

Jaarverslag Duurzame Handel 2016

Verantwoording en voortgang





Over Superunie

Ons beleid

De pijlers

Klimaat

Dierenwelzijn

Mens

Milieu

De voortgang

Zuivel

Vlees & vis

AGF

Grondstoffen

Dranken

Transport

Gezondheid

Verpakkingen

Casussen

The Sustainability Consortium:
varken en noten

Beter Leven bij Diervoeding

Rainforest Alliance Bananen

Klimaatneutrale koffie & thee

Over Superunie

Over Superunie

Superunie is een inkooporganisatie die 13 onafhankelijke retailorganisaties vertegenwoordigt in Nederland. De organisatie dekt de markt met ruim 1.800 winkels en heeft een marktaandeel van ongeveer 30%.

Inkoop is de centrale activiteit van Superunie.

Daarnaast zijn wij verantwoordelijk voor een tal van zaken: alle betalingen aan leveranciers, de logistiek van leveranciers naar de distributiecentra van onze leden, IT en centrale inkoop van energie voor onze leden, de verpakkingen en websites van alle Eigen Merken, het magazine Boodschappen, en de productintegriteit van alle Eigen Merk- en versproducten.

De missie van Superunie is het inkopen van goederen en diensten met de beste prijs-kwaliteit verhouding. Superunie koopt in bij de bron en is altijd op zoek naar alternatieven waarbij het beste alternatief wordt beloond.

Coöperatie

Superunie is een coöperatie. De 13 supermarktketens zijn tegelijkertijd eigenaar en lid. Superunie kent geen omzet en winst. Alle leden betalen jaarlijks 'contributie' waarvan de kosten van Superunie betaald worden.

De leden zijn nauw betrokken bij het werk van Superunie. Samen met de leden bepalen we welke producten we bij welke leveranciers inkopen. Ook hebben we samen met leden het duurzaamheidsbeleid vastgesteld. Dit beleid geldt voor alle eigen merken die we voor onze leden inkopen. Er is een Stuurgroep Duurzame handel, die bestaat uit een aantal directeuren van onze leden. Met hen bespreken we het beleid, de voortgang en bijsturing van het beleid.

Ga direct naar

[Inhoud](#)[De pijlers](#)[De voortgang](#)[Transport](#)[Grondstoffen](#)[Ons beleid](#)

Beleid Duurzame Handel

In 2010 hebben we ons eerste 5-jarenplan Duurzame Handel vastgesteld, gericht op steeds transparantere en duurzamere ketens achter onze eigen merkproducten. Als inkooporganisatie ligt onze focus op het verduurzamen van leveranciers/productielocaties en het product zelf.

In 2015 hebben we het volgende 5-jaren plan met elkaar goedgekeurd. We richten ons op die producten waar we directe verantwoordelijkheid voor en invloed op hebben: al onze eigen merk en versproducten. Dit zijn meer dan 5000 artikelen van ruim 700 directe leveranciers.

Materialiteit

We kunnen niet alles tegelijkertijd aanpakken. De meeste aandacht gaat daarom naar de ketens en producten waarvan we weten dat er risico's kunnen spelen. Deze risico's maken we op uit informatie die we van The Sustainability Consortium (TSC) krijgen, uit rapporten van maatschappelijk organisaties en kennisinstellingen, onderzoeken door de media en informatie die we via ons leveranciersmanagementsysteem SIM binnen krijgen.

Om aan de breedte van verduurzaming recht te doen focussen we op mens, dier, milieu én klimaat.

Verduurzaming: van strategisch belang

Voor een inkooporganisatie is het van groot belang dat we nu en in de toekomst toegang hebben tot voldoende kwalitatieve producten en grondstoffen. Dit vraagt om duurzamer inkopen. Onder duurzamer inkopen verstaan wij: inkopen met oog voor de langere termijn, en duurzamere relaties met leveranciers van eigen merk en versproducten. Daarbij is het voor ons van vitaal belang dat consumenten het voedsel in de supermarkten vertrouwen.

Hierin komen onze belangen samen met zorgen van consumenten, maatschappelijke partijen en overheid over de gevolgen van onze voedselproductie en -consumptie.

De stapsgewijze verduurzaming moet daarom hand in hand gaan met een steeds betere informatievoorziening naar consumenten.

