Blockchain: geen toverformule, maar onmisbaar in foodretail

10-12-2019 13:20



Branded content

Draagt blockchain bij aan duurzaam ondernemen in foodretail? En waar zit dat voordeel dan vooral? Het is een van de belangrijke vragen waarin IBM Foodtrust zich vastbijt. “In een veilige supplychain die voedselverspilling tegengaat, draait alles om transparantie”, zegt Frank Sloot van IBM. “Van een systeem dat data beschermt tegen manipulatie, profiteert uiteindelijk straks iedereen.”

Waar het in optimaliseren van automatisering eerder vooral om interne efficiëntie van een onderneming draaide, overstijgt blockchain automatisering binnen deze vier muren. Het gaat over uitwisselen van gegevens tussen ondernemingen op een transparante, veilige en niet te wijzigen manier waarbij alleen informatie zichtbaar wordt die voor jouw ogen bestemd is.

De complexe voedselvoorzieningsketen staat onder druk, de roep om een duurzame aanpak groeit. Maar wat kan blockchain hierin betekenen?
“Op lange termijn ligt onze grootste uitdaging in de groei van de wereldbevolking. Al in 2030 stijgt die met een miljard ten opzichte van nu. Die groei zet de complexe voedselvoorzieningsketen onder druk. Rijkdom neemt wereldwijd toe, daarmee de behoefte aan vlees terwijl gelijktijdig de beschikbare hoeveelheid landbouwgrond afneemt. De vraag is hoe je voor een toenemend aantal consumenten onder de druk van klimaatverandering en beperkte watervoorziening produceert. En ook: hoe pas je dit toe op de retailsector? Op korte termijn ligt de grootste uitdaging in de westerse wereld vooral bij consumentenvertrouwen: wat vinden consumenten belangrijk, waar komt hun voedsel vandaan, hoe is het geproduceerd? Duurzamer produceren door meer met minder te doen, efficiënter om te springen met middelen, draagt bij aan de welvaart wereldwijd en het behalen van milieudoelstellingen.”

Wat we doen, doen we vooral onder druk van de overheid?
“De overheid legt niets op, vooralsnog, maar pakt wel een rol in klimaatbewustzijn, het vaststellen van klimaatdoelstellingen. Bijvoorbeeld door circulaire landbouw te stimuleren. Maar ook te pleiten voor betere verpakkingen en informatie daarop. Dat laatste kan beter, je kunt alle informatie vermelden, het begrijpelijk maken is iets anders. De Nutriscore is in ieder geval een goede stap. Maar in winkels zelf is over herkomst, veiligheid of (duurzame) wijze van productie nog niet veel informatie te vinden.”

En dat is precies wat de consument wil?
“Studies tonen aan dat er sprake is van een *disconnect* tussen wat consumenten belangrijk vinden en wat ze doen. Prijs is nog steeds het belangrijkst in koopgedrag. De mate waarin de groep consumenten die ‘anders’ naar producten kijkt verandert wel. Merkwaarde van producten wordt belangrijker, zowel voor retailers als producenten. Het besef dat je je geen schade kunt veroorloven dringt door. De groep kritische consumenten groeit, langzaamaan verandert ons koopgedrag. Behoefte aan duurzaamheid, veiligheid, transparantie en voorkomen van verspilling in de keten groeit, zowel onder consumenten als retailers en overheid.”

Wat doet blockchain?
“Blockchain zorgt dat elke stap binnen het proces inzichtelijk wordt, vastligt en niet te wijzigen is. Belangrijk is wel de vraag die we ons vooraf moeten stellen: waar begint die zichtbaarheid in de keten? Is dat het moment dat de bananen rijp zijn en geoogst worden, of wil je ook weten hoe er geproduceerd is? Of er wellicht eerst een oerwoud is gekapt om hier een plantage aan te leggen? Blockchain geeft inzicht in de manier waarop voedsel geproduceerd wordt. Speciaal daarvoor ontwikkelt IBM, samen met partners AgriPlatforms; die in combinatie met IBM Foodtrust de hele keten zichtbaar maken. De vraag hoe duurzamer geproduceerd kan worden, zal in de toekomst alleen maar belangrijker worden.”

Blockchain is voor alle partijen onmisbaar?
“Voor consumenten levert het meer én betere informatie op. Die informatie wordt van meerwaarde omdat de groep kritische consumenten groeit. Op de schouders van retailers rust grote verantwoordelijkheid, ook waar het gaat om voedselveiligheid. Blockchain zorgt dat retailers beter in staat zijn hun verantwoordelijkheid te nemen, omdat het nu mogelijk wordt door de gehele keten te kijken. Transparantie kan in de toekomst ook iets veranderen aan de complexiteit binnen die keten. Binnen deelproductie, handel in voorraden en de diverse schakels in vervoer zal het eenvoudiger worden.”

IBM zoekt hierin samen met partners naar antwoorden?
“We zijn een techbedrijf, staan vooraan in ontwikkeling van nieuwe technologieën. Het onderscheid hier maken we doordat we technologie voor bedrijven en ecosystemen tegelijk leveren, krachten komen zo samen. Bedrijven kiezen ons om in coproducties vooruit te komen. We lopen voorop met open source technologie, leveren platformen die al in productie zijn en hun nut bewijzen. De basis is open source, dat we hetgeen dat we ontwikkelen gelijk beschikbaar stellen. Binnen het totaal van techdevelopment is IBM onmisbaar als coproducent. Er wordt bijvoorbeeld al intensief samengewerkt met Walmart, JSF en Maersk, partners in ecosystemen. Daarin groeien we. We onderzoeken doorlopend welke partners dominant op dit gebied zijn.”

Wat is de invloed op veiligheid?
“Een van de resultaten is IBM Foodtrust, een programma waaraan tweehonderd partners wereldwijd deelnemen, waaronder Walmart en Carrefour, maar ook veel andere kleinere retailers. Ook producenten, zoals koffieleveranciers en vleesverwerkers. Hun aantal neemt toe, het is een logisch gevolg van druk die retailers uitoefenen, met name waar het gaat om voedselveiligheid. In noodsituaties werden eerder enorme partijen uit de handel gehaald, dankzij blockchain wordt binnen twee seconden exact duidelijk in welke partij het probleem zit. Dat voorkomt onrust onder consumenten, draagt bij aan vertrouwen. Bovendien scheelt het gedoe op de winkelvloer en voorkom je dat enorme hoeveelheden moeten worden vernietigd. Uiteindelijk is blockchain ook

veel breder inzetbaar. Naast alle informatie over herkomst van producten kunnen retailers versheid garanderen dankzij hun zicht op de totale productie en distributieketen.”

Blockchain is dus niet iets voor later?
“Nee. Retailers staan onder druk en controle nemen over herkomst van producten stelt ze in staat het verschil te maken. Blockchain is geen toverformule, het is een stukje van de legpuzzel, net zoals artificiële intelligentie en nieuwe recyclagemethodes dat zijn. Retailers staan nog maar aan het begin van belangrijke ontwikkelingen, moeten nu keuzes maken hoe zij data vastleggen. We moeten nadenken wat we willen om straks optimaliseringsslagen te maken, in kwaliteit, traceerbaarheid en vertrouwen. Dit heeft gevolgen, voor de rol van alle partners binnen de keten.”

Sandra van Maanen