

Online SDG commitment

Een vergelijkende analyse tussen coöperaties,
familie- en AEX-genoteerde bedrijven

Onderzoeksvraag

In hoeverre committeert het Nederlandse bedrijfsleven zich publiekelijk aan de Sustainable Development Goals?

Hiervoor vergelijken we de publieke communicatie van drie verschillende groepen bedrijven over de lijn van corporate governance: de top 10 van Nederlandse:

1. Bedrijven genoteerd aan de AEX, voor wie financiële verantwoordelijkheid naar aandeelhouders leidend is
2. Familiebedrijven, waar continuïteit en rentmeesterschap centraal staan en
3. Coöperatieve bedrijven, waar (bedrijfs)leden zeggenschap hebben en bepalend zijn in de koers

Hypotheses

- AEX genoteerde bedrijven publiceren wel over SDGs, maar zijn vaak weinig concreet en komen er niet op terug, hier verwacht je ook meer greenwashing terug te zien, omdat korte termijn financiële belangen zwaarder wegen dan lange termijn belangen.
- Familiebedrijven zullen waarschijnlijk wel maatschappelijk of duurzaam bezig zijn vanwege het langetermijnperspectief, maar het is de vraag of ze dit ook communiceren.
- Coöperatieven zitten er tussen in, gezien de rol van leden staat transparantie hoog in het vaandel.