Ga direct naar

[Inhoud](#)[Over Superunie](#)[De voortgang](#)[The Sustainability Consortium: varkens en noten](#)[Grondstoffen](#)[De pijlers](#)

Klimaat



De gevolgen van klimaatverandering worden door veel van onze leveranciers gevoeld, bijvoorbeeld door lange periodes van droogte of juist overstromingen. Denk aan de theeproducent in Sri Lanka, de bananentelers in Ecuador, de leverancier van druiven uit India, maar ook de Spaanse leveranciers van vollegrondsgroenten. Aan de hand van de klimaatdoelstellingen van het Wereld Natuur Fonds voor 2050 hebben we doelstellingen op rundvlees, zuivel, rietsuiker en papier & pulp opgesteld.

Zuivel

Vlees & vis

Klimaatneutrale
koffie & thee

Transport

Milieu



We kiezen er bewust voor om milieu en klimaat een eigen pijler te geven, al is het onderscheid soms lastig te maken. Bij milieu doelen we op de meer lokale impact op water, bodem en lucht (ammoniak en stikstof) als gevolg van het houden van vee, de teelt van groenten en fruit (dichtbij en ver weg) en de productie van soja en palmolie. Fijnstofuitstoot door transport valt hier ook onder.

Zuivel

AGF

Vlees & vis

Rainforest Alliance
Bananen

Dierenwelzijn



Er is de laatste jaren veel maatschappelijke aandacht voor het welzijn van dieren in de ketens achter supermarktproducten. Dat heeft ons geholpen om dit onderwerp, in de gesprekken met onze leveranciers, de aandacht te geven die het verdient. Het onderwerp speelt met name in de productgroepen zuivel, vlees en diervoeding.

Zuivel

Vlees & vis

Beter Leven bij
Diervoeding

The Sustainability
Consortium: varkens
en noten

Mens



Sommige van onze producten komen uit landen ver weg (onze bananen, thee en woknoedels); andere producten worden gemaakt met ingrediënten van ver (chocolade of kruidenmixen). Goede arbeidsomstandigheden en -voorwaarden zijn niet overal gegarandeerd. In dat geval vragen we om gecertificeerde ingrediënten. Op basis van de hoog risicolandenlijst van de Business Social Compliance Initiative (BSCI), vragen we productielocaties deel te nemen aan social compliance programma's. We accepteren hiervoor verschillende betrouwbare standaarden en leveranciers krijgen de tijd om aan deze standaarden te voldoen. Ook het thema Gezondheid valt onder deze pijler. Superunie richt zich hierbij op de reductie van suiker, zout en verzadigd vet in producten en een lagere energie-inname.

AGF

Grondstoffen

Dranken

Gezondheid



Vanuit het principe van materialiteit hebben we ervoor gekozen om te rapporteren op de onderwerpen waarvan we weten dat er risico's kunnen spelen. Dat zijn de onderwerpen vlees & vis, aardappelen, groente & fruit (AGF), grondstoffen, zuivel, dranken, transport, verpakkingen en gezondheid. Op al deze onderwerpen hebben we ambities vastgesteld ten aanzien van verduurzaming. In dit jaarverslag rapporteren we over de voortgang hiervan.

Ook de monitoring is werk in uitvoering

Superunie werkt met SIM Supply Chain. SIM beheert ons leveranciersmanagementsysteem en de productspecificaties van al onze eigen merk- en versproducten. We vragen leveranciers om informatie over hun ketens en producten in SIM aan te leveren. Op deze manier krijgen we steeds meer inzicht in onze ketens. Ook borgen we verduurzaming door audit rapporten en certificaten op te vragen bij leveranciers.

Met behulp van SIM meten we ook de voortgang in verduurzaming. Dat blijft werk in uitvoering. De ketens achter onze producten zijn namelijk continu in beweging. Daarbij veranderen producten ook voortdurend qua samenstelling, komen er nieuwe producten bij of zijn er leverancierswisselingen. Dit maakt dat het een hele klus is om de keten- en productinformatie compleet en kloppend in de systemen te krijgen. Net als verduurzaming zelf, zal dit een continu proces zijn.



Ga direct naar

[Vlees & vis](#)[AGF](#)[Dranken](#)[Transport](#)[Grondstoffen](#)[Zuivel](#)[Gezondheid](#)[Verpakkingen](#)

Zuivel

Zuivel is een grote categorie binnen onze inkoop en in het assortiment van de supermarkt. Ook is het vaak onderwerp van maatschappelijke gesprekken. Dierwelzijn is hier het meest zichtbare thema. De publieke discussie gaat vaak over weidegang, waarbij wordt aangenomen dat weidegang tot een hoger dierwelzijn leidt. Daarom hebben we onze eigen merkleveranciers gevraagd waar mogelijk weidemelk te gebruiken voor onze producten. Dit is reeds gerealiseerd voor de grootste zuivelartikelen, zoals melk, (drink)yoghurt, karnemelk, vla en pudding. In 2015 rapporteerden wij 67 producten, dit jaar 60. Deze daling komt doordat we in dit rapport alleen de producten rapporteren waarvan daadwerkelijk afzet was in 2016, terwijl in 2015 het totale productassortiment was meegerekend. Daarnaast zijn we gedurende 2016 ook voor de Nederlandse kazen overstapt naar weidemelk.

