

## “Improving life”. Greenyard legt lat hoger en lanceert ambitieuze duurzaamheidsstrategie 2025

Sint-Katelijne-Waver, België, 14 september 2021

**Vandaag publiceerde Greenyard haar vierde Duurzaamheidsrapport, inclusief haar ambitieuze duurzaamheidsstrategie voor 2025. De aanpak voor de komende jaren is gebaseerd op drie belangrijke pijlers en bevat ook een nieuwe reeks engagementen waarmee Greenyard haar duurzaamheidstraject blijvend wil versnellen. De organisatie omarmt hiermee haar verantwoordelijkheid als drijvende kracht naar een beter leven, voor mensen en planeet.**

De impact van de klimaatverandering is ontegensprekelijk. Meer dan ooit worden we geconfronteerd met extreme weersomstandigheden, droogte, hittegolven en een afnemende biodiversiteit. En dit terwijl iedereen nochtans eenvoudig en rechtstreeks kan bijdragen aan meer duurzaamheid in de voedselwaardeketen. Dit is noodzakelijk, want als we de groeiende wereldbevolking willen blijven voeden, en tegelijk ook de natuurlijke limieten van onze planeet willen respecteren, is er slechts één weg vooruit. De verschuiving naar een meer plantaardig voedingspatroon is een cruciaal onderdeel van de oplossing. Als wereldwijde marktleider in groenten en fruit, en samen met haar klanten en telers, wil Greenyard een significante en positieve impact hebben op deze belangrijke transitie.

### **Improving life: drie pijlers die bijdragen aan een beter leven**

De duurzaamheidsstrategie van Greenyard steunt op drie pijlers die cruciaal zijn om duurzamere voedselwaardeketens te creëren. Bovendien stoelt de strategie op de kracht van een uniek Greenyard-concept: het verbinden ‘van mond tot grond’ (‘from fork to field’).

Vraag en aanbod op elkaar afstemmen is essentieel. Alles begint namelijk met de vraag van de consument, met andere woorden: wat, hoe, waar en wanneer willen mensen het liefst eten. In het klassieke handelssysteem worden fruit en groenten echter in de markt geduwd op basis van productie. Greenyard draait dit bewust om, en hanteert een vraag-gestuurd model, waarbij het samen met haar klanten (grote retailers en foodservicebedrijven) en telers specifieke teeltplannen uittekent.

Het resultaat is een geoptimaliseerd aanbod en een zo kort en efficiënt mogelijke keten naar de markt. Dit is essentieel voor de duurzaamheidsstrategie van Greenyard en de drie pijlers die er het fundament van zijn:

- 1. Bouwen aan duurzame voedselwaardeketens – de hoogste ecologische en sociale normen garanderen**  
Deze eerste pijler omvat de zorg voor enerzijds goede en eerlijke werkomstandigheden voor alle werknemers in onze waardeketen, en tegelijk de zorg voor onze planeet. Greenyard koopt alleen producten van telers die voldoen aan haar hoge kwalitatieve, ecologische en sociale normen.
- 2. Verbeteren van de eigen ecologische voetafdruk –aan een kleinere CO<sub>2</sub>- en watervoetafdruk werken**  
In vergelijking met andere voedingscategorieën hebben groenten en fruit een uitzonderlijk lage milieuvoetafdruk en een lager waterverbruik. Toch blijft Greenyard onophoudelijk in de weer om doorheen de hele waardeketen de uitstoot van broeikasgassen te verlagen en de watervoetafdruk te verder beperken.
- 3. Samenwerken met klanten – gezonde en duurzame voedingsconcepten promoten**  
Alleen door samen te werken met haar klanten, en hen te verbinden met de telers, kan Greenyard een echt verschil maken. Alles begint bij het aanbieden van goede en aantrekkelijke plantaardige voeding: samen met haar klanten brengt Greenyard gezonde groenten en fruit tot bij de consument. Door innovatieve producten in verse, vriesverse of bereide vorm zorgt het bedrijf ervoor dat gezonde voeding een gemakkelijke en gezonde keuze is, en dat voor iedereen. Greenyard’s aanpak ‘van mond tot grond’, in combinatie met haar unieke geïntegreerde klantmodel laat toe om doorheen de hele voedselwaardeketen een erg laag percentage aan voedselverspilling te garanderen.