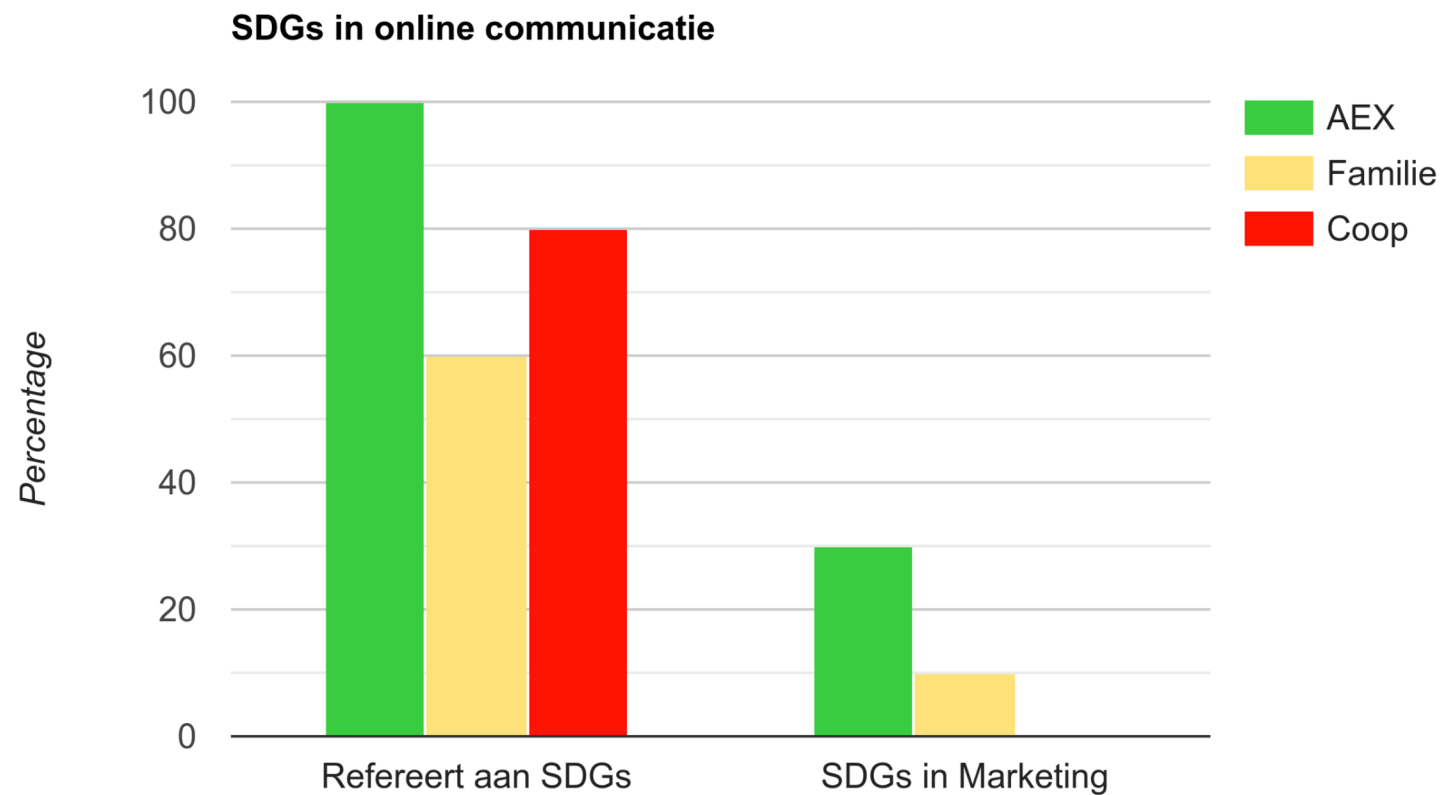
Resultaten

1. De cijfers
2. Journalistieke producties
3. De kwalitatieve verdieping
4. Vervolgonderzoek

De cijfers

Vergekijsing per sector							
		AEX/Midkap		Familiebedrijven		Coöperaties	
1	Advies en dienstverlening	Randstad	0.19%	Facilicom Groep	117.52%	Houthoff Buruma	0.09%
2	Bouw en Infra	Arcadis (Midkap)	1.97%	Dura Vermeer	1.14%	PwC	4.51%
3	Circulaire economie	Renewi (overige beursfondsen)	1.13%	Faber Halbertsma Group	1.03%	Avebe	3.50%
4	Energie	Shell	40.07%	Eteck	0.00%	Windunie	0.14%
5	Financien	ING	18.39%	VP Capital	2.80%	Achmea	12.12%
6	Industrie en Chemie	Aalberts (Midkap)	78.71%	Van Wijhe Verf	0.00%	AVIA	0.00%
7	Landbouw en Voeding	Unilever	6.86%	HAK	0.00%	FrieslandCampina	8.96%
8	Retail	AholdDelhaize	2.21%	Zeeman	0.00%	Plus Retail	0.01%
9	Technologie	Philips	0.03%	VDL	0.08%	SURF	0.08%
10	Transport en Mobiliteit	Air France-KLM (Midkap)	1.21%	Schenk Tanktransport	0.00%	NPRC	0.00%

- Percentage van de bedrijfspaginas die vindbaar zijn onder SDG-gerelateerde termen.
- Groen maakt gebruik van SEO marketing technieken om zichtbaarheid op SDGs te vergroten.
- Websites van bedrijven in rood hebben geen enkele publieke verwijzing naar SDGs op haar website.
- Op de websites van Achmea, FrieslandCampina (Coop) en Unilever (AEX) komen SDGs veel voor - zonder gebruik van SEO technieken.



SDG commitment top 10 organisaties per governance structuur

AEX genoteerde bedrijven

- Alle AEX genoteerde bedrijven verwijzen naar de SDGs
- Drie van hen (Shell, ING & Aalbers) zijn opmerkelijk zichtbaar op deze thema's door gebruik van marketing en SEO technieken - 40, 18 en 78 procent van hun websites referen naar SDGs in tekst (zichtbaar) of metadata (onzichtbaar).
- Shell en Arcadis committeren zich aan maar liefst 13 en 8 van de 17 doelen respectievelijk en vormen hiermee de 'hagelschieters'. Ahold Delhaize en Randstad zijn het meest gefocust en ondersteunen 3 en 4 doelen respectievelijk.



UN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

The UN's 17 Sustainable Development Goals (SDGs) seek to address the world's biggest challenges. We welcome the SDGs and will play our part in helping governments and societies to achieve them.

The goals were one of the considerations in the development of our [Powering Progress strategy](#). See how they map below. We believe that the actions we take as part of Powering Progress can help directly contribute to 13 of the SDGs, while indirectly contributing to others.