Ambitie

Toch kent zuivel veel meer verduurzamingsfacetten, van veevoer en broeikasgasuitstoot tot verpakking en verspilling. We willen graag aandacht voor dat bredere palet. Onze ambitie is dan ook dat in 2018 al onze leveranciers van verse en houdbare zuivelproducten aangesloten zijn bij een erkend verduurzamingsprogramma. Voorbeelden hiervan zijn het internationale Dairy Sustainability Framework en het Nederlandse programma Duurzame Zuivelketen.

60 producten in ons zuivelassortiment zijn gemaakt met weidemelk of biologische melk.

Van de zuivelproductgroepen dagvers, houdbaar, koffiemelk en ijs is **36,7 MILJOEN KG** zuivel van weidemelk of biologische melk ingekocht door Superunie.

Daarnaast hebben wij in 2016 ruim **5 MILJOEN KG* KAAS** ingekocht dat gemaakt is met weidemelk. Voor het maken van **1 KILOGRAM KAAS** is ongeveer **10 LITER MELK** nodig.



* Deze data komt van een leverancier van Superunie. Berenschot heeft dit niet kunnen verifiëren.

Ga direct naar

Inhoud

De pijlers

Verpakkingen

Vlees & vis

Eerst vers, dan de rest

De afgelopen jaren hebben we het assortiment vers, onbewerkt vlees verduurzaamd door over te stappen op Kip van Morgen en Varken van Morgen-vlees. In deze schema's is er aandacht voor onder andere dierwelzijn, duurzamer voer en antibiotica.

Omdat vers vlees waar mogelijk al is omgezet naar een duurzamere variant, is in 2016 vooral ingezet op het verduurzamen van vleeswaren. In 2017 volgen de resterende artikelen. Daarbij is veel aandacht voor het goed verwaarden van het hele varken. Daarnaast worden soepen, ragout, leverpastei, leverworst, aardappel-salades, en de rookworsten met verduurzaamd vlees gemaakt. (zie ook casus Diervoeding)

Vis

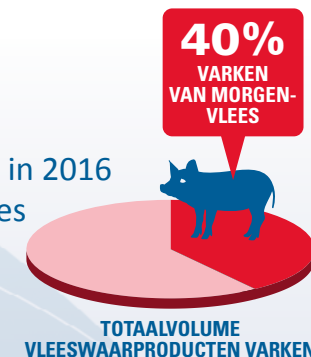
Voor de inkoop van verse, diepvries en conservenvis is het uitgangspunt MSC (wildvangst) of ASC (kweek) gecertificeerd* of 'groen' op de viswijzer. Grote uitdagingen hierbij zijn de grote schaarste in ASC zalm en het feit dat er niet voor elke vissoort een certificering beschikbaar is.

Ambitie

Onze ambitie is om in 2020 alle producten waarin kippen- en/of varkensvlees zit (>5% van het product) te hebben verduurzaamd. Daarnaast streven we ernaar dat in 2017 alle vis in onze diervoeding (>2% van het product) gecertificeerd (MSC of eq.) of groen volgens de viswijzer.

Vleeswaren

4,6 MILJOEN KG** vleeswaren werd in 2016 gemaakt met Varken van Morgen-vlees (dat is **40%** van het totaalvolume vleeswaarproducten varken).



Vis

120 PRODUCTEN (73% van het totaal aantal visproducten) voldeden aan MSC, ASC, biologisch keurmerk of waren 'groen' op de viswijzer. In totaal is daarmee **96%** van het totale ingekochte volume verduurzaamd.



