nieuws

Duurzaam inkopen voor supermarkt en voedingsbedrijf

nieuws

Aan de campagne van Vredeseilanden voor betere prijzen voor boeren is een heel parcours voorafgegaan. In eigen land werden gesprekken aangeknoopt met supermarkten, voedingsbedrijven en landbouwers. Zo kon de ngo enkele essentiële voorwaarden identificeren om duurzame voeding mainstream te maken. Die boodschap werd de rode draad van het boek #SaveTheFoodture. Specifiek voor retail en voedingsindustrie is de suggestie om de aankooppolitiek te verduurzamen. Maar hoe doe je dat, duurzaam inkopen? Een brochure met negen to do's toont de weg.

18 JANUARI 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:33

Lees meer over:
voedingsindustrie
distributie



Aan de campagne van Vredeseilanden voor betere prijzen voor boeren is een heel parcours voorafgegaan. In eigen land werden gesprekken aangeknoopt met supermarkten, voedingsbedrijven en landbouwers. Zo kon de ngo enkele essentiële voorwaarden identificeren om duurzame voeding mainstream te maken. Die boodschap werd de rode draad van het boek #SaveTheFoodture. Specifiek voor retail en voedingsindustrie is de suggestie om de aankooppolitiek te verduurzamen. Maar hoe doe je dat, duurzaam inkopen? Een brochure met negen to do's toont de weg.

Aan de basis van de brochure 'Duurzaam inkopen doe je zo' liggen gesprekken met Belgische supermarkten en voedingsbedrijven, een enquête in de voedingsindustrie en een keukentafelgesprek met de actoren in de voedselketen. Je zou daaruit kunnen afleiden dat het bedrijfsleven al kennis van een duurzaam aankoopbeleid heeft. Het is in ieder geval de verdienste van Vredeseilanden om dat samen met FEVIA, Boerenbond, The Shift en Fairtrade Belgium zichtbaar te maken. Ze deden dat in het kader van een 'action lab' die paste in het brede transformatieproject voor de verduurzaming van de voedselketen.

De brochure is opgebouwd rond negen to do's en gaat van start met het naar voor schuiven van 'een duidelijk engagement van het topmanagement'. Werken aan duurzaamheid moet een bewuste keuze en strategie zijn, gedragen door directie en raad van bestuur. Maatschappelijk verantwoord ondernemen mag geen eiland zijn binnen het bedrijf, niet enkel de verantwoordelijkheid van een CSR-manager. In een enquête die FEVIA in 2015 onder haar leden-voedingsbedrijven hield, verklaarde 82 procent van de 99 respondenten dat er bij het bedrijfsmanagement een duidelijk engagement aanwezig is. Dat is een goede basis.

Tweede voorwaarde om tot een duurzaam aankoopbeleid te komen, is een gedragscode die er toe doet voor leveranciers. Afspraken met betrekking tot duurzaamheid worden niet eenzijdig opgelegd of afgedwongen, maar in dialoog met leveranciers opgesteld. De wederzijdse dialoog draagt bij tot gedeeld eigenaarschap van de gedragscode. Maar de praktijk van een

gedragscode is lastig en de aandacht ervoor verdwijnt te vaak na de ondertekening. Daarom moeten – in overleg – de verwachtingen op vlak van duurzaamheid geïntegreerd worden in alle inkoopprocedures en juridische documenten.
Bladeren we verder in het lijstje met to do's, dan komen we 'een waardige prijs voor alle spelers doorheen de keten' tegen. Het is nodig dat alle actoren in de keten een waardige prijs krijgen voor hun producten die ook de investeringen in duurzaamheid dekt. In fair trade is dit principe opgenomen. Mechanismen die in werking treden in periodes van lage marktprijzen kunnen een oplossing zijn. Bedrijven kunnen ook pre-competitieve afspraken op lange termijn maken met hun leveranciers door bijvoorbeeld minimum duurzaamheidsstandaarden af te spreken, en een correcte vergoeding voor inspanningen die verder gaan.
De brochure, inmiddels online beschikbaar, is een aanrader voor alle voedingsbedrijven en supermarkten die hun streven naar duurzaamheid willen doortrekken in het dagdagelijkse aankoopbeleid. Het kan lezen als een 'road map' maar uiteindelijk is er geen generiek antwoord op de vraag 'wat is een duurzaam inkoopbeleid'. Dat hangt af van de sector en van de bereidheid van de actoren om mee te schrijven aan het verhaal. Daarnaast is 'duurzaamheid' een breed begrip waarbij accenten anders gelegd kunnen worden. "Dat mag, dat moet. Durf samen te experimenteren", geven Vredeseilanden en de andere projectpartners mee.
Meer weten? Lees 'Duurzaam inkopen doe je zo'.

Beeld: Vredeseilanden

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada