



Workshop "Duurzame productie- en consumptiewijzen "

**Maatregelengroep 5:
Het aanbod van ecologische producten**

Definitief verslag 12 juni 2008

Moderator : Katrijn Siebens (OVAM) (+ Willy Sarlée)
Verslaggever: Denis Pohl (SPF SPSCAE)

Deelnemende leden:

Nathalie De Grève (Fedis)
Martine Gillet (DGRNE)
Ariane Godeau (CRIOC)
Jean-Pierre Hannequart (IBGE-BIM)
Tom Quintard (Fevia)
Patrick Ruppel (Bioforum)
Tineke Van Engeland (Netwerk Bewust Verbruiken)
Annick Vanderpoorten (WWF)

De besprekingen werden voortgezet op basis van het ontwerp van de structuur van vrijwillig akkoord dat reeds op 13 juni werd voorgesteld en besproken.

Alle actoren hebben de tekst van het ontwerpakkoord positief onthaald en hebben hun wil te kennen gegeven om het te laten slagen, ook al is deze tekst niet afgewerkt en moet over een hele reeks punten nog worden onderhandeld.

Sommige deelnemers vragen om ons standpunt ten opzichte van duurzame ontwikkeling te verduidelijken. Wij behandelen hier het milieulijk van de duurzame ontwikkeling ; dit wil zeggen dat wij de milieupijler bevoorrechten, terwijl wij de twee andere pijlers trachten te verzoenen.

De deelnemers zijn van mening dat het nuttig is een hoofdstuk toe te voegen dat ertoe strekt het algemene kader van dit kaderakkoord beter te definiëren.

De deelnemers gaan er eveneens mee akkoord om er een beperkte termijn van 4 jaar aan toe te kennen en, desgevallend, het grondig te herzien na evaluatie.

De vraag welke producten moeten worden gepromoot werd behandeld. Het staat buiten kijf dat de gelabelde producten een belangrijke rol hebben in deze erkenning van « groene producten ». Dan rest enkel nog de vraag welke labels kredietwaardig zijn. De deelnemers erkennen de ernst en de geloofwaardigheid van labels van het type I. De labels van het type II worden meestal ook op prijs gesteld. De labels van het type III worden veel vaker in vraag gesteld. De site www.infolabel.be geeft een eerste, zeer interessante, evaluatie. In het kader van het akkoord dat besproken wordt, blijkt het nodig te zijn om een erkenning te hebben van een bepaald aantal labels. Eens deze zijn erkend, zowel door de overheden als door de partijen die deelnemen aan het akkoord, zouden ze het voorwerp kunnen uitmaken van een promotie. Dan moet enkel nog de structuur voor de financiering van deze activiteiten worden gedefinieerd, de erkenningscriteria van de labels worden bepaald, deze criteria worden uitgevoerd en de resultaten ervan worden verspreid. Het idee van een publiek-private cofinanciering werd geopperd, alsook de rol van een toekomstig op te richten milieugentschap (type ADEME). Deze twee laatste punten werden niet uitgewerkt. Dezelfde structuur zou eveneens belast zijn met de bekrachtiging van de LCA-methodes die zouden worden ontwikkeld in het kader van specifieke projecten.

Er heeft een lange bespreking plaatsgevonden over de plaats van de sector van de « kleine distributie » in dit kaderakkoord. Met « kleine distributie » worden de handelaars bedoeld die geen lid zijn van Fedis maar eerder van Unizo (of andere). Fedis merkt op dat het niet logisch is dat zij zouden worden uitgesloten van dit ontwerp van kaderakkoord. Hierop volgt een debat over de verschillende achterliggende logica's en dynamieken van twee soorten van handel. Fedis zou willen dat de « kleine distributie » betrokken wordt bij ditzelfde kaderakkoord, terwijl tegelijkertijd rekening wordt gehouden met de specificiteiten ervan in de uitvoering van de beoogde acties, hetgeen de andere deelnemers niet erg realistisch vinden: een laattijdige betrokkenheid bij de uitwerking van dit kaderakkoord, die dynamisch gezien verschillend is van deze ondersector. Wij zijn het erover eens dat een gelijkaardig kaderakkoord eveneens moet worden ondertekend met de « kleine distributie » maar in een afzonderlijke onderhandeling.

