



Jaarverslag

Duurzame Handel 2022



Dick Roozen

Voorwoord

Ook in roerige tijden is het onze taak om samen met onze partners vast te houden aan het verder verduurzamen van ons assortiment. Het jaar 2022 was wat dat betreft een uitdaging. Door de oorlog in Oekraïne, de stijging van grondstofprijzen, de beschikbaarheid van producten, de oplopende energieprijzen en de stikstofdiscussie in Nederland, werd een groot beroep gedaan op onze inkoopverantwoordelijkheid: het vergroten van de concurrentiekracht van de leden door te voorzien in het beste assortiment tegen de scherpste inkoopprijzen. Daarbij is het beste assortiment vanzelfsprekend een steeds duurzamer assortiment. Hier hebben wij een grote verantwoordelijkheid terug de keten in. Een helder beleid op duurzame handel helpt daarbij om dan steeds de juiste keuzes te maken.

Als inkoopcoöperatie is samenwerking een vanzelfsprekendheid. Duurzaamheid is in onze organisatie allang niet meer iets van alleen de afdeling Product Integriteit. Het onderwerp was al een volwaardig onderdeel van ons inkoopproces. Daarbij raakt het meer en meer verweven met andere afdelingen, zoals Marketing, Datamanagement en Accounting. Een ontwikkeling die ik ook zie bij onze leden, waar ik constateer dat de bezetting op duurzaamheid wordt uitgebreid en er meer capaciteit aan boord wordt gehaald om de duurzaamheidsagenda te bewaken



en aan de toekomstige eisen zoals CSRD rapportages te kunnen voldoen. Samen zorgen we ervoor dat duurzaamheid niet meer is weg te denken uit onze sector. Kortom in 2022 is duurzaamheid verder in prioriteit gestegen. Dat is goed nieuws.

Lange termijn

In nauwe samenwerking met onze leden, leveranciers en met ons brede netwerk van stakeholders, zoals NGO's, de overheid en kennisinstellingen, werken we aan verandering. Dit benadrukt het belang van lange termijn relaties die gebouwd zijn op vertrouwen. Een groot onderdeel van de politieke agenda dit jaar was het stikstofdossier. In 2022 hebben gesprekken plaatsgevonden tussen Nederlandse retailers, het CBL en de voormalig minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit Henk Staghouwer. In lijn hiermee kijken we bijvoorbeeld naar het verbreden en verbeteren van het assortiment vleesvervangers en de doorontwikkeling van ons biologische aanbod. Vanuit de sector streven wij naar btw-verlaging op gezonde producten.

Waar voorheen de overheid belastingen niet wilde gebruiken als invloedmiddel, lijkt dat standpunt nu te worden losgelaten. Dat biedt mogelijkheden: maak de goede keuze de betaalbare keuze. Daarnaast hebben we in 2022 enorme stappen gezet samen met lokale (biologische) boeren en telers. Een uitkomst hiervan is de Morgana-appel uit Nederland. Deze is niet alleen van topkwaliteit, maar voldoet ook aan onze duurzaamheidseisen. Een mooi voorbeeld van hoe Superunie met haar leveranciers werkt aan korte ketens en innovatie.

De keten in kaart

De behoefte aan transparantie in de keten blijft toenemen. Waar komt een product vandaan? Wat is erin gestopt? Wie heeft eraan gezeten? De drie kernvragen die we al zo'n twaalf jaar stellen en inmiddels goed kunnen beantwoorden. Zo weten we wat van toegevoegde waarde kan zijn, waar er sprake is van een disbalans en hoe we iets kunnen verbeteren. Monitoring en data spelen een steeds grotere rol in de transparantie van een product. Door de groeiende rol van duurzaamheid wordt toegang tot data alleen maar belangrijker. Denk aan de impact op het milieu en leefbaar loon. We werken hier al jaren hard aan en blijven vooruitgang boeken. Superunie heeft ook in 2022 stappen gezet om het inzicht in de keten te vergroten. Momenteel vragen we ruim 400 datavelden uit voor de producten die we voeren. In de toekomst zal deze hoeveelheid data waarschijnlijk nog verder gaan groeien omdat we steeds meer van onze producten willen weten.

‘Waar we invloed kunnen uitoefenen is het onze plicht dat te doen’

Van verantwoordelijkheid naar kansen

Met het oog op de toekomst van duurzaamheid geloof ik sterk in het eigen pad dat we nu met onze leden bewandelen. Ik zie het steeds meer verschuiven van CSR naar CSO (naast de Responsibility steeds meer richting Opportunity) waarbij kansen centraal staan. Waar we focusproducten zoals cacao en thee hebben geselecteerd op basis van een risicoanalyse, gaf deze selectie ons tegelijkertijd ook dit jaar de kans om nieuwe inzichten te krijgen, processen te begrijpen en veel te leren. In aanvulling daarop geeft het ons de mogelijkheid om in de toekomst deze uitkomsten schaalbaar te maken voor andere producten.

Tot slot een persoonlijke noot: binnen Superunie zetten we inmiddels twaalf jaar lang bewust stappen op het gebied van duurzaamheid. Eén van de aanjagers hierin voor mij persoonlijk was een oude ANWB-poster met de tekst *Laat niet als dank voor 't aangenaam verpoozen, den eigenaar van 't bosch de schillen en de doozen*. Een les die ook geplaatst kan worden in de context van ons verblijf op deze aarde: als we ons best doen om de wereld zo achter te laten zoals we deze hebben gevonden, dan maken we het volgende generaties hopelijk een stukje makkelijker. Door onderzoek en voortschrijdend inzicht weten we nu meer dan vroeger. En dat vraagt om actie. Want waar we invloed kunnen uitoefenen, is het onze plicht om dat te doen. Deze taak zal ik vanuit mijn positie overdragen aan mijn opvolger in 2023. Op persoonlijk vlak blijf ik betrokken bij duurzaamheidsinitiatieven voor een mooiere aarde. Op zakelijk vlak is het voor mij tijd te stoppen en het stokje na vijftien jaar over te dragen aan de volgende generatie.

Ik kijk met een tevreden gevoel terug op wat we samen hebben bereikt, maar het kan altijd beter. We moeten onszelf en elkaar daarbij blijven uitdagen. Ik bedank mijn collega's, leden, leveranciers en partners. Dankzij hen hebben we grote stappen kunnen maken, die de toon hebben gezet voor een duurzamere weg naar de toekomst. Laat u inspireren door dit Jaarverslag Duurzame Handel 2022.

Veel leesplezier,

Dick Roozen
Algemeen Directeur Superunie

Inhoudsopgave

1	Resultaten	
	Samenvatting	7
2	Governance	
	Blijven verbeteren	13
3	Maatschappij	
	Due Diligence	18
	Transparantie	20
	Internationale ketens	22
	Bananen	22
	Thee	26
	Tomatenconserven	28
	Grondstoffen	30
	Cacao	32
	Soja	34
	Gezondheid	36
4	Milieu	
	Nieuwe stappen	42
	Ketens dichtbij	44
	Verpakkingen	48
	Verduurzaming AGF: SIFAV 2025	54
	Biologisch	56
5	Vooruitblik	
	Interview Said Belhassan	59

Resultaten

In het nieuwe beleidsplan 2020-2025 vormen due diligence en verpakkingen de hoofdonderwerpen. Waar verduurzaming eerder gericht was op producteigenschappen, vindt nu steeds meer een thematische aanpak (beyond certification) plaats.

1. Resultaten

Due Diligence

Alle Eigen Merken en versproducten

Focus-producten

Thema /focusproduct	Issue(s)	Doelstellingen	Eindjaar	Resultaat	Pagina
Eigen Merken & versproducten (voor hoogrisicolanden)	algemene sociale omstandigheden	Iedere producent waarvan een productielocatie in een risicoland gevestigd is, moet transparantie geven over de arbeidsomstandigheden. De leverancier is verplicht een geldig social compliance auditrapport aan te leveren.	ongoing	92% van onze producenten in risicolanden hebben een geldig auditrapport aangeleverd. Van de overige 8% zijn we op de hoogte van de status van hun social compliance auditproces.	18
Bananen	leefbaar loon	Vaststellen of de arbeiders op de bananenplantages een leefbaar loon ontvangen voor het volume gesourced door Superunie.	2022	De leveranciers hebben alle salarisdata aangeleverd. Er is vastgesteld dat de arbeiders op de bananenplantages in Ecuador een leefbaar loon ontvangen. Voor de bananen uit Colombia is vastgesteld dat 25% van de arbeiders in 2021 nog geen leefbaar loon heeft ontvangen.	22
		Het verschil tussen huidig loon en leefbaar loon met ten minste 75% verminderen voor de arbeiders op de bananenplantages voor het volume gesourced door Superunie.	2025		
	leefbaar loon	Vaststellen of de arbeiders op de theeplantages een leefbaar loon ontvangen voor het volume gesourced door Superunie. Indien er een gat is vastgesteld dan wordt uiterlijk 2025 leefbaar loon betaald.	2022 2025	De leverancier heeft alle salarisdata aangeleverd. Op twee van de zeven plantages is vastgesteld dat 4,75% van de theeplukkers nog geen leefbaar loon verdient. 8% van de arbeiders die verantwoordelijk is voor het onderhoud van de theevelden ontvangt nog geen leefbaar loon.	26
Tomaten-conserven	arbeids-omstandigheden	Effectieve maatregelen en noodzakelijke acties nemen om de arbeidsomstandigheden van de arbeiders in onze Italiaanse tomatenconservenketen te waarborgen.	2022	Er is een second party audit uitgevoerd. De misstanden die bekend zijn in de sector zijn niet vastgesteld.	28
Cacao	ontbossing	Het tegengaan van ontbossing en conversie van land en bos.	2025	Er hebben diverse gesprekken plaatsgevonden tussen de Nederlandse retailers en de organisatie van het DISCO convenant over de ontwikkeling van een toetsingsmethodiek om voortgang op de doelstellingen te meten. Dit is complexe materie.	32
	kinderarbeid	Effectieve maatregelen en noodzakelijke acties nemen die bijdragen aan het beëindigen van alle vormen van kinderarbeid.	2025		
	leefbaar inkomen	Het creëren van leefbaar inkomen voor boerenfamilies met cacaoproductie.	2030		

