



Stakeholders dialogue on Biodiversity and Key Market Players

“Welke markt(en) voor de biodiversiteit?”

Discussiewerkshops - 10 december 2013, Ateliers des Tanneurs, Brussel

BIJLAGE: Verslag van de workshopdiscussies

Context	3
Studies	3
Een participatieve benadering	4
Rapportering van de verschillende sessies en workshops	5
Voormiddagssessies	5
❖ Plantaardige oliën	5
<i>Overzicht van de reacties</i>	5
<i>Standpunt /Perceptie van de verschillende actoren</i>	5
<i>Algemene conclusies</i>	6
❖ De natuurlijke stoffen	6
<i>Overzicht van de reacties</i>	6
<i>Standpunt /Perceptie van de verschillende actoren</i>	7
<i>Algemene conclusie</i>	7
❖ De producten uit biomassa (Biogebaseerde producten)	7
<i>Overzicht van de reacties</i>	7
<i>Standpunt/perceptie van de verschillende actoren</i>	8
<i>Algemene conclusies</i>	8
❖ Algemene reacties over de 3 thematieken	8
<i>Alle reacties</i>	8
<i>Algemene conclusies</i>	9
Namiddagssessies	10
❖ Plantaardige oliën voor gebruik in voeding	10
<i>Aanwezige actoren</i>	10
<i>Verloop van de discussies</i>	10
<i>Voorgestelde acties</i>	11
<i>Meerwaarde/belang van de problematiek</i>	11
<i>GAPS</i>	11
<i>Discussie over de parallelle mechanismen</i>	11
<i>De meest geschikte administratie(s) om hier verder over na te denken, synergieën met zaken die lopende zijn</i>	12
<i>Conclusies</i>	12
❖ De natuurlijke stoffen voor gebruik in voeding	12
<i>Aanwezige actoren</i>	12
<i>Verloop van de discussies</i>	12
<i>Voorgestelde acties</i>	13
<i>Meerwaarde /belang van de problematiek</i>	13
<i>GAPS</i>	13
<i>Administratie(s) die het meest geschikt is/zijn om hier verder over na te denken, synergieën met de zaken die reeds lopende zijn</i>	14
<i>Conclusies</i>	14

❖	De producten uit biomassa	14
	<i>Aanwezige actoren</i>	14
	<i>Verloop van de discussies</i>	14
	<i>Voorgestelde acties</i>	14
	<i>Meerwaarde/belang van de problematiek</i>	14
	<i>GAPS</i>	15
	<i>Discussie over de parallelle mechanismen</i>	15
	<i>Administratie(s) die het meest geschikt is/zijn om hier verder over na te denken, synergieën met de zaken die reeds lopende zijn</i>	16
	<i>Varia</i>	16
	<i>Conclusies</i>	16
❖	Biomassa in cosmetica & detergents	17
	<i>Aanwezige actoren</i>	17
	<i>Verloop van de discussies</i>	17
	<i>Voorgestelde acties</i>	17
	<i>Meerwaarde/belang van de problematiek</i>	17
	<i>GAPS</i>	17
	<i>Administratie(s) die het meest geschikt is/zijn om hier verder over na te denken, synergieën met de zaken die reeds lopende zijn</i>	18
	<i>Conclusies</i>	18

Context

De steeds toenemende druk op de **biodiversiteit** (biologische diversiteit van de ecosystemen, van de soorten en van de genen) dwingt de mensheid ertoe om na te denken over oplossingen om **de impact te beperken van haar consumptie** van natuurlijke hulpbronnen, en **de impact van haar productie** van goederen en diensten die verband houdt met de exploitatie van die hulpbronnen. Hoewel de ecosystemen aan de bron liggen van al het leven op aarde, en van de menselijke activiteiten in het algemeen, zijn we ons vaak onvoldoende bewust van de voordelen die de natuur ons biedt, noch van hun waarde.

FOD Volksgezondheid zoekt momenteel uit hoe dat **proces ter reductie van de impact van de consumptie en de productie op de biodiversiteit** in België op gang kan worden gebracht. Dat proces strookt met de verbintenissen die werden aangegaan op federaal, nationaal en internationaal niveau wat betreft de instandhouding van de biodiversiteit en van de natuurlijke hulpbronnen.

De belangrijkste doelstelling van dat proces bestaat erin de biodiversiteit en de ecosysteemdiensten (de diensten die de natuur aan de mens levert) nog beter te integreren in de sectorale beleidslijnen, en vooral te **evolueren naar duurzamere consumptie- en productiepatronen** door de belangrijkste marktactoren (consumenten, bedrijven, federaties, ngo's, vakbonden,...) aan te moedigen om na te denken over de voordelen op economisch, sociaal en milieuvlak die ontstaan indien ze zich in hun gedrag en hun strategieën (op het gebied van aankoop, verkoop, sensibilisering, gezondheid,..), maar ook in de producten en diensten die ze aanbieden, inzetten voor de instandhouding en het duurzaam gebruik van de biodiversiteit en de natuurlijke hulpbronnen.

Studies

In die context werden er twee studies uitgevoerd:

1. **“Consumptiewijzen en biodiversiteit: Gedrag van de consumenten”**: Deze studie had tot doel om het kennisniveau inzake biodiversiteit (en ecosysteemdiensten) te bepalen van de Belgische bevolking, de belangrijkste informatiebronnen en de bezorgdheden van de consumenten te identificeren, hun niveau van betrokkenheid en engagement te meten, te bepalen hoeveel vertrouwen ze hebben in merken/uithangborden/labels, en tot slot om in kaart te brengen wat de motivaties en de belemmeringen zijn om op een meer verantwoorde manier te gaan consumeren.
2. **“Overgangseconomie: Productie- en consumptiewijzen: de sleutelactoren van de markt ertoe aanmoedigen om de biodiversiteit te integreren”**: Deze studie richtte zich vooral op 3 sectoren: voeding, chemie en banken en verzekeringen. De belangrijkste doelstelling van de studie was een lijst op te stellen van geschikte instrumenten, die gecategoriseerd werden in regulerende instrumenten (dwingende wetgeving¹), coregulerende instrumenten (wettelijk kader opgezet door de overheid, maar in nauwe samenwerking met sectoren en andere stakeholders²) en vrijwillige instrumenten (opgestart door overheden of de privésector³) die toegepast of ondersteund kunnen worden door de federale regering om beter rekening te houden met de biodiversiteit en de ecosysteemdiensten.

¹ Bvb: Europese richtlijnen en verordeningen, wetten, koninklijke besluiten, ...