De coördinatie- en opvolgingsstructuur van het kaderakkoord moet nog beter worden gedefinieerd. Twee types actoren werden geïdentificeerd : de voornaamste partijen (Fedis en de overheden) en de betrokken partijen (NGO's, beroepsfederaties). Er moet rekening worden gehouden met twee operationele niveaus : die van het globale beheer van het kaderakkoord (definitie van doelstellingen, van de strategie, planning, evaluatie, ...) en die van het beheer van de specifieke verbintenissen die meer in detail moeten worden bepaald in de sectorale akkoorden per categorie van beoogde producten ; dit wil zeggen de uitvoering van de verschillende concrete acties, de specifieke doelstellingen en de monitoringmethodes. Bij deze uitvoering die meer in detail moet worden bepaald in de sectorale akkoorden per categorie van beoogde producten moeten de sleutelactoren, waaronder de betrokken beroepsfederaties, worden betrokken. Elke overheid zou zorg kunnen dragen voor de opvolging van de specifiek bepaalde verbintenissen. De federale overheid zou zich bijvoorbeeld kunnen concentreren op de labels, de RBC op de voeding, de VLG op de spaarlampen, verf en vernis en de onderhoudsproducten, Fedis en de federale overheid op duurzaam hout,...

Wij hebben niet veel tijd gehad om te werken aan een deel van de evaluatie. Er is unanimititeit om opnieuw aan dit deel te werken om de transparantie, efficiëntie en geloofwaardigheid ervan te verzekeren.

Betreffende de becijferde doelstellingen, meent Fedis dat enkel de specifieke verbintenissen de te behalen becijferde doelstellingen mogen bepalen. De FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu meent dat bepaalde becijferde doelstellingen eveneens zouden kunnen worden bepaald op het niveau van de algemene verbintenissen. Fedis vestigt de aandacht op de risico's van de logheid van een algemene rapportering.

Fedis dringt er ook op aan dat de rol van de verschillende actoren, in het bijzonder haar eigen rol, goed moet gedefinieerd worden, waardoor misverstanden kunnen worden vermeden. De andere deelnemers waren geen voorstander van deze optie, omdat zij vonden dat de rol van elkeen zal worden vermeld in de algemene en specifieke verbintenissen. Fedis erkent geen sociale of milieu-verantwoordelijkheid in haar aankoopbeleid in de mate dat de producten de van kracht zijnde wetgeving eerbiedigen en beantwoorden aan een vraag van de consument. Voor Fedis is het de overheid die de producten moet definiëren die van de markt moeten worden verbannen. Voor Fedis heeft de distributiesector de taak om producten van over de hele wereld te verzamelen in een gevarieerd assortiment van kwaliteitsproducten die moeten beantwoorden aan de verwachtingen van de consumenten en dit, mits strikte inachtneming van de wetgeving (hygiëne, transport, milieu, etikettering, verpakking, bewaring, mededinging, prijzen, ...). De distributiesector erkent eveneens dat zij de consument moet informeren om hem de mogelijkheid te geven om een verantwoorde keuze te maken tussen de producten. OVAM pleit eveneens voor een betere definitie van de rol van de overheid.

Een punt waarover een grotere polemiek bestaat is de erkenning van de inspanningen die worden gedaan door de producenten om de milieukeurmerken van hun product te verbeteren zonder deze echter te labelen. Fedis is voorstander van deze erkenning. De andere deelnemers benadrukken dat, in het algemeen, de producten die op de markt worden gebracht een « natuurlijke » neiging hebben om hun milieuprestaties te verbeteren. Om ze te promoten moet er dus sprake zijn van een betekenisvolle verbetering.

Moeten in het kader van dit akkoord eveneens de inspanningen in beschouwing worden genomen die worden gedaan door de distributieketens om hun milieuprestaties en die van hun producten met een eigen merk te verbeteren? Fedis is voorstander van een dergelijke opname. De andere deelnemers menen dat er een goed onderscheid moet worden gemaakt tussen de prestatie van de producten en de prestatie van de distributiesystemen.

Fedis kant zich tegen bepaalde voorstellen die ertoe strekken om een bepaald percentage van de rekken voor milieuvriendelijkere producten voor te behouden of om een deel van de reclameruimte (waaronder de huis-aan-huisreclame) voor te behouden voor de promotie van dergelijke producten. Volgens haar leden bevinden er zich al milieuvriendelijke producten in haar rekken en hun reclamedrukwerk.