Verpakkingen

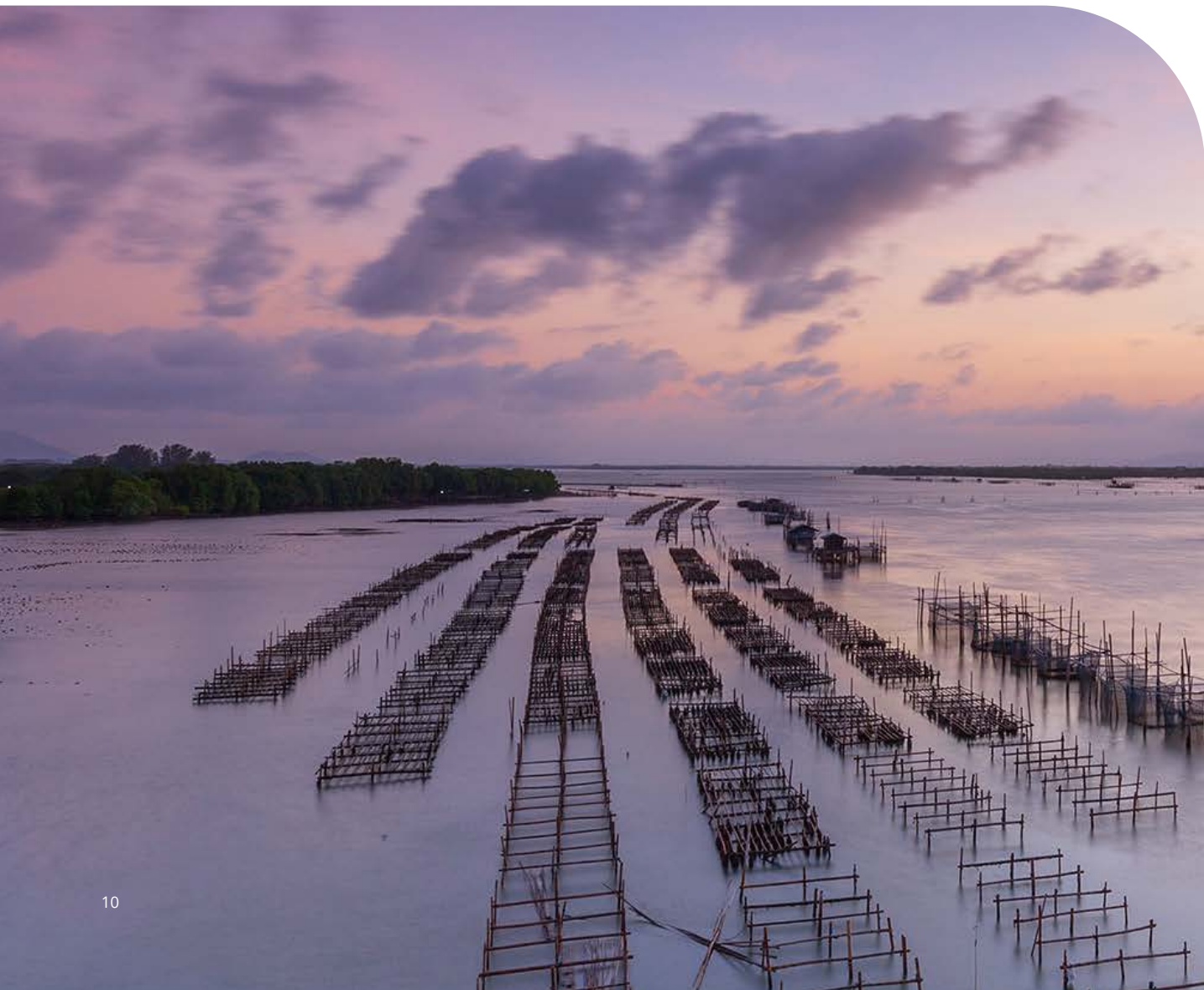
reduce	20% minder verpakkingsmateriaal (t.o.v. 2020)	2025	11%	48
reuse	50% recycled content in onze PET flessen en trays	2025	48%	48
recycle	95% recyclebare verpakkingen	2025	93%	48

1. Resultaten

Samenvatting

Certificering als basis

In ons duurzaamheidsplan 2015-2020 zijn de doelstellingen vooral gericht op producteigenschappen. Dit vormt onze basis voor verdere stappen en heeft continue de aandacht. We streven naar een zo hoog mogelijke percentage wat betreft certificering.



Focus	KPI	2020	2021	2022
AGF	AGF-assortiment uit Europese laag-risicolanden gecertificeerd volgens PlanetProof of gelijkwaardig	76%	81%	81%
Cacao	Producten met cacao duurzaam gecertificeerd volgens de criteria van UTZ of een gelijkwaardig keurmerk	100%	100%	100%
Hazelnoten	Producten met hazelnoot duurzaam gecertificeerd volgens UTZ of een gelijkwaardig keurmerk	85%	94%	94%
Kaas	Kaas gecertificeerd met PlanetProof	75%	55% ¹	55%
Kip	Verwerkt kippenvlees verduurzaamd volgens criteria Kip van Morgen, Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar	79%	94%	98%
Koffie & thee	Koffie- en thee-assortiment gecertificeerd met Klimaatneutraal Gegarandeerd	100%	100%	100%
Soja	Soja gebruikt in dierlijke ketens RTRS gecertificeerd	94%	93%	93%
Palmolie	Producten met palmolie RSPO gecertificeerd volgens het segregated principe	43%	44%	50%
Varken	Verwerkt varkensvlees verduurzaamd volgens criteria Varken voor Morgen, Beter Leven Keurmerk of vergelijkbaar	85%	85%	88%
Vis	Verse vis MSC of ASC gecertificeerd	100%	100%	94% ²
Vruchtensappen	Vruchtensappen duurzaam gecertificeerd	24%	25%	18% ³
Zuivel	Zuivel gecertificeerd met PlanetProof	42%	47%	51%

¹ In 2021 is de scope van deze KPI uitgebreid. Voorheen was alleen de kaas van Melkan in scope. In 2021 is deze uitgebreid naar alle kaas van Eigen Merken.

² In 2022 is makreel niet meer gecertificeerd beschikbaar door het ontbreken van overeenstemming tussen de betrokken landen over het verdelen van de quota.

³ Het aantal gecertificeerde producten is gelijk gebleven van 2021 t.o.v. 2022. De afzet op deze producten is echter afgenomen in 2022. Het betreft producten als sinaasappelsap welke in COVID tijd in grotere volumes thuis genuttigd werden.

Governance

Het is onze missie om goederen en diensten met de beste prijs-kwaliteitverhouding in te kopen voor onze leden. Kwaliteit betekent ook dat er zo duurzaam mogelijk wordt geteeld, geproduceerd en verpakt.

2. Governance

Blijven verbeteren

Wij zorgen ervoor dat we onze leden een betaalbaar én goed assortiment kunnen aanbieden. Kwaliteit betekent ook een zo duurzaam mogelijke teelt, productie en verpakking. We hebben ongeveer 7000 Eigen Merken en versproducten. Daar hebben we direct invloed op en dat is een verantwoordelijkheid die we serieus nemen.

Door de hele organisatie gedragen

Wereldwijd kopen wij in bij leveranciers in zo'n zeventig landen. Dat biedt ons de kans om een positieve impact te maken op levens van mensen en op het milieu. De verantwoordelijkheid ligt bij de directie van Superunie en de dagelijkse leiding ervan wordt opgepakt door de afdeling Product Integriteit. Ook de andere afdelingen van Superunie zijn betrokken bij de duurzame stappen die we zetten. Of het nu gaat om het maken van beleid, de implementatie of de uitvoering ervan: duurzame handel wordt door de hele organisatie gedragen.

Afstemming

In de stuurgroep Duurzame Handel worden de strategische vraagstukken, het beleid en de voortgang van verduurzaming periodiek besproken. Deze stuurgroep bestaat uit de Algemeen Directeur van Superunie en directie-afgevaardigden van de leden. De implementatie van het beleid wordt afgestemd in de gelijknamige werkgroep. Hierin zijn degenen die bij de leden operationeel verantwoordelijk zijn voor duurzaamheid, vertegenwoordigd. Indien nodig staat het thema Duurzame Handel ook op de agenda van de inkoopvergaderingen met leden. Daarnaast stemmen we ons beleid en de voortgang van resultaten af met CBL, onze branchevereniging, en met onze belangrijkste stakeholders bij NGO's, overheid en kennisinstellingen.

Ons deel van de keten

Ons beleid en de hieraan gekoppelde doelstellingen hebben wij samen met onze leden vastgesteld in het meerjarenplan Duurzame Handel 2020-2025. Onze Corporate Sustainability Policy is een samenvatting van dit plan. In ons duurzaamheidsbeleid richten wij ons op dat deel van de keten waarvoor Superunie verantwoordelijk is. Dit begint bij de inkoop van grondstoffen en producten bij onze leveranciers. We willen weten waar onze producten zijn gemaakt, door wie en onder welke omstandigheden. Daarnaast zijn we verantwoordelijk voor de verpakkingen van onze producten. We kunnen invloed uitoefenen op de specificaties van onze verpakkingen, zoals materiaalkeuze en gewicht. Daarom hebben we ook in dit proces direct invloed op verduurzaming. Hetzelfde geldt voor het onderwerp gezondheid. Samen met onze leveranciers voeren we continu verbeteringen door, om gezondere producten te maken die nog steeds lekker smaken.

Verpakkingen zijn prioriteit

Wij toetsen bij onze leden of wij ons bezighouden met de juiste thema's op het gebied van duurzaamheid. Via consultatie bij alle CEO's van onze leden hebben we geïnventariseerd welke thema's zij belangrijk vinden voor nu en de toekomst. Zo blijkt dat het verduurzamen van verpakkingen een grote prioriteit heeft. Dit is een thema waar we ons hard voor maken en waarbij wij onze leden, naast andere onderwerpen, ook ondersteunen in hun eigen verpakkingsdoelen. Op sommige vlakken van verduurzaming hebben wij als inkooporganisatie echter niet direct invloed. Bijvoorbeeld bij voedselverspilling, de communicatie richting de consument over duurzaamheid en de verschuiving van de consumptie van dierlijke naar (meer) plantaardige en alternatieve eiwitten, kortweg de eiwittransitie. Bij dat laatste ondersteunen wij leden met vegetarische en veganistische productvoorstellen.



Sustainable Development Goals

De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn werelddoelen voor duurzame ontwikkeling, die een einde willen maken aan extreme armoede, ongelijkheid, onrecht en klimaatverandering. We hebben onze duurzaamheidsactiviteiten, die in dit jaarverslag zijn beschreven, gekoppeld aan de betreffende SDG's. We zijn immers een inkooporganisatie die wereldwijd opereert. Met deze uitleg spreken we allemaal dezelfde duurzaamheidstaal. Per hoofdstuk worden relevante SDG's door middel van het icoon getoond. SDG's kunnen van toepassing zijn op meerdere onderwerpen en vice versa.



‘Samen met onze leveranciers voeren we continu verbeteringen door, om gezondere producten te maken die nog steeds lekker smaken’

Maatschappij

We willen weten waar onze producten gemaakt zijn,
door wie en onder welke omstandigheden.

Due Diligence



Superunie streeft naar kortere, meer transparante ketens: ‘zo dichtbij inkopen als kan’. Tegelijkertijd blijft ‘zo ver als noodzakelijk’ een realiteit. Door het transparant maken van ketens, proberen wij zoveel mogelijk risico’s rondom mensenrechten en milieu te identificeren. Dat geeft ons de mogelijkheid om daar waar we invloed hebben tot oplossingen te komen. De plicht om dat te doen, binnenkort ook verankerd in een nieuwe Europese wetgeving, zien wij als onze ketenverantwoordelijkheid.

Ketenverantwoordelijkheid

Superunie wil, voordat het product wordt verpakt, tot en met de laatste productiestap inzicht in de productieketen. Dagelijks zoeken wij naar verbeteringen. Daarbij borgen we de minimale eisen voor al onze producten. Dit houdt in dat we voor producten uit hoge risicolanden (volgens de [Business Social Compliance Initiative](#) - BSCI risicolandenlijst) een geldig auditrapport opvragen. De ontvangen auditrapporten worden beoordeeld door een externe partij. Als hieruit blijkt dat er zaken niet op orde zijn, gaan we hierover in gesprek met de leverancier. Wanneer verbetering uitblijft, heeft dit consequenties voor de voortzetting van de samenwerking.

