaagd de positieve CO₂-effecten van schaduwteelt mee in rekening te brengen. Het bedrijf stelt de opname van schaduwteelt in de analyse wel voor als verbetertraject.) Het overzeese transport was goed voor slechts 1,15 g CO₂-equivalent, de afvalfase eveneens voor 1,15 g. Opmerkelijk is de grote bijdrage van de consumptie aan de voetafdruk: 17,90 g. Dit is een gemiddelde van verschillende methodes van koffiezetten. Een koffiemachine veroorzaakt een uitstoot van broeikasgassen die zesmaal hoger ligt dan filterkoffie. Voor wie één en ander in perspectief wil zetten: de Europese Unie legt tegen 2015 een CO₂-norm van 130 g per kilometer op voor nieuwe personenwagens.