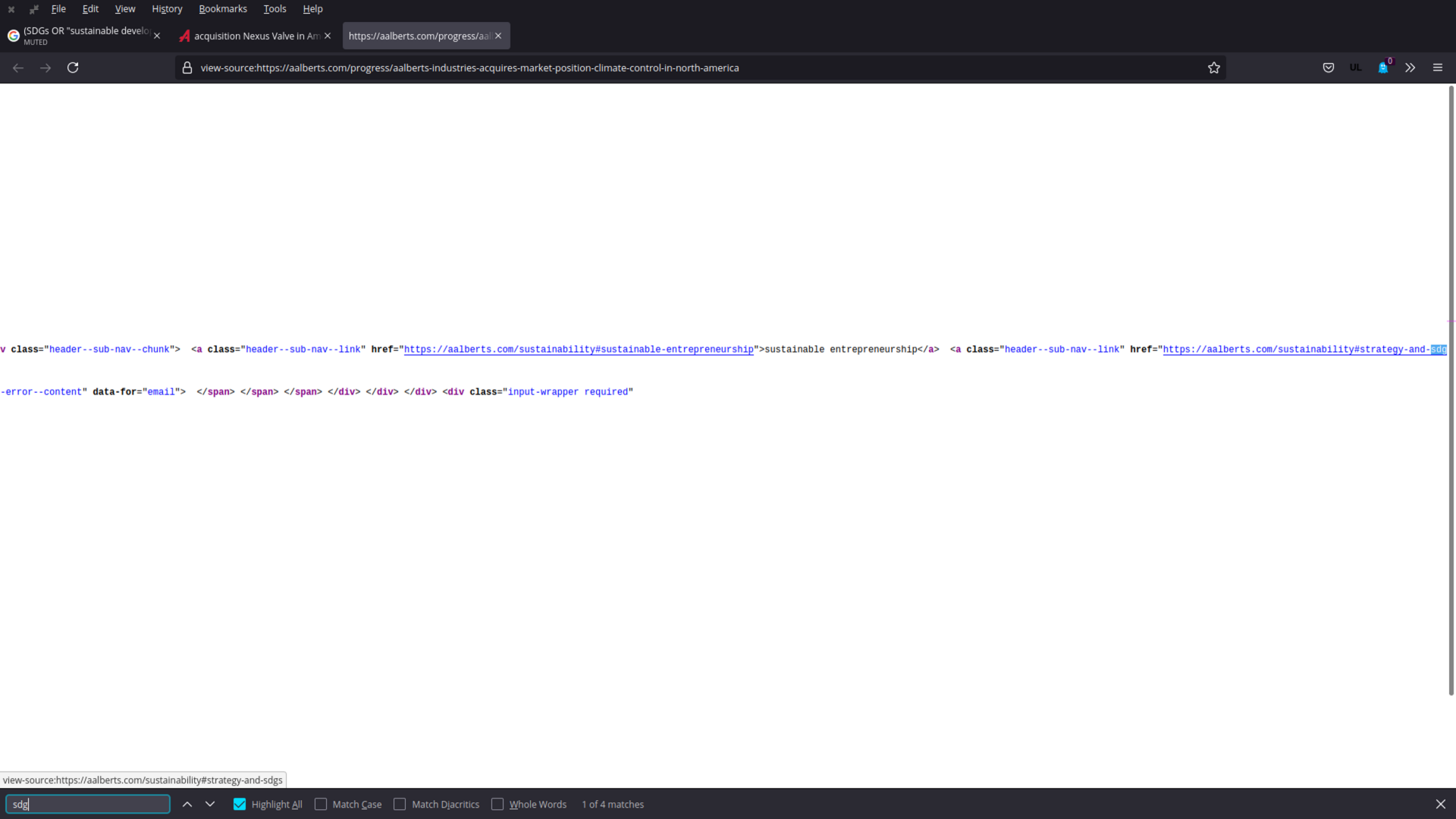
Powering Progress goal	Achieving net-zero emissions	Powering lives	Respecting nature	Core values
UN SDG	7, 9, 13	5, 7, 8, 10	6, 12, 14, 15	3, 16, 17

Find examples below of how we are contributing to the SDGs.

Select a Goal to find examples of how we contribute.



sponsoring hydrogen-powered
racing car



Coöperaties

- 8 van de 10 Nederlandse Coöperaties refereren aan SDGs
- Alleen NPRC en AVIA maken hier geen verwijzing naar.
- Achmea springt in het oog doordat zij relatief veel schrijven over SDGs (maar liefst 12% van hun webpagina's), zonder gebruik te maken van marketing / SEO. Ook Unilever scoort met 9% hoog.
- Windunie valt op vanwege beperkte referentie naar SDGs, terwijl zij in hun communicatie sterk inzetten op duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen



OVER ONS

WERKEN BIJ WINDUNIE

FAQ

CONTACT

Typ hier uw zoekterm



De coöperatie

Ontwikkeling en realisatie

Exploitatie

Projecten

Investeren

Nieuws

Mijn windunie

Al 20 jaar duurzame energie
(wind, zon en opslag) in
maximaal lokaal eigendom

Ik wil meer weten over

Ik wil duurzame energie

...lid worden van de coöperatie

...ontwikkelen

...de ontwikkeling van projecten

...projecten van Windunie zien

...exploitatie en energieopslag

...verkoop

Wat we bieden



Energieopslag



Nieuws en Persberichten



30 juni 2021

Agenda

za 11 september

Open Energiedag

NVDE, NWEA, Energie Samen | |
09:00



sdg



☒ Highlight All

☐ Match Case

☐ Match Diacritics

☐ Whole Words

Phrase not found

Familiebedrijven

- Slechts 6 van de 10 Familiebedrijven refereren naar de SDGs
- Eteck, Van Wijhe Verf, HAK en Schenk transport refereren hier helemaal niet naar. Bij VDL staat het als referentie genoemd in een rapportage, bij VP Capital komt het slechts naar voren uit rapportage van de organisaties waarin zij investeren.
- Facilicom valt op doordat zij als enige familiebedrijf ook SEO of marketingtechnisch extra zichtbaar zijn op het SDG thema. Zij ondersteunen 3 doelen.
- Aantal bedrijven vallen op vanwege beperkte referentie naar SDGs, terwijl zij in hun communicatie sterk inzetten op duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen (Oa Eteck & Van Wijhe Verf)
- Zeeman timmert sinds 2007 aan de weg via maatschappelijk verantwoord ondernemen, slechts recentelijk (sinds 2019) linken zij hun doelen aan de SDGs.



The infographic features a central white flower-like shape with eight petals, each pointing towards one of the eight ESG pillars. The pillars are represented by colored circles with icons and text:

- LONG TERM PROTECTION** (Orange circle with a shield icon)
- MAN AND WELL-BEING** (Pink circle with a person icon)
- CULTURE AND EDUCATION** (Yellow circle with a head and gear icon)
- PROTECT BIODIVERSITY** (Dark grey circle with a butterfly icon)
- REDUCE CO₂ FOOTPRINT** (Blue circle with a footprint icon)
- LESS WASTE** (Red circle with a recycling bin icon)
- RENEWABLE RAW MATERIALS** (Green circle with a plant icon)
- INNOVATIVE SOLUTIONS** (Purple circle with a beaker and gear icon)

SDGs	AEX	Fam	Coop	totaal
1 - no poverty	0	1	1	2
2 zero hunger	1	0	2	3
3 good health	5	3	3	11
4 quality education	1	0	1	2
5 gender equality	3	0	0	3
6 clean water	3	1	1	5
7 clean energy	5	2	2	9
8 decent work	7	4	4	15
9 industry, innovation	4	2	1	7
10 reduced inequalities	3	0	1	4
11 sustainable cities	3	2	1	6
12 responsible consumption	9	3	2	14
13 climate action	8	2	4	14
14 life below water	1	0	0	1
15 life on land	1	2	2	5
16 peace justice	1	0	0	1
17 partnerships	1	1	2	4
totaal	56	23	27	

Vijfde Nationale SDG Rapportage

Nederland Ontwikkelt Duurzaam



Verskillende assessment raamwerken:

1. CBS: Monitor Brede Welvaart & SDGs 2021
2. SDSN/Bertelsmann: Sustainable Development Report 2020
3. SDSN en IEEP: Europe Sustainable Development Report 2020

2.4 Samenvattend beeld

Ondanks verschillen in de scores op afzonderlijke SDG's zijn de rapporten het eens over de grootste uitdagingen voor Nederland, die duidelijk in de hoek liggen van de druk op de planeet. SDG's 13, 14 en 15 vragen volgens alle rapporten aandacht. Een andere consistente is de aanzienlijke

negatieve voetafdruk (*spillover* effecten) van Nederland op het buitenland. Goede scores komen in alle rapporten terug op SDG's 4 (onderwijs), 6 (water en sanitatie), 8 (waardig werk en economie), en onderdelen van SDG 9 (infrastructuur en innovatie). Op het uitbannen van armoede doet Nederland het volgens de internationale rapporten goed, terwijl de Monitor ook enkele zorgpunten laat zien. Ook op het tegengaan van ongelijkheid (SDG 10) en gezondheid (SDG 3) zijn de scores niet eensluidend.

SDGs	AEX	Fam	Coop	totaal
1 - no poverty	0	1	1	2
2 zero hunger	1	0	2	3
3 good health	5	3	3	11
4 quality education	1	0	1	2
5 gender equality	3	0	0	3
6 clean water	3	1	1	5
7 clean energy	5	2	2	9
8 decent work	7	4	4	15
9 industry, innovation	4	2	1	7
10 reduced inequalities	3	0	1	4
11 sustainable cities	3	2	1	6
12 responsible consumption	9	3	2	14
13 climate action	8	2	4	14
14 life below water	1	0	0	1
15 life on land	1	2	2	5
16 peace justice	1	0	0	1
17 partnerships	1	1	2	4
totaal	56	23	27	

[De 17 doelen](#) ▾[SDG Action Days](#) ▾[Doe mee!](#) ▾[Community](#) ▾[Actueel](#) ▾[Over Ons](#) ▾

Doel 14.

Leven in het water

Behoud en maak duurzaam gebruik van de oceanen, de zeeën en de maritieme hulpbronnen

Oceanen zijn met hun temperatuur, hun stromingen en hun onderzeese leven de motor van mondiale systemen die de aarde bewoonbaar maken voor mensen. Ze bedekken drie kwart van het aardoppervlak. Ons drinkwater, ons weer, klimaat, de kusten, veel van ons eten en zelfs de lucht die we inademen zijn afhankelijk van de zee.

Activiteit op zee

Oceanen en zeeën absorberen 30 procent van de totale CO₂, en het fytoplankton zorgt voor 50 procent van onze zuurstof. Door de eeuwen heen zijn oceanen en zeeën cruciaal gebleven voor handel en transport. De huidige waarde van economische activiteit op zee wordt geschat op 3 tot 6 biljoen dollar. Nu nog dragen oceanen en zeeën 90 procent van al het transport, en via onderzeese kabels 95 procent van de mondiale telecommunicatie. Visserij en aquacultuur verschaffen voor 4,3 miljard mensen ruim 15 procent van hun dierlijke eiwitconsumptie.

Zonder zorgvuldig beheer van deze essentiële mondiale hulpbron is er geen duurzame toekomst mogelijk.

[De 17 doelen](#) ▾[SDG Action Days](#) ▾[Doe mee!](#) ▾[Community](#) ▾[Actueel](#) ▾[Over Ons](#) ▾

Doel 15.

Leven op het land

Bescherm, herstel en bevorder het duurzaam gebruik van ecosystemen, beheer bossen duurzaam, bestrijd woestijnvorming en landdegradatie en draai het terug en roep het verlies aan biodiversiteit een halt toe

Bossen bedekken 30 procent van het landoppervlak van de aarde. Naast dat ze belangrijk zijn voor de voedselveiligheid en het bieden van onderdak, zijn ze ook essentieel voor het vechten tegen klimaatverandering, het beschermen van de biodiversiteit en vormen ze het leefgebied van inheemse bevolkingsgroepen. We verliezen jaarlijks 13 miljoen hectare bos, terwijl de landaantasting zorgt voor woestijnvorming van 3,6 miljard hectare aan land.

Ontbossing

Ontbossing en verwoestijning – veroorzaakt door de mens en klimaatverandering – vormen enorme uitdagingen voor duurzame ontwikkeling en tasten de levens van miljoenen mensen aan in hun strijd tegen armoede. Er wordt actie ondernomen om de bossen te beheren en de verwoestijning aan te vechten.

Zo moet in 2020 de ontbossing zijn gestopt en moet bebossing wereldwijd toenemen. In datzelfde jaar moeten zoetwater- en aardse ecosystemen beschermd worden, met name bossen, moerassen, berggebieden en steppen. In 2030 moet de woestijnvorming tegen worden gegaan.

DEEL D. BEDRIJFSLEVEN EN FINANCIELE INSTELLINGEN

1.1 Prioritaire SDG's

Deelnemende bedrijven gaven allen aan zich in meer of mindere mate te richten op de SDG's. 67% van de respondenten gaf aan prioriteit te geven aan de aanpak van klimaatverandering (SDG 13). Voorbeelden hiervan zijn NNB Bank die de klimaatimpact van hun financieringen in kaart heeft gebracht, NN Group die de investeringsportefeuille decarboniseert en investeert in klimaatoplossingen en Signify die in 2020 volledige carbonneutraliteit heeft bereikt. Dit is bemoedigend – aangezien Nederland in 2050 klimaatneutraal moet zijn en in 2030 ruim over de helft moet zijn in het behalen van deze doelstelling, maar tegelijkertijd zijn we nog ver van deze ambitie verwijderd. Daarnaast wordt er veel aandacht gegeven aan duurzame productie en consumptie (SDG 12) en fatsoenlijke banen en de economische infrastructuur (SDG 8).

SDG 5 (gendergelijkheid), 10 (tegengaan ongelijkheid), 6 (duurzaam beheer van water en sanitatie) en 14 (leven in het water) werden minder vaak als prioritair genoemd, terwijl hier ook nog grote uitdagingen liggen. Gelukkig zagen we ook op het vlak van inclusiviteit mooie voorbeelden, zoals het beschikbaar komen van de [Barometer culturele diversiteit voor werkgevers](#). Daarmee kan de meetbaarheid van culturele diversiteit in het personeelsbestand worden verbeterd, zonder dat individuen herkenbaar zijn in de cijfers. Bedrijven zoals Randstad hechten veel belang aan de [Alliantie Culturele Diversiteit in de Top](#), waarmee topposities onder de aandacht worden gebracht van mensen met een brede culturele achtergrond.