‘In 2022 hebben we onze due diligence aanpak verbreed door binnen AGF ook te kijken naar water’

Als Superunie kunnen wij de ketenverantwoordelijkheid niet alleen dragen. We werken nauw samen met onze leveranciers en leden. Daarnaast laten wij ons goed informeren, en werken wij samen met NGO’s, overheid, CBL en kennisinstellingen. Ook sluiten we ons aan bij initiatieven zoals het IMVO Convenant Voedingsmiddelen en ondertekenden we in 2021 opnieuw het Sustainability Initiative Fruit and Vegetable 2025 (SIFAV 2025), voor het verduurzamen van groenten en fruit. In 2022 is er op sociaal vlak een verbreding van de SIFAV-standaarden ingevoerd. Hierbij wordt niet alleen aan telers uit hoog risicolanden, zoals Brazilië, een auditrapport gevraagd, maar ook aan partijen uit medium risicolanden, zoals Spanje.



Focus tot 2025

Naast de basis en de acties op SIFAV, hebben we door een analyse van de experts van Inclsive en Fair & Sustainable tien focusproducten bepaald met de grootste potentiële risico’s. De focus ligt op producten met de meeste potentiële risico’s in de keten. Daarbij is gekeken naar ingekocht volume. Risico’s zijn bijvoorbeeld het niet betalen van leefbaar loon, het schenden van mensenrechten rondom arbeidsomstandigheden, een grote klimaatvoetafdruk door het uitputten van natuurlijke bronnen en het uitstoten van CO₂.

Aan de hand van data, kennis en ervaringen, die zijn ondersteund door de experts van Inclsive en Fair & Sustainable, zijn onze tien focusproducten tot 2025 bepaald: bananen, tomatenconserven, thee, vruchtensappen, cashewnoten, cacao, rijst, druiven, kruiden en vis.

We werken stap voor stap, met een aanpak op maat per focusproduct. Ketens zijn vaak complex en we hebben te maken met lokale omstandigheden. Daarom is een goede en langdurige samenwerking met onze leveranciers noodzakelijk. Tot 2025 breiden we dit proces steeds verder uit door steeds een van onze tien focusproducten toe te voegen. We lichten periodiek ons assortiment door om vast te stellen of er producten zijn die additionele aandacht verdienen.

Sommige focusproducten, zoals tomatenconserven, hebben die aanpak op maat voor zover mogelijk doorlopen. De groep focusproducten dient ook als een voorbeeld voor ons hele assortiment. We leren elke dag van nieuwe inzichten. Dat geeft ons de mogelijkheid om verbeteringen door te voeren, te standaardiseren en op te schalen. Zo kan in de toekomst ook meer impact worden gemaakt op het gebied van andere productgroepen.

Nieuwe wetgeving vanuit de EU

De Europese Commissie heeft op 23 februari 2022 het voorstel voor een Corporate Sustainability Due Diligence Directive gepubliceerd. Deze CSDD verplicht ondernemingen feitelijke of potentiële negatieve gevolgen voor mensenrechten en milieu op te sporen en maatregelen te nemen om deze aan te pakken.

Bovendien worden ondernemingen verplicht hun bedrijfsplannen en -strategieën verenigbaar te maken met de overgang naar een duurzame economie en met de beperking van de opwarming van de aarde tot 1,5 graden Celsius, overeenkomstig het Klimaatakkoord van Parijs.

De voorgestelde richtlijn zal ertoe leiden dat de verslaglegging van ondernemingen in het kader van de CSRD-richtlijn vollediger en doeltreffender worden. Doelstellingen op milieu, maatschappij en bestuur (ESG) dienen te worden gerapporteerd vanaf het boekjaar 2025.



Ambitie

Ons streven is om in 2025 volledig inzicht te hebben in de keten van onze focusproducten.

Transparantie

Als ketenspeler die wereldwijd opereert en werkt met leveranciers die hun verantwoordelijkheid nemen, kunnen we het verschil maken. Dit doen we door het gesprek aan te gaan met onze leveranciers om zo onze krachten te bundelen en te streven naar zo veel mogelijk transparantie. Op die manier maken we een positieve impact op het milieu en op de arbeidsomstandigheden van de mensen die onze Eigen Merken en versproducten maken.



**‘Korte ketens
zorgen voor minder
complexiteit en
dragen bij aan
de versnelling van
verduurzaming’**



Lange relaties, korte ketens

Het maken van deze impact is een grote uitdaging, want we kopen veel producten in waarvan de ketens vaak complex en de omstandigheden lokaal zijn. Wij hebben met veel van onze leveranciers een lange relatie. Samenwerking met leveranciers op het gebied van duurzaamheid wordt steeds meer een vanzelfsprekendheid. Om goed en actueel inzicht te krijgen, is samenwerken met toeleveranciers op locatie noodzakelijk. Dat was na de coronapandemie in 2022 gelukkig weer mogelijk. Korte ketens zorgen voor minder complexiteit en dragen bij aan de versnelling van verduurzaming. Inmiddels vindt verduurzaming steeds meer plaats via een thematische aanpak (beyond certification). Daarvoor moeten we de keten zo transparant mogelijk inrichten, de partijen in de keten (leren) kennen en samenwerken aan duurzaamheidsprojecten.

Data transparant en visueel maken

Het is niet realistisch om in één keer te zorgen voor duurzame handel. Prioriteren is noodzaak, want hoe langer de keten, hoe complexer het verduurzamen ervan is. Duurzaamheid betekent continu verbeteren en dus ook telkens terugkijken de keten in. Dit doen we met behulp van data: elk product draagt een eigen set met informatie met zich mee. Om de keten te verduurzamen is niet alleen informatie nodig van leveranciers. Het is ook belangrijk om inzicht te hebben in de schakels hiervoor, tot op boereniveau. Om al deze data transparant en visueel te maken, zijn we in 2022 een pilot gestart met Passionfruit. Samen met deze startup zijn we bezig om op een slimme, intuïtieve, gemakkelijke en overzichtelijke manier het dataproces in te richten door middel van een digitale tool. De vorderingen op het gebied van duurzaamheid worden weergegeven zodat alle ketenpartners weten waar ze op dat vlak staan. Vervolgens begrijpt de gehele keten wat er nog moet gebeuren om gezamenlijke doelen te bereiken. Zo zetten wij sneller positieve verandering in gang.

Bananen

De banaan is en blijft de meest verkochte fruitsoort in Nederland. Per jaar eten we circa 1,3 miljard bananen. Dat is gemiddeld 42 bananen per persoon. De bananen van Superunie komen van Tropical Fruit Export in Ecuador en Fyffes in Colombia. Al onze bananen zijn Fairtrade en/of Rainforest Alliance gecertificeerd.

‘Al onze bananen zijn Fairtrade en/of Rainforest Alliance gecertificeerd’

Stand van zaken

In 2019 zijn wij samen met enkele andere Nederlandse supermarkten het Leefbaar Loon [Bananenproject](#) gestart. Samen kunnen we ervoor zorgen dat mensen die op de bananenplantages werken steeds meer een loon verdienen dat voor een behoorlijke levensstandaard zorgt. Hoewel veel arbeiders wel het lokale minimumloon verdienen, ligt dit vaak onder de norm voor een leefbaar loon. Dit is een probleem dat door de supermarkten wordt onderkend en aangepakt. Deze samenwerking tussen supermarkten is uniek en zorgt voor internationale aandacht voor het belang van bananenarbeiders.



Onze leveranciers verzamelen via de [Salary Matrix](#) van IDH data van salarissen van alle arbeiders op de plantages die bananen voor ons telen. De Salary Matrix berekent het verschil tussen het huidige loon en een leefbaar loon. Wij ontvangen van IDH een rapportage waarin deze gegevens zijn weergegeven. Sinds 2020 zijn we bezig salarisgegevens te verzamelen voor alle plantages van beide leveranciers. Inmiddels kunnen we zeggen dat van alle plantages in onze bananenketens de salarisgegevens inzichtelijk zijn.

In herkomstland Ecuador heeft de overheid naast een minimum loon, een “salaris digno” ingevoerd wat zorgdraagt voor een loon om goed van te leven. Dit is vergelijkbaar met het leefbaar loon. Voor alle 307 medewerkers die werken op plantages waar wij onze bananen vandaan halen in Ecuador, wordt dit loon gewaarborgd. Bij bananenplantages in Colombia bleek dat ca. 25%¹ van de totale arbeiders over 2021 geen leefbaar loon wordt verdiend. Dit is verbetering ten opzichte van jaar 2020 (37%). In totaal zijn circa 12.000 arbeiders werkzaam op de plantages waarvan 9.000 arbeiders een leefbaar loon verdienen en 3.000 arbeiders nog niet.

¹De data is niet extern geverifieerd.

Deelname Living Wage Summit 2022 in Brussel

De Living Wage Summit, georganiseerd door IDH, is een jaarlijkse bijeenkomst waarbij alle belangrijke stakeholders met elkaar in gesprek gaan om oplossingen voor leefbare lonen te versnellen. Superunie was als frontrunner uitgenodigd als deelnemer in twee panels: over het meten en interpreteren van leefbaar loon en over hoe geloofwaardige claims kunnen worden gemaakt. Op de Living Wage Summit leerden we van elkaar, bespraken we de praktijkvoorbeelden en deelden we de belemmeringen die ons afremmen. Leren en delen helpt ons een stap verder te zetten in onze ambitie om leefbaar loon te garanderen aan arbeiders in onze productketens.



Doorkijk 2023

Tijd om de loonkloof dichten. Met de inzichten van de pilot en verkregen inzichten en ervaring van de afgelopen jaren, gaan we samen met Fyffes kijken hoe we binnen alle kaders van wet- en regelgeving en CAO-afspraken op een transparante en goede manier leefbaar loon kunnen borgen. Ook dit zal eerst in pilotvorm zijn, om vervolgens op te schalen naar alle farms waar we bananen afnemen.

Het project loopt tot 2025. Die tijd hebben we hard nodig om te blijven leren, nieuwe inzichten te krijgen en om oplossingen te bedenken die hopelijk op termijn schaalbaar zijn. Alles valt of staat met het onderhouden van deze lange termijn relaties en het vertrouwen in het door de leverancier ingebouwde managementsysteem om te blijven waarborgen dat de bekende risico's niet voorkomen.

Bananen

In 2022 heeft er een pilot plaatsgevonden, geïnitieerd door Fyffes samen met IDH, Rainforest Alliance, Superunie en Albert Heijn. Het doel van de pilot was om de uitdagingen voor het realiseren van een leefbaar loon op enkele geselecteerde bananenplantages in kaart te brengen.



‘Persoonlijk contact en het bezoeken van de leverancier werden zeer gewaardeerd’

Bezoek Fyffes

Persoonlijk contact en het bezoeken van de leverancier in 2022 zijn hierbij belangrijke stappen en werden zeer gewaardeerd door de leverancier en arbeiders. Gedurende dit bezoek gingen we in gesprek over de methode van berekening van het salaris en de mogelijke oorzaken van de gevonden verschillen tussen leefbaar loon en hun huidige salaris. In aanvulling daarop bracht het bezoek meer inzichten over de werking van de salarisschalen binnen de verschillende job categories.

Lokale omstandigheden

Lokale en culturele omstandigheden in Colombia, zoals wetgeving, sectorafspraken, pensioenregelingen en afspraken met vakbonden, zijn van invloed op wat er in de praktijk kan worden afgesproken over het salaris. In openheid praten over de hoogte van salarissen is bijvoorbeeld niet vanzelfsprekend, maar dankzij onze langdurige relatie met Fyffes is dit gevoelige onderwerp bij boeren bespreekbaar gemaakt.

