

Het berekenen van een carbon footprint moet naar concrete acties leiden

Ellen Eeckhout | POM Oost-Vlaanderen en Geert Dangreau | POM West-Vlaanderen

Voor veel bedrijven is "niets doen" aan hun impact op hun leefomgeving geen optie meer. Ze kunnen bv. streven naar een verminderde uitstoot van CO₂. Er bestaan verschillende tools om die uitstoot in kaart te brengen en de zogenaamde "carbon footprint" te berekenen.

Een concreet werkinstrument

Bedrijven zijn er zich meer en meer van bewust dat ze met doordachte maatregelen hun schadelijke impact op het milieu en het veranderende klimaat kunnen beperken. Als algemeen aanvaarde klimaatindicator wordt CO₂ gebruikt. Maar hoe maak je van een vluchtige indicator een concreet en werkbaar instrument waarmee je acties kunt plannen? Een van de belangrijkste tools waarmee je de CO₂-uitstoot van je bedrijf of organisatie in kaart kunt brengen, is de *carbon footprint*. De gegevens laten zien op welke domeinen je CO₂-uitstoot het grootst is. Op die manier kun je prioriteiten bepalen. Daarnaast kan ook de voetafdruk van een product, een dienst of een activiteit bepaald worden. Geert Dangreau: "Het blijft een berekening met cijfers en over elk cijfer kun je een discussie losweken. Maar dat heeft weinig zin. Wel zijn de resultaten richtinggevend. Een CO₂-footprint is vooral voor het bedrijf zelf van belang. Het is heel moeilijk om bedrijven of producten van verschillende producenten onderling te vergelijken omdat je niet weet welke randvoorwaarden zijn toegepast."

Acties op 3 niveaus

Welke gegevens breng je in kaart en wat doe je er achteraf mee? Het is nodig om de footprint die je wilt opstellen, goed af te bakenen. Er zijn drie niveaus. Twee daar

van zijn onmisbaar. Geert Dangreau: "Scope 1 zijn alle directe emissies ter plaatse die het bedrijf zelf de lucht in stuurt. Scope 2 zijn indirecte emissies die onder meer te maken hebben met het elektriciteitsverbruik. Je moet dus ook de uitstoot die gepaard gaat met de productie van de elektriciteit mee verrekenen. Deze beide niveaus zijn een minimum. Je kunt het grondiger aanpakken door ook scope 3 te bekijken: hoe zit het met vliegtuigreizen of met het wagenpark van het bedrijf, hoe verwerk je afval, wat is de uitstoot van onderaannemers en toeleveranciers?"

Op sommige elementen hebben bedrijven zelf een rechtstreekse impact, op andere veel minder. Zo kan een bedrijf wel haar aantal vlieggreizen proberen te beperken, maar het is moeilijker om dat te doen bij een toeleverancier. Dus als je een voetafdruk bepaalt, moet je heel goed aangeven wat je allemaal in rekening brengt. Dat kan een correcte en transparante communicatie alleen maar ten goede komen.

Het komt er uiteraard niet alleen op aan een *carbon footprint* te berekenen, maar ook om er acties aan te koppelen. Daarbij kun je uitgaan van enkele principes, zoals minder grondstoffen verbruiken, slimmer verpakken, waken over een efficiënter energieverbruik van productieprocessen en het transport. Ook kun je overschakelen naar hernieuwbare grondstoffen en ener-








gie. Specifiek voor producten of diensten kunnen bedrijven zich concentreren op hoe productielijnen er uit zien en hoe een product wordt gebruikt. Hier gaat het dus om *better products* en *smarter consumption*. Breng je een goed op de markt dat bij de productie weinig grondstoffen en energie verbruikt, maar gaan consumenten er energieverblindend mee om? Dan kun je de gebruikers aanzetten tot een energievriendelijk gebruik en daar in de handleiding extra aandacht aan geven. Wie nog verder wil gaan kan, via een proces van discontinue innovatie, een product helemaal uit elkaar halen en alle facetten ervan herbekijken.

Zelf aan de slag?

Er bestaan specifieke protocollen om de carbon footprint van producten, bedrijven en organisaties te meten. Bij het *Greenhouse Gas Protocol* (GHG) uit 1998 ligt de focus op ondernemingen. Momenteel is het de meest gebruikte en oudste techniek die aan de basis ligt van later ontwikkelde methodes zoals *Bilan Carbone*. Voor het berekenen van de footprint van producten vormt de levenscyclusanalyse (LCA) de basis. Daarbij worden twee cruciale factoren nagegaan: het primaire energieverbruik en de impact op het klimaat. Beide aspecten laten toe om de footprint van het product te bepalen. Dan spelen onder meer de productie, het transport, de productie, de verpakking, het gebruik en het afval een rol. Bij een LCA wordt dus de volledige keten bekeken. Het is de meest complete methode.