SDGs	AEX	Fam	Coop	totaal	Prioriteit bedrijfsleven
1 - no poverty	0	1	1	2	
2 zero hunger	1	0	2	3	
3 good health	5	3	3	11	
4 quality education	1	0	1	2	
5 gender equality	3	0	0	3	Laag
6 clean water	3	1	1	5	Laag
7 clean energy	5	2	2	9	
8 decent work	7	4	4	15	Hoog
9 industry, innovation	4	2	1	7	
10 reduced inequalities	3	0	1	4	Laag
11 sustainable cities	3	2	1	6	
12 responsible consumption	9	3	2	14	Hoog
13 climate action	8	2	4	14	Hoog
14 life below water	1	0	0	1	Laag
15 life on land	1	2	2	5	
16 peace justice	1	0	0	1	
17 partnerships	1	1	2	4	
totaal	56	23	27		

Resultaten

1. De cijfers
- 2. Journalistieke producties**
3. De kwalitatieve verdieping
4. Vervolgonderzoek

Mogelijke journalistieke producties

1. Nog te leren: Ondanks duurzaamheid idealen lopen familiebedrijven achter op commitment SDGs [Familiebedrijven nabellen]
2. Slimste bedrijven, niet de duurzaamste, in Nederlandse markt zijn door marketing meest zichtbaar op SDGs [evt. Shell, Aalbers, ING, Facilicom group nabellen]
3. Mismatch tussen SDG commitment top 30 Nederlandse bedrijfsleven en prioriteiten Nederlandse SDG agenda [oppakken met SDG Nederland]

[De 17 doelen](#)[SDG Action Days](#)[Doe mee!](#)[Community](#)[Actueel](#)[Over Ons](#)

SDG ACTION DAYS



Creating an SDG Movement Together 24 & 25 Sept

[SDG Action Days](#)[Workshops](#)[Lokaal programma](#)[Vorige edities](#)[TICKETS](#)

KLIK HIER VOOR TICKETS VOOR DE VIRTUELE ACTION DAY OP 24 SEPT

Twee SDG Action Days

De SDG Action Day vindt jaarlijks plaats op of rond 25 september en is het Nederlandse evenement over de Sustainable Development Goals. We geven deelnemers inzicht in waar we staan met de SDG's, welke doelen extra aandacht vragen en hoe we gezamenlijk extra stappen kunnen zetten om deze dichterbij te brengen.

Dit jaar organiseren we voor het eerst een tweedaagse SDG Action Day met op vrijdag 24 september een virtueel plenair programma en workshops. Op zaterdag 25 september gaan we het land in en organiseren onze lokale partners activiteiten op locatie. Met het thema 'Creating an SDG Movement Together' ligt de focus dit jaar 60k op lokale acties die bijdragen aan een meer duurzame en inclusieve samenleving. Hoe kunnen we deze acties versterken, verbinden, opschalen en meer zichtbaar maken?

Het programma richt zich op het professionele netwerk dat zich bezighoudt met de SDG's, alsmede op betrokken burgers en jongeren. De dag wordt georganiseerd door SDG Nederland in samenwerking met PwC, Gemeente Amsterdam, Global Compact Network Netherlands, DSGC en KIT Royal Tropical Institute/SDG House.

VRIJDAG 24 SEPT



ZATERDAG 25 SEPT



Resultaten

1. De cijfers
2. Journalistieke producties
- 3. De kwalitatieve verdieping**
4. Vervolgonderzoek

Verdieping



Referentie ≠ Commitment ≠ Handelen





Referentie ≠ Commitment ≠ Handelen



Referentie ≠ Commitment



Referentie ≠ Commitment

Zonder quantifier

Met quantifier,
onderhevig aan
accountability (en
SMART)

Bv. “25% CO2
reductie in 2030
tov 2018”

FileEditViewHistoryBookmarksToolsHelp

246_GRO_21007_VDL-Financieel- X

←→↻

https://www.vdlgroep.com/_asset/_public/Brochure/246_GRO_21007_VDL-Financieel-Jaarverslag-2020_NL_DEF_WEB-HR.pdf

☆

UL0

»

≡

🖨️📄🔍

180%

52 of 92

gebruik, draagt VDL bij aan het verhogen van de kwaliteit die onze klanten nastreven, evenals het behalen van doelstellingen rond duurzaamheid.