* Marine Stewardship Council, Aquaculture Stewardship Council

** Dit getal heeft Berenschot niet kunnen verifiëren

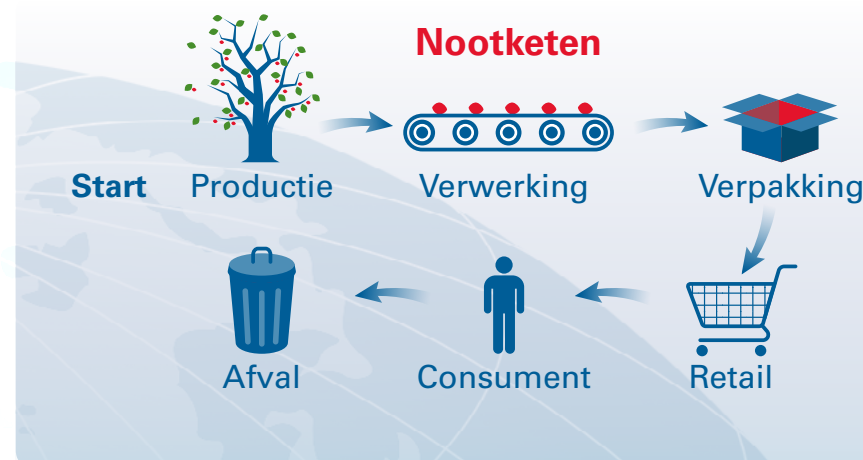


Ga direct naar

[Inhoud](#)
[Beter Leven bij diervoeding](#)
[De pijlers](#)
[The Sustainability Consortium: varken en noten](#)

Superunie streeft naar transparantere ketens. Daarbij willen we verder gaan dan het denken in keurmerken. Daarom werken we samen met The Sustainability Consortium (TSC). TSC is een mondiaal consortium van bedrijven, NGO's, overheden en academici die gezamenlijk consumentenproducten willen verduurzamen. Hierdoor kunnen we op basis van wetenschappelijke kennis het gesprek aan gaan met leveranciers over die duurzaamheidsonderwerpen in de keten die er echt toe doen. We hebben met TSC gewerkt aan twee heel verschillende ketens: varkensvlees (vers) en noten. Binnen varkensvleesproductie is verduurzaming al een paar jaar volop aan de gang, onder andere door de stap naar Varken van Morgen. Met TSC wilden we erachter komen welke verduurzamingsthema's nog niet aan bod waren gekomen.

Bij noten ligt dat heel anders; hier is sprake van veel langere en internationale ketens met veel meer spelers. Het verkrijgen van meer transparantie is daarin een eerste stap, waarin de vragen van TSC ons ondersteunen. Deze samenwerking met TSC heeft geholpen om nieuwe onderwerpen aan te snijden tijdens onze gesprekken met leveranciers. Op noten begint de reis pas, op varkensvlees gaan we meer de details in. Naast noten en varkensvlees, zijn we ook trajecten op rundvlees en druiven gestart. En ook in 2017 zullen we nieuwe trajecten opstarten.



Ga direct naar

Inhoud

De pijlers

Vlees & vis

Beter Leven bij
Diervoeding

In een bijzondere samenwerking tussen Superunie en leverancier Partner in Pet Food is het gelukt om een grote stap in verduurzaming van diervoeding te zetten. Vanaf mei 2017 heeft alle private label diervoeding uit blik het Beter Leven 1-ster keurmerk*.

Dagmar van der Lee, inkoper van o.a. diervoeding bij Superunie, ging in 2015 actief in gesprek met leveranciers over de mogelijkheden voor duurzamere diervoeding. “Hoewel dit voor velen nog onontgonnen terrein was, vonden wij direct enthousiasme bij Partner in Pet Food”, aldus Dagmar. “Gezamenlijk onderzochten we een manier om het Beter Leven keurmerk ook voor diervoeding toepasbaar te maken.”

Joost Musters, Sales Manager bij Partner in Pet Food vult aan: “Dit bleek een flinke uitdaging te zijn. Niet alleen om de aanpassingen in het productieproces te realiseren, maar óók om de producten betaalbaar te houden. Vlees met het Beter Leven keurmerk is nu eenmaal duurder dan vlees zonder dit keurmerk”.

Na een proces van bijna twee jaar is het gelukt. Dagmar en Joost zijn trots op het behaalde resultaat op het gebied van duurzamere diervoeding en de manier van samenwerken. Maar natuurlijk eindigt het hierbij niet. De ambitie van Superunie is om zo veel mogelijk diervoeding in het assortiment te verduurzamen. Hier wordt hard aan gewerkt. Dit blijven wij in nauwe samenwerking met onze leveranciers doen. Samenwerking in de keten is de enige manier om verduurzaming naar een hoger niveau te brengen.

* M.u.v. lam, eend en basismerk OK. Voor deze producten is tot op heden geen Beter Leven keurmerk beschikbaar.

“Deze case bewijst dat je alleen maar een idee, de wil en een goede, transparante samenwerking nodig hebt om de wereld een stukje mooier te maken.”

— Dagmar van der Lee,
inkoper bij Superunie



“De prijs van duurzaamheid is gezamenlijke verantwoordelijkheid!”

— Joost Musters, Sales Manager bij
Partner in Pet Food



Ga direct naar

Inhoud

De pijlers

Vlees & vis

AGF

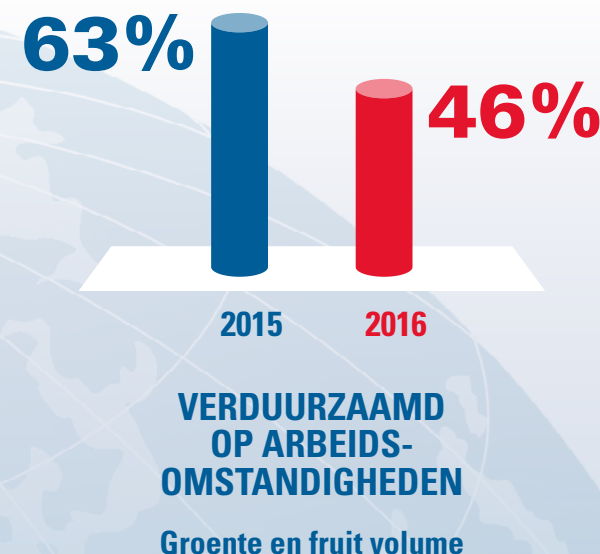
Superunie is aangesloten bij het convenant Verduurzaming Groente en Fruit. Dat betekent dat we alle AGF uit risicolanden willen verduurzamen op het gebied van arbeidsomstandigheden*.

Waar we vorig jaar goed op weg waren met een verduurzaming van 63% van het volume, liet 2015 een daling zien naar 46%. Daar waren verschillende redenen voor. Een belangrijke reden is dat we meer bananen zijn gaan afnemen van een leverancier die op dat moment nog niet gecertificeerd was (zie casus: Rainforest Alliance Bananen). Aangezien het bij bananen om grote volumes gaat, heeft dit ook een grote impact op het geheel.

Een andere reden, die qua volume wat minder effect heeft, is dat de doelstelling voor kleine leveranciers en kleine volumes soms lastiger te behalen is dan voor grotere leveranciers en volumes. Als laatste telt mee dat sommige Social Complianceprogramma's een aantal jaar lopen voordat de leverancier helemaal voldoet. Gedurende die periode telt die productie niet mee als verduurzaam.

Ambitie

We houden uiteraard vast aan het doel om in 2020 alle AGF uit risicolanden verduurzaam te hebben. De daling in 2015 heeft ons op scherp gezet en getoond dat een intensieve samenwerking met leveranciers onontbeerlijk is. Daarnaast hebben we een doelstelling voor AGF uit laag risicolanden: In 2018 wordt 50% van ons AGF assortiment geproduceerd met aandacht voor bodemvruchtbaarheid en volgens IPM standaarden. Hiervoor zijn we sinds 2015 in gesprek met leveranciers en Stichting Milieukeur.



* Goedgekeurde social compliance standaarden zijn:

- BSCI (Business Social Compliance Initiative)
- ETI (Ethical Trading Initiative)
- Fairtrade
- IMO – (Fair) For Life
- Rainforest Alliance
- SIZA (Sustainability Initiative of South Africa)
- SA8000 (Social Accountability)



Ga direct naar

Inhoud

De pijlers

Gezondheid

Rainforest Alliance
Bananen

Sinds 2013 kopen we onze Alvita bananen direct in bij leveranciers in Ecuador (normale banaan) en Costa Rica (kinderbanaan). We weten dus precies van welke plantages de bananen komen.

In de bananenteelt spelen verschillende duurzaamheidsonderwerpen: het is fysiek zwaar werk en er worden veel water (schoonmaak) en gewasbeschermingsmiddelen (tegen ziekten) gebruikt. Het inzetten van Rainforest Alliance (RA) certificering, moest recht doen aan deze onderwerpen. Dit paste ook binnen onze deelname aan het convenant Verduurzaming Groente en Fruit.

In 2015 zijn we in gesprek gegaan met de leveranciers over de stap naar Rainforest Alliance certificering voor Alvita. In heel 2016 heeft Superunie inmiddels 14 miljoen kilo gecertificeerde Alvita bananen ingekocht.

