

Onder de leden van ketenorganisatie MVO zijn ook veel internationale bedrijven. Maar de internationale lobby start in Den Haag.

tekst Dorine van Kesteren

FACT BASED INFORMATIE VERSCHAFFEN

Directeur Frans Claassen legt uit hoe ketenorganisatie MVO de soms uiteenlopende belangen behartigt op het nationale én internationale podium.

Ketenorganisatie MVO verenigt alle ondernemingen die in Nederland actief zijn op het gebied van plantaardige en dierlijke vetten en olie. Uniek en toonaangevend in Europa en de wereld, zo omschrijft directeur Claassen MVO. In geen enkel ander land is er een ketenorganisatie die alle bedrijven en facetten van de olie- en vettensector – uiteenlopend van onder andere import, 'crush' en raffinage tot transport, opslag en levensmiddelenproductie – omvat. Maar waarom bestaat zo'n organisatie nu juist in Nederland? Claassen: "Ons land is, ook vanwege de Rotterdamse haven, een logische vestigingsplaats voor veel internationale bedrijven. Daarnaast hebben deze sectoren een lange geschiedenis in Nederland: wij hadden bijvoorbeeld de eerste margarinefabriek ter wereld."

Van schap naar keten | Ook in een ander opzicht speelt de historie een belangrijke rol. Ketenorganisatie MVO is namelijk de private

voortzetting van het aloude productschap MVO. Na de opheffing van de productschappen op 1 januari 2015 besloten de bij MVO aangesloten bedrijven om zelf door te gaan. "Onze leden wilden de opgebouwde kennis, positie en structuren niet verloren laten gaan en hebben dus – als eerste van de productschappen overigens – zelf de handschoen opgepakt en een nieuwe organisatie opgericht."

MVO richt zich op vier hoofdthema's, die in samenspraak met de leden zijn gedefinieerd: (dier)voedselveiligheid, duurzaamheid, handelspolitiek en voeding en gezondheid. "Dit zijn onderwerpen die je echt alleen met de hele keten kunt aanpakken. Een voorbeeld. Om voedselveiligheid te garanderen heb je afspraken en controle in de hele keten no-



dig. Rond deze selectief gekozen onderwerpen fungeren wij als spreekbuis voor de sector, zetten we waar nodig zelfregulering op en doen we ons lobbywerk."

Dwarsverbanden | Bijna alle leden van MVO zijn ook weer lid van een eigen brancheorganisatie. Het is daarom voor de ketenorganisatie van cruciaal belang om een duidelijke focus te hebben en niet de concurrentie op te zoeken, aldus Claassen. "Sterker nog, waar mogelijk werken we samen met de brancheverenigingen. Om maar wat te noemen: veel brancheverenigingen in de sector hebben bij MVO hun secretariaat ondergebracht. Onze toegevoegde waarde is dat we ons alleen richten op onderwerpen die voor de hele keten van belang zijn."

Wereldwijd speelveld | Volgens Claassen heeft de olie- en vettenketen, zo internationaal als ze is, behoefte aan zo min mogelijk overheid. Of dat nu in de vorm van subsidies of regelgeving is. Dat is dan ook de grondhouding bij al het lobbywerk van MVO. "Dat betekent enerzijds dat we inzetten op zelfregulering. Anderzijds zijn we waakzaam dat we niet te maken krijgen met Europese of Nederlandse wetgeving die te sterk afwijkt van de internationale norm."

Zelfregulering exporteren | Het opzetten van de Taskforce Duurzame Palmolie enkele jaren geleden, noemt Claassen een geslaagd voorbeeld van zelfregulering. Met de taskforce reageerde de sector op de politieke en maatschappelijke aandacht die was ontstaan voor de productie van palmolie. "We zijn toen zelf met het ambitieuze doel gekomen om eind 2015 alleen nog maar duurzaam geprodu-

ceerde palmolie te gebruiken. Zo laten we als keten zien dat we zonder extra regelgeving tot een goed resultaat kunnen komen. Politieke en maatschappelijke ontwikkelingen zijn hoogstens een stok achter de deur."

Onder andere op het gebied van duurzame palmolie loopt Nederland nu voor op de rest van de wereld. Claassen is daar trots op, maar erkent ook het gevaar voor zijn sector: "Voor ons als industrie is het goed dat we in Nederland hebben laten zien waartoe we in staat zijn, maar onze leden verwachten natuurlijk wel dat andere landen meegaan in die ontwikkeling, zodat er een 'level playing field' ontstaat. Daar lobbyen wij dus ook voor en inmiddels zijn er in Europa al acht landen die door middel van zelfregulering een soortgelijke inzet op duurzame palmolie hebben afgesproken."