Thee

Sinds 2005 koopt Superunie jaarlijks zo'n vijf miljoen theepakjes direct in op Sri Lanka bij onze leverancier Bogawantalawa. Een goede relatie en samenwerking met de leverancier is één van de bouwstenen voor een transparante keten.



Ambitie

De vastgestelde kloof tussen huidig loon en leefbaar loon dichten.



Persoonlijk contact en validatie van data

De productie van thee is arbeidsintensief. Dat vraagt om aandacht voor leefbaar loon van de theeplukkers. Ondanks certificering zijn er in verschillende theeteeltregio's in de wereld theeplukkers die niet genoeg verdienen om hun levensonderhoud te bekostigen. Aan de hand van de Salary Matrix van IDH krijgen wij, net als in het Bananenproject, meer inzicht in het huidige loon.

Dit loon wordt afgezet tegen een benchmark voor leefbaar loon. Bij Bogawantalawa worden de theebladeren voor Superunie op zeven plantages met de hand geplukt. In 2021 heeft de leverancier de salarisdata aangeleverd en in 2022 zijn deze data gevalideerd door een FLOCERT auditor. Door onze leverancier dit jaar persoonlijk te bezoeken en door de vermelde validatie, hebben we meer inzicht gekregen in de processen en lokale context. Zo hebben we kunnen vaststellen of medewerkers van de plantages een leefbaar loon ontvangen, door een vergelijking tussen huidig loon en de leefbaar loon-benchmark van het Ankers Research Institute.

Ons fysieke bezoek wordt zeer gewaardeerd door de leveranciers en hun medewerkers. We nemen de tijd en moeite om in onze relatie met hen te investeren.

De kloof dichten

De resultaten zijn over het algemeen positief, maar er blijven ook uitdagingen over. Op de plantages zijn er voor twee groepen medewerkers verschillen, zogenoemde gaps, geïdentificeerd. Op twee van de zeven plantages is bij de plukkers een gap vastgesteld van 4,75%. Daarbij is bij sundry workers, de medewerkers die verantwoordelijk zijn voor het onderhoud en de verzorging van de theevelden, een gap van 8% vastgesteld. Beide gaps liggen onder de 10%, hetgeen te overzien is. Om deze gaps te sluiten is het echter nodig om de onderliggende verklaringen – root causes – inzichtelijk te maken. Omdat er bij vijf plantages geen gap is vastgesteld bij de plukkers en bij twee wel, onderzoeken we of er wellicht iets is misgegaan bij het invullen van de matrices.

Wanneer we kijken naar sundry workers wordt het complexer. Waar de plukkers een basisloon krijgen per werkdag en betaald krijgen voor overkilo's, worden sundry workers betaald per taak. Deze taken en de lengte ervan in uren kunnen verschillen per dag. Dit zorgt voor verschil in gewerkte uren per dag en heeft dus invloed op het leefbaar loon. Onze leverancier is transparant hierover en denkt positief met ons mee over mogelijke oplossingen. Samen maken we belangrijke stappen naar leefbaar loon.

Meer weten over de duurzame theeproductie en onze volgende stappen op dit onderwerp? Lees het hele verhaal op [onze productpagina](#) op de website van Superunie.



Integratie in certificeringsstandaarden

Een extra bijzonderheid is dat we met het theeproject hebben deelgenomen aan een pilot gericht op het ontwikkelen van een schaalbare methodiek om leefbaar loon te bepalen. De schaalbaarheid van de methodiek en de integratie ervan in standaarden zijn voor Superunie van belang. We hoeven dan geen separate projecten op te starten, omdat leefbaar loon geborgd is via de standaarden die we al eisen. Dit is efficiënter en garandeert dat alles is geverifieerd en geborgd. We doen dan ook een beroep om dit snel te integreren in certificeringsstandaarden.



Doorkijk 2023

In 2023 kijken we samen met de leverancier naar mogelijkheden om de geïdentificeerde gaps te sluiten. Daarbij kijken we ook naar mogelijke samenwerking met andere thee-inkopende partijen.

Tomatenconserven

De tomaat is een geliefd ingrediënt in onze dagelijkse gerechten. In de supermarkten van onze leden is tomaat in blik, glas of pak in vele texturen beschikbaar: in blokjes, gepeld, gezeefd of gepureerd. Superunie koopt per jaar ongeveer 14 miljoen stuks tomatenconserven uit Italië in voor de merken g'woon, Plus en 1 de Beste.

'De tomaat is een geliefd ingrediënt in onze dagelijkse gerechten'

Samenwerking leveranciers

Italië is momenteel het op twee na grootste exportland van tomaten, met een oogst van vijf miljoen ton tomaten per jaar. Superunie werkt al een aantal jaren intensief samen met de tomatenconserven leveranciers SAC SPA en Giaguaro SPA uit Italië. In 2021 kwam La Doria als nieuwe leverancier erbij. De samenwerking met SAC en La Doria verloopt goed: beide voldoen aan de eisen van Superunie op het gebied van corporate social responsibility (CSR). Met Giaguaro verloopt de samenwerking moeizaam. Om stappen te blijven maken is het nodig de dilemma's bespreekbaar te maken en sommige samenwerkingen te heroverwegen.

Risico's tomatenboeren

Uit verschillende onderzoeken kwam naar voren dat Italië een zogeheten 'medium-risk country' is als het gaat om de schending van mensenrechten, specifiek bij de tomatenboeren die tomaten leveren voor tomatenconserven. Dit leidde tot de behoefte om de keten van tomatenconserven dieper te doorgronden. De boeren van onze leveranciers oogsten hun tomaten machinaal. De arbeid is hierdoor beperkt tot enkele arbeiders op het tomatenveld. Boeren huren onder andere migranten om te helpen met de tomatenoogst. Een risico is dat deze migranten geen geldige documenten hebben om te mogen werken. Door de machinale oogst wordt het risico op uitbuiting van 'ongedocumenteerde' migranten verkleint.



Afspraken beter borgen

Hoewel onze leveranciers goed contact onderhouden met boeren, blijft het lastig voor ons als Superunie om vast te stellen of de boeren zich aan de regels houden. Daarom zijn we in 2021 naar Italië afgereisd om de situatie zelf te zien en in gesprek te gaan met onze leveranciers. Naast het standaard werk van geldige auditrapporten opvragen, hebben we in 2022 een second party audit laten uitvoeren om na te gaan of de, in de sector bekende issues, aan de orde zijn. Bestaande certificeringsinstanties hebben deze specifieke risico's voor seizoenarbeiders namelijk nog niet volledig afgedekt in hun standaarden. In de uitgevoerde second party audit is vastgesteld dat er geen misstanden plaatsvinden bij de bezochte leveranciers.

Actieplan vanuit CBL

De FNV en het CBL zijn in 2021 een onafhankelijk onderzoek gestart. Het onderzoek bevestigt risico's op het gebied van de schending van mensenrechten, zoals uitbuiting en illegale arbeid.

Hoewel de Nederlandse spelers (supermarkten en A-merkleveranciers) gezamenlijk een klein aandeel (4,8%) van de totale Italiaanse ingeblikte tomatenexport afnemen, wil het CBL samen met haar leden transparantie in de volledige keten bewerkstelligen. CBL heeft een actieplan opgesteld dat de supermarkten branche breed uitvoeren. Het plan bestaat uit een intensieve lobby van het CBL en ministeries in de EU, om het onderwerp breder te agenderen en te benadrukken dat dit niet alleen de verantwoordelijkheid is van de Nederlandse retail. Om de risico's goed in de keten te kunnen mitigeren, is het cruciaal dat de standaarden (onder meer GLOBALG.A.P. GRASP) deze onderwerpen expliciet opnemen. Supermarkten zullen bij de standaarden aandrigen ervoor te zorgen dat op bekende risico's wordt gecontroleerd.

Eigen actieplan Superunie

Naast het sector brede CBL plan, heeft Superunie een eigen actieplan opgesteld per leverancier. Naast de second party audit tijdens de oogst van afgelopen zomer, hebben we met onze grootste leverancier SAC gekeken naar de prijsopbouw aan de hand van een product. In de Italiaanse tomatensector worden jaarlijkse afspraken gemaakt over de prijs van verse tomaten tussen boerenorganisaties en de verwerkende industrie. Daar hebben wij als inkooporganisatie geen invloed op. Vervolgens maken wij prijsafspraken met onze leverancier over de inkoopprijs.



Doorkijk 2023

Na het uitvoeren van alle acties en maatregelen de afgelopen jaren samen met CBL en met onze leveranciers, moeten we vertrouwen op de auditrapporten en de door de leverancier ingebouwde managementcontroles om te blijven waarborgen dat de bekende risico's niet voorkomen. De door ons vereiste standaard GLOBALG.A.P. GRASP is geactualiseerd; bekende risico's worden gecontroleerd zo stelt deze organisatie. We zullen dit in CBL-verband nog toetsen. Hiermee hebben we alle vijf stappen van due diligence doorlopen voor dit focusproduct. We blijven monitoren door het opvragen van auditrapporten en nauw contact met de leveranciers.



Resultaat

Effectieve maatregelen en noodzakelijke acties zijn genomen om de interne controleprocedures binnen onze Italiaanse tomatenketens te verbeteren.

Grondstoffen

Het transparant maken van de productreis van grondstoffen met hoge duurzaamheidsrisico's, zoals cacao en soja, brengt uitdagingen met zich mee. Deze grondstoffen zijn namelijk verwerkt in producten die vaak een lange en moeilijk in kaart te brengen route afleggen. De kracht zit hier in samenwerking: zowel met andere retailers als met onze leveranciers. Door het stellen van gezamenlijke doelstellingen kan ieder zijn verantwoordelijkheid nemen.



Nieuwe Europese ontbossingswet

Eind 2022 werden de onderhandelingen over de wet over ontbossing afgerond, met als resultaat een historisch akkoord. Deze verordening is de eerste ter wereld die wereldwijde ontbossing aanpakt en de Europese voetafdruk op de natuur aanzienlijk zal verminderen. De Europese Unie is namelijk een van 's werelds grootste importeurs van producten die gelinkt zijn aan tropische ontbossing, zoals soja, cacao, palmolie, rundvlees en koffie. Producenten moeten voortaan aantonen dat hun producten vrij zijn van de vernietiging en aantasting van bossen.

‘Door het stellen van gezamenlijke doelstellingen kan ieder zijn verantwoordelijkheid nemen’



Cacao

Superunie heeft zo'n driehonderdvijftig huiskamerproducten waar cacao in zit, zoals chocoladerepen, chocoladeletters en paaseitjes. Sinds 2017 zijn alle cacaohoudende producten duurzaam gecertificeerd volgens de criteria van Rainforest Alliance of Fairtrade.

Ondanks positieve ontwikkelingen van de huidige certificering, zijn er nog steeds sociale en milieu-issues in de keten. Hoewel de Nederlandse retail een beperkte slagkracht heeft op wereldschaal, willen we onze impact vergroten in samenwerking met partijen, zoals leveranciers, de detailhandel, overheidsinstanties en kennisinstellingen, die over de juiste kennis en reikwijdte beschikken.

Daarom hebben we samen in december 2020 het Dutch Initiative on Sustainable Cocoa (DISCO) ondertekend. Op basis van dit sectorbrede convenant gaat Superunie van leveranciers eisen dat alle Eigen Merken die meer dan 5% cacao bevatten, voldoen aan de drie doelstellingen van DISCO.

