
Titel projectvoorstel: Echte en Eerlijke Prijs Duurzame Producten

Nummer: TU18104

Contactgegevens penvoerder:

Naam: Bavo van den Idsert
Bedrijf: Bionext
e-mailadres: Van.den.Idsert@bionext.nl

Contactgegevens namens onderzoekers:

Naam: Willy Baltussen
Organisatie: Wageningen Economic Research e-mailadres:
Willy.Baltussen@wur.nl

Het projectvoorstel past onder innovatiethema

- Duurzame Plantaardige Productie
- Energie & Water x Consument, Markt & Maatschappij
- High Tech & Digitale Transformatie

Heeft u het voorstel ook elders ingediend? Nee X Ja, te weten bij TKI A&F.

Dit voorstel is goed afgestemd met PPS-voorstel 'Continue verduurzaming van Nederlands voedsel' ingediend bij TKI A&F. Waar in dit project gewerkt wordt aan monetarisatie van de duurzaamheidsissues, worden in de andere PPS de milieu- en sociale impact van voedsel inzichtelijk gemaakt voor catering, retail, horeca en groothandel, en mogelijk de financiële sector.

Inhoudelijke beschrijving

1. Samenvatting aanvraag

Zonder voedsel is leven niet mogelijk. Hiermee leveren de topsectoren Agri & Food en Tuinbouw & Uitgangsmaterialen een enorme maatschappelijke waarde. Helaas gaat de productie van voedsel en dranken en sierplanten ook samen met negatieve impact op mens en milieu – denk aan CO₂-uitstoot, watervervuiling en mogelijk gevaarlijke arbeidsomstandigheden. Een deel van deze negatieve impact wordt met wettelijke middelen gereguleerd, maar vaak zijn bovenwettelijke inspanningen nodig om tot een daadwerkelijk maatschappelijk verantwoord, duurzaam product te komen. Dit hangt samen met de complexiteit van veel productketens en daarnaast lopen deze ketens over meerdere landen, waaronder landen met minder sterke overheidscontrole.

True pricing, of het bepalen van de **echte prijs** geeft een integraal beeld van de economische - en duurzaamheidskosten van productie en consumptie van voedselproducten. Dit kan producenten helpen om zo duurzaam mogelijk te produceren, bewuste consumenten om het juiste product te kiezen, en overheden om op de juiste manier de economie en de duurzaamheidstransitie te stimuleren. De overgang naar meer duurzame productie is niet gratis. Vaak moeten er extra kosten gemaakt worden en staan er risico's tegenover. Aan de andere kant zijn er duurzaamheidsbaten, bijvoorbeeld als de consument bereid is extra te betalen. De kosten, baten en risico's moeten dan over de keten verdeeld worden. Nog te vaak trekken de primaire producenten hierbij aan het kortste eind. Voor een verdeling waarbij dit niet het geval is, geldt de **eerlijke prijs**.

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

De concepten echte prijs en eerlijke prijs zijn de afgelopen zes jaar ontwikkeld, onder andere door de kennisinstellingen binnen deze PPS. Wat er echter nog mist, is een duidelijke, breed gedragen methodiek die omarmd is door alle partijen in de sector, en die ook publiek beschikbaar is om door iedereen gebruikt te worden. Ook van de reactie van consumenten is nog te weinig bekend. Helpt kennis van de echte en eerlijke prijs consumenten een betere keuze te maken aan het schap? En zo ja, welke informatie is daarbij het meest efficiënt?

De PPS omvat circa twintig praktijkcasussen. Hierin worden de betrokken bedrijven direct geholpen hun producten meer duurzaam te maken. Het agrarische bedrijfsleven in het algemeen, de wetenschap en de maatschappij worden verder geholpen door deze PPS door:

- Kennis over echte en eerlijke prijs op tastbare ketens, zowel uit de theorie, als uit de praktijkcasussen. De PPS levert een praktische methodiek die ook generiek (voor opschaling) en publiek beschikbaar (voor transparantie) is om verduurzaming te versnellen;
- Directe toepassingen van de echte en de eerlijke prijs in consumentengoederen met hoge zichtbaarheid, met communicatiestrategieën voor zowel ketenpartijen als het brede publiek.

Een klankbordgroep helpt input te verkrijgen vanuit en bevindingen te delen met een brede groep aan stakeholders vanuit bedrijfsleven en maatschappelijk middenveld. Uiteindelijk helpt de PPS om de topsectoren Agri & Food en Tuinbouw & Uitgangsmaterialen dichterbij echte en eerlijke prijzen te brengen.

2. Beoogde doel

Aanleiding voor dit project. Dit project is opgesteld vanuit de breed gedeelde wens in Nederland om een transitie te bewerkstelligen van een landbouw- en voedselproductie die vooral financieel efficiënt is naar een maatschappelijk inclusieve productie met duurzaam, eerlijk en betaalbaar voedsel voor iedereen. Hierin worden verborgen kosten – denk aan CO₂ uitstoot, watervervuiling, afbraak biodiversiteit en bodemgesteldheid – niet langer afgewenteld op de samenleving. Zo kan een belangrijke bijdrage geleverd worden aan het realiseren van de meeste Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties.

Dit gaat echter niet vanzelf: om voedsel 'maatschappelijk inclusief' en duurzaam te maken, zijn inspanningen van de hele voedselsector nodig. Dit zijn vaak bovenwettelijke duurzaamheidsinspanningen, die investeringen vereisen (extra maatregelen in de productie of de keten), en daarnaast leiden tot maatschappelijke baten (minder klimaatverandering, schoner water, minder gezondheidskosten, etc.).

Om voedsel eerlijk te maken, is een verdeling van de marge, extra kosten en risico's over de ketenspelers nodig die recht doet aan wat zij toevoegen. Een belangrijke vraag is ook hoe de consument betrokken wordt bij en verleid wordt tot maatschappelijk inclusieve consumptie.

De echte prijs en de eerlijke prijs. Productie en consumptie van voedingsmiddelen en sierteeltproducten hebben verscheidene effecten op mens en milieu. Een deel daarvan is positief, bijvoorbeeld het stimuleren van biodiversiteit, gezondheid, landschap en sociale instituties. Op die manier voegt de sector meer waarde toe aan Nederland dan enkel economische waarde. Een ander deel is negatief, deze kosten van productie worden afgewenteld op mens en milieu. Dit zijn kosten die wel gemaakt worden, maar niet zichtbaar zijn op de kassabon. De *echte prijs* (of "true price") geeft aan wat de prijs zou zijn als alle negatieve externaliteiten onderkend worden. Het primaire doel hiervan is marktpartijen te informeren om gebaseerd op kennis zelf duurzame keuzes te maken en richting te geven aan overheidsbeleid.

Een gerelateerd concept is de *eerlijke prijs*. Waar de echte prijs kijkt naar de huidige externe kosten die niet zijn meegenomen in de marktprijs, kijkt de eerlijke prijs onder meer naar welke marktprijs nodig is om externe kosten te vermijden. Daarnaast kijkt de eerlijke prijs naar een eerlijke verdeling van de consumentenprijs en van de duurzaamheidskosten over alle ketenpartijen, wat van belang is voor een robuuste samenwerking in de keten.

Urgentie voor de sector. Specifieke externaliteiten hebben reeds de volledige aandacht. Denk bijvoorbeeld aan het Klimaatverdrag van Parijs. Hoe dit te vertalen naar beleid, zowel voor overheid als bedrijfsleven, is echter complex. Investeren in een reductie van broeikasgassen kan leiden tot minder winst of kan de prijs van producten opdrijven, waardoor deze minder toegankelijk worden voor huishoudens met lage inkomens. Beide effecten zijn niet wenselijk.

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

Het Nederlandse beleid is er nu op gericht dat het grote potentieel van de topsectoren te benutten voor het groeien van de groeiende wereldbevolking, binnen de geldende natuur- en milieunormen. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) heeft een rol erop toe te zien dat boeren en tuinders hogere prijzen ontvangen van afnemers die bovenwettelijke eisen stellen, zoals eisen aan duurzaamheid of dierenwelzijn. Meer informatie over eerlijke prijzen helpt hierbij.

State of the art. Drie recente studies van Wageningen Economic Research en True Price (Baltussen et al., 2017a en 2017b, en De Groot Ruiz et al., 2018) vormen de basis voor de deze Publiek-Private Samenwerking. Hierin zijn de maatschappelijke effecten van voedsel besproken en is een roadmap uitgezet. Daarnaast vindt er internationaal gezien veel onderzoek plaats naar externe kosten, en de verdeling van waarde over de ketenpartijen, waaronder bij de indieners. Recent onderzoek is verricht naar de mogelijkheden om de positie van de primaire ondernemer in de voedselketen te verbeteren (Baltussen et al., 2018, in press).

Innovatief en vernieuwend karakter. Uit de state-of-the art studie (De Groot Ruiz et al., 2018) bleek dat er vele methodes op deelterreinen -bijvoorbeeld emissies- zijn om maatschappelijke effecten in kaart te brengen. Wat (wereldwijd) echter nog niet beschikbaar is, is een open-source methodiek met een wetenschappelijke fundering om de echte en eerlijke prijs te bepalen. Wel heeft True Price met haar partners – waaronder Wageningen Economic Research – de basis voor true pricing ontwikkeld in de afgelopen jaren en daarom zal zij met de consortiumpartners deze verder ontwikkelen naar een breed gedragen aanpak en deze publiekelijk beschikbaar maken. Daarnaast is een belangrijk doel dat de methodiek leidt tot een handelingsperspectief voor bedrijven in de voedselketen, en een manier om consumenten effectief voor te lichten. Dit wordt ontwikkeld in deze PPS en direct geleverd aan twintig praktijkcasussen.

3. Beoogde impact

Impact op projectpartners, de agri-food sector en de tuinbouwsector – Deze PPS biedt deelnemende bedrijven concrete opties om hun bedrijfsvoering en bijbehorende keten te verduurzamen en actief hierover te communiceren. De PPS levert hiertoe onder andere een handleiding en een 'beslis-tool', bv op investeringen. De onderliggende methodiek is robuust, breed gedragen en zowel generiek als internationaal toepasbaar, zodat deze ook goed en snel schaalbaar is zowel binnen deze keten als in andere ketens. De methodiek helpt ook bedrijven en sectoren die (nog) niet duurzaam produceren. Bedrijven krijgen inzicht in hun verborgen maatschappelijke kosten, deels op productieniveau. Hierbij staat de impact centraal voor het vergroten van de positieve effecten en het beperken van de negatieve effecten om zo te komen tot een duurzame productie en consumptie van voedsel en sierteeltproducten. Om zo ver te komen, moet een flink aantal vragen geadresseerd worden. Welke effecten kun je allemaal mee- of samen nemen? Hoe wegen we de toekomst mee? Moeten we alles in geld omrekenen? Hiernaast biedt deze PPS ook inzicht in eerlijke prijzen. Wat wordt als eerlijk en oneerlijk ervaren? Hoe kan de sector draagvlak creëren voor een meer eerlijke verdeling en daardoor de verduurzaming van productie bevorderen?

Maatschappelijke impact – Het werk in deze PPS sluit aan bij de Sustainable Development Goals, in het bijzonder bij doel 2 ('zero hunger') en doel 12 ('Sustainable consumption and production'). De aangereikte handelingsperspectieven brengen voedsel, dranken en sierteelten een stuk dichterbij echte en eerlijke prijzen. Dit draagt eraan bij dat duurzame(re) producten op een meer natuurlijke manier worden aangeboden. Indien hier vervolgens ook op de juiste manier over gecommuniceerd wordt, kunnen consumenten ook daadwerkelijk duurzamer handelen met betrekking tot hun voedselkeuzes. In het bijzonder draagt de PPS bij aan de doelen gesteld binnen de topsectoren A&F (o.a. de volgende prioritaire onderwerpen: 2. over duurzame producten, 3. over consumentenvertrouwen en 4. over consumentenmotivatie) en T&U (onderwerp 4. binnen Consument, Markt en Maatschappij over circulariteit en verduurzaming van ketens).

Wetenschappelijke impact – De PPS levert een publiek beschikbare methodiek over true pricing en eerlijke prijs op. Consumentenonderzoeken leveren inzicht op in hoe milieu- en gezondheidsaspecten gewogen kunnen worden en hoe consumenten hierop reageren.

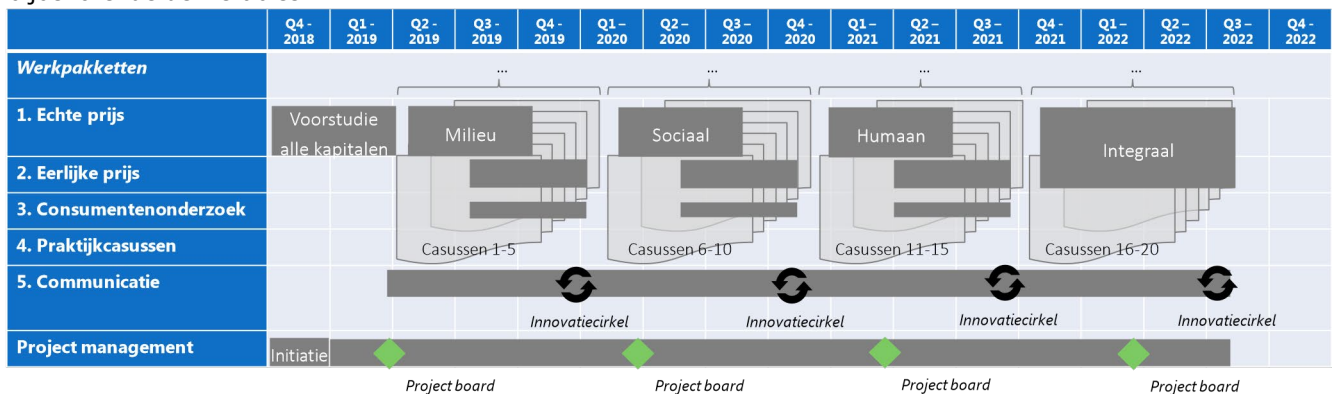
Om de vernieuwing en innovatie op het terrein van echte en eerlijke prijs snel te kunnen opschalen zijn twee factoren van belang namelijk ten eerste dat er een robuuste en (internationaal) wetenschappelijke gefundeerde methodiek ontstaat en dat belangstellenden gebruik kunnen maken van deze methodiek. Aan beide voorwaarden werkt deze PPS door enerzijds wetenschappelijk te publiceren, en anderzijds door een praktische handleiding te schrijven en innovatiecirkels te organiseren voor partners en andere partijen uit het bedrijfsleven. Het bieden van inzicht in de echte prijs en het bieden

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

van handelsperspectief is bedoeld om bedrijven en producten te verduurzamen. Daarnaast kunnen afspraken over de 'eerlijke prijs' leiden tot nieuwe verdienmodellen binnen de keten.

4. Aanpak van het project

Om de doelen van deze PPS te behalen, worden de concepten 'echte prijs' en 'eerlijke prijs' verder uitgewerkt. De uitwerking is zowel conceptueel als in twintig praktijkcasussen, waarin agrarische bedrijven direct geholpen worden hun productie te verduurzamen en hierover te communiceren. Daarnaast wordt consumentenonderzoek gedaan om te achterhalen hoe consumenten reageren op verduurzamingsinitiatieven en welke wijze van informatieverstrekking wel of niet efficiënt is. Zie onderstaand figuur en zie bijlage 3 voor detailuitwerking van de werkpakketten en de bijbehorende deliverables.



Werkpakket 1: echte prijs – Mede dankzij werk van True Price en Wageningen Economic Research is al veel bekend over de echte prijs. Tijdens de PPS worden de belangrijkste impacts geselecteerd, wordt de methodiek robuust ontwikkeld, en wordt een consultatie gehouden om de methodologie uiteindelijk publiek te kunnen maken. Dit omvat onder andere een handleiding om de echte prijs te bepalen, en een 'beslis-tool' voor bedrijven, ketenpartijen en overheden. In de eerste drie jaar van de PPS staat steeds één vorm van 'Kapitaal' centraal in de ontwikkeling van de echte prijs: Natuurlijk Kapitaal (bv. Klimaatverandering), Sociaal Kapitaal (bv. gedwongen arbeid) en Menselijk Kapitaal (bv. gezonde voeding). In het laatste jaar wordt het project afgerond met een integrale analyse van alle externaliteiten.

Werkpakket 2: eerlijke prijs – Het op een eerlijke manier verdelen van de duurzaamheidskosten, -baten en risico's over de waardeketen vereist maatwerk. Tijdens de PPS wordt in een aantal ketens dit maatwerk in de praktijk geboden. Aan de hand van geleerde lessen en conclusies die veralgemeniseerd kunnen worden, worden vervolgens templates ontwikkeld om ketensamenwerking op het gebied van duurzaamheid te stimuleren.

Werkpakket 3: consumentenonderzoek – In de praktijkcasussen, en in bijzonder kwalitatief en kwantitatief onderzoek wordt onderzocht of consumenten in hun keuzes 'geholpen' worden met informatie over de echte en de eerlijke prijs. Onderzoeksmethoden die beschikbaar zijn, omvatten een flinke range: van focusgroepen en interviews van consumenten tot onderzoek met een 'virtuele supermarkt' en praktijkexperimenten.

Werkpakket 4: praktijkcasussen – In ongeveer twintig praktijkcasussen met innovatieve partners uit het bedrijfsleven (inclusief de financiële sector) wordt de kennis die opgedaan is in de eerste drie werkpakketten in de praktijk gebracht. Niet elke casus zal zowel echte prijzen als eerlijke prijzen als consumenten-communicatie omvatten, maar als geheel dekken de praktijkcasussen alle onderwerpen ruimschoots. De casussen hebben drie doelen: het helpen van de deelnemende bedrijven, het testen (en vervolgens aanscherpen) van de methodieken en een eerste stap zetten om de concepten echte prijs en eerlijke prijs breed bekend te maken.

Werkpakketten 5 en 6: Communicatie, en coördinatie- en projectmanagement worden later in dit document uitgebreid behandeld.

Binnen deze PPS zijn geen go/no go beslissingen opgenomen. Wel wordt jaarlijks een advies gevraagd aan een klankbordgroep onder leiding van de Transitiecoalitie Voedsel en wordt met de projectboard (belangrijkste financiers) de voortgang van de TKI besproken. De stuurgroep bestaande uit één persoon van Bionext, True Price en Wageningen Economic Research hebben de dagelijkse leiding en informeren de projectboard en de klankbordgroep.

5. Organisatie

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

Kerngroep

Stichting Bionext richt zich op onafhankelijk onderzoek naar duurzaamheid en de weging van de verschillende duurzaamheidselementen. Daarnaast onderzoekt Bionext hoe je de consumenten het beste 'raakt' met duurzaamheidsinformatie. Een derde doel is het beïnvloeden van het beleid van de overheid dat nog altijd kostenefficiënte productie bevoordeelt door de gratis kostenafwenteling te accepteren. In deze PPS treedt Bionext op als penvoerder vanuit het bedrijfsleven en is verantwoordelijk voor het betrekken van partners uit het bedrijfsleven.

True Price is een sociale onderneming die zich richt op impact meten en waarderen. De echte prijs is het vlaggenschip van True Price, waar ook de onderneming naar vernoemd is. True Price heeft de eerste true pricing methodiek wereldwijd ontwikkeld. Binnen deze PPS wil True Price de methodiek om duurzaamheidsthema's van een waarde te voorzien wetenschappelijk onderbouwen en bedrijven helpen om true pricing toe te passen in de praktijk.

Wageningen Economic Research, is een onafhankelijke onderzoeksorganisatie en wenst op te treden als TO2 instelling binnen de toe te kennen PPS. Wageningen Economic Research heeft pionierswerk verricht op het terrein van eerlijke en echte prijzen en beschikt over kennis, data en netwerk van ketens in de land- en tuinbouw. Binnen deze PPS focust Wageningen Economic Research zich op het toepassen van de methodieken, samen met True Price ontwikkeld, op agrarische ketens, op het ontwikkelen en toepassen van een methodiek om met ketenpartijen te komen tot een eerlijke verdeling van de consumenteneuro, en op het toepassen van consumentenonderzoek.

Er komt een projectstuurgroep van de PPS waarin alle kerngroepleden vertegenwoordigd zijn en die de interne besluitvorming uitvoert op kwartaalbasis. De kerngroepleden hebben een gelijkwaardige stem in deze stuurgroep en de stuurgroep zal streven naar consensus-besluiten.

Belanghebbenden en belangstellenden

Naast de trekkende partners uit de kerngroep zijn private en publieke partners betrokken. Een projectboard komt eens per jaar bij elkaar om de voortgang te bespreken. De projectboard bestaat uit de leden van de projectstuurgroep, en een afvaardiging van de topsectoren en het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Ook komt er een klankbordgroep bestaande uit een brede groep van organisaties uit het bedrijfsleven en het maatschappelijk middenveld, die adviseert over de aanpak en uitvoering om te komen tot een goed eindresultaat dat ook toegepast kan worden in de praktijk. De Transitiecoalitie Voedsel is bereid om een trekkende rol te spelen in deze klankbordgroep.

6. Communicatie

Om de doelen van de PPS te halen, is communicatie met belanghebbenden en belangstellenden van groot belang.

Met **partners** in de praktijkcasussen wordt direct samengewerkt. Partners ontvangen aan het eind van 'hun' praktijkcasus een eindrapport, dat in principe publiek beschikbaar wordt gemaakt. De partner kan hiermee naar buiten treden en op een objectieve manier haar duurzaamheidsinspanningen communiceren.

De **projectboard** met vertegenwoordigers van de overheid en de Topsectoren wordt jaarlijks betrokken bij de voortgang van de PPS, zoals besproken onder 'organisatie'.

Partners en andere belangstellenden uit het bedrijfsleven worden vanaf het eind van het eerste jaar van de PPS uitgenodigd voor zogeheten 'innovatiecirkels'. De private en publieke partners kunnen hier gratis aan deelnemen. Andere belangstellenden zijn welkom tegen een financiële vergoeding. De innovatiecirkels zijn vooral gericht op het bedrijfsleven om de praktische kennis en de wetenschappelijk voortgang in de echte en eerlijke prijs te delen (al dan niet getoetst in een casus). Op haar beurt kan input uit de innovatiecirkels weer bijdragen aan verdere ontwikkeling van de concepten. Openheid, die alle deelnemers aan de innovatiecirkels kan helpen met haar duurzaamheidsinspanningen, draagt bij aan cruciale succescriteria transparantie, volledigheid, multi-stakeholder, objectiviteit en haalbaarheid.

Specifieke partners (bijvoorbeeld de Transitiecoalitie Voedsel) zullen betrokken worden in de opbouw van het programma, met als bijzonder doel het afstemmen van elkaars activiteiten.

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

Wetenschapspartners en **overige geïnteresseerden** worden op de hoogte gehouden via publieke uitingen, in het bijzonder:

- Publicatie en aandacht voor de methodiek in wetenschappelijke kringen (zoals wetenschappelijke tijdschriften om een robuuste en internationaal gedragen methodiek te krijgen);
- Publiciteit en aandacht voor resultaten uit de praktijkcasussen naar vakmedia en consumentenmedia om het instrument echte en eerlijke prijsbepaling als gamechanger voor noodzakelijk transitie van landbouw en tuinbouwketens te positioneren en bekendheid te geven;
- Website voor verschillende doelgroepen waarin de doelen, voortgang en resultaten worden gecommuniceerd;
- Diverse (internationale) symposia (tot 5 per jaar). De verschillende partijen zullen hiervoor worden uitgenodigd om wetenschappelijke en praktische ontwikkelingen te communiceren, casussen uit te wisselen en om nieuwe casussen op te zetten.



TOPSECTOR
TUINBOUW UITGANGSMATERIALEN

Handtekening(en) voor akkoord:

Kennisinstelling: Stichting Wageningen Research, instituut Wageningen Economic Research

Naam: Olaf Hietbrink

Handtekening:

Datum:

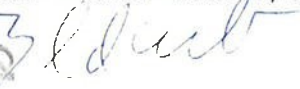
22.6.18 

Private trekker:

Naam en bedrijf/organisatie: Bavo van den Idsert, Bionext

Handtekening:

Datum:

29.6.18 

Bijlage 2: **State of the Art**

State of Art met betrekking tot echte prijs

Het onderzoek in dit voorstel is ingebed in een actief onderzoeksveld, waarin zowel de indieners van dit voorstel, als diverse zeer grote partijen actief zijn – denk bijvoorbeeld aan de werkgroep *The Economics of Ecosystems & Biodiversity* (TEEB) van de Verenigde Naties. Recent is door TEEB een rapport uitgebracht getiteld "TEEB for Agriculture & Food: Scientific and Economic Foundations (8 June 2018, <http://teebweb.org/agrifood/home/scientific-and-economicfoundations-report/>). Aan deze rapportage is bijgedragen door Wageningen Economic Research.

Wageningen Economic Research en True Price hebben daarnaast bijgedragen aan meerdere deelstudies binnen de TEEB samenwerking. Dit betreft onder andere een vergelijking van de externe kosten van verschillende systemen om dierlijke eiwitten te produceren (rundvlees, kip en melk) in verschillende systemen rond de wereld – van de pastorale systemen van de Masai tot de actieve veeteelt in Nederland (Baltussen et al., 2017a, <http://edepot.wur.nl/420536>).

True Price heeft ook vele cases gedaan met bedrijven naar hun maatschappelijke effecten en de echte prijs hun van producten, onder andere voor rozen uit de glastuinbouw in Kenia (<https://www.hivos.org/creating-shared-value-rosesupply-chain>), en voor een groot aantal agri-commodities zoals cacao (<http://trueprice.org/the-true-price-of-globalcommodities/>), koffie (<http://trueprice.org/the-true-price-of-coffee-from-vietnam/>) en thee (<http://trueprice.org/thetrue-price-of-tea-from-kenya/>). Een overzicht van de verzamelde kennis staat in De Groot Ruiz et al. (2018) (<http://edepot.wur.nl/445777>).

Ook wordt er door andere partijen onderzoek gedaan. In opdracht van Natuur & Milieu bijvoorbeeld, heeft CE Delft in 2018 een rapport geschreven over de echte prijs van vlees. Hier wordt ook gesproken van een 'echte prijs' wanneer kosten voor onder andere milieu, natuur en gezondheid zouden worden berekend, voor in hun geval de productie van vlees.

In 2017 is door Wageningen Economic Research en True Price op verzoek van het ministerie van Economische Zaken de stand van zaken rondom de echte prijs in kaart gebracht (Baltussen et al., 2017b, <http://edepot.wur.nl/408313>; De Groot Ruiz et al., 2018).

Binnen dit laatste onderzoek wordt geconcludeerd dat:

- Nederland mondiaal voorop loopt met betrekking tot de casuïstiek rondom echte prijs;
- De methodiek voor het bepalen van de echte prijs van voedsel betrekkelijk gestandaardiseerd is;
- Er veel methodieken bestaan om de maatschappelijke effecten (van voedsel) in kaart te brengen, maar dat kennis erg gefragmenteerd en verspreid is over veel domeinen;
- De methodiek ontwikkeld door Wageningen Economic Research en True Price (Baltussen et al., 2017b) de eerste in haar soort is die een volledig beeld geeft van de interne, externe, positieve en negatieve maatschappelijke effecten van voedsel. Het is gestoeld op een breed welvaartsbegrip en gaat ervan uit dat de maatschappij zes kapitalen heeft om welvaart te scheppen. De methodiek staat toe om per product(groep) te bepalen wat de maatschappelijke effecten zijn in de totale productieketen inclusief de consumptie van producten. Daarnaast weegt de methodiek het relatieve belang van de maatschappelijke effecten zijn op basis van al beschikbare informatie.

In De Groot Ruiz et al. (2018) is een route geschetst om naar integrale sturingsinformatie te komen voor de markt. Dit PPS-voorstel kan als verdere uitwerking daarvan gezien worden. Effectieve maatschappelijke sturingsinformatie kan bestaan uit sturingsvariabelen zoals de echte prijs, waarde en winst. Bij het opstellen hiervan komen verschillende uitdagingen en complexiteiten om de hoek kijken. Gegeven deze uitdagingen is een groeimodel ontwikkeld om te komen tot integrale sturingsinformatie.

Er worden drie fases onderscheiden:

1. Identificeren en kwalificeren van maatschappelijke effecten;
2. Kwantificeren en waarderen van maatschappelijke effecten;
3. Sturen op basis van sturingsvariabelen die marktpartijen in staat stellen maatschappelijke effecten te betrekken in hun beslissingen.

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

Elke fase geeft partijen betere sturingsinformatie om relevante maatschappelijke effecten te betrekken bij hun beslissingen. De sturingsinformatie is extra waardevol als er een kritische massa is van marktpartijen en overheden die deze informatie gebruikt. Uiteindelijk is sturing het meest effectief als er een overzichtelijk aantal sturingsvariabelen is waar alle marktpartijen op sturen. Er wordt al (bijgestuurd) via verschillende initiatieven, het probleem hierbij is echter dat de verscheidenheid ervan moeilijk te vergelijken valt, waardoor het moeilijk wordt om geïnformeerde afwegingen en keuzes te maken.

Fase 1 en gedeeltelijk fase 2 zijn al ingevuld op basis van de huidige beschikbare methodieken. Dit projectvoorstel wil invulling geven aan de tweede helft van fase 2 (waarderen) en aan fase 3, specifiek voor het bedrijfsleven. Dit leidt tot sturingsvariabelen voor bedrijven om de productie te verduurzamen. Volgens De Groot Ruiz et al., (2018) zijn er vijf succescriteria om de sturingsinformatie te produceren: het gehanteerde raamwerk moet 1) transparant, 2) volledig, 3) objectief, 4) multi-stakeholder en 5) haalbaar zijn.

State of Art met betrekking tot eerlijke prijs

De positie van de primaire producent in de voedselketen wordt als zwak beschouwd. Dit wordt ook onderkend door de EU en de Nederlandse overheid. Recentelijk zijn op Europees niveau de regels met betrekking tot onderlinge samenwerking van primaire producenten verruimd door de Omnibusregeling (Verordening (EU) 2017/2393). De Omnibus Verordening heeft de mogelijkheden binnen de GMO-verordening voor horizontale samenwerking tussen primaire producenten sterk uitgebreid (binnen producentenorganisaties en voor landbouwers). De ruimte voor verticale samenwerking (binnen brancheorganisaties) is minder groot.

De Nederlandse overheid heeft een wetsvoorstel 'Ruimte voor Duurzaamheidsinitiatieven' gemaakt. De directe aanleiding is het spanningsveld tussen mededinging en duurzaamheid. Het wetsvoorstel Ruimte voor Duurzaamheidsinitiatieven heeft als doel duurzaamheidsinitiatieven vanuit de samenleving vaker doorgang te laten vinden en voorziet in een procedure voor het indienen van verzoeken om een initiatief in het belang van de duurzame ontwikkeling in regelgeving op te nemen. De minister kan na een eigenstandige afweging een positief besluit nemen en het initiatief opnemen in een wettelijke regeling. De Mededingingswet is op deze regels niet van toepassing.

Daarnaast heeft in het voorjaar van 2018 op verzoek van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit onderzoek plaatsgevonden naar de positie van de primaire producent in de keten (Baltussen et al., 2018 in press).

Enkele resultaten van het onderzoek (Baltussen et al., 2018 in press). zijn:

- Er wordt al veel samengewerkt tussen primaire producenten en ook in ketenverband. Tussen sectoren bestaan grote verschillen;
- Samenwerking van primaire producenten onderling en /of in ketenverband kan de positie verder verstevigen;
- Primaire ondernemers zijn van mening dat ze aan steeds meer duurzaamheidseisen moet voldoen zonder daarvoor betaald te krijgen. Dit ervaren ze als 'oneerlijk'.

Economisch betekent een eerlijke prijs iets anders dan dat iedereen (voldoende) winst maakt. Bij eerlijke prijzen spelen ook zaken als onderling vertrouwen, marktfalen, en marktmacht een rol. Ook zijn verschillende oplossingsrichtingen voorhanden om in de praktijk tot eerlijke prijzen te komen. Denk hierbij dan de Clubtheorie (bijvoorbeeld bij fruit en glastuinbouw, waarbij rassen door een beperkte groep telers geteeld mogen worden); contracten (industriële aardappelteelt), veilingen, producentenorganisaties en brancheorganisaties.

De uitdaging binnen het werkpakket 'Eerlijke Prijs' is om een maximale en snelle verduurzaming (inclusieve landbouw) te bereiken in diverse voedselketens waarbij gebruik gemaakt wordt van:

- de aanwezig en nieuw geschapen wettelijke ruimte om buiten de regels van mededinging om samen te werken;
- de alternatieven om in ketenverband samen te werken en producten te vermarkten;
- de wensen en zorgen van alle ketenpartijen (iedereen gaat erop vooruit en niemand op achteruit);

Dit kan leiden tot nieuwe templates voor samenwerking in de keten inclusief *do's and don'ts*, *best practices*, valkuilen en belemmering (in de persoonlijke tot in de wettelijke sfeer).

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

State of Art met betrekking tot consumentenonderzoek

Deze PPS is niet specifiek gericht op vernieuwingen in het consumentenonderzoek. Wel wordt consumentenonderzoek ingezet om inzicht te krijgen hoe de vraag naar duurzame producten gestimuleerd kan worden. Het consumentenonderzoek dat hiervoor nodig is, is gebaseerd op de laatste stand van het onderzoek betreffende consumenteninformatie en consumentenbeïnvloeding. Hiervoor is door Wageningen Economic Research in andere PPS-en zoals 'Food, Value Impact' en 'Consument, Keuzearchitectuur en Communicatie voor Sierteeltproducten een methodiekontwikkeling' de basis gelegd. Daarnaast wordt gebruik gemaakt van het gedragsmodel dat in SKIP living lab binnen WUR is ontwikkeld om relevante factoren te identificeren: https://www.wur.nl/nl/Onderzoek-Resultaten/Onderzoeksinstituten/Economic-Research/Themas/ConsumentVoeding/infographic_duurzaam_consumeren.htm#popup--innovatietransitie.

Bijlage 3: uitgebreid meerjarig werkplan

Doelstellingen project

In deze PPS

- wordt het concept 'echte prijs' verder ontwikkeld. De PPS versnelt de ontwikkeling van de methodiek door deze te brengen naar een wetenschappelijke gefundeerde doch praktische methodiek voor het bepalen van de echte prijs van producten. De volgende tools worden publiek beschikbaar: een 'handleiding' tot het meten en waarderen van kernimpacts en een 'beslis-tool' om informatie over de echte prijs te gebruiken in innovatie en in communicatie naar consumenten. Zoals onder 'state of the art' weergegeven, kan hiermee de stap van identificeren, kwalificeren en kwantificeren naar waarderen en sturen gemaakt worden.
De praktische methodiek is toepasbaar voor bedrijven/ketens die de productie al verduurzamen en voor bedrijven/ketens die op het pure kostenefficiency-spoor zitten. De toepasbaarheid van de bepaling van de echte prijs wordt getest aan de hand van schaalbare praktijkcasussen.
- wordt het concept 'eerlijke prijs' ontwikkeld. De PPS verzamelt de wereldwijde kennis over eerlijke prijzen. Er wordt een overzicht gemaakt van interventies om tot een (meer) eerlijke prijs te komen. De interventies worden besproken met belangengroepen en ketenpartijen, en beoordeeld op haalbaarheid en relevantie. Ook hier worden de resultaten getest in schaalbare praktijkcasussen. Specifieke aandacht is er voor bovenwettelijke producten in (niche-)markten.
- wordt de communicatie van resultaten over de echte prijs en de eerlijke prijs richting consumenten verder onderzocht. De PPS verkent hoe consumenten reageren op het vermelden van de echte en de eerlijke prijs. Daarnaast verkent de PPS hoe de consument verleid kan worden tot het maken van meer ethische keuzes.
- worden twintig bedrijven of ketens ondersteund met concrete vraagstukken over de echte prijs, de eerlijke prijs en consumentcommunicatie. Zij worden geholpen hun producten meer duurzaam te maken en om duurzaamheidsbaten helder naar hun stakeholders te kunnen communiceren.

Beoogde uitkomsten

Deze PPS resulteert in

- oplossingen van vraagstukken voor specifieke ketens op het terrein van echte en eerlijke prijs om te komen tot een maatschappelijk inclusieve productie voor specifieke casussen die uiteindelijk ook generiek gemaakt worden zodat de verduurzaming versnelt;
- een overzicht van bestaande en ontwikkelde kennis betreffende de echte prijs en de eerlijke prijs;
- directe toepassingen van de echte en de eerlijke prijs in consumentengoederen met hoge zichtbaarheid, en hierdoor bekendheid van de concepten bij zowel ketenpartijen als het brede publiek;
- nieuwe inzichten betreffende:
 - Methodiek en haalbaarheid van het bepalen van de echte en de eerlijke prijs;
 - Optimale communicatiestrategie van de echte en de eerlijke prijs richting consumenten;
 - Bereidheid van consumenten en ketenpartners om te betalen en te investeren in producten met een betere echte en eerlijke prijs.
- een publiek beschikbare praktische methodiek met 'tools' om de bijdrage aan de echte prijs te bepalen voor de belangrijkste impacts binnen Natuurlijk, Sociaal en Humaan Kapitaal.

Werkpakketten

De twee hoofdonderwerpen van de PPS (echte prijzen, WP1 en eerlijke prijzen, WP2) worden gedurende de gehele looptijd van de PPS bestudeerd en bediscussieerd. Voor werkpakket 1 geldt dat deze drie sub-werkpakketten heeft: in voorgestelde volgorde van behandeling tijdens de PPS: Natuurlijk, Sociaal en Menselijk kapitaal.

Al vroeg in de PPS worden eerste resultaten van deze werkpakketten 1 en 2 gebruikt om werkpakket 3, consumentenonderzoek, te ondersteunen. Resultaten van alle drie de werkpakketten voeden werkpakket 4, de praktijkcasussen. Er worden in totaal ongeveer 20 praktijkcasussen voorzien, gelijkmatig gespreid over de vierjarige duur van de PPS. Werkpakket 5 betreft communicatie en werkpakket 6 betreft coördinatie en projectmanagement.

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

Werkpakket 1: Echte prijs.

Context - True Price heeft – deels samen met Wageningen Economic Research en andere partners – de afgelopen zes jaar onderzoek gedaan naar welke externaliteiten meegenomen moeten worden bij het bepalen van de echte prijs van consumentenproducten, en hoe de echte prijs vervolgens bepaald kan worden. De resultaten van verscheidene echte prijs-onderzoeken zijn gepubliceerd - zie onder 'State of the art'. Een van de voornaamste conclusies is dat de voedsel- en sierteeltsector zich bijzonder goed leent voor het ontwikkelen van een methodiek voor het bepalen van de echte prijs van consumptieproducten: voedselproductieketens gaan vaak over nationale en continentale grenzen, zodat een grote verscheidenheid aan natuurlijke en sociale/menselijke externaliteiten voorkomen (sommige externaliteiten spelen vooral in tropische landen een rol, zoals ontbossing en ongewenste arbeidsomstandigheden). Tegelijkertijd zijn veel voedselwaardeketens voldoende eenvoudig dat zij in detail bestudeerd kunnen worden.

Er zijn echter nog een groot aantal uitdagingen om de echte prijs van alle verschillende externaliteiten op het gebied van Natuurlijk, Sociaal, Menselijk te bepalen. Vooral op het gebied van Natuurlijk Kapitaal is het een uitdaging om de externe kosten van totaal uiteenlopende soorten milieuvervuiling zoals broeikasgasemissies, landconversie en verzuring te bepalen zodat ze met elkaar vergelijkbaar zijn en van toepassing zijn op de lokale omstandigheden (ten behoeve van *waarden* en *sturen*).

Bij sociale issues zijn er weer andere uitdagingen, omdat het in de eerste plaats al moeilijk is om de impact in cijfers uit te drukken, laat staan in euro's. In het domein van het Menselijk Kapitaal is het bijvoorbeeld complex om de externe kosten of baten van de effecten op de gezondheid en veiligheid van consumenten door het consumeren van een product te bepalen, omdat dit absoluut afhangt van de uitgangssituatie.

Na het behandelen van deze uitdagingen, en een uitgebreide publieke consultatie, kan de methodiek klaar gemaakt worden voor publieke beschikbaarheid.

Doelstelling – In deze publiek-private samenwerking willen de partijen de echte prijs-methodiek voor voedsel, dranken en sierplanten een stap verder brengen. De partijen willen de methodiek testen met bedrijven in de voedsel- en sierteeltketens en een heldere en consistente versie publiek beschikbaar maken, waarmee ook gestuurd kan worden. Hiermee kunnen bedrijven, overheden en ngo's meer inzicht kunnen verkrijgen in de bijdragen van verschillende positieve en negatieve effecten van die producten aan de werkelijke prijs en hoe de opbouw van werkelijke prijzen van verschillende producten, productiewijzen of productieketens zich tot elkaar verhouden.

Belangrijkste resultaat – De belangrijkste 'deliverable' van dit werkpakket is een publiek beschikbare methodiek voor de belangrijkste effecten, die door stakeholders gedragen wordt en getest is in praktijkcasussen (D1.8). De PPS levert een handleiding op voor het meten en waarden. Hiermee kan een bedrijf bepalen wat de echte prijs is van haar producten. Om deze informatie ook te kunnen gebruiken om te sturen, levert de PPS tevens een 'tool' op die gebruikt kan worden om beslissingen te nemen aan de hand van informatie over de echte prijs. Een bedrijf kan dit gebruiken om zelf te innoveren, of om meer kritisch naar haar leveranciersketen te kijken. Ook kan de 'tool' gebruikt worden om te beslissen of, en zo ja hoe er naar consumenten, andere bedrijven en de overheid gecommuniceerd kan worden. Een eis is dat methodologie ook toepasbaar is voor bedrijven / ketens die nog aan het begin van het verduurzamingstraject staan.

Activiteiten – Er wordt een gefaseerde aanpak voorgesteld in afstemming met de klankbordgroep.

Eerst wordt een verkenning gemaakt van de beschikbare kennis over alle relevante impacts. Daarna wordt voor de diepere uitwerking een gefaseerde aanpak voorgesteld.

Hieronder staat een indicatief overzicht van impacts / 'drivers' in scope voor de bepaling van de echte prijs:

Natuurlijk kapitaal		Sociaal kapitaal	Menselijk kapitaal
<i>Bijdrage aan klimaatverandering</i>		<i>Onderverdiening van kleine ondernemers</i>	<i>Vóórkomen van arbeidsongevallen</i>
<i>Waternvervuiling (o.a. als gevolg van gebruik van bemestingsmiddelen en pesticiden)</i>		<i>Onderbetaling van werknemers</i>	<i>Gezondheidsschade (bv welvaartsziekten)</i>
<i>Biodiversiteit</i>		<i>Kinderarbeid en Gedwongen arbeid</i>	<i>Gezonde voeding</i>

In ieder van de gevallen zal er vervolgonderzoek plaatsvinden naar de methode. Dit betreft zowel naar de data die noodzakelijk is om tot een gedegen waardering te komen, als op de prijzingsfactoren (bijvoorbeeld Handboek Milieuprijzen van CE Delft (https://www.ce.nl/publicatie/handboek_milieuprijzen_2017/1963)). De PPS start met het verzamelen van de bestaande kennis over echte prijs (D1.1)

De resultaten zullen in een consultatieronde met betrokken partijen in de voedsel- en sierteeltsector getest worden. Voor ieder van de 'Kapitalen' wordt eerst een initiële methodiek opgesteld, waarin inzichten van literatuuronderzoek, interne kennissessies en beperkte tests in het veld samengenomen worden (D1.2, D1.4 en D1.6)

De resulterende methodiek en de 'tools' zullen getest worden in de praktijkcasussen (werkpakket 4). Het is van belang om de methodiek toe te passen op zoveel mogelijk producten in verschillende sectoren, omdat de prioritering van indicatoren in elke sector weer anders kan zijn. Zo is kinderarbeid bijvoorbeeld een belangrijke indicator bij cacao, bij vlees spelen broeikasgasemissies een belangrijke rol, terwijl in beide gevallen ontbossing (met biodiversiteitseffecten) een relevante impact is. De praktijkcasussen geven vooral ook inzicht in hoe 'gebruiksvriendelijk' de methodiek is in de daadwerkelijke toepassing.

Inzichten uit de praktijkcasussen en het consumentenonderzoek maken het mogelijk bij ieder van de kapitalen het initiële protocol stapsgewijs aan te scherpen tot een publiek beschikbaar protocol (D1.3, D1.5 en D1.7).

Benodigde input – Het werkpakket bouwt voort op kennis die reeds op gedaan is binnen True Price en Wageningen Economic Research. De methodiek maakt gebruik van internationale standaarden, zowel betreffende LCA (bv. Recipe) als betreffende mensenrechten in een praktische context (bv. UN, ILO).

Inzichten over berekening en toepassing van de echte prijs worden getest met partijen in het veld. Werkpakket 1 heeft een sterke samenhang met werkpakketten 3 en 4. Het geeft input voor het consumentenonderzoek en de praktijkcasussen. Vervolgens worden *lessons learned* en *best practices* gebruikt om het protocol aan te scherpen.

Werkpakket 2: Eerlijke prijs

Context – De PPS geeft ook inzicht in de eerlijke prijs. Dit houdt rekening met de percepties en waarneming van ketenpartijen, inclusief consumenten. In waardeketens, worden duurzaamheidskosten en inkomsten niet altijd eerlijk verdeeld tussen alle ketenpartijen. Primaire ondernemers voelen zich zwak ten opzichte van andere ketenpartijen. Een eerlijke verdeling van de duurzaamheidskosten, duurzaamheidsopbrengsten en risico's kan uiteindelijk leiden tot verduurzaming van producten zonder dat iemand verliest en waarbij iedereen wint. In de praktijk komen verschillende prijsvormingssystemen voor, zoals vrije markt, contracten, clubvorming (exclusieve rechten van de clubleden), fair trade, en producentenorganisaties (telersverenigingen).

Op dit moment geeft de literatuur nog geen toepasbare methodologie om de eerlijke prijs van een product te bepalen en een eerlijke verdeling van de kosten en inkomsten tussen alle ketenpartijen te beoordelen.

Doelstelling – Werkpakket 2 zoekt antwoorden op de vragen:

- Wat wordt als eerlijk en oneerlijk ervaren door verschillende stakeholders en ketenpartijen?
- Hoe eerlijk wordt de echte prijs beoordeeld?

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

- Hoe kan de sector draagvlak creëren voor een meer eerlijke verdeling en daardoor de verduurzaming van productie bevorderen?

Belangrijkste resultaat – Werkpakket 2 zal een methodiek (D2.4) ontwikkelen om de eerlijke prijs van agri-food producten te bepalen. Dit stimuleert afspraken over verdeling van kosten, opbrengsten en risico's. Het voorkomt opportunistisch gedrag en stimuleert gezamenlijk belang. De methodiek bevat onder andere:

- nieuwe vormen van contracten, veilingen, en netwerken van ketenpartijen (governance),
- technisch omschrijving van extra opbrengsten (op basis van de true price) en operationele toepassing in de praktijk (op basis van casussen),
- transparantie binnen de keten en eventueel naar de consument.

De verwachting is dat er per keten maatwerk noodzakelijk zal zijn om de consumenteneuro eerlijk te verdelen over de ketenpartijen. Dit laat onverlet dat er qua processen en hulpmiddelen wel inzichten ontstaan hoe partijen die gezamenlijk willen verduurzamen tot een eerlijke prijs (lees eerlijke verdeling van de (extra) kosten, (extra) opbrengsten en (extra) risico's) kunnen komen.

Naast concrete oplossingen per casus zal dit werkpakket het volgende opleveren:

- literatuuroverzichten van prijsvormingsmechanismen, best practices binnen en buiten de agrarische sectoren om tot een eerlijke prijs te komen;
- protocollen hoe partijen gezamenlijk tot een eerlijke prijs kunnen komen, inclusief *do's and don'ts*, valkuilen, belemmeringen op basis van de casussen om bij verduurzaming van ketens tot een eerlijke prijs te komen.

Activiteiten – Bestaande kennis ten behoeve van eerlijke prijsvorming wordt op basis van een literatuurstudie bijeengebracht (D2.1). Belangrijke vraagstukken betreffen prijsvormingsmechanismen; welke aspecten bepalen de prijs in de keten? Wat is optimaal in het perspectief van diverse ketenpartijen? Wat is huidig en gewenst vertrouwen tussen ketenpartijen? Hoe kan een brug gelegd worden tussen de huidige en gewenste situatie? Welke *governance* structuren zijn denkbaar en werkbaar?

Per casus is inzicht nodig in de (extra) kosten, (extra) opbrengsten en (extra) risico's van alle ketenpartijen die willen verduurzamen (D2.2). Door verduurzaming veranderen kosten, opbrengsten en risico's en is het vaak noodzakelijk dat er binnen de keten een herverdeling plaatsvindt om te zorgen dat uiteindelijk iedereen er beter van wordt en niemand er slechter van wordt (D2.3). Hierbij spelen:

- het tijdselement (op korte termijn investeren en op lange termijn rendement halen);
- hoe kan de herverdeling op eenvoudige wijze geïmplementeerd worden;
- vergroting van transparantie in de kosten; opbrengsten en risico's minimaal binnen de ketensamenwerking.

Aan het einde van de PPS-looptijd worden meta-analyses uitgevoerd om specifieke oplossingen per casus om te zetten naar generieke oplossingen (D2.4).

Benodigde input – Naast wetenschappelijke kennis over prijsvorming, marktwerking, fair trade, waardeketen optimalisatie, en samenwerking is vooral input nodig vanuit praktische duurzaamheidsinitiatieven over (extra) kosten, (extra) opbrengsten en (extra) risico's. Werkpakket 1 levert input voor verwachte veranderingen. De praktijkcasussen (werkpakket 4) geven input op verwachte opbrengstveranderingen en wat verschillende partijen een eerlijke herverdeling vinden.

Werkpakket 3: Consumentenonderzoek

Context – Consumenten worden overladen met labels en keurmerken over duurzaamheid. Milieu Centraal heeft, in opdracht van het ministerie van LNV, een schifting aangebracht en 11 topkeurmerken benoemd die daadwerkelijk een onderscheidende meerwaarde bieden op basis van certificering, controle en handhaving (zie <https://keurmerken.milieucentraal.nl/wat-zijn-topkeurmerken/>) De meeste keurmerken zijn gericht op een specifiek onderwerp, zoals biologisch of fair-trade, of een specifieke productgroep, zoals duurzame vis. Alle keurmerken groeien gestaag en het aandeel producten in de supermarkt met een topkeurmerk ligt inmiddels boven de 10% marktaandeel en groeit jaarlijks stevig door (zie Logatcheva; monitoring duurzaam voedsel 2016). Kennelijk is er een daadwerkelijk behoefte van consumenten om duurzame producten te kopen.

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

Een nadeel van de traditionele keurmerken is dat zij een duurzame methode certificeren en controleren, maar niet de impact van de duurzaamheidsthema's zoals dierenwelzijn, milieu, mensenrechten, onderbetaling etc. meten. Met maatschappelijk inclusieve productie die voorzien is van een gevalideerde rekensom aan extra kosten en extra opbrengsten, kan de consument veel nauwkeuriger bepalen welke meerwaarde een product haar te bieden heeft. Deze waarde wordt bij het afrekenen aan de kassa meteen meegeleverd. Er is een behoefte aan kennis of de consument gevoelig is voor de maatschappelijke kosten bij de aankoop van inclusieve producten.

Doelstelling – De PPS onderzoekt hoe de concepten echte en eerlijke prijs richting consumenten gecommuniceerd kunnen worden zodat de impact (duurzaamheidsaankopen door consument) maximaal wordt. In het consumentenonderzoek wordt gekeken of consumenten gevoelig zijn voor informatie over de maatschappelijke kosten bij de aankoop van inclusieve producten.

Dit werkpakket zoekt antwoorden op de vragen:

- a. Welke associaties hebben consumenten met echte en eerlijke prijs?
- b. Hoe worden de (negatieve) externaliteiten (op het gebied waarvan milieu, dierenwelzijn, etc.) geïncorporeerd en zichtbaar gemaakt in de consumentenprijs en hoe worden ze doorberekend in de eerlijke prijs vanuit de keten?
- c. Hoe worden consumenten bereikt met de echte en eerlijke prijs op het product, het schap of op de kassabon (waarbij gekeken wordt naar het totale palet aan gekochte producten)?
- d. Welke communicatiekanalen en -manieren worden gebruikt om consumenten te bereiken?
 - Hoeveel informatie wordt aan de consument gegeven?
 - Wordt een mogelijkheid gegeven om extra informatie te krijgen bijvoorbeeld via een website of QR-code?

Belangrijkste resultaat – Dit werkpakket adviseert hoe informatie over de echte prijs en de eerlijke prijs aan consumenten over te brengen, zodat zij daadwerkelijk gestimuleerd worden tot een meer duurzame of ethische keuze te komen (D3.1). Bovendien, het consumentenonderzoek zal inzicht geven in parameters die van belang zijn voor echte en eerlijke prijsacceptatie, en inzicht geven in grootte van het segment dat de echte en eerlijke prijs accepteert (D3.2).

Een hypothese is dat het direct inzichtelijk maken op de kassabon van de impact leidt tot een verhoogd bewustzijn van eigen aankoopbeslissingen. Het besparen op negatieve impact (loss frame) of bijdragen aan positieve impact (gain frame) zijn twee interessante opties die in een experimentele opzet getoetst kunnen worden.

Activiteiten - Verschillende onderzoeksmethoden zijn beschikbaar voor de beantwoording van de consumentenonderzoeksvragen. Dit werkpakket zal zich vooral focussen op de volgende activiteiten:

- 1) Kwalitatief onderzoek: focusgroepdiscussies met consumenten en gestructureerde interviews;
- 2) Kwantitatief onderzoek: virtuele supermarkt als praktijkexperiment om gedrag van consumenten met en zonder interventie te kunnen vergelijken.

Benodigde input – Het consumentenonderzoek is gebaseerd op de laatste stand van het onderzoek betreffende consumenteninformatie en consumentenbeïnvloeding. Dit werkpakket ontvangt input uit werkpakketten 1 en 2. Het geeft ook informatie terug aan die werkpakketten, over hoe de echte prijs en de eerlijke prijs zó aangepast kunnen worden, dat ze ook daadwerkelijk resoneren met de consumenten. Tenslotte is het consumentenonderzoek gekoppeld aan de praktijkcasussen van werkpakket 4.

Werkpakket 4: Praktijkcasussen

Context – Een belangrijk deel van de PPS is om de ontwikkelde kennis te delen. Praktijkcasussen met innovatieve partners uit het bedrijfsleven zijn hier een belangrijk onderdeel van.

Doelstelling – De doelstelling van dit werkpakket is driedig: ten eerste helpt het agribedrijven met directe problemen die zij in hun bedrijfsvoering tegenkomen. Ten tweede test het de belangrijkste resultaten van werkpakketten 1 tot en met 3, en levert het input om deze resultaten verder aan te scherpen. Ten derde maakt het de nieuwe 'state of the art' zichtbaar. De echte prijs en de eerlijke prijs hebben de potentie om het duurzaamheidslandschap ingrijpend te veranderen. Via de praktijkcasussen maken ketenpartijen en consumenten voor het eerst op grotere schaal kennis hiermee.

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

Belangrijkste resultaat – De praktijkcasussen helpen bedrijven met de implementatie van true pricing. Ze leveren ook lessen op van wat werkt in de praktijk: hoe kunnen bedrijven hun externe kosten verbeteren op een manier die ook bedrijfsmatig aantrekkelijk is? Daarnaast leveren ze schaalbare input voor de verfijning van werkpakketten 1-3. Tot slot helpen zij de concepten van echte prijs en eerlijke prijs zo breed mogelijk bekend te maken.

Activiteiten - Tijdens de PPS zullen ongeveer 20 casussen uitgewerkt worden; circa 5 per jaar. Ieder van de casussen zoomt in op één of meer van de onderwerpen uit werkpakketten 1-3. Over de 20 casussen samen worden de onderwerpen echte prijs, eerlijke prijs en consumentenonderzoek uitgebreid behandeld.

Op *case-by-case* basis kan ook op andere onderwerpen ingezoomd worden, bijvoorbeeld maatschappelijke baten van voedselproductie en consumptie, en de maatschappelijke *Return on Investment* (deze kan positief zijn als een investering leidt tot flink lagere maatschappelijke kosten). In voorkomende gevallen kunnen bedrijven hiervoor afzonderlijk betalen.

Elke praktijkcasus levert twee deliverables. Ten eerste een rapport voor de klant (D4.Xa), eventueel met *add-ons* zoals suggesties voor interventies ter verbetering, een implementatie-advies en/of een website voor publiekscommunicatie. De PPS streeft ernaar deze rapporten zoveel mogelijk publiek te maken. Ten tweede een intern overzicht van *lessons learned* (D4.Xb).

Benodigde input – De praktijkcasussen zijn sterk verweven met de drie bovenstaande werkpakketten. Op *case-by-case* basis zal additionele input samen met de ketenpartners verzameld worden, bijvoorbeeld over de waardeketens waarin de betreffende voedselproducten geproduceerd worden.

Werkpakket 5: Communicatie

De communicatie tijdens deze PPS is behandeld in sectie 6 van het hoofddocument. Hiermee is ook de visie op werkpakket 5 over communicatie behandeld.

Werkpakket 6: Coördinatie en project management

Werkpakket 6 betreft de overkoepelende coördinatie en het projectmanagement. Een belangrijke activiteit van het werkpakket is het organiseren en bewaken van de projectgovernance zoals beschreven in sectie 5 van het hoofddocument. Dit om effectief de afhankelijkheden van de verschillende werkpakketten te managen.

Hieronder wordt bovenstaande samengevat in twee tabellen: één die de deliverables per werkpakket samenvat, en één die de planning in de tijd schematisch weergeeft.

Tabel: Overzicht van de deliverables per werkpakket en de status van de deliverables

Doel	Resultaat/Deliverable	Opleverdatum	Relatie andere werkpakketten	Status resultaten	
WP1: Echte prijs					
<p>Het verder onderzoeken van de methodiek en toepassingen van echte prijs.</p> <p>Het verder onderzoeken van hoe echte prijs tot duurzamere keuzes kan leiden</p> <p>Het publiek beschikbaar maken van een echte prijs methodiek voor algemeen gebruik</p>	D1.1	Overzicht bestaande kennis echte prijs	'19Q1	Tbv WP3 en WP4	Publiek
	D1.2	Initieel protocol voor bepalen van Natuurlijk Kapitaal impact	'19Q2	Tbv WP3 en WP4	Intern
	D1.3	Publiek protocol voor bepalen van Natuurlijk Kapitaal impact	'19Q4	Tbv WP3	Publiek
	D1.4	Initieel protocol voor bepalen van Sociaal Kapitaal impact	'20Q2	Tbv WP3 en WP4	Intern
	D1.5	Publiek protocol voor bepalen van Sociaal Kapitaal impact	'20Q4	Tbv WP3	Publiek
	D1.6	Initieel protocol voor bepalen van Menselijk Kapitaal impact	'21Q2	Tbv WP3 en WP4	Intern
	D1.7	Publiek protocol voor bepalen van Menselijk Kapitaal impact	'21Q4	Tbv WP3	Publiek
	D1.8	Publiek protocol voor echte prijs met inzichten uit de gehele PPS, met een handleiding en 'beslis-tools'.	'22Q3	Tbv WP3	Publiek
WP2: Eerlijke prijs					
<p>Het verder onderzoeken van de methodiek en toepassingen van eerlijke prijzen</p> <p>Het publiek beschikbaar maken van een eerlijke prijs methodiek voor algemeen gebruik</p>	D2.1	Literatuuroverzicht over <ul style="list-style-type: none"> • Prijsvormingsmechanismen • Herverdelingsmechanismen in ketenverband • Mogelijke governance structuren 	'19Q1-Q3	Tbv WP3 en WP4	Intern en publiek
	D2.2	Proccol voor bepalen extra kosten, extra opbrengsten en risico's	'19 Q1	Tbv WP4	Intern en uiteindelijk publiek
	D2.3	Protocol voor herverdeling kosten, opbrengsten en risico's (het proces)	'19Q2	Tbv WP4	Intern uiteindelijk publiek
	D2.4	Meta-analyse over realisering eerlijke prijs	'22 Q4	Tbv WP3	Extern
WP3: Consumentenonderzoek					
Inzicht in consumenten acceptatie van maatschappelijke kosten bij de aankoop van inclusieve producten	D3.1	Rapportage over hoe informatie over echte en eerlijke prijs aan consumenten over te brengen	'21 Q4	Tbv WP4	Publiek
	D3.2	Rapportage over parameters die van belang zijn voor betalingsbereidheid en segmentering consumenten	'21 Q4	Tbv WP4	Publiek
WP4: Praktijkcasussen (de 20 casussen samen behandelen de onderwerpen echte prijs, eerlijke prijs en consumentenonderzoek)					
<p>Testen van inzichten uit werkpakketten 1-3 in de praktijk</p> <p>Voedselsector en publiek bekend maken met potentie van echte prijs en de eerlijke prijs</p>	D4.Xa	Eindrapport voor klant per praktijkcasus. Mogelijk omvat dit ook suggesties voor interventies ter verbetering, een implementatie-advies en/of een website voor publiekscommunicatie	Twintig casussen evenredig verdeeld over de looptijd van de PPS	Geen	Voor klant of publiek (ter bepaling van de klant)
	D4.Xb	Intern rapport met <i>lessons learned</i> ter aanscherping van WP1-3	idem	Tbv WP1, WP2 en WP3	Intern

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

WP5: Communicatie

WP6: Coördinatie en projectmanagement

Tabel: Planning van de activiteiten en deliverables in de tijd

		'19 Q1	'19 Q2	'19 Q3	'19 Q4	'20 Q1	'20 Q2	'20 Q3	'20 Q4	'21 Q1	'21 Q2	'21 Q3	'21 Q4	'22 Q1	'22 Q2	'22 Q3	'22 Q4
WP1: echte prijs																	
Fase 1.1: verkennend onderzoek	D1.1	x															
Fase 1.2: Natuurlijk kapitaal	D1.2, D1.3	x	x	x	x												
Fase 1.3: Sociaal kapitaal	D1.4, D1.5					x	x	x	x								
Fase 1.4: Menselijk kapitaal	D1.6, D1.7									x	x	x	x				
Fase 1.5: Integratie	D1.8													x	x	x	x
WP2: eerlijke prijs																	
Fase 2.1 literatuuronderzoek	D2.1	x	x	x													
Fase 2.2 uitwerking casus	D2.2, D2.3			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Fase 2.3 meta-analyse	D2.4													x	x	x	x
WP3: Consumentenonderzoek																	
Fase 3.1 Onderzoek naar informatievoorziening	D3.1			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Fase 3.2 Onderzoek naar betalingsbereidheid	D3.2			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
WP4: Praktijkcasussen																	
Fase 4.1 – 4.20: Eerste tot en met twintigste praktijkcasus	D4.Xa, D4.Xb	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
WP5: Communicatie				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
WP6: Coördinatie en projectmanagement		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Organisatie

De trekkende partners uit de kerngroep (Stichting Bionext, True Price en Wageningen Economic Research) zijn geïntroduceerd in sectie 5.

Private partners

De volgende partijen hebben interesse en commitment getoond in deelname aan de Publiek-Private Samenwerking

Partij	Belang bij Publiek-Private Samenwerking	Rol in praktijkcasussen
ABN AMRO	Bedrijven gaan in de toekomst meer in gesloten ketens samenwerken waarbij betrouwbare data o.a. via blockchain technologie en robuuste en internationaal erkende methodieken worden ingezet om de productie en consumptie te verduurzamen. In deze PPS zal aan de 'robuuste en internationaal erkende methodieken' worden gewerkt	Praktijkcasussen zullen met klanten van ABN AMRO gedaan worden; ABN AMRO zelf heeft een meer indirecte rol
Rabobank	Te komen tot breed gedragen uniform te hanteren definities van True Price voor landbouwproducten als basis voor marktgebaseerde oplossingen voor het belonen van duurzaam gedrag dat nu nog niet ingeprijsd is, resp. op inhoudelijk gedegen onderbouwde methodieken gebaseerde prijsverhoging voor niet duurzaam geproduceerde producten. Inzet van dit middel heeft als doel om duurzame landbouwproductie te stimuleren en zo bij te dragen aan duurzame ontwikkeling conform de SDG's.	Levert praktijkcasussen.
Groentenfruihuis	Uitwerking systematiek echte prijs i.r.t. plantaardige sectoren met in het bijzonder de groenten en fruit sector voor bedrijven variërend van regulier tot biologisch en wat daar tussen in zit.	stimuleren van inbrengen praktijkcasussen vanuit groenten en fruitsector in werkpakket 4 verzorgen van de organisatie en uitvoering van workshop cq innovatiecirkel binnen de groenten en fruitsector
Nederlandse Aardappel Organisatie (NAO)	Inzicht in de Echte prijs voor aardappelen	Levert praktijkcasussen
CONO kaasmakers ¹	CONO Kaasmakers wil graag inzicht in maatschappelijke kosten, milieukosten en eerlijke prijs van de leden van de coöperatie. Met name het proces om tot eerlijke prijzen te komen heeft belangstelling	Is een van de praktijkcasussen en leveren bijdrage in de informatievoorziening
Stichting EKO ¹	Inzicht in echte en eerlijke prijs van biologische producten	Is een van de praktijkcasussen en leveren bijdrage in de informatievoorziening
Biologische varkensboeren ¹	Echte prijs van biologisch varkensvlees en de vergelijking met gangbaar.	Is een van de praktijkcasussen en leveren bijdrage in de informatievoorziening
De Hoeve Innovatie BV1	Werken al jaren aan verduurzaming en willen in de toekomst inzicht in de waarde van hun biggen en vleesvarkens; Op korte termijn is deelname niet aan de orde i.v.m. andere prioriteiten.	levert in de toekomst mogelijk een of meerdere praktijkcasussen.

¹ Deze bedrijven behoren tot de categorie MKB bedrijven.

Door de korte doorlooptijd van projectidee naar projectvoorstel is het de Nederlandse Aardappelorganisatie niet gelukt concrete bedrijven/ ketens in de aardappelsector te werven om aan de PPS deel te nemen. De belangstelling bestaat maar nog niet concreet. Dit geldt ook voor concrete bedrijven aangeleverd door Rabobank, ABN-AMRO bank en Groentenfruihuis. Daarnaast hebben McDonald's, Plus Retail BV en Pommeron (Ron Mulders) interesse getoond om in een van de latere jaren aan te haken bij deze PPS zonder een concrete toezegging te doen.

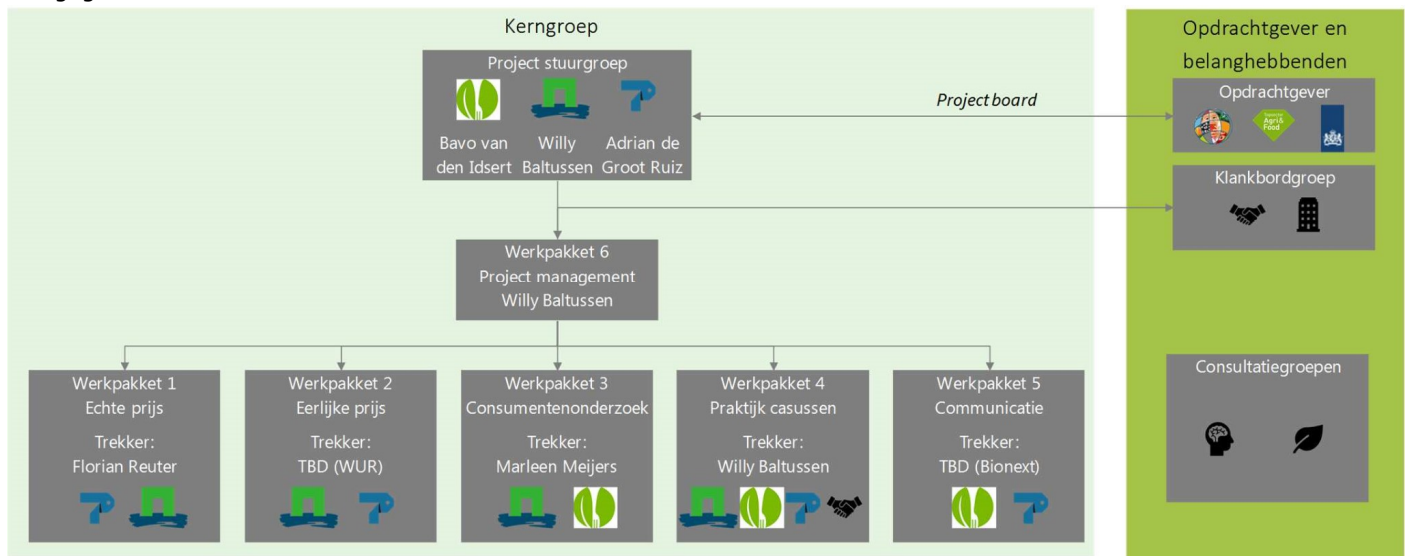
Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

LTO Nederland	Wil een praktische en juridische toets van het wetsvoorstel "ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven".	Levert een praktisch casus om het wetsvoorstel op praktische en juridische aspecten te toetsen.
---------------	--	---





Organisatie belanghebbenden en belangstellenden

In deze sectie worden de rollen van de betrokken partijen beschreven en de beoogde besluitvorming. Naast de trekkende partners zijn uiteraard de private en publieke partners betrokken. Ook worden derden (andere partijen) geconsulteerd. Het bereiken van de grotere kring van belangstellenden, is een belangrijk doel van het werkpakket Communicatie.




De partners hebben in de werkpakketten verschillende bijdragen. De trekkers van de werkpakketten zijn op basis van de expertise en ervaring van de kerngroepleden verdeeld. In onderstaand figuur is de governance van het project grafisch weergegeven.



De partijen hebben de volgende rollen en verantwoordelijkheden.

Partij	Beschrijving	Rollen en verantwoordelijkheden
	Bionext	Lid kerngroep, trekker WP3 Consumentenonderzoek en WP5 Communicatie; direct betrokken bij WP4 Praktijkcasussen; lid stuurgroep en projectboard
	Wageningen Economic Research	Lid kerngroep, trekker WP2 Eerlijke prijs, WP4 Praktijkcasussen, en WP6 Projectmanagement; direct betrokken bij WP1 Echte prijs; lid stuurgroep en projectboard
	True Price	Lid kerngroep, trekker WP1 Echte prijs; direct betrokken bij WP2 Eerlijke prijs, WP4 Praktijkcasussen, WP5 Communicatie; lid stuurgroep en projectboard
	Publieke financier: Topsectoren Agri & Food en Tuinbouw & Uitgangsmaterialen	Overall opdrachtgever; leden projectboard
	Ministerie LNV	Mede-opdrachtgever; lid projectboard
	Private financiers (bedrijven)	Mede-opdrachtgever op specifieke casussen; lid klankbordgroep en direct betrokken bij specifieke casussen

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

	Private financiers (financiële sector)	Mede-opdrachtgever; lid klankbordgroep
	Kenniscentra	Consultatie voor specifieke werkpakketten, zoals Communicatie en Consumentenonderzoek
	Belangengroepen, inclusief de Transitiecoalitie Voedsel	Consultatie voor specifieke werkpakketten, zoals Echte prijs en Eerlijke prijs

Begeleidingscommissies of adviesraden

Er zal een projectstuurgroep komen van de PPS waarin alle kerngroepleden vertegenwoordigd zijn en die de interne besluitvorming uitvoert op kwartaalbasis. De kerngroepleden hebben een gelijkwaardige stem in deze stuurgroep en de stuurgroep zal streven naar consensus-besluiten. De stuurgroep zal zich houden aan de kaders van de te sluiten consortiumovereenkomst en voorwaarden vanuit TKI A&F en TKI T&U.

De klankbordgroep bestaat uit een brede groep van organisaties uit het bedrijfsleven en het maatschappelijk middenveld, en geeft advies over de aanpak en uitvoering om te komen tot een goed eindresultaat dat ook toegepast kan worden in de praktijk. De Transitiecoalitie Voedsel is gevraagd om een trekkende rol te spelen in deze klankbordgroep, aangezien in de coalitie al vele organisaties rond dit thema betrokken zijn.

De projectboard komt eens per jaar bij elkaar om de voortgang te bespreken. De projectboard bestaat uit de leden van de projectstuurgroep, en een afvaardiging van de topsectoren en het ministerie van LNV.

Bijlage 4: Raakvlakken en afstemming met andere initiatieven

Deze PPS heeft raakvlakken met een aantal andere (bijna afgeronde of ingediende) PPS-ideeën.

Gerelateerde onderzoeksinitiatieven	Focus van de gerelateerde onderzoeksinitiatieven	Afstemming tussen initiatieven en PPS echte en eerlijke prijs
PPS Continue verduurzaming van Nederlands voedsel - In te dienen bij Topsector A&F in 2018	Inzichtelijk maken van milieu en sociale impact voor catering, retail, horeca en groothandel en mogelijk de financiële sector	Interne afstemming binnen Wageningen Economic Research gedeeltelijk door projectmedewerkers in beide trajecten in te zetten.
PPS Continuous Improvement of Sustainability of all agro-products in the Netherlands - ingediend in 2016 - looptijd 2017 – 2020 - Topsector A&F - Topsector T&U	Focus op een gestandaardiseerd systeem om duurzaamheidsprestaties van agroproducten te monitoren. Het systeem is gebaseerd op The Sustainability Consortium (TSC). Participerende bedrijven krijgen in zichten in duurzaamheidsprestaties en in prioritering van de meest relevante issues en verbeteringsmogelijkheden.	Interne afstemming binnen Wageningen Economic Research gedeeltelijk door projectmedewerkers in beide trajecten in te zetten.
PPS CIS food - ingediend in 2015 - looptijd 2016 - 2019 Topsector A&F	Focus op de ontwikkeling en toepassing van een gestandaardiseerd systeem voor duurzaamheidsprioritering en duurzaamheidsverbetering.	Interne afstemming binnen Wageningen Economic Research gedeeltelijk door projectmedewerkers in beide trajecten in te zetten.
PPS Nieuwe Businessmodellen uitbreiding bio - ingediend in 2015 - looptijd 2015 – 2016 - Topsector A&F	Focus op het effectief en efficiënt omzetten van nieuwe vormen van verbinding tussen bedrijven in de voedselketen en burgers en consumenten naar werkbare organisatie en business modellen.	Resultaten worden gebruikt voor het werkpakket naar 'eerlijke prijzen'

Tegen de uitspraak van de Topsector T&U over de beoordeling van de PPS-aanvraag is geen beroep mogelijk; met het indienen van deze aanvraag accepteert u dit.

<p>PPS Nieuwe businessmodellen voor verbinding met consument en burger in biologische voedselketens</p> <ul style="list-style-type: none"> - ingediend in 2014 - looptijd 2015 – 2016 - Topsector A&F 	<p>Focus op nieuwe business modellen voor de verbinding van bedrijven in de biologische voedselketens met consumenten en burgers.</p>	<p>Resultaten worden gebruikt voor het werkpakket naar 'eerlijke prijzen'</p>
<p>PPS BIO duurzaam, van goed naar beter</p> <ul style="list-style-type: none"> - ingediend in 2014 - looptijd 2014 – 2016 - Topsector A&F 	<p>Focus op het benoemen van duurzaamheidsaspecten en bijpassende indicatoren om zichtbaar te maken hoe bedrijven, sectoren en ketens scoren op een breed scala van duurzaamheidsaspecten.</p>	<p>Resultaten worden gebruikt voor het werkpakket naar 'echte prijzen'. Zowel Bionext als Wageningen Economic Research zijn bij beide projecten betrokken.</p>
<p>PPS The Sustainability Consortium</p> <ul style="list-style-type: none"> - ingediend in 2012 - looptijd 2013 – 2016 - Topsector A&F 	<p>Focus op de ontwikkeling van methoden om duurzaamheid te meten voor consumentenproducten waarbij de hele levenscyclus van het project wordt meegenomen.</p>	<p>Interne afstemming binnen Wageningen Economic Research gedeeltelijk door projectmedewerkers in beide trajecten in te zetten.</p>
<p>PPS Marktontwikkeling Natuur en Biodiversiteit biologische landbouw</p> <ul style="list-style-type: none"> - ingediend in 2012 - looptijd 2013 – 2014 - Topsector A&F 	<p>Focus op het formuleren en evalueren van pakketten aan maatregelen gericht op verhoging van natuur en biodiversiteit, aansluitend bij de markt en toepasbaarheid van boeren.</p>	<p>Resultaten worden gebruikt voor het werkpakket naar 'echte prijzen', onderdeel natuur en biodiversiteit. Zowel Bionext als Wageningen Economic Research zijn bij beide projecten betrokken.</p>
<p>PPS Verwaarden en verduurzamen</p> <ul style="list-style-type: none"> - ingediend in 2012 - looptijd 2013 – 2016 - Topsector A&F 	<p>Focus op verwaarding van verduurzaming van de keten.</p>	<p>Deze PPS is een vervolg op de PPS verwaarding en verduurzamen. Zowel CONO kaasmakers, keten duurzaam varkensvlees als Wageningen Economic Research zijn bij beide PPS -en betrokken.</p>
<p>GREENDISH: Food supply chains delivering sustainable and healthy diets</p> <ul style="list-style-type: none"> - ingediend in 2014 - looptijd 2015 – 2020 - Topsector A&F 	<p>Focus op inzichten in eisen die gezonde en duurzame menu's stellen aan voedselketens.</p>	<p>Beperkte relatie omdat nadruk ligt op gezonde diëten van consumenten en minder op duurzaamheid van voedselproducten</p>
<p>PPS Ketenbenadering voor verlaging milieu-impact sierteelt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingediend in 2016 - Looptijd 2017 – 2019 - Topsector T&U 	<p>Focus op kennisvergaring en uitwisseling over de milieubelasting van bestaande en perspectievolle gewasbeschermingsstrategieën.</p>	<p>Resultaten kunnen input vormen voor de echte prijs in kader van alternatieven voor milieubelasting</p>
<p>PPS Consument, Keuzearchitectuur en Communicatie voor Sierteeltproducten- een methodiekontwikkeling</p>	<p>Focus op methodiekontwikkeling en communicatie richting consument</p>	<p>Resultaat wordt gebruikt bij consumentenonderzoek in dit onderzoek.</p>