Een van onze leveranciers is Tropical Fruits Exports (TFE). Oswaldo Menéndez, algemeen directeur van dit bedrijf, is blij met de lange termijn relatie die TFE heeft met Superunie. Dat maakt het mogelijk om verduurzaming te bewerkstelligen bij de 35 bananenboeren waar TFE inkoopt. 'Toen

Superunie aangaf naar Rainforest Alliance over te willen gaan, hebben we gezamenlijk een plan gemaakt om dit te bewerkstelligen. Daarna zijn wij met onze boeren gaan praten en hebben we onze certificeringsdeskundigen opgeleid over Rainforest Alliance. We hebben nauw contact met Superunie om de voortgang te bespreken.'

De belangrijkste uitdagingen bij het verkrijgen van de RA certificering, verschillen volgens Menéndez per boer. 'Sommigen moeten extra investeren, om bijvoorbeeld meer opslagruimte of waterrecyclingsapparatuur aan te schaffen. Soms is er meer een mentaliteitsverandering van de boeren nodig. Rainforest Alliance is niet zomaar een papiertje waarmee je op een gegeven moment klaar bent. We moeten continu blijven verbeteren. Vooral de oudere boeren hebben daar soms moeite mee'.

TFE zet in 2017 ook volop in op verdere verbetering. Eén van de aandachtspunten is transparantie door de keten. Door middel van een sticker op de bananen moet de consument op termijn precies kunnen zien waar de banaan geteeld is en op welke manier deze geproduceerd is.

"Rainforest Alliance is een certificeringsschema dat ons continue laat verbeteren. Daarom is er een mentaliteitsverandering nodig bij de bananenboeren: wat betekent dit voor hun bedrijf?"

— Oswaldo Menéndez,
Tropical Fruits Exports



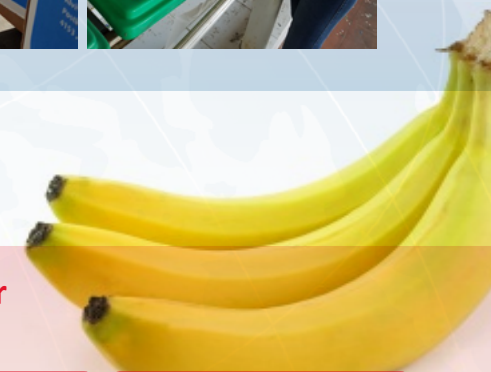
Ga direct naar

Inhoud

De pijlers

AGF

Grondstoffen



Palmolie, cacao en hazelnoten

De maatschappelijke aandacht voor palmolie is en blijft groot. Palmolie blijft dan ook onze aandacht houden. De uitdaging bij het verduurzamen van palmolie blijft het feit dat er kleine hoeveelheden palmolie in vele producten is terug te vinden. Waar de focus de afgelopen jaren lag op producten met een relatief groot aandeel palmolie (>2%), ligt hij nu ook op die producten waarin het aandeel minimaal is (<1%). Superunie is lid van de Ronde Tafel voor Duurzame Palmolie (RSPO). We stimuleren leveranciers alleen Mass Balance of Segregated RSPO te gebruiken*.

Ook cacao blijft een belangrijk aandachtspunt. Inmiddels is nagenoeg alle cacao gecertificeerd op mens- en milieufactoren.

Ambitie

In 2020 moet alle palmolie Segregated zijn. Dat betekent dat alle palmolie op dat moment terug te traceren is tot aan de bron.

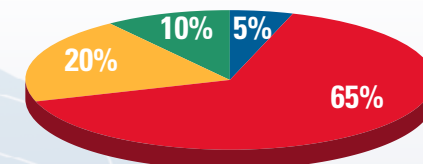
Nieuw zijn de duurzamer geproduceerde hazelnoten. In 2017 stromen verschillende producten met UTZ gecertificeerde hazelnoten in (hazelnootpasta, chocoladehazelnoten).

* Dus daadwerkelijk gecertificeerde palmolie in te kopen

Palmolie:

99,9%

van het volume in ingekochte producten is RSPO gecertificeerd.



- Book & claim
- Mass Balance
- Segregated en Identity Preserved
- Variant onbekend

Cacao:

98,9%

GECERTIFICEERD OP MENS EN MILIEU-FACTOREN (UTZ OF GELIJKWAARDIG) (99% VAN HET VERKOCHTE VOLUME)



CACAOHOUDENDE PRODUCTEN



Ga direct naar

[Inhoud](#)

[De pijlers](#)

[Dranken](#)

[The Sustainability Consortium: varken en noten](#)

Koffie en thee

100% van ons koffie en thee (huismerk) assortiment is gecertificeerd volgens UTZ of Fairtrade. Vanaf 2017 brengen we zelfs klimaatneutrale koffie en thee naar de schappen (zie casus: klimaatneutrale koffie & thee).