Elk van deze pijlers werd in meetbare doelstellingen vertaald. Deze zijn gebaseerd op de engagementen waaraan Greenyard al werkte, en legt de lat zelfs hoger dan voordien:

**1. Klimaatverandering**

- a. 50% minder CO<sub>2</sub>-uitstoot (scope 1 en 2) tegen 2025 in vergelijking met 2019 en een strategie in lijn met het *Science Based Targets Initiative* om tegen 2050 op een netto-uitstoot van nul te komen.
- b. 75% van haar leveranciers informeren en motiveren (scope 3) om voor klimaatverandering een werkwijze te implementeren op basis van *Science Based Targets*.

**2. Voedselverspilling minimaliseren**

- a. Alle vermijdbare voedselverspilling in de eigen productie met 25% verminderen tegen 2025 (en met 50% tegen 2030).
- b. Alle rest- en bijproductstromen van Greenyard's eigen voedselproductie valoriseren tegen 2025.

**3. Het waterverbruik van groenten en fruit verkleinen**

- a. De waterrisico's van alle telers beoordelen tegen 2025.
- b. Projecten opstarten om het waterverbruik binnen de eigen activiteiten te optimaliseren en de primaire waterintensiteit tegen 2025 met nog eens 10% te verkleinen.

**4. De ecologische voetafdruk van haar verpakkingen beperken**

- a. Werken met 100% recycleerbare verpakking tegen 2025 en ervoor zorgen dat de verpakkingen afgestemd zijn op de recyclagesystemen van Greenyard's belangrijkste markten zodat ze ook echt gerecycleerd worden.
- b. De hoeveelheid gebruikte verpakking verminderen en de voetafdruk ervan optimaliseren, zonder de houdbaarheid van de producten te verlagen (doelstelling nog te definiëren).

**5. Verantwoordelijke en duurzame inkoop garanderen**

- a. Tegen 2025 moet 100% van de telers van Greenyard in landen met een hoog of gemiddeld risico gecertificeerd zijn.

Greenyard's ambitieuze duurzaamheidsstrategie voor 2025 gaat verder dan de positieve bijdrage voor onze planeet. Betere voorspellingen, minder verspilling doorheen de voedselwaardeketen en een lager energieverbruik leiden automatisch ook tot een efficiëntere kostenstructuur. Dit zijn échte en concrete kansen. Dankzij haar geïntegreerde bedrijfsmodel, een versnelde digitalisering en gezamenlijke inspanningen kan Greenyard deze synergieën verder maximaliseren. Want het spreekt voor zich: ecologie en economie gaan hand in hand.

**De natuur is onze enige bron voor een gezondere toekomst**

Alles wat Greenyard doet, start bij de natuur. Het bedrijf - en bij uitbreiding de hele sector - is afhankelijk van wat de natuur ons kan brengen. Samen met de klimaatverandering kan het verlies aan biodiversiteit niet langer genegeerd worden. Het is een ernstig probleem voor de sector, die geconfronteerd wordt met dalende opbrengsten, verlies van velden door waterschaarste, seizoensgebonden droogte, late lentevorst, zware regenval en dus ook een verlies van biodiversiteit. Duurzaam ondernemen is geen bijzaak: het is essentieel voor het leven op aarde.