² Bvb: sectorakkoorden

³ Volledig vrijwillige, en dus niet-dwingende maatregelen

Een participatieve benadering

Het colloquium *“Welke markt(en) voor de biodiversiteit?”*, dat georganiseerd werd op 10 december 2013 in de Ateliers des Tanneurs in Brussel, had tot doel om **de twee studies toe te lichten en een eerste dialoog op gang te brengen met de sleutelactoren van de markt.**

Consumenten (burgers, verenigingen,...), federaties, ngo's, vakbonden, bedrijven,... hebben hun standpunten kenbaar gemaakt door deel te nemen aan de **rondetafels “consumenten en biodiversiteit”** (voormiddag) en **“business en biodiversiteit”** (namiddag).

3 grote thema's werden besproken tijdens dit colloquium:

- Plantaardige oliën en meer bepaald palmolie (cosmetica, detergents en voeding)
- Natuurlijke stoffen (cosmetica, detergents en voeding)
- Producten uit biomassa (Biogebaseerde producten)

De besprekingen werden gevoerd aan de hand van twee sleutelvragen :

1. Wat is de interactie tussen onze productie- en consumptiewijzen, de biodiversiteit en de ecosystemendiensten?
2. Wat dient er te gebeuren om de markt met behulp van de biodiversiteit te optimaliseren, en tegelijkertijd de biodiversiteit in stand te houden?

De rondetafels in de **voormiddag** vonden plaats in de vorm van een **'World café'**.

Het 'World Café' is een creatief proces dat een constructieve dialoog en het delen van kennis en van ideeën wil faciliteren, om aldus een netwerk voor uitwisseling en acties te creëren: de deelnemers namen in kleine groepen plaats aan een tafel en discussieerden daar over een onderwerp. De deelnemers veranderden regelmatig van tafel. Een gastheer, die aan de tafel bleef zitten, vatte de vorige conversatie samen voor de nieuwkomers aan de tafel; de discussies bouwden vervolgens verder op de voorgaande discussies. Aan het einde van dat proces werden de belangrijkste ideeën samengevat tijdens een plenaire vergadering.

Die ideeën vormden vervolgens de input voor de discussies tijdens de 4 workshops in de namiddag, met als thema's:

- Plantaardige oliën voor gebruik in voeding
- Natuurlijke stoffen voor gebruik in voeding
- Producten uit biomassa (Biogebaseerde producten)
- Biomassa in cosmetica & detergents

Rapportering van de verschillende sessies en workshops

Voormiddagssessies

❖ Plantaardige oliën

Overzicht van de reacties

- impact op de biodiversiteit: ontbossing (wordt stevast als eerste vernoemd, de link met palmolie wordt gelegd zonder dat die vermeld wordt) gevolgd door monocultuur en vervolgens de injectie van stoffen (pesticiden worden veel vaker genoemd dan meststoffen);
- het verdwijnen van emblematische soorten wordt spontaan genoemd (orang-oetang, bijen,...), verstoringen van de ecosystemen,...;
- overconsumptie (en overbevolking);
- belang van minder en lokaler consumeren om het verlies van biodiversiteit in andere landen te vermijden voor producten die worden ingevoerd in BE/EU;
- belang van heldere labels (vermijden dat er een overvloed aan informatie wordt gegeven: verplichtingen voor voedingsproducten, gezondheidsboodschappen, vrijwillige labels,...) en het weghalen van leugenachtige labels;
- noodzaak van het controleren van de markt en de criteria van de labels, en in het algemeen de overheden versterken;
- milieukost niet geïntegreerd in de prijs van de producten → zie analyse van de levenscyclus (LCA);
- de administratieve procedure wordt ervaren als lang en complex, en de indruk is ook dat de overheden het aan de wetenschappers en de pers overlaten om alarm te slaan;
- probleem van overmatig gebruik van palmolie in alle sectoren;
- klimaatimpact (via ontbossing) die een nog groter verlies van biodiversiteit met zich meebrengt;
- kwestie van de traceerbaarheid van de plantaardige oliën (vooral 'duurzame' palmolie).

Standpunt /Perceptie van de verschillende actoren

➤ **Burger:**

- moeilijk om in het dagelijks leven na te gaan wat "beter voor de biodiversiteit" is;
- zou meer heldere en beter gecontroleerde labels willen (gecontroleerd door de overheid of een erkend certificeringsinstantie), verwarring tussen de bestaande labels en tegenstrijdige informatie;
- de acties zijn gericht op het dagelijks leven, aankoopcentrale, vermijden van te veel verpakking, palmolie (gevoel dat palmolie aanwezig is in alle producten)...;
- nood aan informatie, sensibilisering, voorlichting van de consument, de burger;
- nood aan geproduceerde alternatieven die duidelijk identificeerbaar zijn op de markt;
- het is de taak van de overheidsinstanties en de politiek om (dwingende) regels in te voeren om de markt en misbruiken op de markt te reguleren, nood aan meer politieke moed van de beleidsbepalers;
- gebruik van marketing voor palmolie in de grootdistributie of in de sectoren (Nutella – duurzame palmolie). Is er echt sprake van een ecologische motivatie?

➤ **Sector:**

- ook vragende partij voor een grotere traceerbaarheid van palmolie (en zijn afgeleiden waarvan de traceerbaarheid nog moeilijker en complexer is); de vrees van de consumenten heeft ertoe geleid dat er nieuwe productgamma's werden ontwikkeld op basis van plantaardige oliën;
- geen alternatieven voor palmolie die momenteel economisch haalbaar zijn.

➤ **Ngo's:**

- denken niet dat het mogelijk is om een label voor CO2/biodiv/... te ontwikkelen, want de analyse van de levenscyclus van elk product zou enorm veel tijd in beslag nemen; voor hen is de informatie vaak wel beschikbaar, maar moeilijk te interpreteren voor de consument; een algemenere kijk (mobiliteitsplannen, ecologische voetafdruk, etc.....).

Algemene conclusies

- de “consumenten” zijn zich bewust van de impact van de productie en de consumptie van plantaardige oliën op de gezondheid en de biodiversiteit;
- consensus over anders consumeren (minder/beter);
- nood aan een geïntegreerd/duurzaam label;
- belang van de reglementering, van de controle erop, en in ruimere zin van de administratie;
- nood aan een sterker politiek discours.