Het ontwerpakkoord is slechts weinig geëvolueerd ten gevolge van deze dag. De laatste versie wordt gehecht aan dit verslag. Het gaat om een ruwe tekst die niettemin als basis moet dienen voor onderhandelingen en het sluiten van een akkoord. De punten die niet het voorwerp hebben uitgemaakt van een consensus worden aangeduid door middel van haken [...]. Een voetnoot geeft desgevallend uitleg over de meningsverschillen of discussiepunten.

Kaderakkoord om het aandeel van de milieuvriendelijkere producten te verhogen in de distributiesector voor de periode 2009-2012

Overwegende hetgeen volgt:

- Dit kaderakkoord kwam tot stand ? tijdens de werken van de Lente van het Leefmilieu;
- Dit kaderakkoord concentreert zich op de milieu-impact van de producten in de uitvoering van het beleid inzake duurzame ontwikkeling, zonder de twee andere pijlers uit te sluiten, te weten de sociale en de economische pijler;
- Dit kaderakkoord beperkt zich voorlopig tot de distributiesector, vertegenwoordigd door FEDIS ¹;

Deelnemende partijen

Voornaamste deelnemende partijen: Fedis en de vier administraties die bevoegd zijn voor leefmilieu.

Betrokken deelnemende partijen: NGO's, verbruikersorganisaties, vakbonden, beroepsfederaties van de betrokken categorieën van producten.

NB: De leden van Fedis verbinden zich er eveneens toe om de inhoud van dit akkoord na te leven.

¹ Er moet eveneens een kaderakkoord worden uitgewerkt met de sector van de kleine distributie (detailhandel en zelfstandigen). Over deze noodzaak bestaat er unanimititeit.

Opzet/kader van dit akkoord

Het is een raamakkoord. Het de bedoeling dat later nog andere concrete akkoorden per productgroep volgen.

Alle verbintenissen, zowel de specifieke als de algemene, van huidig akkoord vereisen de organisatie van een publiek-private samenwerking betreffende de definitie van de inhoud van de acties, van de verdeling van de financiële lasten en de praktische organisatie. Daarom is er coördinatie nodig tussen alle partners die betrokken zijn bij dit akkoord.

Doelstellingen

Deze Overeenkomst kadert in de promotie van duurzame productie- en consumptiewijzen.

Zij heeft volgende doelstellingen:

- o Vergroting en diversifiëring van het aanbod van milieuvriendelijkere producten,
- o Vergemakkelijking van de identificatie en het herkennen van milieuvriendelijkere producten en producten waarvan de milieu-impact op betekenisvolle wijze werd verminderd²
- o Verbetering van het gehele systeem van informatie over de milieu-impact van de producten,
- o Coördinatie van de verschillende publieke en privé-initiatieven,
- o Ontwikkeling van sectorale ad hoc akkoorden.

Rol van de verschillende actoren

De distributeurs beogen de consumenten een gevarieerd gamma van kwaliteitsproducten aan te bieden die beantwoorden aan de verwachtingen van de consument en mits inachtneming van de verschillende van kracht zijnde wetgevingen, terwijl de consumenten tegelijkertijd alle relevante informatie wordt verstrekt zodat zij de beste keuze kunnen maken.

De overheden beogen het algemeen belang te verdedigen en, onder andere, absoluut gezien, de milieu-impact ten gevolge van de consumptie te verminderen.

De NGO's

Algemene verbintenissen

Op het niveau van de aankopers van de distributiesector :

- o De aankopers van de distributiesector bewust maken over de milieu-impact van de producten
- o De aankopers van de distributiesector opleiden met het oog op de invoering van milieucriteria in hun bestekken
- o Organisatie van de uitwisseling en de verspreiding van informatie en van goede praktijken waarbij de verschillende deelnemende partijen (aan het akkoord) worden betrokken.

² Moet geval per geval worden bepaald, in overleg met het « Begeleidingscomité »

[=> Doelstelling : tegen 2011 zal 10% van de opleidingstijd worden gewijd aan deze aspecten.]³

Op het niveau van de eigen merken :

- o De ontwikkelaars van producten van eigen merken bewust maken over de milieupact van de producten
- o De ontwikkelaars van producten van eigen merken opleiden met het oog op de invoering van milieucriteria in hun bestekken
- o Organisatie van de uitwisseling en de verspreiding van informatie en van goede praktijken waarbij de verschillende deelnemende partijen (aan het akkoord) worden betrokken.
- o Productfiches (waarin de voornaamste milieukenmerken van de producten worden opgenomen) ontwikkelen en openbaar maken voor een gericht aantal producten
- o [Ofwel LCA's ontwikkelen, ofwel ecologische afdrucken, ofwel koolstofbalansen, of andere voor een beperkt aantal producten van eigen merken⁴]