Met een mond spreken | MVO heeft niet alleen te maken met de regelgeving in Nederland of andere westerse landen, maar ook in olie en oliezaden producerende landen als de VS, Brazilië of Indonesië. Lobbyen in zo'n internationaal speelveld is een complex spel. "Het begint bij je eigen positie-bepaling. In werkgroepen, waarin onze leden zitting hebben, bereiden we die voor volgens het principe: lever binnenskamers een compromis dan rollend over straat. We kunnen immers alleen iets bereiken als we als keten met een mond praten."

Dat is niet altijd even gemakkelijk te bereiken met leden die soms hele verschillende belangen hebben. "Op zo'n moment is het een voordeel om met multinationals te werken. Die kijken toch wat meer naar de lange termijn en weten dat ze ook de mkb-bedrijven nodig hebben om in de hele keten tot goede resultaten te kunnen komen. En de mkb-bedrijven weten weer dat ze de multinationals nodig hebben om op de hoogte te blijven van de nieuwste internationale kennis en ontwikkelingen. Alle deelnemers beseffen dat ze elkaar nodig hebben."

Dat leidt er toe dat de trotse Nederlandse poldertraditie in de olie- en vettensector nog een bepalende rol speelt. En dat is ook het geheim achter de successen van MVO, aldus Claassen. "Onze leden weten dat we meer bereiken door compromissen te sluiten dan door altijd het onderst uit de kan te willen. Soms leidt dat ertoe dat we een keer niet met een heel duidelijk standpunt naar buiten kunnen treden." ←

LOBBYEN DAT ANDERE LANDEN ONZE ZELFREGULERING OVERNEMEN

DE INTERNATIONALE LOBBY VAN MVO:

Is 'fact based' | Als de ketenorganisatie eenmaal tot een standpunt is gekomen, worden de feiten en cijfers getoetst in samenwerking met wetenschappers en non-gouvernementele organisaties. "Wij werken echt 'fact based'. Lobby is in de eerste plaats informatieverstarring. Ambtenaren en politici zijn constant op zoek naar informatiebronnen. Als wij ze voorlichten moeten ze er 100% van overtuigd kunnen zijn dat de informatie klopt. Alleen zo bouwen we een vertrouwensbasis op en kunnen we effectief zijn."

Start in Den Haag | Een goede lobby in Brussel begint in de lidstaten stelt Claassen. "Onze focus ligt op de lobby in Den Haag, te beginnen bij de ministeries." In Nederland werkt de ketenorganisatie waar mogelijk ook samen met werkgeversorganisatie VNO-NCW. "Wij hoeven niet in de krant dat verwachten onze leden ook niet. Maar die willen natuurlijk wel dat onze boodschap op het juiste adres terechtkomt. En hoe meer partners wij vinden die onze boodschap steunen, of het nu VNO-NCW is of een brancheorganisatie, hoe krachtiger die boodschap overkomt."

Smeedt internationale allianties | Ook op Europees niveau zijn er allianties te smeden. Vooral met de Europese koepels van brancheorganisaties uit de keten onderhoudt MVO nauw contact. Ondanks de internationale achterban merkt Claassen dat MVO in Europa toch nog als een Nederlandse organisatie wordt gezien. "Dankzij onze samenwerking met de Europese brancheorganisaties weten we op tijd wat er speelt. Die informatie kunnen we vervolgens weer gebruiken in Den Haag."

Zet het ambassadenetwerk in | De internationale lobby van MVO beperkt zich echter niet tot Europa: hierbij spelen ook instellingen als het WTO en landen waar veel van de olie en oliezaden worden geproduceerd, een rol. De ketenorganisatie onderhoudt nauwe contacten met de brancheorganisaties van olie- en oliezadenproducenten in veel landen. "Die vormen een belangrijke informatiebron. En als het gaat om de grotere handels- en grondstofpolitiek, zijn de Nederlandse ambassades voor ons ook waardevolle partners. Onze belangen vallen op dat moment immers samen met het belang van Nederland als handelsnatie. En dat is voor lobby natuurlijk het mooiste, als meerdere belangen samenvallen."