❖ **De natuurlijke stoffen**

Overzicht van de reacties

- het gebruik van deze term beter omkaderen voor cosmeticaproducten, bvb door een overeengekomen definitie voor te stellen, met inbegrip van criteria over de aanvoer (“van natuurlijke oorsprong”), over het respect voor de biodiversiteit, over de gezondheid. Die definitie verder uitwerken zou echter een erg complexe oefening zijn;
- de invoering van een nieuw biodiversiteitslabel overtuigt niet, want het zou voor nog meer verwarring zorgen tussen de bestaande labels;
- sterke (maar niet unanieme) trend: gecondenseerde, duidelijke informatie, met daarin de belangrijkste milieuparameters, waaronder biodiversiteit, gezondheid en eerlijke handel. Die informatie zou gecontroleerd moeten worden door de overheid. Die reflectie strookt met de aanbeveling van de commissie van 9 april 2013 in verband met het gebruik van gemeenschappelijke methodes voor het meten en vermelden van de milieuprestatie van de producten. Die informatie zou aangeboden kunnen worden op de plaats van verkoop;
- het normatieve aspect werd ter sprake gebracht: als de milieu- of gezondheidsinformatie erg negatief blijkt, waarom het product dan niet verbieden? Sommigen gaven zelfs aan dat het nodig is om de prijs van de milieuschade of van de gezondheidsrisico's (externaliteiten⁴) te weerspiegelen in de prijzen van de betrokken producten, aan de hand van een aangepaste fiscaliteit (toeslag);
- de banksector sturen wordt niet als prioritair beschouwd, want die investeert daar waar er vraag (consumenten) is.

⁴ De economen verstaan onder “externaliteiten” of “externe effecten” het feit dat de productie- of consumptieactiviteit van een economische actor een invloed heeft op het welzijn van een andere, zonder dat een van beide een compensatie ontvangt of betaalt voor die invloed.

Een externaliteit kan positief of negatief zijn, afhankelijk van het feit of het gevolg voor het welzijn gunstig of ongunstig is.

Vervuiling in al zijn vormen is een typisch voorbeeld van een negatieve externaliteit: wanneer een fabriek afval loost in het milieu, brengt ze, zonder tegenpartij, schade toe aan de inwoners van de streek. De overlast ten gevolge van het autoverkeer is een voorbeeld van een wederzijdse negatieve externaliteit: elke automobilist brengt hinder toe, en ondervindt zelf ook hinder. Vaccinatie tegen besmettelijke ziekten, de technologische voordelen van een innovatie van het openbaar domein zijn daarentegen positieve externaliteiten. Het netwerkeffect vormt het typevoorbeeld van een wederzijdse positieve externaliteit: de waarde die een consument toekent aan een netwerkdienst neemt toe naarmate het aantal gebruikers van die dienst stijgt. Dat is bij voorbeeld het geval bij de telefoon: hoe meer mensen er opgebeld kunnen worden, hoe interessanter de aansluiting wordt voor een nieuwe abonnee.

Economische actor: natuurlijke of rechtspersoon die beslissingen neemt van economische aard. De economische actor kan een individu zijn, een gezin, een bedrijf, een land, een territoriale eenheid, of een internationale instantie... Elke economische actor wordt gekenmerkt door zijn functies in de economie (consumptie, investering, etc.).

Standpunt /Perceptie van de verschillende actoren

➤ **Consumenten en vertegenwoordigers van verenigingen:**

- de afhankelijkheid van en de impact op de biodiversiteit zijn inbegrepen, maar niet op een duidelijke manier aangetoond;
- de nood aan omkadering van de term “natuurlijk” krijgt algemene steun, door de verwarring die bestaat rond deze term, zowel wat betreft hetgeen hij kan betekenen op het vlak van de ecologische voetafdruk, en meer bepaald voor de biodiversiteit, als wat betreft hetgeen hij kan betekenen voor de gezondheid;
- het lezen van de etiketten blijkt voor problemen te zorgen, meer bepaald voor de afgeleide producten met een complexe omschrijving (transparantie);
- de betrouwbaarheid van de milieu- of gezondheidsinformatie is afhankelijk van de betrokkenheid van de overheden bij het opstellen van die informatie. De initiatieven uit de privé worden verdacht van greenwashing;
- de normatieve en/of fiscale instrumenten kunnen over het algemeen rekenen op veel steun;
- de deelnemers geloven over het algemeen in de invloed van de consumenten op de markt.

➤ **Betrokken sectoren:**

- betere omkadering van de term ‘natuurlijk’ wordt niet als nuttig gezien en wordt afgeraden. De reden die wordt aangehaald, is de complexiteit van deze oefening: alles kan als ‘natuurlijk’ worden beschouwd.

➤ **Experts overheden:**

- de voorkeur wordt gegeven aan inspanningen inzake ecologische informatie. Er wordt geen advies verstrekt over de keuze van de instrumenten (ecologische boodschappen, normen, fiscaliteit,...). Men is bevreesd over de gevolgen van ecologische boodschappen voor de kleine producenten (mechanisme is belastend op administratief en financieel vlak).

Algemene conclusie

De ecologische informatie lijkt de pijler te zijn waar de consumenten het meest voorkeur aan geven, en degene waar de grootste eensgezindheid bestaat. De rol van de overheid staat centraal in de besproken pistes.

❖ **De producten uit biomassa (Biogebaseerde producten)**

Overzicht van de reacties

- de term “biogebaseerde producten” is niet duidelijk voor de deelnemers aan het begin van de workshop;
- weinig mensen zijn overtuigd van de milieuvoordelen van het vervangen van fossiele producten door producten uit biomassa, en ze vragen zich af of het reeds mogelijk is om te meten wat die vervanging exact oplevert (wordt voor die producten minder fossiele energie gebruikt dan voor de conventionele producten?);
- ≠ BIOafbreekbaar => zet de consument op het verkeerde been;
- de belangrijkste impact die wordt ervaren zijn de intensieve teelt, de uitputting van de biologische hulpbronnen (ontbossing) als grondstoffen en de concurrentie voor het landgebruik (voor gebruik in voeding <> niet-voeding);
- het idee van een index voor de levenscyclus van het product waarbij de volledige cyclus wordt meegerekend:
 - Productie (die rekening houdt met milieu- en sociale aspecten);
 - Transport (lokale aankopen bevorderen);
 - Verpakking (aankopen in bulk bevorderen);
 - Gebruik;

