

Op weg naar transparante en duurzame ketens

Jaarverslag Duurzame Handel 2019



Samen staan
we sterk!

Duizenden kilo's verpakkingsmateriaal bespaarden we door **beter ontwerp en slimme inkoop**

De wereld van morgen is anders dan de wereld van vandaag. Ontwikkelingen rijgen zich in rap tempo aan en door nieuwe inzichten en innovaties gaan we steeds bewuster om met zaken die we belangrijk vinden: veilige, gezonde, transparante en duurzame ketens. Als ketenspeler die wereldwijd inkoopt bij leveranciers in circa zeventig landen, rusten op Superunie verantwoordelijkheden. Verantwoordelijkheden die we serieus nemen. Zo willen we bijvoorbeeld weten waar onze producten zijn gemaakt, hoe die zijn gemaakt, door wie en onder welke omstandigheden. Daar zetten we ons dagelijks voor in. Op deze manier kunnen we niet alleen duurzaam en transparant ondernemen, maar ook het verschil (blijven) maken in de keten.

In 2019 hebben we op vele vlakken weer mooie stappen gezet. Zo hebben we met de verduurzaming van onze verpakkingen heldere doelen gesteld en de eerste stappen gezet. Waardevolle materialen hergebruiken we zoveel mogelijk én we gebruiken steeds meer gerecycled materiaal. Ook verlagen we de CO₂-emissie van verpakkingen van bijvoorbeeld onze vleeswaren, kaas en bananen. Duizenden kilo's verpakkingsmateriaal bespaarden we door beter ontwerp en slimme inkoop.

Lekker eten, bewuste keuzes

Gezondheid was, is en blijft een belangrijke verantwoordelijkheid die wij uiterst serieus nemen. In 2019 is Nutri-Score de nieuwe standaard geworden. Althans dat is onze veronderstelling en ons uitgangspunt. Wij zijn er dan ook geheel klaar voor. Voor al onze eigen merken hebben wij een voorlopige score gemaakt. We kunnen consumenten informeren en producten gericht gezonder maken. Het wachten is nu op de landelijke afspraken over Nutri-Score. Superunie wil solidair zijn met de rest van de retail en industrie om richting consumenten zo helder en transparant mogelijk te acteren. Tegelijkertijd willen we hierin een voorloper zijn.

Samen op weg naar duurzame ketens

Na de overname van Bio+ hebben wij dit concept, merk en de product range met succes doorontwikkeld. Hierdoor bieden we onze leden nu een volwaardig biologisch concept. Daarnaast hebben wij op due diligence, ook wel ketenverantwoordelijkheid genoemd, in 2019 het zwaartepunt gelegd op identificatie en aanpak van sociale issues zoals leefbaar loon. We zetten ons in voor een internationaal maatschappelijk verantwoorde productieketen. Door samenwerking in de hele keten willen we de risico's op bijvoorbeeld mensenrechtenschendingen en milieuschade maximaal beperken en zo ook op dat vlak de verduurzaming van de productieketen waarborgen. Een mooi voorbeeld is het project "Leefbaar Loon" op bananenplantages. We sourcen direct uit het land van herkomst en kennen de eigenaren van de bananenplantages. Door de korte productieketen en wederzijds vertrouwen tussen leverancier en inkoper kunnen we met elkaar een open dialoog voeren over loon en secundaire arbeidsvoorwaarden.

'Due diligence en verpakkingen staan centraal'

In Nederland ondersteunen we het overheidsbeleid ter bevordering van de kringlooplandbouw. Zo heeft Superunie in 2019 stappen gezet in het verduurzamen van varkensvlees. Onder andere door ondersteuning van de Keten Verduurzaming Varkensvlees met de verdere ontwikkeling van de Stal van de Toekomst en de opzet van een geïntegreerde varkensvleesketen.