Het is onze ambitie om een gestructureerde bijdrage te leveren aan de duurzaamheidsdoelstellingen die de Verenigde Naties hebben geformuleerd. Deze *sustainable development goals (SDG's)* vormen een moreel kompas voor uitdagingen zoals armoede, onderwijs en klimaat en zijn erop gericht om van de wereld een betere plek te maken. Om hier werk van te maken, is VDL een samenwerking aangegaan met UNICEF, de kinderrechtenorganisatie van de Verenigde Naties. Gezamenlijk gaan we de komende twee jaar onderdelen van onze toeleveringsketen in kaart brengen om ervoor te zorgen dat grondstoffen die in onze producten zijn verwerkt vrij van kinderarbeid zijn. Daarnaast gaat UNICEF ons ondersteunen bij het opzetten van een structuur waarmee de bijdrage die VDL levert aan de mondiale duurzaamheidsdoelstellingen inzichtelijk kan worden gemaakt.

Circulaire economie

Afvalstromen zijn in een circulaire economie op elkaar aangesloten als in een soort kringloop, net zoals dat in de natuur het geval is. Een circulair systeem is bedoeld om zoveel mogelijk producten en materialen te hergebruiken en de vernietiging van waarde zoveel mogelijk te beperken. Een circulaire economie biedt kansen: verder doorgevoerde ketensamenwerking, ketenintegratie en ketenverantwoordelijkheid zorgen voor een andere manier van ontwikkelen. Bijvoorbeeld een ontwikkelwijze waarbij verspilling uit productieprocessen wordt gehaald. De kansen die circulariteit biedt, kunnen we alleen benutten als we met z'n allen een circulaire economie nastreven: bedrijven, overheden en consumenten. Nauwgezette samenwerking tussen deze partijen is een belangrijke voorwaarde om de circulaire economie te laten slagen. Dat sluit naadloos aan bij het DNA van VDL Groep. Niets voor niets is onze slogan 'Kracht door samenwerking'. Inzake de circulaire economie hebben we bij VDL verschillende deelgebieden

sustainable

⌵

☒ Highlight All

☐ Match Case

☐ Match Diacritics

☐ Whole Words

1 of 1 match

FileEditViewHistoryBookmarksToolsHelp

jaarverslag_PLUS_2018.pdfXRenewi FY21 results presentation: X

https://www.plus.nl/INTERSHOP/static/WFS/PLUS-Site/website-webshop/PLUS-website-webshop/nl_Contentpagina/Over PLUS/Persinformatie/jaarverslag_PLUS_2018.pdf

Automatic Zoom

30 (32 of 104)

30

31

Waardecreatiemodel

PLUS is zich ervan bewust dat de productie van voedingsmiddelen een negatieve impact kan hebben op mens en milieu, dichtbij huis maar ook ver weg. De impact is binnen een assortiment van ruim 14.000 producten niet altijd direct inzichtelijk. In de supermarktwereid zijn we koploper in ketentransparantie en proberen we de positieve en negatieve impact stap voor stap inzichtelijk te maken via onze Due Diligence-aanpak 'Ken de Keten'. Op deze manier wil PLUS haar waardecreatie voor de lange termijn borgen en zorgdragen voor toekomstige generaties en het milieu. Onderstaand model geeft inzicht in de relatie tussen onze (MVO-)inspanningen en de mate waarin deze maatschappelijke waarde creëren en een bijdrage leveren aan de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties. Daarmee borgen we dat we de (schaarse) middelen en grondstoffen op een juiste manier besteden.

Gewoon menselijk

Voorop in Goed Eten

Lekker simpel

Steads duurzamer

Elke dag met plezier

Altijd voordelig

PLUS.

Goed Eten.

Voor iedereen, elke dag.

Wij kiezen voor duurzaam en maken hierin (compromisloze) keuzes. Goed voor onze klanten, hun omgeving en een gezond eetpatroon.

Speerpunten MVO-beleid

Verantwoorde herkomst van producten

Gezondheid en vitaliteit

Een beter milieu

Lokale betrokkenheid

Goed werkgeverschap

INPUT

Financieel kapitaal

€ 246,3 miljoen eigen vermogen

Medewerkers en intellectueel kapitaal

Kennis en competenties van PLUS medewerkers

1.132 medewerkers totaal

25% vrouwen in het management

Training en ontwikkeling via PLUS Academy en PLUS Power

Merkenwaarden en reputatie

Natuurlijk kapitaal

Inkoop van ruim 14.000 producten via Superunie en eigen leveranciers

Gas-, elektra- en watergebruik

Gebruik van 100% groene stroom

29% van de winkels heeft geen gasaansluiting

3% van de winkels heeft zonnepanelen

Samenwerking en dialoog

30 deelnemers aan de jaarlijkse stakeholdersbijeenkomst

Samenwerkingen en jaarlijkse gesprekken met o.a. NGO's, maatschappelijke partijen, wetenschap, overheid en leveranciers

OUTPUT

€ 2.477 miljard omzet 2018

Omzet verantwoord assortiment

• 14% omzetstijging Beter Leven

• 9% omzetstijging biologisch

• 16% omzetstijging Fairtrade

• 15% omzetstijging GIJS

Lonen en pensioenen

Kennissontwikkeling

Gezonde en vitale medewerkers

We bieden Goed Eten aan via een breed assortiment aan levensmiddelen, van vers tot droge kruidenierswaren

Daarnaast bieden we een non-food assortiment (bloemen, drogistrij- en huishoudartikelen etc.)