- Levenswijze: recyclage/eliminatie/vernietiging/hergebruik;
 - ➔ die met de kleinste ecologische voetafdruk stimuleren;
 - ➔ belang van de levensduur van de producten (herbruikbare plastic zak ⇔ zak in bioplastiek voor eenmalig gebruik);
 - ➔ producten verbieden waarvan de negatieve milieu-impact is aangetoond (zoals gebeurt voor de impact op de gezondheid).
- Informatie:
 - De informatie moet eenvoudig, begrijpbaar en concreet zijn; ‘te veel informatie doodt de informatie’; op de verpakking de oorsprong en de proporties van de samenstelling van het product vermelden; vermijden dat er verwarring ontstaat door vage termen.
- Labels:
 - het is niet aan de consument om de kosten verbonden aan het label te betalen;
 - gebrek aan vertrouwen in de labels bij de consument => zowel de producenten als de consumenten zouden moeten deelnemen aan de uitwerking van de lastenboeken;
 - zich inspireren op de energie-etiketten en hun code (kleur groen - oranje – rood of A++);
 - opdat de labels doeltreffend zouden zijn, moet de consument eerst gesensibiliseerd worden over de impact van de consumptie op de biodiversiteit, en over het belang van de instandhouding ervan: belangrijke rol voor de ngo’s wat betreft het verspreiden van informatie (bvb WWF met de consumentengids aangaande vis) en het sensibiliseren via het onderwijs;
 - het idee van een synthetisch label om een evenwicht te stimuleren tussen de criteria (gezondheid, milieu, biodiversiteit, duurzaamheid, ...; bvb ecolabel: er wordt weinig rekening gehouden met het criterium biodiversiteit);
 - idee van een biodiversiteitslabel: een wervende benaming vinden die blijft hangen en ngo’s inschakelen om die te ondersteunen (bvb: vermelding “bee-friendly” op de producten in het VK voor producten die rekening houden met de bestuivers).

Standpunt/perceptie van de verschillende actoren

- beter recycleerbaar? tegenargument van Detic: PVC is 100% recycleerbaar;
- OIVO: het gebruik van reclametermen reglementeren (bvb als er vermeld wordt ‘goed voor de planeet’, toelichten waarom dat zo is).

Algemene conclusies

De voordelen van het vervangen van de producten uit biomassa zijn nog niet duidelijk, en evenmin aangetoond. Die producten meten zich bij de consument een positief imago aan op ecologisch vlak, en het is belangrijk dat er nauwkeurige informatie vermeld wordt over de samenstelling en de impact van die producten, zonder dat de consument wordt bedolven onder de informatie. Er wordt vaak als een prioritair element opgegeven dat er naar de volledige levenscyclus van het product moet worden gekeken.

❖ Algemene reacties over de 3 thematieken

Voor een bepaalde groep, gebeurden de discussies eerder algemeen.

Alle reacties

- er is nood aan meer communicatie, informatie, transparantie en duidelijkheid over wat duurzaam geproduceerd wordt en wat niet; de consument wil wel bewust kiezen maar het is hem niet altijd duidelijk hoe;
- er bestaat een oerwoud van labels: de consument stelt zich de vraag welke betrouwbaar zijn, welke belangen er allemaal meespelen, en hoe op een objectieve manier kan uitgemaakt worden wat duurzaam is en wat niet; die labels hebben ook een kostprijs; labels lijken niet DE oplossing voor deze groep;

- duurzaam hoeft niet persé duur te zijn; er moeten manieren worden gevonden om duurzamer te produceren zonder duurder te zijn, want niet iedereen kan duurdere producten betalen; een probleem zijn de 15% cowboys die heel goedkoop produceren door bvb alle duurzaamheidsaspecten aan hun laars te lappen;
- bij het produceren moet er rekening worden gehouden met de economische situatie van de boeren (hen via, bij voorbeeld, vergoedingen en opleidingen stimuleren);
- de term duurzaamheid is moeilijk in een label te gieten en wordt beter gelinkt aan een bedrijf dat duurzaam is of daaraan werkt, in plaats van via een label aan een afzonderlijk product; het is beter dat een bedrijf duurzaamheid integreert, en dat de consument weet welk bedrijf duurzame producten biedt en duurzaam is doorheen het hele productieproces;
- duurzaamheid moet vooral van de aanbodzijde komen i.p.v. van de consument; bedrijven kunnen de lange termijn incalculeren, moeten efficiënt werken en de prijs laag houden (wat niet gelijk staat aan niet-duurzaam);
- bedrijven kunnen op het etiket meer informatie geven over de eigenschappen van het product; ze moeten duidelijker communiceren (bvb: zie het goede voorbeeld van Colruyt met de rood/oranje/groen-aanduiding i.v.m. al dan niet-duurzame vis of de infoguide van Delhaize);
- wat is de rol van de banken? De overheid moet de banken verplichten om transparant te zijn i.v.m. beleggingsfondsen en dergelijke (zoals bvb met de energieleveranciers is gebeurd) want de consument is vaak onwetend. Ook de Ngo's en Bankwatch kunnen een belangrijke rol spelen.

Algemene conclusies

De algemene conclusie is dat de overheid de consument beter moet informeren (o.a. via sociale media). Alleen dan kan de consument beter kiezen en dus meer invloed hebben. Er moet ook meer marktcontrole komen om de 15% rotte appels eruit te halen.

❖ Plantaardige oliën voor gebruik in voeding

Aanwezige actoren

Oxfam, liberale vakbond, Aigremont (margarines), Ferrero, LIBERA !, wetenschappers, Fuji Oil Europe, POD DO, administratie (DG5), Fevia.

Verloop van de discussies

Na een eerder gespannen begin van de discussie, kon elke stakeholder toelichten wat er voor hem op het spel staat, met welke moeilijkheden hij moet afrekenen, welke mogelijkheid hij ziet om een dialoog op gang te brengen om de problematiek van de palmolie geleidelijk aan en in overleg te verbeteren. Daarbij wordt vooral gekeken naar de organisatie van de markt en naar de reglementering:

- Organisatie van de markt:
 - Het RSPO-label en zijn mogelijke evolutie, de hefboomen en pistes die we kunnen overwegen om het stelselmatig te verbeteren, aan de hand van regelmatige en onafhankelijke evaluaties die besproken worden met de stakeholders;
 - Er bestaan vervangproducten/alternatieven, maar die vergen een aanpak op alle niveaus:
 - > om te komen tot een aangepast en berekend gebruik van dierlijke vetten (die momenteel minder gezondheidsproblemen veroorzaken dan wanneer ze vervangen worden), zouden de gezondheidsboodschappen aan de burgers/consumenten gewijzigd moeten worden;
 - > de distributie remt, door haar eis om een product te leveren tegen een zo laag mogelijke prijs, elke substitutie/elk alternatief af dat een bijkomende kost inhoudt;
 - > als er als alternatief gekozen wordt voor plantaardige oliën uit andere gewassen, bestaat het risico dat we het probleem verplaatsen, en een nieuwe impact veroorzaken (belang van de impactstudies).
 - De indirecte kosten van de externe ecologische factoren die momenteel niet geïntegreerd zijn in de prijs van het product.
- Reglementering:
 - De criteria die ontwikkeld zouden kunnen worden in het kader van de import/export en van een erkend (vereenvoudigd), geïntegreerd label (verantwoordelijkheid van de landen) zouden moeten omvatten:
 - > de link en de naleving van de verbintenissen die werden aangegaan in het kader van de grote internationale milieu- en sociale verdragen (VN, IAO, etc.);
 - > het bestaan van een interne nationale wetgeving met hiërarchisering van het landgebruik (ruimtelijke ordening, voedselveiligheid, productie van een grondstof, etc.).
 - **De notie van globale, maar gedifferentieerde verantwoordelijkheid** wordt vaak (omgekeerd) gebruikt als argument dat de bestaande situatie rechtvaardigt. De internationale verdragen moeten de oplossingen aanreiken die het recht garanderen om zich economisch te ontwikkelen, en tegelijkertijd de planeet beschermen in een geglobaliseerde wereld;
 - De gezondheids- en/of milieubeweringen moeten gereguleerd worden en de reglementeringen moeten rekening houden met de realiteit van het cumuleren van blootstelling op gezondheidsvlak en van het cumuleren van schade die wordt toegebracht aan de ecosystemen op milieuvlak (synergieën maar ook tegenstelling mogelijk tussen die 2 types beweringen).

Voorgestelde acties

- De aanwezige actoren zijn bereid om te bespreken hoe men het RSPO-label kan doen evolueren volgens een gelijkaardige logica als die van het FSC-label (in elk geval dit label (gesegregeerd niveau⁵) als uitgangspunt nemen). Rol en acties voor elke stakeholder in dat proces sneller identificeren via beter gestructureerd overleg;
- De traceerbaarheid is één van de grote moeilijkheden die weggewerkt moeten worden want de markt is volledig afhankelijk van enkele raffinadeurs;
- De vraag omtrent de mogelijkheid van een sectorakkoord over het onderwerp aan het einde van het proces blijft open;
- De samenhang en de synergieën tussen actoren, stakeholders en zelfs hun eigen lobby's kunnen vergroot worden door ontmoetingen zoals dit event (in tegenstelling tot bvb de officiële vertegenwoordigingen bij de FRDO);
- De consument/burger beter informeren aan de hand van objectieve informatie inzake gezondheid en milieu zou een essentieel element zijn ter ondersteuning van andere acties;
- Er zou regelmatig een voedingsenquête uitgevoerd moeten worden om te beschikken over objectievere blootstellingsgegevens, bvb door ze te koppelen aan de gezondheidsenquêtes door interview.

Meerwaarde/belang van de problematiek

- Mogelijkheden, op basis van de aanwezige actoren, voor een echte open dialoog waarbij iedereen naar de anderen luistert: dynamiek te behouden;
- Belangrijke actoren die ontbreken: Belgische Alliantie voor duurzame palmolie en andere actoren die gebruik maken van palmolie in voeding;
- Betere samenhang en synergie met andere activiteiten:
 - van de FOD (link gezondheid en milieu), in het bijzonder DG4 (bvb: gezamenlijke activiteiten WGO/FAO);
 - van FOD Economie (marktkennis).

GAPS

- Kennis van de markt om te evalueren welke gesprekspartners relevant zijn wat betreft de kwantiteit van de gebruikte palmolie en de mogelijke invloed op de aspecten biodiversiteit en/of gezondheid;
- Informatie over de voeding van de Belgen om de blootstelling beter te kunnen evalueren en de nodige wetenschappelijk onderbouwde preventiemaatregelen te kunnen nemen;
- Evaluatie en identificatie van de samenhang en de synergieën met alle andere lopende federale processen (bvb: doelstellingen DO/Rio en post 2015, voedings- en gezondheidsplan, etc.).

Discussie over de parallelle mechanismen

De discussie over palmolie maakt het mogelijk om te anticiperen op wat op een proactieve manier opgezet geïmplementeerd zou kunnen worden voor andere kwesties die zich op een gelijkaardige manier zouden kunnen ontwikkelen, bvb: de uitbreiding van de monoculturen voor arganolie, aloë vera...

⁵ RSPO: de drie eiseniveaus (<http://stophuiledopalme.doomby.com/pages/la-certification-rspo-roundtable-on-sustainable-palm-oil.html> of http://www.rspo.org/files/resource_centre/keydoc/7%20fr_RSPO%20Supply%20Chain.pdf):

Gesegregeerd (segregated): de duurzame palmolie wordt getraceerd en gescheiden van de olie die afkomstig is uit andere sectoren; en dat van bij het telen tot bij de eindgebruiker.

Mass balance: de gebruikte palmolie is grotendeels duurzaam, maar zonder strikte scheiding tijdens de bevoorradingketen.

Book and claim: de gebruiker koopt certificaten (UTZ Certified en Green Palm) die overeenkomen met de hoeveelheid niet-duurzame palmolie die werd gebruikt, en die financiële ondersteuning bieden aan de producenten van duurzame palmolie. Dit niveau vertegenwoordigt momenteel 68% van de verkoop van gecertificeerde olie.

De meest geschikte administratie(s) om hier verder over na te denken, synergieën met zaken die lopende zijn

- DG5 (Multilaterale en Strategische Zaken + Afdeling productbeleid en Chemische stoffen);
- DG4 – andere DG Volksgezondheid?;
- WIV (gezondheidsenquête door interviews en voedingsenquête);
- FOD Economie (marktkennis, evolutie van sociaal label naar geïntegreerd label?, rechten van de mens en bedrijven, MVO);
- POD DO (MVO, GPP⁶, rechten van de mens en bedrijven, etc... verschillende WG's);
- ...

Conclusies

De bespreking ging in op de mogelijkheden voor een debat tussen de aanwezige actoren en het type actie dat het meest geschikt leek. Alvorens verder te gaan, zouden we over cijfers moeten beschikken en besprekingen moeten voeren met de afwezige stakeholders om te valideren of aan te vullen wat dit symposium heeft opgeleverd.

❖ De natuurlijke stoffen voor gebruik in voeding

Aanwezige actoren

FEVIA, Naredi (federatie van de voedingssupplementen), En Marche (onafhankelijk journalist), vertegenwoordiger kmo's, FOD VVVL, Apis Bruoc Sella, gas'elles, Nuit Blanche, Inter-Environnement Wallonie, OIVO, Lidl Belgium, Koninklijk Belgisch Instituut voor Natuurwetenschappen, ...