De volgende stap

In 2020 richten we ons op een nieuw vijfjarenplan zodat we actief aan veilige, transparante en duurzame ketens blijven werken én het voortouw blijven nemen in het zoeken naar verbeteringen. Hierin gaan we verder dan duurzame certificering zoals Fairtrade,

Rainforest Alliance en UTZ voor producten als bananen, koffie, thee en cacao. Due diligence en verpakkingen staan centraal en dit doen we in continu overleg met onze leden en leveranciers. We hanteren hierbij een duidelijke prioritering van producten. Helaas kunnen we niet alle sociale issues in onze ketens tegelijk aanpakken. Ook blijven we onze stakeholders goed informeren over de keuzes die we op het gebied van duurzaamheid maken. We willen transparant zijn over onze activiteiten en communiceren over hetgeen waar we mee bezig zijn. Vanaf nu vormt onze nieuwe website de thuisbasis voor onze duurzame activiteiten en het jaarverslag.

De voortgang van verduurzaming wordt geborgd in de Stuurgroep Duurzame Handel, bestaande uit de algemeen directeur van Superunie en de directieleden van vier van onze leden. Samen richten we ons op het inkopen van goederen en diensten met de beste prijs/kwaliteit verhouding.

Dick Roozen

Algemeen Directeur Superunie



5



12



14

INHOUD

- 04 Samenvatting**
- 05 Verpakkingen**
Duurzaam verpakken volledig onderdeel van het inkoopproces
- 09 Gezondheid**
Lekker eten, bewuste keuzes
- 12 Biologisch**
Biologisch voor iedereen
- 14 Due diligence**
Onderzoek naar leefbaar loon in bananenketen
- 17 Tot slot**

FOCUS		2016	2017	2018	2019	2020	DOELSTELLINGEN
	Varken			70%	75%	100%	In 2020 is 100% van ons verwerkte varkensvlees verduurzaamd volgens criteria van 'Varken van Morgen', Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar.
	Kip			60%	64%	100%	In 2020 is 100% van ons verwerkte kippenvlees verduurzaamd volgens criteria van 'Kip van Morgen', Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar.
	AGF		36%	✓ 60%	✓ 66%	*	In 2018 is 50% van ons AGF-assortiment uit Europese laag risicolanden gecertificeerd volgens PlanetProof of gelijkwaardig.
	Zuivel			✓	29%	*	In 2018 zijn al onze leveranciers van verse en houdbare zuivelproducten aangesloten bij een erkend verduurzamingsprogramma, waarbij we streven naar zoveel mogelijk PlanetProof.
	Kaas			✓	62%	*	In 2018 zijn al onze leveranciers van verse en houdbare zuivelproducten aangesloten bij een erkend verduurzamingsprogramma, waarbij we streven naar zoveel mogelijk PlanetProof.
	Soja				93%	100%	In 2020 is 100% van de gebruikte soja in dierlijke ketens RTRS gecertificeerd volgens het Mass Balance principe.
	Palmolie	23%	29% (GECORRIGEERD)	30%	43%	100%	In 2020 is 100% van producten met palmolie RSPO gecertificeerd volgens het Segregated principe.
	Vruchtensappen			START	17%	30%	In 2020 is 30% van onze vruchtensappen duurzaam gecertificeerd.
	Cacao	99%	100%	✓	✓	100%	In 2020 is 100% van onze cacaohoudende producten duurzaam gecertificeerd volgens criteria van UTZ of een vergelijkbaar keurmerk.
	Vis	73%	87%	91%	96%	100%	In 2020 is 100% van onze verse vis MSC of ASC gecertificeerd.
	Hazelnoten		68%	✓	✓	50%	In 2020 is 50% van de producten met >5% hazelnoot duurzaam gecertificeerd volgens UTZ of een gelijkwaardig keurmerk.
	Koffie & thee	0%	100%	✓	✓	100%	In 2020 is 100% van ons koffie- en thee-assortiment Klimaatneutraal Gegarandeerd.
	Verpakkingen			Start	6%		In 2025 gebruiken we 20% minder verpakkingsmateriaal (t.o.v. 2018).
	Verpakkingen			Start	78%		In 2025 zijn onze verpakkingen 100% recyclebaar.
	Verpakkingen			Start	37%		In 2025 bestaan onze plastic verpakkingen uit minimaal 35% gerecycled materiaal.