Op het niveau van de communicatie en de sensibilisering van het grote publiek

- o Vergemakkelijken van de informatie over milieuvriendelijke producten:
 - Buiten de verkooppunten (internet, dagbladen, brochures, huis-aan-huisreclame, radio, TV,...)
 - En op verkooppunten (steward, elektriciteitspaal, brochures, specifieke affichage,...)
- o Ontwikkeling, in samenwerking met alle deelnemende partijen, van informatiecampagnes, waarin sterke punten kunnen worden opgenomen.
 - Informeren over de gebruikskosten⁵, goed gebruik en goed onderhoud van de producten. Waarborgen uitgebreid naar de beschikbaarheid van wisselstukken moeten eveneens worden begunstigd om bij te dragen tot deze doelstelling en dit, in akkoord met de producenten.
 - Organisatie van een systeem [van erkenning en] van informatie op labels. De partijen die deelnemen aan het akkoord verbinden zich ertoe om enkel labels te promoten waarvoor duidelijke en transparante informatie beschikbaar is.⁶
- o Promotie van de middelen voor de planning van aankopen⁷.

³ Fedis is gekant tegen de definitie van becijferde doelstellingen voor de algemene verbintenissen. Fedis wil enkel becijferde doelstellingen voor de specifieke verbintenissen. .

⁴ Er bestaan meningsverschillen over de te promoten methode(s): volledige of vereenvoudigde LCA? Beperkt tot de CO₂ ? Hoe zit het met de kosten ten opzichte van de kosten van ontwikkeling van een product ? Hoe en aan wie moet men de resultaten mededelen? Nuttig voor de consument ? Aandacht voor LCA gericht naar een « greenwashing ». De geloofwaardigheid van dit type oefening is belangrijk. Gedeeltelijke informatie (maar welke ? afgelegde km? gegenereerd afval?) kan ook worden medegedeeld aan de consument.

⁵ Zie bijvoorbeeld www.energivores.be

⁶ Noodzaak van een werk van officiële erkenning van labels. Behoefte van verduidelijking over de intenties van de politiek betreffende de promotie van labels. Zie www.infolabel.be wat een interessante werkbasis is.

⁷ Het gaat niet om een werkelijke productmaatregel. Deze maatregel beoogt voornamelijk het vermijden van verspilling (zie ook de aanbevelingen van de IMPRO-studie – Meat and Dairy) .

- o [Begunstigen van tele-aankopen]⁸

Op het niveau van de marketing van producten

- o Het vergemakkelijken van de herkenning van producten: identificatie, [plaats in de rekken]⁹, voldoende producten (kritische massa), gevarieerd aanbod.
- o [Vergroten van het deel van het aanbod aan milieuvriendelijkere producten en bereiken van een kritieke massa per categorie van producten]¹⁰.
- o [Voorbehouden van een bepaald percentage van promotieacties voor de milieuvriendelijkere producten].

Op het niveau van de distributieketen

[Systeem van milieubeheer]¹¹

Op het niveau van de producten

- o [Ontwikkeling van vereenvoudigde methodologieën, geharmoniseerd op Belgisch niveau en indien mogelijk ook op internationaal niveau, van evaluatie van de milieupact voor een beperkt aantal producten.]¹²

Op het niveau van alle actoren

- o Ontwikkeling van pilootprojecten¹³

Specifieke verbintenissen¹⁴

Elke specifieke verbintenis moet het voorwerp uitmaken van een gedetailleerde beschrijving (context, doelstelling, betrokken actoren, budget, afgewerkte producten).

Prioriteiten Fedis : verlichting en detergents en onderhoudsproducten.

« Pilootprojecten » OVAM : spaarlampen, verven en vernissen, EEA, schoonmaakmiddelen.

Pilootprojecten OVAM.

⁸ Over dit punt bestaan er meningsverschillen: wordt de Overeenkomst beperkt tot producten alleen of moet er ook rekening worden gehouden met het « logistieke systeem » ? In dat geval gaat het om het rationaliseren enerzijds van het vervoer (vermijden van individuele verplaatsingen naar de supermarkten) en anderzijds om het koopgedrag.

