



Brussels Observatorium
voor Duurzame Consumptie

15 MAART 2007: EEN IDEALE DAG OM DE CONSUMENT TE INFORMEREN OVER HET LOKALE EN HET SEIZOENSAANBOD AAN GROENTEN EN FRUIT

BRUSSELS OBSERVATORIUM VOOR DUURZAME CONSUMPTIE

Een partnerschap tussen

O I V O

Onderzoeks- en Informatiecentrum
van de Verbruikersorganisaties



Stichting van openbaar nut

Paapsemalaan 20 — 1070 Brussel



Gulledelle 100 - 1200 Brussel

Met de steun van de Minister van leefmilieu, Energie en Waterbeleid van het Brussels Gewest



15 maart = Internationale consumentendag

- In het kader van het Brussels Observatorium voor Duurzame Consumptie vraagt het **OIVO** aan de distributeurs om bij te dragen aan een betere informatie van de consumenten in de groenten- en fruitafdeling. Het OIVO beveelt in het bijzonder aan om **een informatieve etikettering te ontwikkelen** alsook andere maatregelen die keuzes verenigbaar met een duurzame ontwikkeling aanmoedigen.

Immers,

- Gelet op de milieu-impact van groenten en fruit uit verwarmde serres of met vervoer over lange afstanden, gelden de lokale en seizoensgebonden groenten en fruit, afkomstig van de biologische of geïntegreerde landbouw, als milieuvriendelijkere keuzes.
- Maar de informatie op de etiketten en in de verkooppunten helpen de consumenten niet om gemakkelijk de groenten en het fruit te vinden dat aan die criteria beantwoordt.
- De prijzen zijn geen duidelijke indicatie om de duurzame keuzes aan te moedigen.

ENERGIEVERSLINDENDE GROENTEN EN FRUIT

Niemand verbaast er zich vandaag de dag nog over dat hij of zij aardbeien en tomaten kan eten op Kerstmis, dat er aardappelen verkocht worden uit Nieuw-Zeeland, sperziebonen uit Kenia, aubergines uit Thailand...

De globalisering van de economie stelt ons in staat om eetwaren te ontdekken die van ergens anders komen en om het hele jaar door te kiezen uit een zeer ruim en gevarieerd gamma aan producten. Maar daar zit een ecologisch prijskaartje aan vast waar de consumenten zich niet echt van bewust zijn en waarover ze geen enkel signaal noch informatie ontvangen om daar beter rekening mee te houden.

We vergeten vaak dat onze voedingskeuzes een zware last leggen op het milieu. Het is vanuit milieuoogpunt bekeken immers helemaal niet hetzelfde als we in oktober een appel eten die in een Vlaamse boomgaard geteeld werd dan wel frambozen die uit Israël ingevoerd zijn. Een zelfde verschil bestaat tussen salade uit volle grond en salade uit een verwarmde serre.

Wat het verschil maakt, is: het energie en brandstofverbruik voor het vervoeren of het telen in een verwarmde serre en de CO₂-emissies die bijdragen tot de klimaatopwarming.

Enkele cijfers:

- 1 kg ananas uit Ghana = 5 kg CO₂-uitstoot = 1.6l brandstof
- 1 kg wortelen uit Zuid-Afrika = 5,5 kg CO₂-uitstoot = 1.7l brandstof
- 1 kg sla uit California = 5 kg CO₂-uitstoot = 1.6 l brandstof
- 1 kg tomaten geteeld in een verwarmde serre staat voor zesmaal meer energieverbruik dan van 1 kg tomaten uit een niet-verwarmde serre.
- Er is voor het telen van een krop sla in een verwarmde serre vijftigmaal meer energie nodig dan voor een krop sla op een veld.

Een ander zorgwekkend milieuaspect is de besmetting van de waterlopen en de bodem, maar ook van de voedingsproducten door residu's van pesticiden die bij de productie gebruikt werden.

Bijgevolg blijkt dat de lokale en seizoensgroenten en –fruit, afkomstig van de biologische of geïntegreerde tuinbouw, keuzes zijn die het milieu en de gezondheid beter respecteren.

HET BODC ONDERZOEKT

Worden de consumenten voldoende geïnformeerd en aangemoedigd om zulke keuzes te maken? Welke informatie wordt er hen verstrekt op de verkooppunten? Speelt die informatie een rol bij de beslissing om voor meer duurzame keuzes te opteren?

Het BODC heeft een onderzoek ingesteld om na te gaan of de informatie voor de consumenten in de verkooppunten ze aanmoedigt om voor lokale en seizoensgroenten en –fruit te kiezen. We hebben in het bijzonder de etikettering bekeken met betrekking tot de oorsprong, het seizoensgebonden karakter en de vervoermethode en wij hebben geprobeerd te weten te komen of de prijzen een weerspiegeling waren van de afgelegde trajecten en het seizoensgebonden karakter van de groenten en het fruit. Wij hebben een vergelijking gemaakt tussen die informatie voor biologische groenten en fruit en voor producten uit de klassieke tuinbouw.

Het onderzoek liep van maart 2006 tot februari 2007. Er werden elke maand gegevens verzameld in warenhuizen, op markten en in een speciaalzaak voor biologische voedingsproducten.

Groenten en fruit dat in het onderzoek aan bod kwam	
Fruit	Appelen, peren, sinaasappelen, ananas, citroenen, kiwi's, bananen, aardbeien, meloenen, perziken, pruimen, avocado's, kersen, druiven, blauwe bospessen, clementines
Groenten	Wortelen, andijvie, spinazie, salade, radijzen, prei, rodekool, bloemkool, ajuin, tomaten, komkommers, selder, asperges, champignons, sperziebonen

Aanbod

In alle bezochte verkooppunten is er een gevarieerd aanbod van groenten en fruit. Niettemin is het assortiment groter, met meer exotische groenten en fruit, in de warenhuizen. De markten bieden meer seizoensgroenten en –fruit aan, maar verkopen ook ingevoerde producten.

In de warenhuizen vinden we groenten en fruit van de biologische landbouw, van de geïntegreerde landbouw of van de klassieke landbouw. De biologische producten worden apart en altijd verpakt aangeboden, wat lijkt overeen te komen met een verplichting voor de herkenning van het product als “biologisch”. De groenten en fruit van de geïntegreerde landbouw liggen te midden van de klassieke groenten en fruit, wat de opsporing en herkenning door de consumenten er niet gemakkelijker op maakt.

In de supermarkten vinden we ook fruit (bijvoorbeeld bananen, avocado's) die afkomstig zijn van de eerlijke handel.

Op de markten zijn de klassieke groenten en fruit, producten van de geïntegreerde landbouw en producten van de biologische landbouw te krijgen, maar dat is slechts zelden bij één en hetzelfde kraam. In de speciaalzaak zijn alle groenten en al het fruit afkomstig van de biologische landbouw.

Informatie over de oorsprong

De vermelding van de oorsprong is geen verplichte informatie. In de wetgeving staat dat de oorsprong op de etikettering van de voorverpakte producten vermeld moet worden als de weglating van die informatie de consument zou kunnen misleiden.

De oorsprong wordt dus niet systematisch vermeld.

In de warenhuizen staat de oorsprong over het algemeen vermeld op het prijsetiket van de afdeling of op een infobord (losse goederen) en op het etiket van de voorverpakte producten. Het komt echter voor dat deze informatie ontbreekt of dat de vermelding van de oorsprong op het afdelingsetiket verschilt van de oorsprong die vermeld staat op het etiket op de productverpakking.

De oorsprong wordt minder vaak aangegeven voor groenten en fruit op de markten en in de speciaalzaken voor biologische voedingsproducten. Soms heeft de verkoper de betreffende informatie kunnen verstrekken, maar er is evenwel geen garantie van de juistheid van die informatie.

Op de biologische markt wordt de oorsprong van de producten duidelijk aangegeven.

Het onderzoek toont aan dat het aanbod van groenten en fruit de neiging heeft van het hele jaar door heel ruim te blijven. Dat is in het bijzonder waar in de warenhuizen. Om die variatie in stand te houden worden tal van producten geïmporteerd. Maar zelfs volop in het seizoen, wanneer er een groot lokaal aanbod is, kan men in de winkels ook groenten en fruit vinden van dezelfde soort, maar afkomstig uit het buitenland. En soms is de prijs lager dan die van de lokale producten!

Waar komen de groenten en het fruit dat we consumeren vandaan? Enkele voorbeelden uit het onderzoek:

Peren	België, Frankrijk, Argentinië, Spanje, Italië
Sinaasappelen	Spanje, Zuid-Afrika, Italië
Kiwi's	Italië, Frankrijk, Nieuw-Zeeland
Pruimen	Zuid-Afrika, Spanje, Frankrijk, Italië
Avocado's	Spanje, Mexico, Kreta, Zaïre, Zimbabwe
Druiven	Italië, Frankrijk, Spanje, Egypte, Brazilië
Citroenen	Spanje, Italië, Argentinië
Wortelen	België, Italië
Witloof	België, Spanje, Nederland
Sla	België, Spanje, Italië
Ajuin	Nederland, België, Argentinië, Spanje
Tomaten	België, Marokko, Nederland, Spanje
Sperziebonen	België, Frankrijk, Egypte, Nederland, Marokko, Kenia
Spinazie	Nederland, Egypte, Frankrijk, Italië

Over het transport krijgen de consumenten geen informatie, niet over de afgelegde kilometers noch over de transportmiddelen (vliegtuig of boot).

Het biologische label is geen garantie voor een minder grote impact door het transport. Bepaalde biologische groenten en fruit zijn immers geïmporteerd uit verre regionen, wat tegenstrijdig lijkt met de milieuoogmerken die deze productiemethode nastreeft.