Om voor een echte positieve verandering te zorgen, moeten we intens samenwerken doorheen de hele voedselwaardeketen. De transitie naar volledig duurzame sectoren, die rekening houden met de natuurlijke limieten van onze planeet, komt er immers niet van vandaag op morgen. Dit vergt tijd en investeringen. En ook een sterk engagement van alle partijen in de voedselwaardeketen, inclusief de eindconsumenten: hun keuzes voor gezonde en duurzame mogelijkheden zijn even belangrijk en zijn een belangrijk onderdeel van de wereldwijde oplossing. Het is een traject dat Greenyard gewoonweg niet alléén kan afleggen.

**Hein Deprez, co-CEO van Greenyard:** *“Vandaag is er een toenemend bewustzijn over gezondere levensstijlen en er is ook steeds meer aandacht voor duurzaamheid als integraal onderdeel van het debat over onze gezondheid. Bij Greenyard zit dit al vanaf het prille begin in ons DNA. We staan met beide voeten middenin deze realiteit. Onze unieke positie binnen de voedselwaardeketen biedt ons kansen. Het stelt ons in staat om op een goede manier gebruik te maken van de activiteiten die we de voorbije decennia hebben opgebouwd. Zo leveren we plantaardige producten aan klanten, gebaseerd op hun behoeften, en gedreven door gezondheid en duurzaamheid. Die positie brengt ook een grote*

*verantwoordelijkheid met zich mee. We willen een katalysator zijn voor de verandering naar steeds duurzamere voedselwaardeketens. We omarmen beide facetten en leggen de lat nu nog hoger. We hebben er bovendien alle vertrouwen in dat we onze ambitieuze duurzaamheidsdoelstellingen zullen halen en dat we onze belofte zullen vervullen om mee het leven te verbeteren: voor mens en voor natuur.*

**Marc Zwaaneveld, co-CEO van Greenyard:** *“Om tot een echt duurzame oplossing te komen, hebben we iedereen in de voedselwaardeketen nodig. Een deel van de oplossing ligt bij de eindconsumenten. Ook zij zullen de echte waarde die fruit en groenten hebben, voor hun gezondheid en voor die van de planeet, moeten erkennen. Samen met onze klanten is het onze verantwoordelijkheid om ze te inspireren, te informeren en te overtuigen om een eerlijke, inclusieve en reële prijs te betalen voor deze producten. Om onze planeet te vrijwaren voor toekomstige generaties, vraagt de transitie naar een duurzamere voedselproductie nu eenmaal investeringen van onze huidige generatie. Geleid door onze ambitieuze duurzaamheidsstrategie en door de aard van onze producten, zijn we echter vastberaden om een drijvende kracht achter deze verandering te zijn. Voor het welzijn van iedereen.”*

[Ontdek hier het volledige Duurzaamheidsrapport.](#)

\*\*\*

**Gelieve contact op te nemen met Greenyard voor meer informatie:**

Cedric Pauwels, Group Communications Director  
T +32 15 32 42 00  
[cedric.pauwels@greenyard.group](mailto:cedric.pauwels@greenyard.group)

#### **Over Greenyard**

**Greenyard** (Euronext Brussels: GREEN) is een globale marktleider in verse, vriesverse en bereide groenten & fruit, bloemen & planten. Greenyard bedient een klantenbasis die onder andere de belangrijkste retailers in Europa omvat en biedt efficiënte en duurzame oplossingen voor klanten en leveranciers door aanbod van superieure producten, marktleidende innovaties, operationele excellence en een uitstekende dienstverlening.

Onze visie is mensen helpen gezonder te leven door hen te laten genieten van groenten en fruit op elk moment, op een makkelijke, snelle en aangename manier, met respect voor de natuur. Greenyard telt ca. 9.000 werknemers en is actief in 19 landen wereldwijd. Greenyard beschouwt haar werknemers en de relaties met haar klanten en leveranciers als haar belangrijkste activa die haar in staat stellen een omzet van ca. € 4,4 miljard op jaarbasis te realiseren.

[www.greenyard.group](http://www.greenyard.group)