Ken de Keten-aanpak voor bananen, cacao, koffie en vis

330 ml blikjes frisdrank vervangen voor blikjes van 250 ml

2,8 miljoen flesjes sinaasappelsap voor de helft uit gerecycled PET

60.000 kilo tomaten en 30.000 kilo peren opgekocht, verkocht en daarmee gered van vernietiging

20% besparing van plastic door nieuwe verpakking voor zacht fruit

Met onze bedrijfsactiviteiten dragen we bij aan de CO₂-uitstoot en nemen we de verantwoordelijkheid voor het (verpakkings-)afval dat we produceren als producten niet verkocht worden

Kennissuitwisseling

Productinnovaties

94% van de ondernemers sponsort een lokale sportclub

IMPACT

2

Stimuleren duurzame voedselproductie door samenwerking met o.a. biologische en Fairtrade partners

8

Verbetering arbeidsomstandigheden in ontwikkelingslanden

Stimuleren werkgelegenheid en waardig werk bieden aan mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt

Bijdrage aan Nederlandse economie

12

Vermindering CO₂-uitstoot

Energie-efficiënte processen en winkels

Vermindering reststromen, door inzetten alternatief gebruik

Tegengaan van (voedsel)verspilling

Minder afval en betere mogelijkheden voor recycling door verpakkingsinnovaties

14

Bescherming van oceanen, zeeën en marieme hulpbronnen via verantwoord visassortiment en acties tegen de plastic soep

15

Bescherming van ecosystemen en biodiversiteit via verantwoord assortiment

17

Langdurige relaties en samenwerkingen gericht op duurzame en gezonde innovaties, kennisdeling en ketentransparantie

30 - Jaarverslag PLUS 2018

31

sustainable dev

Highlight AllMatch CaseMatch DiacriticsWhole Words2 of 4 matches

Good progress towards our ESG targets



SDGs	Theme	Objective	FY21 Performance	FY25 Targets
13 CLIMATE ACTION 	Enable the circular economy 	Turn our customers' waste into new products	Recycling rate +1.1% CO ₂ avoidance impact +2%	+10% to 75% +15% to 275
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 				
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES 	Reduce carbon emissions and waste 	Be a leader in clean and green waste collection	Collections CO ₂ -2%	-10% to <9.00
7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY 		Reduce the carbon impact of our operations	Processing CO ₂ +6%	-10% to <9.42
6 CLEAN WATER AND SANITATION 	Care for people 	Positively impact our communities	Community engagement N/A	+20% to 180
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 		Deliver people home safe and well, every day	>3 day accident rate -1%	-60% to 600
		Make Renewi a rewarding, diverse and inclusive working environment	Net Promoter Score +50%	+100% to +30

Community engagement N/A as restricted by Covid-19 during FY21

Resultaten

1. De cijfers
2. Journalistieke producties
3. De kwalitatieve verdieping
- 4. Vervolgonderzoek**

Verdieping slag

1. Wel duurzaam, geen SDGs.
 - a. Aanwezigheid duurzaamheidstermen (duurzaam, sustainable, maatschappelijk verantwoord ondernemen). Afzetten tegen aanwezigheid SDG termen.
2. Referentie of commitment: context gebruik SDG termen maakt uit
 - a. Inzoomen op accountability gerelateerde termen, bv. 'rapport', 'jaarverslag' en Engelse equivalenten. Ook aanwezigheid van het teken "%" lijkt een goede indicatie van commitment.
3. Er zijn meer publieke kanalen dan alleen websites
 - a. Onderzoek verbreden naar bv. Twitter, Instagram
4. Historische analyse
 - a. Adoptie van SDGs tussen 2015 en 2020 middels analyse jaarrapporten
5. Communicatie en framing van anderen maakt uit
 - a. Online gesprek SDGs op Twitter onderzoeken op referentie 30 Nederlandse bedrijven.

Social media kanalen

Social media kan	Twitter	Facebook	Linkedin	YouTube	Instagram	Totaal
Beursgenoteerd	9	7	10	7	5	38
Coöperatie	8	9	9	9	4	39
Familiebedrijf	8	8	10	7	6	39
Totaal	25	24	29	23	15	