Doelstelling gehaald



% Doelstelling



On track



Aandachtspunt



Te bepalen



Soja

Wereldwijd wordt de meeste soja verwerkt in veevoer, maar sojaolie wordt ook gebruikt in sauzen, snacks en producten zoals zeep. De soja voetafdruk van Superunie is 81.350 ton. Nederlandse bedrijven en brancheorganisaties die soja of dierlijke producten op basis van soja verwerken of verhandelen, tekenden in 2011 een intentieverklaring, samen met maatschappelijke organisaties. De ambitie voor de Nederlandse productie van vlees, zuivel en eieren is dat we in 2025 volledig overgeschakeld zijn op RTRS-gecertificeerde soja. Het gerapporteerde cijfer van 93% in bovenstaande tabel is gebaseerd op deze ambitie als het gaat over soja in veevoer. Het percentage RTRS-soja is in de praktijk niet uitgesplitst naar het type handelssysteem zoals "mass balance".



Palmolie

Superunie is lid van de RSPO (Roundtable Sustainable Palm Oil), een wereldwijd multi-stakeholder initiatief om palmolie duurzamer te produceren. Via het CBL hebben we ons geconformeerd aan duurdzame palmolie overeenstemmend met RSPO. 100% van onze producten met 5% of meer palmolie zijn RSPO gecertificeerd. Daarvan is in 2019 het aandeel "segregated" 43%.

Verpakkingen

Duurzaam verpakken volledig onderdeel van het inkoopproces

Op elk niveau, Europese Commissie, Nederlandse overheid, brancheverenigingen, retailers en producenten, wordt beleid gemaakt en worden doelen gesteld om met name plastic verpakkingen in het milieu terug te dringen en om het waardevolle materiaal te hergebruiken. Superunie kan direct invloed uitoefenen door de verpakkingen van onze ruim 6.000 eigenmerkproducten en versproducten te verduurzamen. We leggen de focus op circulariteit én het verlagen van de CO2-voetafdruk. Plastic heeft prioriteit.

Omdat we de specificaties van onze verpakkingen zelf kunnen bepalen, kunnen we niet alleen een belangrijke bijdrage leveren aan het verminderen van de hoeveelheid, maar ook zorgen dat kostbare materialen opnieuw worden gebruikt door zoveel mogelijk gerecycled materiaal te gebruiken. Ons doel is om het verpakkingsmateriaal in 2025 verminderd te hebben met 20%, dat onze verpakkingen volledig recyclebaar zijn en dat onze plastic verpakkingen voor minimaal 35% bestaan uit gerecycled materiaal.

Bij elke product-verpakkingscombinatie worden de volgende vragen gesteld: kan het minder? Kan het gerecycled worden? Kan het van gerecycled materiaal? Dit is onze [aanpak](#).

We leggen de focus op **circulariteit** én het verlagen van de **CO2-voetafdruk**. **Plastic** heeft prioriteit

Complexe materie

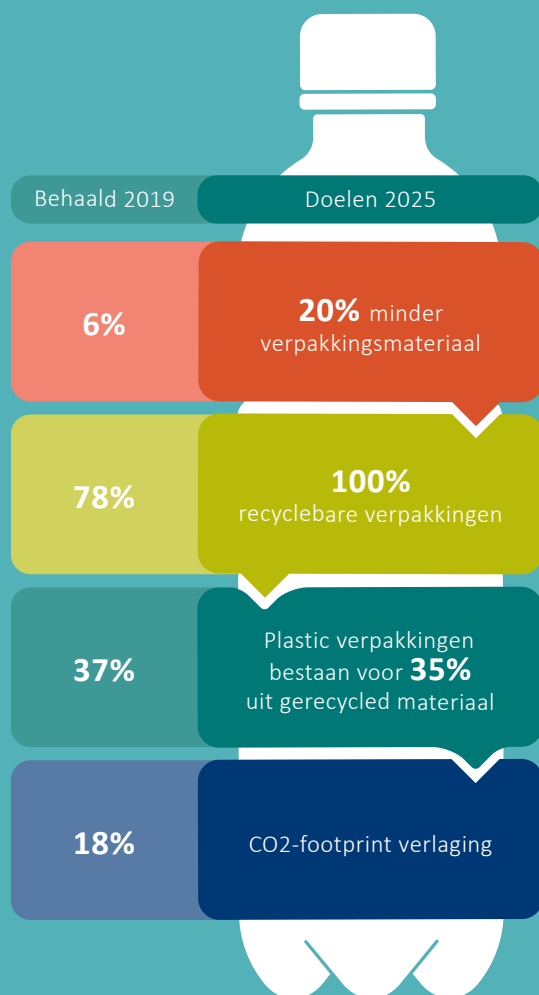
De verduurzaming van een verpakking is maatwerk omdat het van veel details afhangt. Zo staan marktontwikkelingen – bijvoorbeeld meer eenpersoonsverpakkingen – vaak haaks op duurzamere verpakkingen. Niet elk alternatief komt de duurzaamheid of voedselveiligheid ten goede. Zo lijkt papier een milieuvriendelijkere optie dan plastic, omdat het na gebruik minder schade veroorzaakt, maar tijdens de productie wordt meer water gebruikt en het materiaal is vaak zwaarder, wat weer impact heeft op transport.