De drie doelstellingen van DISCO:

- 1 *Het tegengaan van ontbossing en conversie van land en per 2025.*
- 2 *Effectieve maatregelen en noodzakelijke acties nemen die bijdragen aan het beëindigen van alle vormen van kinderarbeid per 2025.*
- 3 *Het creëren van een leefbaar inkomen voor boerenfamilies met cacao productie per 2030.*



Het toetsen van DISCO

We willen er zeker van zijn dat duurzaamheidsprogramma's van onze leveranciers en standaarden, zoals Fairtrade en Rainforest Alliance, in 2025 voldoen aan de DISCO-doelstellingen. Daarom is het voor ons essentieel om een onafhankelijke toetsing te hebben door experts, die aangeven of een bepaald programma of standaard deze doelstellingen binnen deze termijn kan realiseren. Een dergelijke toetsingsmethodiek bestaat nog niet.

We hebben over 2020 en 2021 moeten rapporteren dat we nog geen DISCO-proof cacao hebben ingekocht, omdat deze simpelweg nog niet beschikbaar en meetbaar is. We hebben in 2022 als Nederlandse supermarkten samen diverse gesprekken gehad met IDH, de organisatie van DISCO, om te bepalen hoe deze methodiek of strategie eruit moet zien en wie de toetsing kan uitvoeren. Dit blijkt complex en gevoelig te liggen. Met name de NGO's zijn kritisch op deze toetsing.



Positieve resultaten tegengaan ontbossing en kinderarbeid

De status van de sector, op het gebied van milieuzorg en ondertekening van nationale initiatieven gericht op het beëindigen van aan cacao gerelateerde ontbossing, is vrij ver gevorderd. Er is aanzienlijke vooruitgang geboekt op het gebied van rapportage van traceerbaarheid. Dit kan ook een gevolg zijn van de inmiddels aangenomen Europese ontbossingswet.

Ook is er flinke vooruitgang bij de uitrol van monitoring- en herstelsystemen voor kinderarbeid (CLMRS). De volgende stap is om de effectiviteit van deze systemen, en de impact die ze hebben op het beëindigen van kinderarbeid in toeleveringsketens voor cacao, beter te begrijpen. Zeer beperkt is de voortgang tussen de twee verslagjaren op het gebied van het meten van de kloof tussen leefbaar inkomen en de implementatie van leefbaar inkomen strategieën.



Doorkijk 2023

We streven er samen met andere aangesloten supermarkten naar dat de toetsing van de cacaostandaarden en duurzaamheidsprogramma's van leveranciers zo spoedig mogelijk wordt gerealiseerd, om vervolgens praktische inkooprichtlijnen te integreren voor onze leveranciers.

Daarnaast neemt onze Marketing Director deel aan de DISCO-werkgroep consumentencommunicatie. Deze werkgroep zal een gezamenlijke centrale en uniforme DISCO-communicatiestrategie ontwikkelen rond de belangrijkste duurzaamheidsuitdagingen in cacao. Het doel hiervan is om duidelijkheid te scheppen en bewustzijn bij de consument te creëren.

'Sinds 2017 zijn alle cacaohoudende producten duurzaam gecertificeerd'



Ambitie

We willen dat leveranciers van onze producten met meer dan 5% cacao aan de eisen van DISCO voldoen.

Soja

Soja is een populair eiwit in veevoer voor de productie van ons vlees, zuivel en eieren. Duurzame soja is al enkele jaren de standaard binnen de Nederlandse supermarktbranche.

Het vraagstuk rondom ontbossing, dat zeker bij de sojateelt speelt, is actueler dan ooit. In CBL-verband hebben we gekeken naar onze rol en aanpak om ontbossing en landconversie in sojateelt in Latijns-Amerika te voorkomen.

We hebben deelgenomen aan alle gesprekken die het CBL heeft gevoerd met stakeholders over verkenning van verdere verduurzaming van de sojaketen.

De belangrijkste ketenpartijen waarmee gesproken is, zijn grondstoffenhandelaren (MVO) veevoerfabrikanten (Nevedi), NGO's zoals WWF, Mighty Earth, IUCN NL en Solidaridad en certificeringsorganisatie RTRS. Deze partijen hebben de huidige situatie in het sojalandchap weergegeven vanuit hun perspectief en de urgentie om gezamenlijk een vervolgstap te zetten benadrukt.



Ambitie

Superunie wil uiterlijk in 2025 toegewerkt hebben naar conversie en ontbossingsvrije soja in haar dierlijke ketens (rood vlees, kip, eieren en zuivel, inclusief kaas).



'Het vraagstuk rondom ontbossing is actueler dan ooit'

Nieuw doel sojaketen in 2025

We accepteerden uitsluitend soja die gedekt was door de zogeheten RTRS-credits of credits van een vergelijkbare standaard. Het gebruik van deze credits geldt als een stimulans: de gecertificeerde soja-producenten krijgen door de verkoop hiervan een extra bijdrage. Toch bleek deze stimulans niet voldoende om ontwikkelingen een halt toe te roepen en de transitie naar een duurzame sojaketen te versnellen.



Daarom hebben wij als Nederlandse retailers begin 2022 in CBL-verband een nieuw doel vastgesteld voor verdere verduurzaming van soja: Nederlandse supermarkten zullen zich inzetten voor een ontbossings- en conversievrije sojaketen in 2025. Die ambitie staat beschreven in het gepubliceerde manifest waar de Nederlandse supermarkten, aangesloten bij het CBL, zich achter scharen.



Doorkijk 2023

We hebben onze inkoopbeis aangescherpt op onze nieuwe doelstelling: soja in veevoer uit Latijns-Amerika dient RTRS Mass Balance chain of custody (of equivalent) gecertificeerd te zijn. In CBL-verband bekijken hoe deze nieuwe certificering in de praktijk wordt toegepast en ons de garantie geeft op ontbossings- en conversievrije soja.

Gezondheid

Er is bij steeds meer mensen een groeiende behoefte aan informatie over gezonde producten. 56% van de Nederlandse consumenten is meer geïnteresseerd geraakt in het leren over de invloed van voeding op hun gezondheid, zo blijkt uit [Europees onderzoek](#).

Superunie helpt haar leden om klanten de gezonde keuze ook daadwerkelijk te kunnen laten maken. In 2022 zijn daarom verdere stappen gezet met het voedselkeuzelogo Nutri-Score. Ook is het assortiment uitgebreid met producten die gezonder zijn én lekker blijven.

De Nutri-Score meerwaarde

De Nutri-Score, het logo waarmee mensen in één oogopslag kunnen zien hoe gezond een product uit de supermarkt is of juist niet, kan een nuttig hulpmiddel zijn. Dat is de conclusie van een [onderzoek](#) door de Gezondheidsraad. Naar verwachting wordt begin 2023 het Nutri-Score logo officieel goedgekeurd. De overheid speelt een belangrijke rol in de voorlichting hierover. Superunie is er klaar voor.

In 2021 hebben wij een pilot gedaan waarbij we producten uit onze BIO+ lijn hebben voorzien van de Nutri-Score. In 2022 zijn we daarmee verdergegaan. In samenwerking met Wageningen University & Research (WUR) hebben we onderzocht of deze score tot een daadwerkelijk gezondere keuze leidt in de supermarkt. De consumenten reageren positief op het voedselkeuzelogo.

Daarnaast hebben we inzicht gekregen in de perceptie van de consument en hoe we beter over een gezondere keuze kunnen communiceren. Ook werd duidelijk waar wij nog extra stappen kunnen zetten en verbeteringen kunnen doorvoeren in de huidige beoordeling van producten volgens de Nutri-Score. Samen biedt dit ons nieuwe handvatten om de Nutri-Score in 2023 verder uit te rollen voor andere merken van Superunie.



Ambitie

We willen de klanten van onze leden voorzien van een gezonder assortiment met behoud van een lekkere smaak en topkwaliteit.



'Het assortiment bestaat uit producten die gezonder zijn én lekker blijven'

NAPV: elke verbetering telt

Naast de Nutri-Score, startte de Rijksoverheid in 2022 met de Nationale Aanpak Productverbetering (NAPV). Hiermee wil de overheid fabrikanten stimuleren. Het gaat om producten waar zout of suiker aan toegevoegd is, of waarbij de hoeveelheid verzadigd vet te verlagen is. Vanuit deze nieuwe aanpak wil Superunie het voortouw nemen om samen met haar leveranciers en fabrikanten producten die 'vastzitten' in een Nutri-Score, verder te verbeteren. Binnen een bepaalde Nutri-Score is er immers ruimte voor verbeteringen, ook al zorgt het niet direct voor een verandering in score.



Doorkijk 2023

Voor volgend jaar zullen we ons richten op verdere uitwerking van het NAPV-stappenplan per productcategorie. Superunie denkt hierover mee en blijft zich inzetten voor een structurele aanpak om tot een verdergaande reductie van zout, verzadigd vet en suiker te komen. We zien het als een uitdaging om met de aangescherpte normen aan de slag te gaan.



Resultaten

Gezonder assortiment

Jaarlijks voeren we aanpassingen door in de samenstelling van producten. We zijn continu bezig om producten te optimaliseren. Ook voor de klanten met een allergie pasten we de samenstelling van onze producten aan. Zo hebben we de allergeen soja verwijderd uit onze vleeswaren kipfilet, filet americain en pepercervelaat gehaald en melkeiwit uit de roze koeken en bakkersspeculaas.



Tintelfruit light assortiment:

tintelfruit drank omgezet naar: **1kcal** (per 100ml)



g'woon ovenkaassoufflés:

zout: **1,8g** → **1,3g**
totaal vet: **25,1g** → **22,4g**
(per 100g) (per 100g)



Melkan rijstdrink:

suiker: **6g** → **4g**
(per 100ml) (per 100ml)

Interview

Direct Source International

Superunie werkt in het segment overzeese druiven en citrusvruchten al meer dan 10 jaar samen met serviceprovider Direct Source International (DSI). Een interview met senior inkoper AGF André Boer en managing director DSI Hilbert Klop.

DSI richtte enige tijd geleden een lijn in om druiven met een topseal verpakking in de winkels te kunnen leggen. Beter voor het klimaat dan de traditionele plastic bakjes, maar er gaat wel een investering aan vooraf.

Investeer je alleen in duurzaamheid als je een langdurige samenwerking hebt met de klant die erom vraagt?

Hilbert

"Het speelt een belangrijke rol. Investeren in tijd, geld en energie doe je eerder als je weet dat je er ook de vruchten van plukt. Maar bij ons zit het ook in het DNA. Wij blijven bewust vernieuwen, of de klant er nu om vraagt of niet."

André

"Bij onze selectie van leveranciers speelt duurzaamheid een rol en DSI voldoet daaraan. Op ons verzoek heeft DSI zich ook aangesloten bij SIFAV, het in Nederland opgerichte maar inmiddels pan-Europees initiatief om duurzaamheid te bevorderen binnen mondiale supply chains."

Hoe zetten jullie samen stappen naar verdere verduurzaming?

André

"In Nederland en Europa stellen we hogere eisen op het gebied van duurzaamheid. Daarom gaan we samen op bezoek bij producenten, om de transparantie te vergroten. Zij begrijpen dan beter wat er van hen gevraagd wordt en waarom."