Wijn

De meeste van de wijn die we onder de naam van Superunie op de markt brengen, komt uit landen als Spanje, Italië en Frankrijk. In de wijnsector in andere landen, zoals Zuid-Afrika en Argentinië, is de kans op slechte arbeidsomstandigheden relatief groot. Daarom nemen al onze eigen merkleveranciers van wijn uit deze landen deel aan een social compliance programma*. Hierdoor wordt gecontroleerd of de rechten van werknemers door de leveranciers worden gerespecteerd.

Ambitie

De komende jaren gaan we werken aan verduurzaming van het sappenassortiment: in 2020 zijn de hoofdbestanddelen van de vruchtensappen gecertificeerd.

In 2017 is ons assortiment koffie en thee (huismerk) klimaatneutraal (zie casus: klimaatneutrale koffie en thee)

* Zoals WIETA en Fairtrade.



In 2017 brengt Superunie als eerste partij in Nederland Klimaatneutraal Gegarandeerde koffie en thee naar de schappen. Met deze stap wordt de CO₂ uitstoot in de keten sterk verminderd en de resterende uitstoot van zo'n 15.000 ton CO₂ gecompenseerd met Gold Standard projecten. Dit is equivalent aan de jaarlijkse CO₂-uitstoot van bijna 2000 Nederlandse huishoudens. Hiervoor werkt Superunie samen met de Climate Neutral Group, een social-venture op het gebied van klimaatneutraal ondernemen.

Superunie koopt alle thee van eigen merk direct in bij een leverancier in Sri Lanka. Op de plantages van deze leverancier staan energiemangement, duurzame teelt en goede arbeidsomstandigheden al jaren centraal. “De stap naar Klimaatneutraal Gegarandeerd was voor Superunie dan ook een logisch vervolg”, aldus Mark Huis in 't Veld van Climate Neutral Group. “Door te investeren in een windenergieproject in Sri Lanka wordt de totale CO₂-uitstoot in deze keten nu gecompenseerd.”

“Voor koffie bleek dat iets ingewikkelder”, legt Carbon Footprint Specialist Wieb Miedema uit. “Koffieketens zijn moeilijker te traceren omdat de koffiebonen van verschillende plantages, uit verschillende landen komen. Door met gemiddelde cijfers te werken hebben we toch een goede CO₂ footprint kunnen berekenen.”

Voor de compensatie in de koffieketen heeft Superunie gekozen voor efficiënte oventjes en biogasprojecten die mensen ter plekke gebruiken in plaats van koken op open vuur. Deze technieken hebben verschillende voordelen. Naast dat er minder CO₂ wordt uitgestoten, besparen mensen geld en tijd (minder of geen hout meer nodig). Ook zijn deze technieken veiliger dan open vuur en kennen ze gezondheidsvoordelen (rookt minder of helemaal niet).

“Superunie kan in haar positie veel invloed uitoefenen op de verduurzaming van de markt. Het is mooi om te zien dat deze invloed ook wordt gebruikt.”

— Mark Huis in 't Veld,
Climate Neutral Group



Ga direct naar

Inhoud

De pijlers

Dranken

Transport

Slimmere logistiek

Bij duurzame handel gaat het niet alleen om de inkoop van (food & non-food) producten. Ook met het transport van deze producten hebben we impact op het milieu. Superunie verzorgt een deel van de transportbewegingen tussen de locaties van leveranciers en de distributiecentra van onze leden.

In 2016 zijn we overgestapt naar een nieuwe logistiek dienstverlener voor versproducten. Door deze overstap worden er in totaal minder vrachtwagens ingezet, is het aantal ritten afgenomen en is de gemiddelde beladingsgraad toegenomen.

We hebben een promovenda van de Wageningen Universiteit gevraagd om te bepalen wat deze stap heeft opgeleverd. Op basis van de beschikbare gegevens en aannames kwam dit uit op een besparing van 1,1 miljoen kg CO₂ eq per jaar.

Door de overstap naar een nieuwe dienstverlener bespaarden we in 2016
1,1 MILJOEN KG EQUIVALENT CO₂.



Ga direct naar

Over Superunie

Inhoud

Ons beleid

De pijlers

Verpakkingen

Gezondheid

Akkoord Verbetering Productsamenstelling

Superunie werkt actief aan het Akkoord Verbetering Productsamenstelling, dat zich richt op de reductie van suiker, zout en verzadigd vet en een lagere energie-inname.