Expertise en kennis zijn nodig, zowel bij ons als bij onze leveranciers. Daarom hebben we begin 2019 samen met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV) workshops georganiseerd voor onze inkopers, brandmanagers en kwaliteitsspecialisten. Daarna hebben we met een externe verpakkingsexpert ons [beleid](#) aangescherpt met bijbehorende ambitie en doelstellingen, wat is doorvertaald naar [basisregels voor onze duurzame verpakkingen](#).

Monitoring

Om onze voortgang te monitoren is data belangrijk. In 2019 hebben we in ons productspecificatiesysteem de vragenlijst voor onze leveranciers over verpakkingen uitgebreid om meer informatie te verkrijgen over de herkomst en het soort verpakkingsmateriaal. Daarnaast ontwikkelden we een monitoringstool om onze duurzame stappen op productniveau vast te leggen.





Samen duurzaam verpakken

Duurzame ontwikkelingen ontstaan als je gelooft in kansen en niet in beperkingen. Dus minder plastic en als we toch plastic gebruiken, dan plastic dat hoogwaardig kan worden gerecycled. Door het [Plastic Pact](#) te ondertekenen, geven we bovendien het signaal af naar onze private label leveranciers: duurzaam verpakken is de norm. Daarnaast ontwikkelden wij in 2019 samen met andere supermarktketens het [CBL Brancheplan Duurzaam Verpakken](#), dat gericht is op verduurzaming van onze eigen merk- en versproducten.

Een grote of kleine stap; elke stap is duurzamer

We hebben in 2019 verschillende soorten verpakkingen verbeterd van diverse productgroepen (zie de tijdlijn op pagina 11 voor het totaaloverzicht). Van deze producten hebben we de folies dunner gemaakt, schaaltes verkleind of zijn we overgegaan naar een ander soort verpakking. Zo is de plastic zak om onze bananen vervangen door een banderol en zijn de deksels van onze noten en zuidvruchten ingewisseld voor verpakkingen met een topseal. Daarnaast konden we verpakkingen goed recyclebaar maken door deze van monomateriaal te maken, te vervangen door een ander, beter soort plastic of door de kleur aan te passen; van bijvoorbeeld carbon black naar een licht gekleurde of zelfs transparante verpakking.

Tot slot hebben we gekeken of we verpakkingen van (deels) gerecycled materiaal kunnen maken zodat er geen virgin materiaal op basis van fossiele grondstoffen wordt gebruikt. Deze inspanningen hebben geleid tot mooie resultaten.

Met deze verbeteringsstappen zitten we op koers om onze KPI's in 2025 te behalen, zoals te zien in de infographic links op deze pagina.

Volgende stap

In 2020 zetten we opnieuw stappen op het gebied van reductie, recycling en hergebruik, richting onze ambitie voor duurzaam verpakken. We gaan onder meer in gesprek met onze leveranciers van de productgroepen die uit grote volumes bestaan en waar veel plastic wordt gebruikt, denk hierbij aan versgroepen zoals AGF, convenience, maar ook bijvoorbeeld aan koek, chips en zoutjes. Een grote uitdaging is het recyclebaar maken van de laminaatverpakkingen. Dit zullen we samen cross-sectoraal moeten oplossen met andere supermarkten, producenten en inzamel- en recyclingbedrijven.

Telkens vragen we ons af:
 Kan het **minder**?
 Kan het **gerecycled** worden?
 Kan het van **gerecycled** materiaal?