Verloop van de discussies

- wat is de definitie van natuurlijke producten? Dat wordt vooral ervaren als een marketingterm, een verkoopargument. Moet er geen werk worden gemaakt van een definitie? Net zoals er een definitie bestaat van biologische producten met een lastenboek. Er doet zich effectief een probleem voor van definitie: de consumenten verwachten een duurzaam, milieu- en biodiversiteitsvriendelijk product. Hoe kunnen we hen dat garanderen?
 - natuurlijke producten zijn afgeleid van de productiemethode (louter mechanische transformatie zonder toevoeging van een chemisch product);
 - natuurlijke stoffen zijn stoffen die afkomstig zijn uit een plantaardig of dierlijk product (zonder wijziging van de molecule). bvb: stevia;
 - natuurlijke stoffen zijn stoffen die makkelijker verteerd worden door de ecosystemen: dat is één van hun belangrijkste voordelen.
- het landbouwsysteem moet herdacht worden; de federaties van de voedingssector denken na over een nieuw productiesysteem om te zorgen voor meer duurzaamheid;
- probleem van te lange en te complexe certificeringssystemen. Het gevaar bestaat dat er mono criteria worden gebruikt;
- in Frankrijk zijn alle synthetische zoetstoffen, met uitzondering van de Stevia als die van natuurlijke oorsprong is, onderworpen aan een nieuwe taks⁷ die is uitgevaardigd louter op basis van het criterium "goed voor de gezondheid";

⁶ GPP – Green Public Procurement - http://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm

⁷ http://circulaire.legifrance.gouv.fr/pdf/2012/01/cir_34494.pdf

- in Frankrijk heeft een studie⁸ over wat er op het etiket zou moeten staan, drie elementen opgeleverd: CO2, water, verlies van biodiversiteit;
- er moet ook rekening worden gehouden met de situatie van de kmo's; de kmo's willen niet dat er nog meer certificeringen en administratieve lasten bijkomen (dus bvb niet nog meer labels en certificeringen); de overheden moeten de administratieve last verlagen (wetende dat veel zaken op EU-niveau worden beslist);
- moet er altijd gebruik worden gemaakt van de etikettering om de consument te informeren?;
- hoe de consument ertoe aanzetten om zijn consumptiepatroon te wijzigen en te kiezen voor lokale producenten, meer biodiversiteit, producten die beter zijn voor de gezondheid? De impact van het integrale productiesysteem moet verkleind worden (bvb: strategie van bepaalde grote ketens);
- er moet geen beleid worden opgezet dat uitsluitend gebaseerd is op lokale producten; de claims dat het om artisanale producten gaat, zouden verschillende criteria moeten kunnen omvatten, waaronder het lokale, milieu-biodiversiteit, gezondheid, smaak, prijs, ...;
- waarom geen producten met een volledig witte verpakking maar waarop informatie staat over elk van die punten? Of QR-codes zodat de consument alle informatie die hij zoekt kan scannen, zonder dat de verpakking wordt volgepropt met informatie? Dat is een mogelijkheid, maar we worden nog steeds geconfronteerd met het probleem van de verificatie en de controle.;
- tot slot, is de prijs doorslaggevend wanneer men een milieuvriendelijk product koopt?;
- de consument mag niet gedwongen worden te kiezen tussen duurzaam/niet-duurzaam maar het nodige zou gedaan moeten worden om het volledige gamma producten (en diensten) duurzaam te maken.

Voorgestelde acties

- de consumenten beter informeren; de voedingswetgeving is erg gevarieerd maar heeft niet altijd de doelstelling om de consument te informeren;
- de term "natuurlijk" definiëren en er een lastenboek voor ontwikkelen;
- het voedselsysteem herbekijken;
- vaak wordt het lastenboek opgelegd door de grootdistributie. Dat kan een actie-/oplossingspiste zijn.

Meerwaarde /belang van de problematiek

- een problematiek met grote moeilijkheden (traceerbaarheid, controle,...) maar ook oplossingen (lastenboek, intelligente etikettering, duurzame bedrijven in plaats van duurzame producten, ...).

GAPS

- definitie en lastenboek "natuurlijke stof";
- volgens de vertegenwoordigster van de kmo's is de reglementering al erg uitgebreid, maar de consument is er niet van op de hoogte;
- in plaats van ons toe te spitsen op duurzame producten zouden we ons kunnen richten op duurzame bedrijven; dat zou voor concurrentie kunnen zorgen op het gebied van duurzaamheid (dus een positieve trend) tussen de bedrijven; dat sluit aan bij één van de belangrijkste conclusies van de NI groep van de voormiddag.

⁸ Binnen het platform ADEME-AFNOR, dat actief is sinds 2008, heeft werkgroep nr. 1 (WG1), die zich bezighoudt met voedingsproducten, drie grote milieuitdagingen in kaart gebracht voor de sector: klimaatverandering, watervervuiling en -gebruik, en de erosie van de biodiversiteit. In plaats van een milieuboodschap met één criterium, enkel gericht op de koolstofvoetafdruk van de producten, verdedigt en ontwikkelt Frankrijk een milieuboodschap met meerdere criteria, die beter in staat zou moeten zijn om de globale duurzaamheid van de producten in rekening te brengen.

Zie: <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Analyse-d-un-indicateur.html>

Administratie(s) die het meest geschikt is/zijn om hier verder over na te denken, synergieën met de zaken die reeds lopende zijn

- FOD Productbeleid;
- FOD Economie;
- PODDO;
- ...

Conclusies

De meeste discussies draaiden rond het informeren van de consument, om die in staat te stellen om duurzamere keuzes te maken, de definitie en het lastenboek voor 'natuurlijke' producten/stoffen en het voedingsstelsel.

❖ De producten uit biomassa

Aanwezige actoren

Administraties (FOD Financiën, FOD Economie, DG Leefmilieu, Europese Commissie, FRDO, LNE), ngo's (VCIV, Natuurpunt), Centrum van stedelijke ecologie, Test-Aankoop, KBIN, vakbonden (Arbeid en Milieu, ACLVB, ACV), federatie van ondernemingen (Essenscia, Febelfin), IKEA.