⁹ Hier staan economische overwegingen op het spel. De merken betalen om betere plaatsen te krijgen in de rekken.

¹⁰ Fedis meent dat er inspanningen moeten worden geleverd om alle producten milieuvriendelijker te maken en dit, via de maatregelen die worden overwogen op het niveau van de aankopen en van de eigen merken. Volgens de distributeurs zijn er geen ecologische producten en « niet-ecologische » producten, maar hebben sommige producten betere milieukeurmerken dan andere.

¹¹ Voorlopig onenigheid over het rekening houden met deze aspecten. A priori, neen ! Zie ook hoger vermelde opmerking.

¹² Zie voetnoot nr. 1

¹³ De pilootprojecten kunnen zich ook concentreren op beperktere aspecten

¹⁴ De specifieke verbintenissen stemmen overeen met de concrete projecten

Duurzaam hout: voor het meubilair, knutselwerk (Fedis + Federaal).

[Beheer van « warm-koud »]

Promotie van ecolabels : de federale overheid organiseert een promotiecampagne voor het Europese ecolabel in 2009 : minimumbudget: 200 000€.

Promotie van sectorale charters.

Voedingsproducten : hernemen van de besluiten van groep 3, analyseren in welke mate ze transponeerbaar zijn.

Een LCA-methodologie uitwerken voor een beperkt aantal producten, inventaris van bestaande methodologieën, definitie en uitwisseling van ervaring.

Promotie van milieuvriendelijkere producten (lokaal, seizoens).

Federaal, Fedis, BHG,

De impact van de verpakkingen, waarvan de herbruikbare verpakkingen moeten worden begunstigd

Zie preventieplannen

.....

Deze lijst moet jaarlijks worden herzien/geactualiseerd.

Coördinatie en opvolging

[Een gemengd begeleidingscomité (publiek/privé) wordt opgericht waarvan de opdracht bestaat in de goede uitvoering van huidige overeenkomst. Het Secretariaat moet de volgende taken waarnemen : definitie/bekrachtiging van de strategische pijlers, opvolging van de uitvoering, realisatie van inventarissen van de maatregelen en de evaluatie ervan.

[Het comité is samengesteld uit vijf leden : één lid voor elke betrokken administratie en een lid van Fedis].

Het begeleidingcomité moet de federaties van de producenten van de categorieën die het voorwerp uitmaken van maatregelen voorzien in huidige overeenkomst betrekken en moet bovendien sessies houden die worden uitgebreid tot alle deelnemende partijen waarvan de betrokken partijen de volgende taken uitvoeren: reflectie, opvolging en evaluatie en informatie-uitwisseling.]¹⁵

Evaluatie en revisie (de hierna vermelde punten moeten worden herzien/verbeterd/gerationaliseerd)

Termijn¹⁶

[Jaarlijkse presentatie van projecten de eerste week van de maand van XXXX

Jaarlijkse evaluatie.

(eventuele) herdefiniëring van de strategie

Te definiëren actie]

¹⁵ Een sterke coördinatie- en opvolgingsstructuur is vereist!

¹⁶ Dit onderwerp moet op 2 juni worden behandeld. Werd niet echt besproken. Het gaat om een logica van planning-evaluatie-verbetering.

Becijferde doelstellingen¹⁷

[Behoeftte voor elke actie, elk product om een absoluut of relatief becijferde doelstelling te definiëren op basis van de huidige situatie. De doelstelling moet voldoende ambitieus zijn om waarneembare veranderingen met zich te brengen (belangrijker dan de evolutie business as usual). Men moet er zich ook van vergewissen dat het aanbod kan volgen.]

Maatregelen/monitoring¹⁸

[Behoeftte voor elke actie, definiëren/beschrijven van de indicatoren => een staat hebben van de situatie bij de aanvang en regelmatige maatregelen hebben (op jaarbasis).]

Middelen¹⁹

RH :

Budget :

Acties per actor²⁰

RW :

BHG :

VI :

Fed :

Fedis:

Andere sectoren:

¹⁷ Zie noot nr 12.

¹⁸ Zie noot nr 12. Termijn, becijferde doelstellingen en maatregelen/monitoring zouden kunnen verzameld worden in één punt.

¹⁹ Het gaat om de som van de gebruikte middelen voor de verwezenlijking van de acties + de middelen die noodzakelijk zijn voor het Secretariaat.

²⁰ Te definiëren in functie van de specifieke verbintenissen.