Mooie voorbeelden 2019



Minder plastic bij verpakking Melkan Kaas

In juli 2019 hebben we onze [kaasverpakkingen](#) van ons merk Melkan een stap verduurzaamd. De plakken kaas hebben een flexibele hersluitbare topfolie in plaats van plastic deksel. Deze aanpassing zorgt tot wel **60% reductie** van plastic per verpakking.

Bij de zakjes geraspte kaas en blokjes kaas is de zijsluiting vervangen door een folie met een hersluitbare zegel. Deze verandering is een reductie van **35% plastic**.

In totaal besparen we voor dit assortiment ruim **100.000 kg plastic**.

Reguliere en biologische vleeswaren

Superunie werkt met één serviceprovider om vleeswaren te slicen en te verpakken voor al onze leden. De folie van onze vleeswarenverpakkingen is dunner gemaakt en er zijn smallere beitels toegepast. Deze aanpassingen zorgen voor een reductie van ruim **36.000 kg**.

Voor onze Bio+ vleeswaren zijn we overgegaan naar een kleinere verpakking. Dit resulteert in een reductie van zo'n **5.000 kg plastic**.



Bonbété zorgt voor onze nieuwe generatie

Met de herlancering in september 2019 is Bonbété het meest uitgebreide babymerk in de supermarkt geworden waar men echt denkt aan onze toekomstige generatie door de verpakkingen duurzamer te maken.

De [verpakking van de Bonbété](#) luiers is dunner, de flessen van de verzorgingsproducten zijn dunner, het gebruikte plastic is niet meer afkomstig van conventionele olie, maar van **100% gerecycled plastic**. Deze stappen zorgen voor een reductie van ca. **5.000 kg plastic** en **70% minder CO2-uitstoot**. Deze besparing is te vergelijken met energieverbruik voor het opladen van 3.000.000 smartphones.



De **plastic zak om onze bananen** is vervangen door een banderol en de **deksel van onze noten en zuidvruchten** door verpakkingen met een topseal

Tijdlijn 2019

Kwartaal 1

- Het bakje van **champignons** is van beter en gerecycled materiaal; 80% r-PET.
- De plastic zak om onze **bananen** is vervangen door een banderol.
- De deksel van **noten en zuidvruchten** is vervangen door een topseal, de bakjes zijn van 80% r-PET.

Kwartaal 3

- Er is meer gerecycled materiaal toegevoegd aan de bakjes van **maaltijdsalades**; 80% r-PET.
- De verpakking van **gesneden groenten** is nu van recyclebaar plastic en gerecycled materiaal; 80% r-PET.
- De **Bonbébé flessen** zijn van 100% gerecycled materiaal en de verpakking van de **luiers** is dunner.

Kwartaal 2

- Minder verpakkingsmateriaal voor **reguliere en biologische vleeswaren** door dunner folie en kleiner schaalpje.
- Minder verpakkingsmateriaal voor **Melkan kaas** door topseal en hersluitbare verpakking.
- Een recyclebare verpakking voor **buitenlandse kazen** doordat de zwarte verpakking is vervangen door een transparante, lichtgekleurde variant.

Kwartaal 4

- Een recyclebare verpakking voor **Vis Marine gerookte vis** doordat de zwarte verpakking is vervangen door een transparante variant.
- Alle verpakkingen van ons **verse visassortiment** zijn van 100% gerecycled plastic.

Gezondheid

Lekker eten, bewuste keuzes

Onze leden willen hun klanten graag een uitgebreid aanbod bieden om goede én gezonde keuzes te kunnen maken. Consumenten zijn zich immers bewust van het belang van goede voeding en baseren daar hun keuzes op wanneer ze voor een winkelschap staan. Wij zorgen dat ze die keuzes kunnen maken.

Meer van minder

In 2019 voerden we samen met onze leveranciers opnieuw verbeteringen door om onze producten gezonder te maken. Dus minder suiker, minder vet, minder zout. Ook brachten we meer variatie aan in ons assortiment, zorgden we ervoor dat onze recepten meer groente bevatten en werden alle pasta maaltijdpakketten met volkorenpasta bereid. Dit deden we niet alleen bij producten van ons eigen merk [g'woon](#), [huismerk PLUS](#) en [huismerk 1 de Beste](#), maar ook bij andere [Superunie Merken](#), zoals Sum & Sam.