Informatie over het seizoensgebonden karakter

Er is in de verkooppunten heel weinig communicatie over de seizoenen. Dit jaar hebben enkele warenhuizen promotieacties gevoerd voor seizoensgroenten en –fruit, maar geen enkel warenhuis heeft maatregelen getroffen om de consument het hele jaar door beter te informeren.

Op de markten bestaan er ook bepaalde promotieacties voor seizoensgroenten en –fruit. Dat is vooral het geval op de biologische markt.

Prijzen

De prijzen staan aangeduid ofwel op een bord in de buurt van de groenten en het fruit wanneer ze los verkocht worden, ofwel op het etiket wanneer ze voorverpakt verkocht worden. De prijzen zijn opgegeven per gewichtseenheid en op de etiketten van de voorverpakte producten staan ze ook aangeduid per verkoopeenheid.

De prijzen verschillen naargelang het verkooppunt.

De prijzen van lokale en seizoensgroenten en –fruit in de warenhuizen en op de markten zijn vergelijkbaar. Geïmporteerde groenten en fruit zijn vaak goedkoper in de warenhuizen.

Terwijl we verwacht hadden variaties in prijs vast te stellen in functie van het seizoen en de schommelingen in het aanbod van lokale groenten en fruit, is onze bevinding dat de prijs geen erg duidelijke indicatie is van het seizoensgebonden karakter. Hoewel bepaalde sterk seizoensgebonden producten, zoals aardbeien, goedkoper zijn in het seizoen, kunnen andere groenten en fruit het hele jaar door tegen een vergelijkbare prijs gekocht worden.

In warenhuizen drijft de strategie van het aanbieden van producten tegen de beste prijs de managers ertoe om van leverancier te veranderen (en producten aan te bieden die van verder komen) wanneer de prijs van de lokale producten stijgt (vaak op het einde en bij het begin van het seizoen).

De biologische groenten en fruit zijn altijd duurder dan de producten van de klassieke tuinbouw: hun prijs ligt gemiddelde dubbel zo hoog.

Om biologisch te consumeren voor minder geld kan men een abonnement nemen op de biomanden. Het principe is eenvoudig: de consument ondertekent een contract waarmee hij zich ertoe verbindt om regelmatig een assortiment biologische seizoensgroenten en/of -fruit van lokale producenten te kopen. Elke partij wint want de producent kan de productie beter plannen en de oogsten afzetten; de consument is zeker dat de producten vers, lokaal en van het seizoen zijn en beterkoop verkocht worden.

Ons onderzoek toont aan dat een zelfde mand biologische groenten en fruit tot de helft goedkoper was wanneer ze rechtstreeks gekocht werd van de producenten in vergelijking met de aankoop via een warenhuis.

Conclusies en aanbevelingen

De lokale seizoensgroenten en –fruit afkomstig van de biologische of geïntegreerde tuinbouw zijn milieuvriendelijkere keuzes. Ze leveren grote besparingen op in termen van energieverbruik, brandstof en emissies van broeikasgassen.

Nochtans zijn nog de informatie in de verkooppunten noch de prijzen duidelijke indicaties waarop de consumenten zich kunnen baseren om groenten en fruit te kiezen die aan die criteria beantwoorden. Integendeel, de aangerekende prijzen maken de sociale en de milieukosten die aan deze producten verbonden zijn, totaal onzichtbaar.

Er wordt helemaal geen informatie verstrekt over de milieu-impact van deze producten, niet in verband met de productiemethoden noch in verband met de vervoermiddelen en transportafstanden.

In het kader van het Brusselse Observatorium voor Duurzame Consumptie interpelleert het **OIVO** de bedrijven in de distributiesector en vraagt het hun om aan de consumenten een concrete hulp te bieden waarmee zij duurzame keuzes kunnen maken.

In dat verband vraagt het OIVO dat er een etikettering zou worden ontwikkeld die de snelle opsporing en herkenning van de lokale en seizoensproducten mogelijk maakt.

Er zijn ook nog andere maatregelen kunnen bijdragen aan het aanmoedigen van de duurzame keuzes in de groenten- en fruitafdeling:

- de afdeling zo organiseren dat het lokale en seizoensaanbod duidelijk zichtbaar wordt;
- informatie verspreiden over de voordelen van de milieuvriendelijke groenten en fruit.

Bovendien zouden een aantal aanvullende acties, zoals promotieacties, het ter beschikking stellen van algemene gegevens en van recepten, de mogelijkheid bieden om een ruimer publiek aan te spreken.

Verantwoordelijke uitgever:

Marc Vandercammen

OIVO

Paapsemlaan 20

1070 Brussel

Tel. 02 547 06 11 – Fax 02 547 06 01

www.oivo.be

ON 417541646

Uitgave 2007

Referentie catalogus: 845-07

D-2007 –2492-27

© OIVO – Overnames toegelaten mits voorafgaande toestemming van de uitgever en bronvermelding.