Al verdwijnt het Vinkje van de verpakkingen, Superunie blijft de onderliggende criteria, die van hoge kwaliteit zijn, gebruiken om productverbeteringen met leveranciers te bespreken.

Ambitie

- Superunie conformeert zich aan de doelstellingen van het Akkoord Verbetering Productsamenstelling ten aanzien van zout- en suikerreductie, maar zal zelfstandig actief op zoek gaan naar een verdere reductie. Het percentage zout en suiker van een gewijzigd product mag in ieder geval nooit hoger zijn dan het bestaande product.
- Bij nieuwe contracten of contractverlengingen wordt getoetst of er in product “verborgen” suikers aanwezig zijn en of deze noodzakelijk zijn voor het product. Niet noodzakelijke suikers zullen geweerd gaan worden.
- Er mogen aan bestaande producten geen nieuwe allergenen worden toegevoegd.

Twee voorbeelden:

De verbeterde receptuur van de kooksoepen betekent een vermindering van **5000 KG ZOUT** per jaar*

De suikerreductie in houdbare zuivel (drinkyoghurt en chocolademelk) heeft geleid tot een reductie van **41.844 KG SUIKER***.



* Deze data is niet geverifieerd door Berenschot

Ga direct naar

[Inhoud](#)[Ons beleid](#)[Pijlers](#)[De voortgang](#)[Zuivel](#)[Verpakkingen](#)

Verpakkingen

Superunie committeert zich aan het Brancheplan Verduurzaming Verpakkingen, dat is afgesproken tussen de brancheverenigingen CBL en FNLI en het ministerie van Infrastructuur en Milieu (I&M).

Dit betekent dat we de komende jaren werken aan:

- Een zo hoog mogelijk deel gecertificeerd of gerecycled materiaal in papier of kartonnen omverpakkingen;
- Lichtere of minder plastic verpakkingen en het gebruik van gerecyclede plastics;
- Zo veel mogelijk verpakkingen van mono- (enkelvoudig) materiaal;
- Het gebruik van het afvallogo op alle verpakkingen;
- Minder aluminium in deksels/afsluitingen.

Reeds verduurzaamd

De volgende verduurzamingsstappen zijn reeds gezet:

- Zuivelverpakkingen en drankenkartons (FSC, PEFC)
- Alle omdozen (FSC, PEFC)
- Soep in zak (100% plastic)
- Frisdrankflessen (met gerecycled plastic)

Ambitie

In 2018 zijn al onze consumentenverpakkingen van papier FSC of PEFC gecertificeerd.

Uit de samenwerking met de notenleverancier en TSC hebben we twee quick wins op verpakkingen behaald:

De notencups worden nu gemaakt met **80% GERECYCLED PLASTIC** en de pinda stazakken worden gemaakt met **BIOBASED MATERIAAL**.



Ga direct naar

[Inhoud](#)
[Ons beleid](#)
[Pijlers](#)
[The Sustainability Consortium: varken en noten](#)
[Zuivel](#)
[Totstandkoming verslag](#)

Totstandkoming verslag

Dit verslag is tot stand gekomen in een samenwerking tussen Superunie en Berenschot. Er is een aantal stappen doorlopen om tot dit eindresultaat te komen. We zijn gestart met een bijeenkomst met medewerkers van Superunie, waar is gesproken over de geboekte resultaten op het gebied van verduurzaming. Inkopers gaven daarnaast aan welke voorbeelden wat hen betreft extra aandacht verdienen in het verslag. Deze zijn terug te vinden in de vorm van casussen.

Vervolgens zijn er data en kengetallen verzameld vanuit de beschikbare systemen bij Superunie. Berenschot heeft op basis van deze data berekeningen uitgevoerd, om zo inzicht te krijgen in het percentage van het assortiment en het totale volume dat verduurzaamd is. Er is geen controle uitgevoerd op het invoeren van data door leveranciers. Echter, wanneer er twijfels waren over de juistheid van gegevens, is besloten de cijfers niet te rapporteren.

Dankwoord

Hartelijk dank aan een ieder die heeft bijgedragen aan het verslag, waaronder André Boer, Thomas Douqué, Petra Driehuis, Mark Huis in 't Veld, Dagmar van der Lee, Vincent Lehmann, Oswaldo Menéndez, Wieb Miedema, Joost Musters, Kasper Strzeszewski, SIM Supply Chain, The Sustainability Consortium en diverse leveranciers voor het aanleveren van data en Gilmar Pattipeilohy van Numero4 voor de vormgeving.

Berenschot



Ga direct naar

[Inhoud](#)[Over Superunie](#)[Ons beleid](#)[De pijlers](#)