Voedingsinformatie op verpakkingen

Naast het verbeteren van het assortiment, legden we voor onze leden en hun klanten de aandacht vol op gezonde(re) recepten in ons gezamenlijk magazine Boodschappen. Zo hebben we het aandeel groente in recepten en receptvarianties op verpakkingen verhoogd. Daarnaast ondersteunen we via het CBL het Franse initiatief om Nutri-Score in te voeren in Nederland. Nutri-Score geeft met behulp van een label op de verpakking een oordeel over de voedingswaarde van een product. Het is nu wachten op positief advies van Ministerie van VWS om zo het label toe te gaan voegen op onze verpakkingen.

Onze recepten bevatten **meer groente** en alle pasta maaltijdpakketten worden bereid met **volkorenpasta**

Gezonde toekomst

In 2020 focussen we verder op gezondheid, in de breedste zin van het woord. Ook dit jaar zetten we ons in om suiker, zout en verzadigd vet in onze producten te reduceren. In 2020 loopt het [Akkoord Verbetering Productsamenstelling](#) af. De afgelopen jaren hebben we samen met de hele branche hard gewerkt om de doelstellingen uit dit akkoord te behalen. In ontwikkeling en uitvoering van een mogelijke nieuwe afspraak blijven we een actieve rol spelen en het voortouw nemen.

Mooie voorbeelden 2019



g'woon worstenbroodjes & saucijzenbroodjes

In onze g'woon worstenbroodjes en saucijzenbroodjes zitten minder zout en vet. Deze verbeteringen zorgen voor een zoutreductie van **2.500 kg** en **8.000 kg** minder vet.

Melkan vruchtenyoghurts

Door verbeteringen in het recept van onze Melkan vruchtenyoghurts bevatten deze yoghurts nu veel minder suiker. Deze verandering is een reductie van bijna **80.000 kg** suiker.



Bio+ appelmoes



Onze Bio+ appelmoes **0%** zonder toegevoegde suikers is verkozen tot lekkerste biologische appelmoes van Nederland door de Consumentenbond.



Tijdlijn 2019

Gezondheid

Minder **suiker**,
minder **vet**,
minder **zout**

Kwartaal 1

- Paté
- Tintelfruit
- Woksauzen
- Luchtige crackers
- Sambal
- Ketjap
- Vanillevla
- Bakmeel

Kwartaal 3

- Ragout
- Rabarbercompote
- Sirop in fles
- Koffiecreamersticks
- Kids cereals
- Vanilleoghurt
- Worstebrood & saucijzenbrood
- Diverse soep in blik

Kwartaal 2

- Vruchtenyoghurts
- Kappertjes
- Maaltijdpakketten
- Satépasta
- Drinkontbijt
- Tafelsauzen & dressings

Kwartaal 4

- Groene pesto en tapenades
- Runderrookvlees
- Ambachtelijke crackers
- Boemboes
- Kant-en-klare pannenkoeken

Biologisch

Biologisch voor iedereen

Biologische producten zijn niet meer weg te denken uit de supermarkten. Inmiddels kiezen zeven op de tien consumenten* steeds vaker voor een biologisch alternatief. In de biologische schappen van de retailers domineren vooral private labels. Met ons eigen merk [Bio+](#) stellen we de leden in staat om hun klanten optimaal te bedienen.

* Bionext 2019

Ambitie

Het is onze ambitie een marktconform biologisch assortiment voor onze leden in te kopen. Tegen de juiste prijs en met een uitstekende kwaliteit. Daarnaast willen we de distributie vergroten en het assortiment Bio+ blijven innoveren en uitbreiden, zodat we aan de groeiende vraag naar biologische voedingsmiddelen kunnen voldoen.

Groei

2019 was voor Bio+ een goed jaar. De afzetten stegen wederom fors. Van 16% groei in 2018, naar 45% groei in 2019. Bovendien liggen er momenteel maar liefst 365 unieke Bio+ producten in de schappen, inclusief een ruim aanbod aan biologische aardappelen, groenten en fruit (AGF), dat vanaf januari 2020 voor al onze leden beschikbaar is. Allemaal hebben ze een strenge selectie doorstaan en uiteindelijk goedkeuring gekregen op prijs en kwaliteit.