Hilbert

"Er zijn erbij die denken: 'wij zijn al heel lang heel goed in het telen van fruit, dus kom ons niet vertellen wat wij moeten doen'. Maar als wij daar dan op bezoek komen met onze klant Superunie, krijgt het hele verhaal een gezicht. Producenten werken dan toch sneller mee. Gelukkig zijn er ook die het uit zichzelf willen. Terwijl zij het vaak niet gemakkelijk hebben, omdat er sprake is van overproductie en hun winstmarges daardoor onder druk staan. Op het moment dat wij laten blijken dat we uit zijn op een samenwerking voor de langere termijn, wordt het ook voor hen interessant om te investeren in duurzaamheid."



Langdurige relaties en transparantie hebben dus door de hele keten heen een positief effect?

André

"Zeker. Het is goed om met alle schakels intensief contact te onderhouden. Om hen te motiveren, maar ook om op de hoogte te blijven van wat er allemaal mogelijk is. Wij zijn bijvoorbeeld op zoek naar fruitrassen die resistent zijn tegen ziektes. Dan zijn er minder bestrijdingsmiddelen nodig, en dat zou een grote verduurzamingsslag betekenen. Maar daarvoor moet je nu alvast met veredelaars praten. Dan gaat dit onderwerp bij iedereen leven en bereiken we uiteindelijk resultaat."

Hilbert

"Die bezoeken aan producenten werken inspirerend. André en ik zaten enkele maanden geleden na het bezoek aan een teler in Spanje 's avonds na te praten. Ineens hadden we het over de vraag waarom er altijd tien verpakkingen in een doos zitten. Zou daar echt geen elfde bij passen? Dan bespaar je tien procent op alle logistiek. Het is brainstormen, zaadjes planten en wie weet scheelt dat ooit een heleboel brandstof. Dit zijn trajecten die je samen moet oppakken, en die soms aanpassingen vergen die moeten plaatsvinden op een schaal groter dan alleen in Nederland voor Superunie."

Wat motiveert jullie om je zo in te spannen voor duurzaamheid?

Hilbert

"We hebben de aarde in bruikleen en zijn de enige soort die de planeet kan helpen. Maar duurzaamheid kost op de korte termijn vaak geld. Dat is, zeker in tijden van economische crisis, best lastig. Daarom zei ik onlangs tegen André: 'laten we over de recessie heen kijken en blijven investeren in duurzaamheid.'"

André

"Als Superunie stimuleren wij voedselproducenten en dagen wij hen uit om de lat steeds hoger te leggen. Ondanks de concurrerende en complexe marktomstandigheden moeten we samen blijven kijken hoe we samen stappen kunnen blijven zetten. Daarvoor heb je vertrouwen nodig, en dat krijg je als je elkaar goed kent en langdurig samenwerkt."

'We hebben de aarde in bruikleen en zijn de enige soort die de planeet kan helpen'

Milieu

We streven naar langetermijn-samenwerkingen en de meest duurzame verpakkingen voor Eigen Merken en versproducten. Biologische producten willen we zo toegankelijk mogelijk maken.

Nieuwe stappen

Als ketenspeler die wereldwijd inkoopt bij leveranciers in zo'n zeventig landen, kunnen we positieve impact maken op levens van mensen en het milieu maximaal beschermen. Superunie wil hierin het voortouw blijven nemen. Als inkooporganisatie hebben wij de sleutel in handen om verduurzaming van de gehele keten in een stroomversnelling te brengen. Daarom hebben we dit jaar besloten om samen met onze leden en leveranciers een ambitieus klimaatplan op te gaan stellen.



Eiwittransitie

Dierlijke producten hebben grote impact op het milieu. Om de transitie naar een meer plantaardig eetpatroon verder te versnellen, kijken Nederlandse retailers in samenwerking met Stichting Natuur & Milieu naar een aanpak om de voortgang te monitoren.

De rol van Superunie is om de leden in hun transitie te ondersteunen met productvoorstellen voor plantaardige alternatieven. Uiteindelijk ligt de assortimentskeuze bij de leden. Als inkooporganisatie faciliteren we in het vegetarische aanbod, om een gezondere keuze te stimuleren die beter is voor mens en milieu.

'De meeste voedselverspilling vindt plaats in de winkel'



Doorkijk 2023

In samenwerking met onze leden, leveranciers en consultant Sustainalize werken we aan een ambitieus klimaatplan, het opstellen van een baseline van onze scope 1, 2 en 3 emissies. Zodra we onze emissies inzichtelijk hebben zullen we onze doelstellingen formuleren. In 2023 stellen we een reductieplan op om deze doelstellingen te behalen.

Voedselverspilling

De leden van Superunie zetten zich actief in om voedselverspilling tegen te gaan in hun winkeloperatie. Onderzoeken wijzen uit dat de meeste voedselverspilling plaatsvindt in de winkel (derving) en bij de consument thuis. Deze schakels in de keten zijn niet primair het domein van Superunie.

De invloedssfeer van Superunie op het gebied van voedselverspilling ligt primair bij het voorkomen van derving door verpakkingskeuzes te optimaliseren. Daarbij wordt binnen het convenant SIFAV 2025 gekeken naar hoe voedselverspilling en milieuroisico's in de gehele keten kunnen worden beperkt.



Resultaten

Superunie heeft ongeveer 7000 productspecificaties voor Eigen Merken en versproducten in beheer.



5000
hiervan zijn geschikt voor vegetariërs.



3000
zijn ook geschikt voor veganisten.

De komende jaren willen we een ruimer assortiment vegetarische en veganistische producten creëren en aanbieden.

Boodschappen

Elk nummer van ons magazine Boodschappen besteedt aandacht aan vegetarische en veganistische recepten. Op boodschappen.nl staan meer dan 7.000 recepten, waarbinnen het vegetarische aandeel groeit. Ook plaatsen we tips bij recepten om het eventueel om te zetten naar vega.



Ketens dichtbij

2022 stond bol van wereldwijde crises zoals de stijging van grondstof- en energieprijzen en de vogelgriep. Het jaar heeft laten zien dat levering niet gegarandeerd is. Met name de oorlog tussen Oekraïne en Rusland vergde wendbaarheid en flexibiliteit om met stressvolle en veranderende situaties om te gaan.

Betere balans

Om meer grip te krijgen op leveringszekerheid, zet Superunie een beweging door naar kortere en gesloten ketens: dichtbij wat kan, en zo ver als noodzakelijk. Daarmee ontstaat een betere balans tussen de internationale en lokale voedselketens. Concreet betekent dit voor Superunie op lokaal niveau dat we boeren en tuinders meer als partners betrekken. We gaan met een kleinere groep (voorkeurs)leveranciers een langetermijnrelatie aan.



‘Alle partijen in de keten moeten hun verantwoordelijkheid nemen’



Ambitie

We streven naar langetermijn-samenwerkingen met onze leveranciers en partnerschap met lokale boeren en tuinders.



Afspraken met Nederlandse kastelers

In de huidige markt kom je als inkopende partij voor lastige keuzes te staan. In 2022 zijn intensieve gesprekken gevoerd met producenten en leveranciers. De opgelopen grondstof- en energieprijzen trekken een zware wissel. Alle partijen in de keten moeten hierin hun verantwoordelijkheid nemen.

Het prijskaartje kan niet alleen op het bord van de consument worden gelegd. Een voorbeeld van een sector die het afgelopen jaar met gigantische prijsstijgingen werd geconfronteerd, is de Nederlandse kasteelt. Waar de impact op de prijs enigszins te overzien was, zijn we tegemoet gekomen in de kosten. Dit was echter niet altijd mogelijk, omdat dit een te grote kostenstijging voor de consument zou betekenen. In die gevallen is ervoor gekozen om bijvoorbeeld uit te wijken naar Spanje en hiermee de kosten enigszins te beperken.

In 2022 stond de leveringszekerheid en het beperken van de consumentenprijs centraal. Voor volgend jaar worden langetermijncontracten en samenwerkingen voorbereid met Nederlandse kastelers, zodat crisissituaties in de toekomst gemakkelijker opgevangen kunnen worden.

Morgana-appel

Een uitkomst van een samenwerking in 2022 op lokaal niveau was de Morgana-appel. Dit nieuwe appelras is geteeld in Nederland en exclusief verkrijgbaar bij de supermarkten van de leden van Superunie.

Wat maakt de Morgana bijzonder? Zoetere appelrassen komen vaak van overzee (denk aan de Pink Lady of Jazz appel). De Nederlandse Morgana-appel is met zijn fris zoete smaak een lokale tegenhanger. De Morgana is prettiger geprijsd dan andere clubrassen. Verder is de appel ook Planet Proof gecertificeerd.



Interview

Senior inkoper Harm Fokker



Superunie zette in 2022 nieuwe stappen voor de verduurzaming van zuivel. Maar er blijven voldoende uitdagingen over. Senior inkoper Harm Fokker vertelt.

De verduurzaming van zuivel vormt een complex domein, waarbinnen diverse maatschappelijke en politieke onderwerpen een rol spelen. Voor Superunie, zo weet Harm, draait het vooral om de drie elementen dierenwelzijn, klimaat en biodiversiteit.

Welke stappen hebben jullie in 2022 kunnen zetten?

“Binnen de houdbare zuivel hebben we ongeveer 25 miljoen liter melk verder verduurzaamd door over te stappen van het keurmerk Weidemelk naar Planet Proof. En met boeren in Noord-Holland hebben we meerjarige contracten afgesloten voor PlanetProof Noord-Holland Kaas.”

Waar ligt de winst bij de overstap van Weidemelk naar Planet Proof?

“Bij Weidemelk ligt de focus vooral op het feit dat koeien naar buiten kunnen. Planet Proof gaat verder dan dat. Op het vlak van dierenwelzijn gaat het behalve om de weidegang ook om het comfort van koeien in de stal, met bijvoorbeeld goede ligplekken. Maar Planet Proof stelt ook eisen op het vlak van CO2-reductie en biodiversiteit.”

Stichting Wakker Dier had kritiek op Planet Proof, omdat er niet voldoende aandacht zou zijn voor dierenwelzijn. Wat vind jij daarvan?

“Gezien hun doelstelling is het logisch dat Wakker Dier daar aandacht voor vraagt. SMK, de stichting achter Planet Proof, heeft dat ook goed opgepakt door te kijken wat er beter kan. Zo zijn er nadere eisen gesteld aan onder meer hittestress in de stal, ruimere ligboxen en loopvloeren met meer grip. Wakker Dier heeft een sterke focus op dierenwelzijn. Ik vind dat impact op het klimaat en biodiversiteit ook zwaar wegen. De centrale vraag is: hoe produceer je de meest duurzame zuivel en hoe bewegen wij met zijn allen die kant op? Op die manier kun je naar één, allesomvattende standaard toewerken en voorkom je een versnipperde benadering die het lastig maakt om alle facetten goed in balans te houden.”

‘Verduurzaming zuivel draait om dierenwelzijn, maar ook om klimaat en biodiversiteit’



Wat zie jij als de grootste uitdaging?

“Het vinden van de juiste balans. Een stap vooruit op het gebied van dierenwelzijn kan bijvoorbeeld een negatieve impact hebben op het gebied van klimaat. Verder is het lastig dat een heldere, Europese standaard ontbreekt die naar het brede spectrum van onderwerpen kijkt. Binnen Nederland hebben we het onafhankelijke keurmerk Planet Proof, maar in landen als Duitsland, Frankrijk en België ontbreekt dit. Bovendien zijn er verschillen in regelgeving. Dat maakt het voor ons soms lastig om alles goed in te kopen. Het is niet in alle gevallen verkrijgbaar.”

Hoe gaat Superunie daarmee om?