Verloop van de discussies

De discussies bleven lang niet beperkt tot de producten uit bio gebaseerde producten zelf. Tijdens de bespreking werd eerst ingegaan op hoe belangrijk het is om de bedrijven (en niet de individuele producten) centraal te stellen bij de inspanningen om meer rekening te doen houden met de biodiversiteit. Er kwamen verschillende thema's aan bod, zoals de moeilijkheden om de biodiversiteit te kwantificeren en te meten, de rol van de staat in het beheer van de gemeenschappelijke goederen, de doeltreffendheid van de hulpbronnen. Er werd vooral benadrukt dat het belangrijk is om de potentiële impact van een product uit biomassa te kunnen vergelijken met die van zijn tegenhanger van fossiele oorsprong, om te evalueren of de substitutie effectief een goede zaak is vanuit het standpunt van de biodiversiteit.

Voorgestelde acties

Het betreft hier vooral voorbeelden en bedenkingen:

- er is unanimititeit dat het essentieel is om de toepassingen te identificeren waarvoor het interessant is om een substitutie door te voeren van fossiele grondstoffen => biologische grondstoffen. Hoe er zeker van zijn dat de substitutie een goede oplossing is en hoe een systematische analyse promoten? Hier is misschien een rol weggelegd voor de Product Environmental Footprint;
- wanneer men de impact bekijkt van een product op de biodiversiteit en het milieu, moet de volledige levenscyclus van het product in rekening worden gebracht, en de hulpbronnen in hun totaliteit;
- er moeten verschillende departementen ingeschakeld worden om te informeren over de impact op leefmilieu / gezondheid / biodiversiteit van de producten uit biomassa, want op Belgisch niveau is er nog niets voorzien.

Meerwaarde/belang van de problematiek

- voor de vakbonden: kansen voor innovatie, wat potentieel biedt op het vlak van tewerkstelling;
- recent op de markt, nog veel te leren, mogelijkheid om te anticiperen op een product dat ongetwijfeld een grote expansie zal kennen
- de beschikbaarheid van biomassa is reeds beperkt voor een hele reeks toepassingen, de uitbreiding van de producten uit biomassa houdt ook het risico in dat de situatie nog erger wordt.

GAPS

Hoe zou men kunnen garanderen dat de substitutie van een product van fossiele oorsprong naar een product van biologische oorsprong werkelijk positief is? Hoe een systematische analyse promoten? (bij voorbeeld, streven naar 100% flessen uit biomassa voor bepaalde dranken. Het is belangrijk en dringend om dat te weten.

Discussie over de parallele mechanismen

- (hier geïnterpreteerd als van toepassing op alle producten en niet alleen op die uit biomassa (biogebaseerde));
- liever een bedrijfsbenadering dan een productbenadering => als de consument bij een bepaald bedrijf koopt, krijgt hij de garantie van duurzaamheid (bvb IKEA: bedrijfsdynamiek). De benadering op basis van producten is correct maar complex en minder realistisch. Belangrijk om gemeenschappelijke regels op te stellen zodat er geen oneerlijke concurrentie ontstaat;
- duurzaamheidsrapporten voor de bedrijven (bvb de bedrijven op de beurs van Parijs CAC-40, die verplicht zijn om een dergelijk rapport voor te leggen, ook verwijzing naar de duurzaamheidsrapporten per sector van Essencia) => waarom geen rapport over de impact op de biodiversiteit?;
- er bestaan heel wat wetten. We moeten vermijden een wetgeving te creëren die oncontroleerbaar wordt. Dan kunnen we ons evengoed richten op andere types instrumenten;
- belang van het elimineren van de producten die schadelijk zijn voor de biodiversiteit; de 15% free riders;
- pictogrammen zijn interessant en sprekend (bvb de dode vis voor toxiciteit in aquatisch milieu) en maken het mogelijk om bepaalde producten te vervangen;
- meer en meer vakbondsleden zijn gevoelig voor biodiversiteit dankzij fiches die sensibiliseren aangaande biodiversiteit en video's waarin werknemers getuigen over wat ze gedaan hebben voor de biodiversiteit in hun bedrijf, wat aanleiding kan geven tot nadenken en handelen;
- er is een zekere terughoudendheid wat betreft het "tijdelijk karakter" van de natuur die zich ontwikkelt op braakliggende terreinen in industriezones. De bedrijven vrezen namelijk dat ze die biodiversiteit misschien zullen moeten compenseren (vooral als het gaat om zeldzame, bedreigde, beschermde soorten) de dag dat ze die terreinen willen gebruiken, met als negatief gevolg dat ze niet willen dat er zich 'te veel biodiversiteit' ontwikkelt;
- het is moeilijk om biodiversiteit te ramen in cijfers, maar cijfers zijn wel belangrijk. Dat wordt ook aangehaald als een probleem voor de financiële sector, bij de evaluatie van de financiering van bedrijven, om in te schatten of een bedrijf ok is of niet op het vlak van biodiversiteit. Het bestaan van een praktisch instrument zoals een checklist (aanwezig/afwezig) zou kunnen helpen;
- belang van sensibilisering. Biodiversiteit is een moeilijke term voor het grote publiek, dus moet hij zichtbaarder gemaakt worden. Bij voorbeeld via het sprekende symbool van de bij, of op beschikbare oppervlakten van bedrijven acties ondernemen zoals seizoensgebonden bloemen planten (ook zichtbaarder voor de automobilisten), een insectenhotel bouwen...?;
- de rol van de multinationals wordt met de vinger gewezen: ze hanteren hetzelfde beleid over heel de wereld (en biodiversiteit is een probleem dat ook op wereldschaal bekeken moet worden) en een visie op langere termijn;
- er wordt aangegeven dat het beheer van gemeenschappelijke goederen (hier de biodiversiteit) moet gebeuren door de staat. De rol van de staat zou zijn om de maatschappelijke voordelen rendabel te maken voor België, zodat die markten zich ontwikkelen;
- er werd reeds belastingverlaging toegekend als de impact op de biodiversiteit niet negatief was. Beter zou zijn: vermindering als de impact positief is! De harmful subsidies veranderen tijdens de hervorming van de fiscaliteit in 2014;
- voor de kmo's zouden we kunnen denken aan vereenvoudigde instrumenten om de levenscyclus te analyseren. Ideaal zou zijn dat iemand alle kmo's zou bezoeken om ze te overtuigen, en ze vervolgens zou

helpen om dat in de praktijk te brengen. Een ander instrument dat wordt voorgesteld is de "materialenscan" van de OVAM met een afdeling biodiversiteit, die het mogelijk maakt de potentiële voordelen aan te wijzen;