On line tools

De concepten en protocollen zijn gekend (zie milieuDirect 2011/1). Maar welke pistes kun je als bedrijf concreet bewandelen om inzicht te krijgen in je carbon footprint? De Provinciale Ontwikkelingsmaatschappijen van West- en Oost-Vlaanderen

 Londen naar Tokyo (1 pers)	 7000 km autorijden	 500 kg papier
 Productie van 1 desktop computer	 1 uur bellen per dag (1 jaar)	 230 steaks van 250g
		 5 jaar koffie drinken

© <http://visualization.geblogs.com/visualization/co2/>

1 ton CO₂ =

lijsten een aantal eenvoudige online rekentools op en onderwierpen er vijf aan een analyse. Dit gebeurde binnen het INTERREG-project ANSWER, a North Sea Way to Energy-Efficient Regions, waar ook partners uit Noorwegen, Groot-Brittannië, Zweden en Duitsland bij betrokken zijn. Ze vergeleken onder meer de KMO zelfscan (BE), de Milieubarometer (NL), de tools van Climate Neutral Group (NL), Electrabel (BE) en van Ecolife (BE). Die laatste is intussen niet meer online. Bij de vergelijking ging men o.a. de gebruiksvriendelijkheid na, of het een gratis tool is, of je de resultaten kunt opvolgen enz. Opvallend is dat de vijf verschillende tools ook vijf verschillende footprints geven. Hoe moet je dus kiezen? Ellen Eeckhaut: "We stelden vast dat de KMO zelfscan het meest bruikbaar is. De tool is van het Vlaams Energieagentschap. Dat is een overheidsdienst, wat een objectieve en betrouwbare bron is. De tool is gratis en wordt door verschillende partijen gepromoot, wat de slagkracht vergroot. Onder meer Unizo en VOKA kiezen voor de KMO zelfscan. Het gaat ook om meer dan louter cijferwerk. De KMO zelfscan stuurt na afloop enkele denkpistes mee waarop je kunt verder werken. Belangrijk is dat het om een Vlaamse tool gaat, want in elk land zijn de emissiefactoren verschillend. De elektriciteit die hier uit het stopcontact komt, is op een andere manier opgewekt dan in Nederland of Frankrijk. Ook daar moet je rekening mee houden."

Andere mogelijkheden

Naast de *basic online tools* zijn er nog een aantal andere mogelijkheden voor bedrijven. Zo kunnen ze zelf een eenvoudige Exceltabel opstellen om de uitstoot te berekenen. Een systeem van energieboekhouding, gekoppeld aan de juiste emissiefactoren, kan hier voor als basis dienen.

Er zijn ook tal van specifieke softwareprogramma's op de markt waarmee je alle gegevens kunt bijhouden. Die programma's bevatten een specifieke database met emissiefactoren die regelmatig geüpdatet wordt. Er bestaan zowel *webbased* als *stand alone*-toepassingen die eventueel geïntegreerd kunnen worden in andere toepassingen. Wie zijn *carbon footprint* wil laten berekenen, kan aankloppen bij gespecialiseerde (energie)studiebureaus. Steeds meer studiebureaus bieden deze dienst aan. Toch is ook hier nog een zekere inspanning vereist voor de initiële gegevensverzameling. Een voordeel is dat studiebureaus onmiddellijk kunnen worden betrokken bij het bepalen van prioriteiten en acties na het bepalen van de footprint. Wie dat wil, kan zijn footprint laten certificeren. Al meer dan 5500 producten hebben een PAS-certificatie.

Communiceer correct!

Tot slot mag het niet verwonderen dat in alle standaarden en protocollen heel wat aandacht gaat naar correcte communicatie. Al te vaak gaan bedrijven of organisaties zich groener voordoen dan ze in werkelijkheid zijn, het zogenaamde *greenwashing*. De relatieve vrijheid bij het bepalen van de grenzen van de carbon footprint zet daarvoor misschien de deur open. Het gebruik van een milieubeleid in marketingcampagnes is echter best op de realiteit gestoeld.

*Meer informatie: Geert Dangreau,
geert.dangreau@westvlaanderen.be, tel. 050 40 72 67
Ellen Eeckhaut, ellen.eeckhaut@pomov.be, tel. 09 267 86 43*

techtexil

Internationale vakbeurs voor technisch
textiel en vliesstoffen



Oekotech

pure innovation energy
24 t/m 26. 5. 2011

Kom naar die ene plek waar de hele branche aanwezig is: de internationale Techttextil vakbeurs te Frankfurt am Main! Daar staan u de laatste innovaties en de nieuwste internationale toepassingen betreffende textieltechnologie, technisch textiel en vliesstoffen op te wachten. Praat zelf met de top die de beslissingen neemt, knoop er langdurige relaties aan en ontwikkel samen met de exposanten een visie. Ontdek op deze get-together toepassingen die op maat gesneden zijn voor milieutechnische ingenieurs, veiligheidstechnische ingenieurs en medewerkers van milieubeschermdende instanties.

Voor meer informatie en tickets ga naar www.techtexil.com
info@belgium.messefrankfurt.com
Tel. +32 2 880 95 88

Profiteer van het synergie-effect van deze beurs en ga ook langs bij de manifestaties die hier in dezelfde periode gehouden worden:

materialvision

texprocess 24 t/m 27. 5. 2011



messe frankfurt