Bio+ afzet in 2019 met
45% gegroeid bestaande uit maar
liefst **365 unieke Bio+ producten**

Ontwikkeling

We blijven volgend jaar volop mee- en nadenken over hoe het nóg beter kan. De Bio+ potkruiden zijn hiervan een goed voorbeeld. We gaan deze namelijk slimmer verpakken: zonder pot. Hiermee besparen we ruim 32.000 kg plastic. Vanaf het voorjaar 2020 vind je alleen nog 'potloze potkruiden' in de schappen van onze leden. We zijn hiermee de eerste in Nederland.

Doelstellingen

Onze ambitie blijft in 2020 ongewijzigd. We willen ook dit jaar onze leden in staat stellen een competitieve rol te spelen met hun biologisch assortiment. Ook duurzaam verpakken zal een speerpunt zijn. Net als het vergroten van het afzetgebied van Bio+. Op die manier kunnen we de Nederlandse consument nog beter aan ons binden.

Bio+

Drie van de vier varianten
Bio+ soep in zak zijn nu zonder
toegevoegde suikers

Tijdlijn 2019

Kwartaal 1

- Introductie **Bio+ Fairtrade bananen**.

Kwartaal 3

- Introductie **Bio+ buitenlandse kaas** voor het wandkoeling schap.

Kwartaal 2

- Nieuw verpakkingsontwerp en verbeterde recepturen voor **Bio+ soep in zak**.

Kwartaal 4

- Ontwikkeling **Bio+ potkruiden** in een verpakking zonder pot.

A large, vibrant bunch of green bananas hangs from a tree, filling the left side of the page. The bananas are unripe, with a bright green color and some small brown spots. The background is a soft-focus view of the tree and other foliage.

Due diligence

Nieuwe fase in verduurzamen van onze producten;
zelf onderzoek doen naar leefbaar loon in onze bananenketen

Als ketenspeler die wereldwijd inkoopt, bij leveranciers in circa zeventig landen, neemt Superunie verantwoordelijkheden op meerdere terreinen. We streven naar duurzame en transparante ketens. Daarom hebben we een [Gedragscode Duurzame Handel](#) opgesteld. Hierin staan de minimumeisen die wij aan onze leveranciers stellen op het gebied van arbeidsomstandigheden, mensenrechten en milieu. Wij verwachten van al onze leveranciers dat zij de hierin opgenomen normen respecteren en naleven. De afgelopen tien jaar stuurden we vooral op duurzame certificering zoals Fairtrade, Rainforest Alliance en UTZ. Helaas is certificering niet altijd voldoende gebleken om de leef- en arbeidsomstandigheden te verbeteren voor mensen die ons voedsel produceren en verwerken. Samen met onze leveranciers kijken we dan ook steeds meer lokaal in het land van herkomst wat de huidige situatie is en wat we gezamenlijk kunnen doen om de leefomstandigheden te verbeteren.

Samen met onze leveranciers
kijken we in het land van
herkomst wat we kunnen doen
om de **leefomstandigheden**
te verbeteren

Van risicoaanpak naar impact

Voor ons is [due diligence](#), ofwel gepaste zorgvuldigheid, een van de belangrijkste pijlers voor de komende jaren. Samen met een externe due diligence expert houden we in 2020 ons beleid tegen het licht en scherpen we het aan waar nodig. Ons streven is om in 2025 inzicht te hebben in de keten van de voor ons belangrijkste producten, welke risico's er zijn en hoe we verbeteringen kunnen doorvoeren. Daarvoor maken we een selectie van producten en ketens waar we verwachten de meeste impact te kunnen maken, zoals bij onze bananen uit Ecuador.

In dit proces laten we ons goed informeren en werken we samen met diverse partijen zoals IDH, Oxfam Novib, Fairtrade, Rainforest Alliance, ICCO, IUCN, Fairfood en de overheid.