- de 'Resource efficiency' voor de kmo's zou nuttig kunnen zijn: uitleggen dat er bij goed beheer voordeel uit kan worden gehaald. Mogelijkheid om hetzelfde te doen voor de biodiversiteit? Maar de link biodiversiteit-voordeel is minder direct (vb. waarin hij toch direct is: Häagen-Dasz en bijen, beheer en onderhoud van terreinen);
- het principe: "cradle to cradle"⁹ dat bedrijven in staat stelt om beter rekening te houden met het beheer van de hulpmiddelen, zou gebruikt kunnen worden als rechtstreeks instrument voor het behoud van de biodiversiteit;
- sectorakkoorden: het aandeel producten uit biomassa vergroten, op voorwaarde dat werd aangetoond dat ze een positieve impact hebben op de biodiversiteit, in vergelijking met producten van fossiele oorsprong;
- er zou een stand van zaken opgemaakt moeten worden van de bestaande labels om na te gaan waarop ze betrekking hebben en waarop niet. De overheid zou aldus bepaalde labels naar voren kunnen schuiven omdat ze meer rekening houden met de biodiversiteit. De interessante criteria zouden zelfs opgenomen kunnen worden in de wetgeving.

Administratie(s) die het meest geschikt is/zijn om hier verder over na te denken, synergieën met de zaken die reeds lopende zijn

- FOD VVVL – DG5 (Multilaterale en Strategische Zaken + Afdeling productbeleid en Chemische stoffen): voor de evaluatie van de bestaande labels, de analyses van de levenscyclus, de promotie van de labels die rekening houden met de biodiversiteit en voor het verbod op producten die schadelijk zijn voor de gezondheid.

Varia

De resultaten van de consumentenenquête worden in vraag gesteld, want volgens één van de deelnemers werden milieu en biodiversiteit door elkaar gehaald (ongetwijfeld omdat mensen onvoldoende weten wat biodiversiteit inhoudt?).

Conclusies

Iedereen ziet in dat het om een complex onderwerp gaat, waarbij de analyse van de argumenten gedetailleerd zal moeten zijn om te kunnen handelen. De 'bedrijfs'-benadering lijkt globaal bekeken interessanter en realistischer dan de 'product'-benadering, maar ideaal zou zijn om ze te combineren. Het is duidelijk dat er nog maar weinig geweten is over de producten uit biomassa en hun impact, en dat er op Belgisch niveau nog veel werk is. De 'resource efficiency'-benadering is essentieel: minder grondstoffen, minder schade aan de biodiversiteit.

⁹ Het "cradle to cradle"-principe (van wieg tot graf) is gebaseerd op een ecologische vereiste van 0 vervuiling en 100% recyclage op alle productieniveaus. Een vervaardigd product moet, eenmaal gerecycleerd, dus opnieuw hetzelfde product kunnen opleveren. Het bedrijf gaat in dat geval over van de exploitatie van hulpbronnen naar het beheer van het geheel van zijn hulpbronnen. Dat principe toepassen zou het mogelijk maken om de biodiversiteit beter te beschermen, want recyclage is een manier om de exploitatie van de biodiversiteit en van de ecosystemen te verminderen, die dan minder druk en schade ondervinden.

❖ Biomassa in cosmetica & detergenten

Aanwezige actoren

Administraties (DG4/DG5/FOD Economie) en een student milieustudies.

Verloop van de discussies

- de administraties betreuren de afwezigheid van leden uit de sector van de cosmetica/detergenten die op het laatste ogenblik moesten afhaken, maar de administraties hadden eenzelfde standpunt aangaande het probleem;
- de cosmetica worden hoofdzakelijk gereguleerd door een EU-verordening (DG Sanco) die een melding van het product oplegt, en vervolgens toelaat dat het onbepaald op de markt wordt gebracht. Het milieuaspect wordt niet in rekening gebracht in deze reglementering, maar het wordt ten dele gedekt via de REACH-verordening voor alle op de markt gebrachte stoffen;
- de normen hebben vaak betrekking op de impact aan het einde van de keten => uitbreiden tot de extractie/de productie/... De wet op de productnormen maakt het mogelijk om milieunormen op te stellen voor op de markt gebrachte producten, maar men moet ervoor zorgen niet in te gaan tegen het vrij verkeer van goederen... De impact van de productie (grondstoffen om het product te vervaardigen) en de milieu-impact worden niet in rekening gebracht bij het op de markt brengen. Bvb: gevolgen van zonnecrème voor het water;
- zonnecrème die bescherming biedt tegen muggen bevindt zich op de grens tussen cosmeticaproduct en biocide;
- het ecolabel gaat niet altijd ver genoeg en de andere labels zijn niet transparant genoeg. Het ecolabel zou uitgebreid kunnen worden naar andere producten;
- ABS is nuttig maar zal het niet mogelijk maken om op te treden inzake (het verlies van) biodiversiteit;
- het concept "natuurlijk product" wil niet zeggen zonder gevaar of zonder impact op de biodiversiteit, het milieu, de gezondheid ... => communiceren / verbieden? / ...;
- voor de cosmetica moeten de beweringen duidelijk, verstaanbaar en bewezen zijn;
- RSPO volstaat niet om de duurzaamheid van palmolie te garanderen;
- Welke criteria voor het label "ecodynamisch" bedrijf: zou dat als basis kunnen dienen voor een "duurzaam" label?;
- Het Europees wetgevingsproces is lang en complex.

Voorgestelde acties

De administraties stellen voor om bestaande instrumenten te gebruiken om meer biodiversiteitscriteria te integreren, zoals bvb het actiespectrum van het ecolabel uitbreiden (meer gedekte producten en meer rekening houden met de biodiversiteit) en het blijven promoten.

Meerwaarde/belang van de problematiek

- gebruik van tal van grondstoffen waaronder palmolie maar de problematiek kan zich verplaatsen zoals bij voorbeeld naar de duindoorn/arganboom;
- potentiële/bewezen impact doorheen de levenscyclus.

GAPS

- waar zouden de acties het doeltreffendst zijn?
- wat is de belangrijkste sector?

Administratie(s) die het meest geschikt is/zijn om hier verder over na te denken, synergieën met de zaken die reeds lopende zijn

- DG5 (Multilaterale en Strategische Zaken + Afdeling productbeleid en Chemische stoffen: detergenten);
- DG4: cosmetica;
- FOD Economie voor de labelling (behalve Ecolabel);
- ...

Conclusies

Er zijn bilaterale besprekingen nodig met de sector. De administratie moet evalueren welke instrumenten en hefboomen het meest doeltreffend zijn om te hanteren, meer bepaald om de producten te certificeren en te labelen om de consumenten heldere informatie aan te bieden.