“Om te beginnen houden wij vast aan onze eigen duurzaamheidseisen. Dat blijven we ook onder de aandacht brengen van onze leveranciers. Als zij niet bereid zijn om over te stappen op duurzame productiemethodes, kan dat gevolgen hebben voor het contract dat zij met ons hebben. Daarnaast hebben we contact met de organisaties achter de keurmerken, zoals SMK van Planet Proof. Wij benadrukken in het overleg met Planet Proof het belang van uitbreiding van het keurmerk op zuivel naar andere Europese landen.”

Superunie wil in 2025 75% van de zuivel Planet Proof hebben. Gaat dat lukken?

“Dat hangt af van diverse uitdagingen. Is er voldoende duurzame melk beschikbaar om het allemaal te produceren? Zijn producenten bereid om in duurzaamheidsmaatregelen te investeren? En in vervolg daarop: willen inkooporganisaties daarvoor betalen, zodat de melkveehouder beloond wordt voor zijn inspanningen om duurzamer te zijn. In ons geval is het antwoord: ja.”

Waarom is verduurzaming van zuivel belangrijk voor Superunie?

“De Verenigde Naties hebben 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen geformuleerd. Die zijn bedoeld om de welvaart te bevorderen en klimaatverandering zoveel mogelijk te voorkomen. De productie van zuivel raakt aan een groot deel van die doelstellingen. Dus als het ons lukt om zuivel te verduurzamen, kunnen we een grote bijdrage leveren aan een betere en gezondere planeet.”



Verpakkingen

Omdat we de specificaties grotendeels zelf kunnen bepalen, kan Superunie direct invloed uitoefenen op de verpakkingen van ruim zevenduizend Eigen Merk- en versproducten. Dit biedt mogelijkheden om het verpakkingsmateriaal, waar mogelijk, te verminderen en ervoor te zorgen dat kostbare materialen opnieuw worden gebruikt doordat de verpakking goed recyclebaar is. Voedselveiligheid en houdbaarheid staan hierbij altijd voorop. Ook de aantrekkelijkheid en de herkenbaarheid van een product spelen een rol. Een optimale balans is waar het om gaat in onze missie naar de meest duurzame productverpakkingen.



‘Superunie is goed op weg om de doelen van 2025 te halen’

Stoplichtmodel

We willen onze verpakkingen van Eigen Merken en versproducten verduurzamen met een focus op circulariteit én het verlagen van de CO2-voetafdruk. Het reduceren van plastic is hier een onderdeel van. Superunie werkt met een stoplichtmodel zodat Marketing en Inkoop in een oogopslag kunnen zien wat de *do's* (groen en eventueel oranje) en de *don'ts* (rood) zijn voor verschillende verpakkingsmaterialen. Deze basisregels voor duurzame verpakkingen zijn afgestemd op het [Brancheplan Duurzaam Verpakken](#) van het CBL en het Nederlandse [Plastic Pact](#).

Superunie is goed op weg om de doelen van 2025 te halen. Het verduurzamen van verpakkingen is structureel onderdeel van onze processen. Zo hebben we in 2022 wederom een verpakkingstraining georganiseerd voor de afdelingen Inkoop, Marketing en Productintegriteit. Op die manier blijven we op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen en zijn we in staat om leveranciers uit te blijven dagen om verpakkingen verder te verduurzamen.



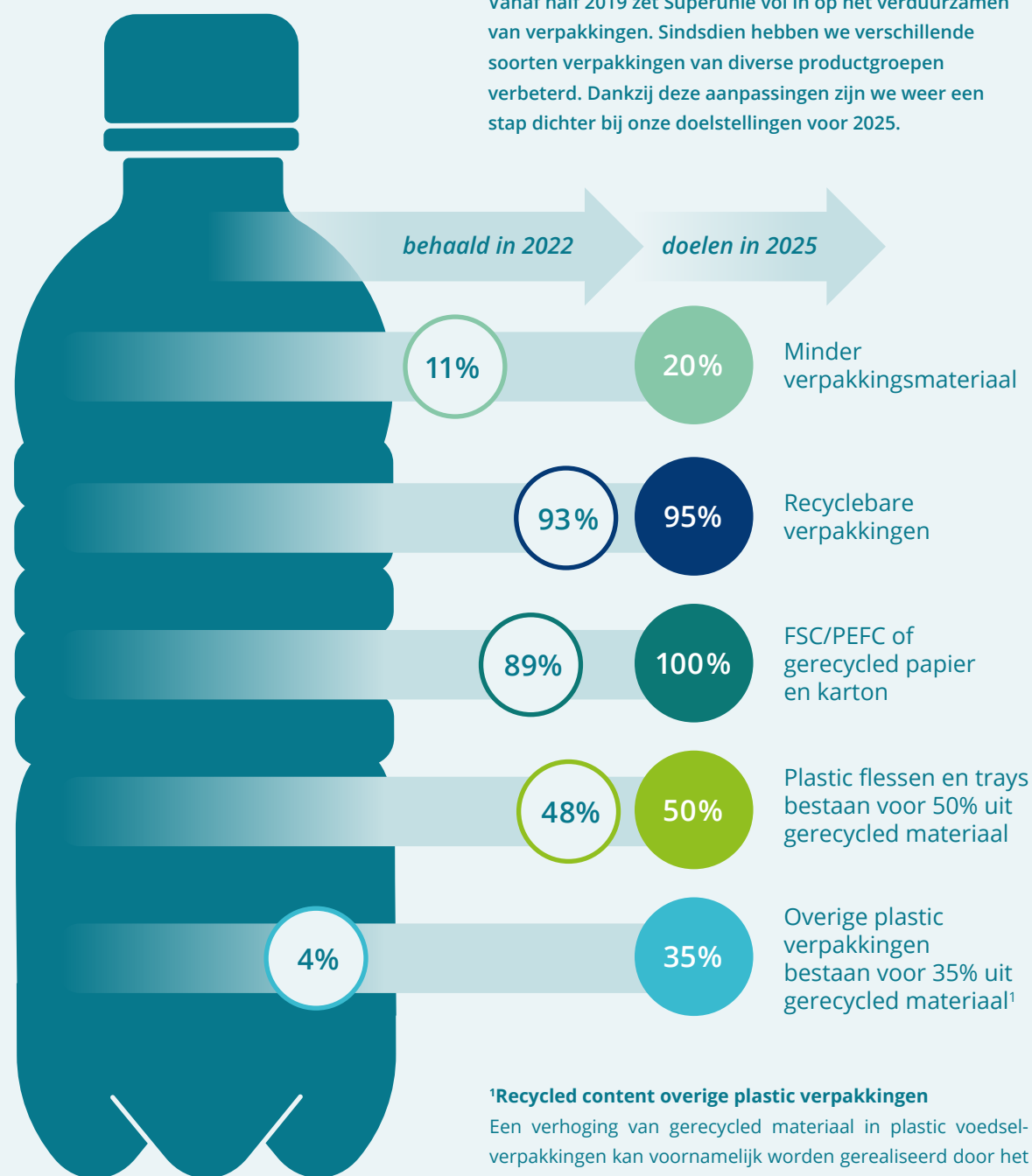
Ambitie

We willen de meest duurzame verpakkingen voor Eigen Merken en versproducten.



✓ Resultaten

Vanaf half 2019 zet Superunie vol in op het verduurzamen van verpakkingen. Sindsdien hebben we verschillende soorten verpakkingen van diverse productgroepen verbeterd. Dankzij deze aanpassingen zijn we weer een stap dichterbij onze doelstellingen voor 2025.



¹Recycled content overige plastic verpakkingen

Een verhoging van gerecycled materiaal in plastic voedselverpakkingen kan voornamelijk worden gerealiseerd door het gebruik van rPET. Recycled PE en PP zijn namelijk nog niet of nauwelijks als voedselveilig plastic beschikbaar. rPET is echter niet voor iedere verpakking het meest geschikte materiaal. Dit zorgt onder andere voor uitdagingen bij het behalen van de doelstelling. Om ondanks de uitdagingen stappen te blijven zetten, ligt de focus de komende tijd op het verhogen van de percentages recycled PP en PE in non-food verpakkingen.

Nieuw design voor aardappelen, groente en fruit

In 2022 hebben we een aanzienlijk deel van het AGF-assortiment voorzien van een nieuw design. Het doel hiervan is meer uniformiteit in het schap. Waar mogelijk verduurzamen we de verpakking nog verder. Zo kijken we waar het mogelijk is om producten zonder verpakking in het schap te leggen, of waar het verpakkingsmateriaal kan worden verminderd.

Een voorbeeld hiervan is de paprika waarbij we de flowpack gaan vervangen door een krimpseal, een soort tweede schil. Hierdoor bewerkstelligen we een aanzienlijke plasticreductie. Per product kijken we hoe we de balans tussen het gebruik van verpakkingsmateriaal versus houdbaarheid verder kunnen optimaliseren. Derving van producten heeft in veel gevallen een grotere impact dan bijvoorbeeld gebruik van plasticfolie: het product heeft immers al de gehele keten doorlopen. Als er door het verwijderen van een verpakking meer kans is op derving, weegt dat mee in ons besluit om eventueel een verpakking toe te voegen.

‘Superunie heeft als doelstelling om in 2025 95% van de verpakkingen goed recyclebaar te hebben’

Recyclebaar drankenkarton

Op het gebied van recyclebaarheid volgt Superunie de richtlijn van het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV). Deze heeft drankenkartons als *redelijk recyclebaar* geclassificeerd.

Superunie heeft als doelstelling om in 2025 95% van de verpakkingen *goed recyclebaar* te hebben. In 2022 zijn wij daarom in gesprek gegaan met HEDRA (de Nederlandse brancheorganisatie van drankenkartonproducenten) over het verbeteren van de recyclebaarheid. Verder



Doorkijk 2023

We treffen voorbereidingen voor de verdere implementatie Single Use Plastics richtlijn, ook wel SUP genoemd. Dit heeft betrekking op plastic wegwerpbekers en maaltijdverpakkingen. Vanaf 1 juli 2023 wordt het gebruik van de wegwerpbekers en maaltijdverpakkingen ontmoedigd bij consumptie onderweg (on-the-go). Vanaf 1 januari 2024 zijn deze producten verboden bij consumptie ter plaatse, tenzij er voorzien kan worden in een inzamelsysteem dat hoogwaardige recycling mogelijk maakt. Vanuit Superunie zoeken we altijd naar mogelijkheden om verpakkingen verder te optimaliseren, reduceren en verduurzamen. Ook in 2023 zullen we bekijken hoe we hier verdere stappen in kunnen zetten.

heeft Superunie een innovatievraag in de markt uitgezet voor een goed recyclebaar drankenkarton. Eind 2022 is een pilot gestart met een partij die een goed recyclebaar alternatief kan bieden voor een drankenkarton met een vergelijkbare *look en feel*. Het doel van de pilot is om te testen of de kwaliteit en houdbaarheid van het product behouden blijven. Voor het huidige assortiment in drankenkartons wordt gekeken op welke manier de verpakking verder geoptimaliseerd kan worden. Waar mogelijk wordt de aluminium laag verwijderd.

Besparingen

In 2022 heeft Superunie weer mooie stappen gezet bij de verduurzaming van onze verpakkingen. We delen een aantal voorbeelden van de verpakkingsreducties.

✓ Melkan kaas

Voor de nieuwe verpakking van de Melkan Goudse 48+ plakken is het benodigde gewicht verder geoptimaliseerd.



✓ Dailychef pizza

Bij de Daily Chef pizza's hebben we de dozen verwijderd en gebruiken we folie als verpakking.