 Mooi voorbeeld 2019

Samen op weg naar duurzame ketens

Supermarktketens zijn concurrenten, maar als het gaat om duurzamere ketens en risicovermindering, kunnen deze partijen zeker samenwerken. Zo ondertekenden we in 2018 samen met andere Nederlandse supermarktketens het [IMVO Convenant Voedingsmiddelen](#). Eerste stap in dit Convenant is dat we ons gezamenlijk inzetten om arbeiders op de bananenplantages te helpen aan een leefbaar loon.

Leefbaar loon voor onze bananenarbeiders

In oktober 2019 heeft Superunie de landelijke overeenkomst van het [‘Bananenproject’](#) ondertekend. Deze samenwerking tussen supermarktketens is uniek en zorgde voor internationale aandacht voor het belang van bananenboeren. Superunie neemt in dit project een voortrekkersrol.

- Momenteel zijn we bezig **inzicht te krijgen in het mogelijke verschil** tussen het huidige loon en het leefbaar loon.
- Vanaf 2021 streven we naar een **geleidelijke vermindering** van de mogelijke kloof met minstens 10% per jaar.
- Tegen 2025 willen we de **loonkloof** met ten minste **75% verminderd hebben**.

Als eerste retailer hebben we het **gangbare loon** van de arbeiders bij onze bananenplantages in Ecuador kunnen vaststellen

Podcast met
Cindy Verhoeven, Procesmanager Duurzame Handel
[Closing the living wage gap: the ‘banana retail commitment’](#)

Door de goede langdurige relatie met onze bananenleverancier en diens bananenboeren in Ecuador, en met dank aan de salarismatrix ontwikkeld door IDH, heeft Superunie in 2019 al een bijzonder resultaat geboekt op weg naar de ambitie van het Convenant. Als eerste retailorganisatie binnen het samenwerkingsverband hebben we het niveau van het gangbare loon van de arbeiders bij onze bananenplantages in Ecuador kunnen vaststellen.

In openheid praten over de hoogte van salarissen van werknemers in de keten is niet vanzelfsprekend. Echter, door het wederzijds vertrouwen tussen onze bananenleverancier en Superunie hebben we dit gevoelige onderwerp kunnen bespreken en heeft onze leverancier inzicht gegeven in de inkomsten van de bananenplukkers. De komende jaren willen we deze ervaring ook toepassen op andere productketens.

Ons streven is om in 2025 **inzicht** te hebben **in de keten** van de voor ons belangrijkste producten

Tijdlijn 2019

Kwartaal 1

- **Analyse huidige risicoaanpak** aan de OESO-richtlijnen voor due diligence.
- In gesprek met onze bananenleveranciers over het Bananenproject **Leefbaar Loon**.

Kwartaal 3

- **In gesprek ter plaatse** met bananenboeren en arbeiders in Ecuador.
- Cindy Verhoeven, Procesmanager Duurzame Handel, is **spreker op de Internationale Conferentie Leefbaar Loon** in Rotterdam.

Kwartaal 2

- **Ondertekening Bananenproject** Leefbaar Loon (IMVO Convenant).
- **Start verzameling gegevens** over loon van bananenarbeiders.

Kwartaal 4

- Eerste **inzichten in huidig loon van bananenarbeiders**.
- Start **identificeren en prioriteren** van belangrijke producten voor de komende jaren.

C.I.V. Superunie B.A.

Industrieweg 22 B
4153 BW Beesd
Nederland

Postbus 80
4153 ZH Beesd
Nederland

Tel. + (31) 345 – 686 666

info@superunie.nl
www.superunie.nl



Totstandkoming verslag

Berenschot heeft Superunie ondersteund bij het verzamelen van gegevens, vaststellen van onderwerpen, het analyseren van data en het opstellen van het rapport.

Voor de dataverzameling is gebruik gemaakt van ons Business Intelligence systeem. Berenschot heeft met behulp van dit systeem achterliggende databerekeningen uitgevoerd om inzicht te krijgen in het percentage van het assortiment dat duurzaam is en bijbehorende volumes. Daarnaast werkte Berenschot nauw met ons samen in de verificatie van het systeem. Er is geen validatie gedaan op het invoeren van data door leveranciers. Echter, wanneer er twijfels waren over de juistheid van gegevens, is besloten de cijfers niet te rapporteren.

Berenschot