

## Verslag van de workshop consumptie (Forum 23 november 2008): Hoe zullen we energie en goederen consumeren in 2050 ?

Voorzitter: Jan De Smedt

Verslaggever: Koen Moerman

### **Teaser 1 : de koolstofkaart**

*“Elke product wordt vergezeld van een **koolstofkaart** die aangeeft welke hoeveelheid CO2 uitgestoten werd bij fabricatie, transport, verbruik .... Een taks (naar het voorbeeld van de BTW) wordt geheven in verhouding tot de hoeveelheid koolstof die door het product wordt uitgestoten. De inkomsten van deze taks worden in een fonds gebracht ter ondersteuning van de transitie van ons socio-economische en energetische systeem. Aanvullend ontvangt elke burger consumptiequota's, gebaseerd op een individuele ecologische voetafdruk die duurzaam is voor de ganse planeet. Elk huishouden moet de gebruikte quota's aangeven in een document dat gelijkaardig is aan een belastingaangifte. Wat een duurzame consumptie overstijgt, wordt belast.“*

- De deelnemers maken een onderscheid tussen het eerste idee – een koolstofkaart voor producten – en de twee volgende (taks volgens koolstofgehalte van producten en quota's voor individuele consumptie). Het eerste idee betreft informeren en sensibiliseren van de consument, en dat is belangrijk als eerste stap. Een regulering (quota's) of fiscale aanpak (CO2 heffing) is een andere discussie. Misschien zijn er andere manieren om hier vooruitgang te boeken, bv door aan de bron te taxeren (energiegebruik) in plaats van *end-of-pipe*.

- Bij de taks en de regulering stelt zich volgens sommigen een sociaal probleem: duurzame alternatieven zijn niet voor ieder mogelijk. Verder treft een CO2-taks als indirecte belasting alle inkomens, en worden minder begoeden per saldo zwaarder getroffen. Iemand merkt wel op dat rijkere meer consumeren, en dus meer zullen betalen, voor zaken als elektriciteitsverbruik, vleesconsumptie, verplaatsingen ... Voor verwarming geldt dit echter niet, daar zullen flankerende maatregelen nodig zijn.

- Wat de “consumptiequota” betreft, is er een vrij grote scepsis bij de deelnemers. Het is een mooi principe – het zou het meest rechtvaardig zijn op mondiaal niveau, maar praktisch is het moeilijk uit te voeren. Men wijst zowel op het probleem van de persoonlijke vrijheid als op de moeilijkheid een dergelijke berekening uit te voeren op individuele basis (je kan toch geen “register van het dagelijks leven” aanleggen ...).

- Die laatste opmerking – de berekenmethode - geldt voor sommigen ook voor de koolstofkaart. Alleen de CO2-uitstoot meenemen is wat simplistisch, maar alle vervuilende aspecten van een product bekijken doorheen zijn levenscyclus is een complexe aangelegenheid. Misschien kan men zich beter beperken tot bepaalde – de meest vervuilende – producten? De uitdaging is om het eenvoudig te houden voor de consument (niet teveel criteria) maar toch voldoende betekenisvol. De deelnemers zien het hoe dan ook als een belangrijk sensibiliseringsmiddel, waarin de overheid dient te investeren.

- De koolstofkaart, al dan niet uitgebreid, betreft de milieu-impact van een product. Dient men evenwel ook de sociale dimensie mee te nemen, of geldt dit als een apart criterium? Er kunnen tegenstrijdigheden ontstaan: een fair trade-product zal sociaal goed scoren maar ecologisch minder, door het bijkomende transport dat nodig is...



## Teaser 2 : Reclame

*“Reclame wordt een reëel instrument voor informatie die alle externaliteiten in rekening brengt, zodat de consument zijn keuze kan maken met kennis van zaken. Reclame voor producten die het meest schadelijk zijn voor het milieu wordt verboden”*

- De deelnemers vragen zich af of we reclame voor schadelijke producten moeten verbieden. Is het dan niet beter die producten zelf te verbieden als ze schadelijk zijn, of ze extra fiscaal te belasten? Vraag is natuurlijk wanneer we een product als niet duurzaam of zelfs schadelijk bestempelen. In dit verband vermelden sommigen het “top runner” programma in Japan, waarbij elke 5 jaar de minst efficiënte 30 % van de producten van de markt wordt gehaald, en de “eco-design” richtlijn in de EU.
- Wat de eerste zin van de teaser betreft, zijn de deelnemers het erover eens dat er een verschil is tussen reclame en informatie. Beide hebben andere doeleinden, reclame wil overtuigen en aanzetten tot een (koop)gedrag. Reclame omvormen tot informatie is niet realistisch in de huidige context, het is als marketinginstrument een onderdeel van de manier waarop de markt werkt. Wel kan men de reclamemakers opleggen bepaalde informatie-elementen te vermelden, zoals reeds het geval is voor tabak (gezondheidseffecten) en auto's (CO<sub>2</sub>-uitstoot).
- Een deelnemer uit de sector merkt op dat reclame een verdeler is van ideeën, en niet de bron ervan. Dat betekent meteen ook dat wanneer duurzaam consumeren meer een evidentie wordt in de maatschappij, zich dat ook zal vertalen in de reclame-output. Op die manier kan reclame dan zelfs positief ingezet worden voor duurzame ontwikkeling. Misschien is een fonds voor dergelijke “positieve reclame” het overwegen waard, om een andere “verbeeldingswereld” (*l'imaginaire*) te bevorderen dan die van het permanente en kritiekloze consumeren.
- Ook de consument heeft een verantwoordelijkheid, maar men moet hem wel de mogelijkheid bieden om kritisch te kunnen zijn. De overheid kan hiertoe bijdragen door sensibilisering en door aandacht te besteden aan reclame in het onderwijs.

## Teaser 3 : Gedecentraliseerde energieproductie

*“Huishoudens en bedrijven worden voor een groot deel producenten van hun eigen energie, of het nu individueel is of in groep in lokale collectiviteiten of coöperatieven”.*

- Iedereen is op zich voorstander van een dergelijke gedecentraliseerde energieproductie, maar dan wel afhankelijk van het soort energie dat geproduceerd wordt. Het is bv niet de bedoeling dat huishoudens zich opnieuw met steenkool verwarmen ...
- Een technologisch probleem dat zich stelt, is dat van de transfer van overschotten of tekorten. Je hebt een netwerk nodig, en misschien ook een deel gecentraliseerde productie. Zou een combinatie niet de beste oplossing zijn?
- Een eerste belangrijke stap is hoe dan ook de vraag, het energieverbruik, te verminderen, menen alle deelnemers. In dit verband vinden de meesten dat een eigen productie van energie bij kan dragen tot een bewust energieverbruik.
- De deelnemers vinden het belangrijk dat het beleid de lokale productie stimuleert. Het is bijvoorbeeld absurd dat windmolens op lokaal niveau zoveel problemen ondervinden om een vergunning te krijgen.
- Verder menen de deelnemers dat stimuli voor lokale energieproductie meer rekening dienen te houden met sociale aspecten. Zo is het subsidiesysteem voor zonne-energie nu vooral nuttig voor hogere inkomens. Anderzijds zijn die subsidies wel nuttig om een trend op gang te brengen en de industriële innovatie te stimuleren.