✓ Taugé

Bij taugé hebben we de overstap gemaakt van een vormvast bakje naar een zakje.



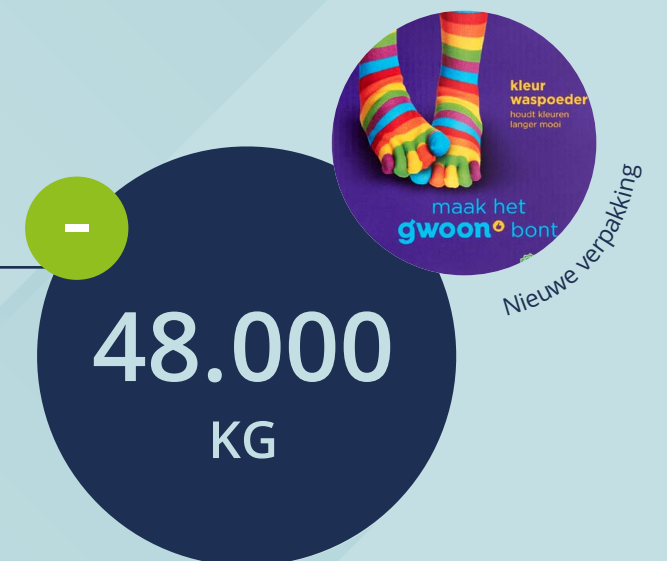
✓ Tapas

Bij de tapas hebben we bij een groot aantal producten de dubbele deksel verwijderd. Sluiting vindt nu alleen plaats middels een plasticfolie.



✓ G'woon waspoeder

De huidige kartonnen verpakking van G'woon waspoeder wordt vervangen door een lichtere plastic zak.



4. Milieu

Verduurzaming AGF: SIFAV 2025

Binnen Superunie hebben we 7.000 Eigen Merkproducten, waaronder tropische groenten en fruit. Op deze groep lag de focus van SIFAV 2020. Met het opnieuw ondertekenen van het convenant Sustainability Initiative Fruit and Vegetables 2025 (SIFAV 2025) in 2021, sloot Superunie zich aan bij een nieuwe, gezamenlijke strategie voor het duurzaam importeren van groenten en fruit.



Ambitie

De komende jaren willen we de milieu-impact verlagen en positieve veranderingen inzetten op sociaal vlak in de wereldwijde groente- en fruitsector.



‘Doel is om de komende jaren de milieu-impact te verlagen’

Verdieping en verbreding

Onderdeel van SIFAV 2025 zijn doelstellingen op sociaal en milieu. Zo dient op sociaal gebied in 2025 90% van het volume uit hoog- en medium risicolanden gecertificeerd te zijn. Op het vlak van milieu dient in 2025 70% van het ingekochte volume uit hoog water risicoregio's gecertificeerd te zijn. Dit commitment zorgt op sociaal gebied voor een verdiepingssap, omdat nu ook voor medium risicolanden certificering wordt gevraagd. Daarbij mogen smallholders in hoog risicolanden aan een lichtere certificeringsstandaard voldoen.



Naast verdieping betekent SIFAV 2025 ook een verbreding op het gebied van milieu, beginnend bij water. In 2022 is binnen SIFAV een 'basket of standards' samengesteld met certificeringen die op watergebied een voldoende strenge eis hebben. Daarbij is ook een lijst met hoog water risicoregio's vastgesteld. Dit omdat de status van het waterniveau in een land kan variëren per gebied. In 2022 stond het vaststellen van deze nieuwe eisen in onze systemen centraal. Superunie was inhoudelijk nauw betrokken bij de totstandkoming van de nieuwe eisen. Naast het vaststellen vraagt het ook om heldere communicatie richting onze leveranciers.



Biologisch

De snel veranderende wereld om ons heen brengt veel uitdagingen met zich mee. De stikstofcrisis heeft de vraag naar en het belang van voedsel afkomstig uit duurzame landbouwpraktijken verder doen groeien.

Groei biologische producten

Verdere groei op biologisch is een belangrijk onderdeel van de oplossing. Biologische producten worden door 95,3% van de Nederlandse huishoudens gekocht en het volume biologische producten per klant groeit. Zo was de omzet op biologische Eigen Merk en versproducten 116 miljoen. Deze groei is op Eigen merk biologische producten (BIO+ en Plus Biologisch) sterker dan op de A-merken. Onze leden bepalen hun eigen assortiment en de mate waarin biologische producten op de schappen liggen. De rol hierin van Superunie bestaat uit het faciliteren van een goed, future proof assortiment.



'De groei op biologische Eigen Merk producten is sterker dan die van A-merken.'

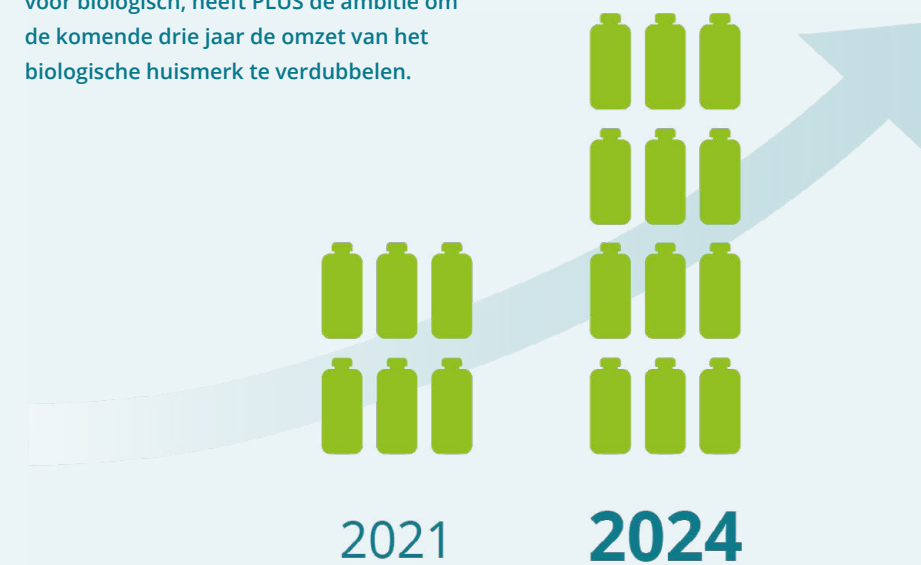
Toegankelijk

BIO+ levert een belangrijke bijdrage aan het bewuster kiezen voor biologische producten. Het heeft een A-merk kwaliteit, maar wordt verkocht tegen een toegankelijke Eigen Merk prijs. Dankzij het redesign vorig jaar, heeft BIO+ nu ook de uitstraling van een laagdrempelig en bereikbaar merk. Alle verpakkingen zijn nu in lijn gebracht met de nieuwe uitstraling. Waar mogelijk is er duurzamer verpakt. We zijn actief in vrijwel alle (food)categorieën in de supermarkt, in zowel vers als houdbaar. Het totale BIO+ assortiment omvat zo'n driehonderdvijftig producten. Belangrijke categorieën zijn verse zuivel, AGF en eieren.



De ambitie van PLUS:

Om klanten gemakkelijker te laten kiezen voor biologisch, heeft PLUS de ambitie om de komende drie jaar de omzet van het biologische huismerk te verdubbelen.



Daarom zijn sinds 2021 de 0,5 en 1 liter pakken melk, karnemelk en yoghurt van het PLUS huismerk biologisch.

Sinds 2022 zijn ook de 1,5 en 2 liter cans melk biologisch. Superunie heeft hier een faciliterende rol in gespeeld.

Vooruitblik

Langetermijsamenwerkingen zijn een voorwaarde om in de toekomst duurzaamheid te borgen. Want alleen ga je snel, maar samen kom je verder.

5. Vooruitblik

Interview Said Belhassan

Als ketenspeler die wereldwijd inkoopt bij leveranciers in zo'n zeventig landen, kunnen we positieve impact maken op levens van mensen en op het milieu. Duurzaamheid is een onderwerp waarbij steeds meer verschillende afdelingen van Superunie betrokken zijn. Dit begint bij de inkoop van grondstoffen en producten bij onze leveranciers.

We willen weten waar onze producten zijn gemaakt, door wie en onder welke omstandigheden. Chief Procurement Officer Belhassan is verantwoordelijk voor de inkoop en *supply chain* en is uiteraard nauw betrokken bij de rol die duurzaamheid hierin speelt en gaat spelen met oog op de toekomst.

In hoeverre speelt ketenregie een rol in jullie duurzaamheidsvisie voor inkoop komende jaren?

"Een hele grote rol. Om duurzame veranderingen door te voeren is het nodig om steeds verder de keten in te gaan en deze inzichtelijk te maken. Op die manier kan je een product echt van grond tot mond regisseren en waar mogelijk verbeteren. Het streven naar meer gesloten ketens is hier een groot onderdeel van. Het is een middel voor het creëren van meer transparantie, maar ook om bepaalde duurzaamheidsdoelen concreter te maken. De winnaar van de toekomst is regisseur van de keten. Daar willen wij samen met onze leden voor zorgen."

Wat is volgens jou de kracht van lange termijn relaties?

"Aan een goede relatie met een leverancier of boer moet je werken. Die heb je niet vandaag of morgen opgebouwd. Het kost tijd om elkaar te leren kennen. Er moet vertrouwen zijn en transparantie aan beiden kanten. Een langdurige relatie is voor mij een voorwaarde om duurzaamheid te borgen. Er is namelijk vaak tijd nodig om onderwerpen, zoals bijvoorbeeld leefbare lonen en dierenwelzijn, te verbeteren. We kiezen daarom partijen die snappen waar het over gaat en specialist zijn op een gebied. Ook bieden we ondersteuning aan partijen die nog geen specialist zijn, maar wel echt intrinsieke motivatie hebben om een product te verbeteren, vooral wat betreft duurzaamheid."



'Alleen
ga je snel,
samen kom
je verder'



Waar liggen uitdagingen?

"De groeiende internationale concurrentie is zeker een uitdaging. De taart wordt alleen maar kleiner, en de vraag neemt toe. Hiervoor zijn die langetermijnrelaties met leveranciers ook uitermate belangrijk. En vanuit Brussel klinkt de ambitie om in 2030 25% van de totale landbouwgrond te gebruiken voor biologische landbouw. Een grote uitdaging, aangezien in de Nederlandse supermarkt maar 3,5% van de omzet biologisch is. De verschillende crises van dit jaar maken het behalen van dit doel nog lastiger. Uitdagende tijden zorgen ook voor meer innovatie en creativiteit. Want als wij niet onze verantwoordelijkheid pakken, wie dan wel?"

Wat is het belang van samenwerking voor een duurzame toekomst?

"De toekomstige samenwerking met leveranciers en boeren zal alleen maar intensiveren. In alles wat we doen staat onze relatie met de leden voorop: we willen alle verschillende leden zo goed mogelijk bedienen, daar moeten we een goede middenweg in vinden. Daarnaast blijven we in gesprek met NGO's en creatieve ondernemers, zij houden ons scherp. Bijvoorbeeld een varkenshouder die werkt met een circulair systeem waarbij elke dag de mest wordt weggezogen. Dit zorgt voor 70% minder stikstofuitstoot. Zo werken we samen met partijen die intrinsiek gemotiveerd zijn om de wereld een stukje beter te maken. Daar heb je iedereen voor nodig want, alleen ga je snel, samen kom je verder."

‘Waar we invloed kunnen uitoefenen is het onze plicht dat te doen’

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



www.superunie.nl