

**Beleid Sustainability**

# **DUURZAAM SOURCEN**

## Inhoudstafel

1.	Context.....	3
2.	Strategische keuzes en veranderingen .....	4
3.	Doelstellingen .....	6
4.	Veranderingen .....	7
5.	Hoe zullen we dit beleid implementeren?.....	8
6.	Wie is verantwoordelijk? .....	10
7.	Hoe worden stakeholders betrokken en geïnformeerd?.....	10

## 1. Context

Duurzaam sourcen betekent dat we duurzaamheidsoverwegingen binnenbrengen in de manier waarop we sourcen. We kopen onze grondstoffen of producten anders of elders aan dan voorheen.

Dat kan door:

- Duurzaamheidsvereisten te stellen aan onze business partners als voorwaarde om te kunnen samenwerken
- Alternatieve aankoopstrategieën binnen te brengen
- Business partner samenwerkingen op te zetten

Er zijn verschillende aanleidingen om meer duurzaam te gaan sourcen. De beslissing om een maatregel te nemen kan ingegeven zijn door één of meerdere van deze aanleidingen:

- vanuit ons maatschappelijk en ethisch engagement, waar we als Belgisch familiebedrijf bijzonder belang aan hechten
- sturing vanuit het strategisch plan van Colruyt Group en de rol van duurzaamheid hierin ([Jaarverslag met duurzaamheidsrapport | Colruyt Group](#) en [Duurzaam ondernemen of maatschappelijk verantwoord ondernemen | Colruyt Group](#))
- de uitwerking en implementatie van ons due diligence beleid en proces
- met het oog op het beperken van risico's voor de groep, bijvoorbeeld in het kader van bevoorrading
- het gegeven dat we voorloper willen blijven als het gaat over duurzaam sourcen
- het implementeren van wetgeving

Het nemen van maatregelen om meer duurzaam te sourcen heeft één of meerdere van volgende finaliteiten:

- een positief verschil maken, duurzame meerwaarde creëren en concrete invulling geven aan ons maatschappelijk en ethisch engagement
- het verduurzamen van de producten die we aanbieden aan onze eindklanten
- het meer veerkrachtig maken van onze toeleveringsketens waarbij bevoorradingsekerheid een belangrijke rol speelt
- met onze business partners negatieve sociale en ecologische impact vermijden
- en uiteindelijk ook de financiële gezondheid van ons bedrijf

Duurzaam sourcen is ook een langetermijn doelstelling om op een economisch duurzame en rendabele manier business te doen. En een gezonde, goede commerciële relatie is tevens een voorwaarde om aan meer duurzaam sourcen te kunnen doen. Door meer duurzaam te sourcen willen we zelf matuurder worden in duurzaam ondernemen, maar vragen of stimuleren we dit ook bij de business partners waar we bij aankopen. We zetten samen stappen en verduurzamen zo waar mogelijk ook onze relatie met onze business partners.

We implementeren vandaag al verschillende maatregelen binnen de scope van duurzaam sourcen. Maar we zetten in op de continue beweging: het werk is nooit af. Ook in de toekomst willen we doordachte en duidelijke keuzes blijven maken voor de initiatieven die we nemen om onze sourcing verder te verduurzamen. Vanuit die vaststelling heeft dit document volgende finaliteit:

- weergeven wat we verstaan onder duurzaam sourcen en wat we ermee willen bereiken
- een overzicht meegeven wat we vandaag al nemen van maatregelen binnen de scope van duurzaam sourcen en aan welke doelstellingen dit bijdraagt

## 2. Strategische keuzes en veranderingen

### 2.1 Strategische keuzes

#### *A. Het internationaal en Europees kader als leidraad, onze groepsdoelstellingen duurzaamheid als basis*

We werken ons beleid duurzaam sourcen uit met relevante internationale richtlijnen als leidraad, zoals de United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs), de United Nations Sustainable Development Goals (SDG's) of de Organisation for Economic Co-operation and Development Guidelines for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct. De Europese richtlijn inzake passende zorgvuldigheid op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (Due Dilligence) is een tweede belangrijk kader.

Voor Colruyt Group hebben we 17 duurzaamheidsdoelstellingen gezet, binnen de scope van onze infrastructuur, mensen (zowel onze medewerkers, klanten als de medewerkers die betrokken zijn doorheen de hele keten van boer tot bord) en de producten die we verkopen ([Jaarverslag met duurzaamheidsrapport | Colruyt Group](#)). De doelstellingen binnen de scope product over mensenrechten, klimaat en de bescherming en herstel van ecosystemen zijn mee bepalend voor de verdere uitwerking en implementatie van ons beleid duurzaam sourcen. Concreet zijn deze als volgt ingevuld:

- Mensrechten: we identificeren en mitigeren actief mogelijke schendingen verbonden aan onze risicovoedingsketens
- Klimaat: we verminderen de broeikasgasuitstoot van onze verkochte producten
- Biodiversiteit: tegen 2030 weren we ontbossing en conversie van landgebruik voor producten uit risicovolle ketens

*B. Waar mogelijk bouwen we aan een lange termijnrelatie met onze business partners*

Als Belgisch familiebedrijf en retailer werken we met een belangrijk deel van onze business partners al vele jaren samen. Van de grote internationale FMCG-spelers tot en met KMO's uit onze Belgische agrovoedingssector en nog veel business partners van diverse aard daartussen.

Een lange termijnrelatie is gebaseerd op dialoog, vertrouwen en een wederzijds goed begrip van de samenwerking en hoe die ingevuld wordt. Zoals eerder aangegeven is een gezonde en duurzame relatie vaak een noodzakelijke voorwaarde om samen stappen te zetten in verdere verduurzaming en duurzaam sourcen.

*C. Uitwisselen en samenwerken met Belgische en internationale stakeholders*

We willen op een slimme manier blijven gebruik maken van bestaande platformen of organisaties om ons beleid inzake duurzaam sourcen verder te verfijnen en ook te implementeren samen met onze business partners.

Dat kan gaan via de retailfederatie comeos en Eurocommerce, waar we proberen om als retailsector een gemeenschappelijk en coherent standpunt en aanpak te formuleren, ook naar onze business partners toe bijvoorbeeld. We gaan zelf ook in dialoog met andere sectorspecifieke organisaties, bijvoorbeeld voor groenten&fruit en vlees rond onze verwachtingen inzake klimaat en CO2 reductie.

Ook organisaties die standaarden of guidance opzetten voor ketenpartners zijn voor ons belangrijke stakeholders om ons beleid inzake duurzaam sourcen scherper te stellen en/of te implementeren, denk aan Global Standards 1 (GS1), [Amfori Business Social Compliance Initiative](#) (BSCI), Science Based Target initiative (SBTi) of The Sustainability Initiative Fruit and Vegetables (SIFAV). Het is een strategische keuze om mee aan de kar te trekken van brede partnerships zoals beyond chocolate, het Belgische multi-stakeholderpartnerschap dat de volledige Belgische chocoladesector duurzamer wil maken. We blijven vanuit onze strategie en rol als retailer zelf ook gericht en 1 op 1 ook in dialoog en in actie gaan met onze business partners om verder te verduurzamen.

*D. De hefboomen voor het verduurzamen van eigen merken en A-merken zijn verschillend maar zetten we volop in waar mogelijk*

Wettelijke vereisten of minimum standaarden gelden uiteraard voor zowel A-merken als eigen merken. Ook de verwachting om Science Based Target Set klimaatplannen te hebben geldt voor beide.

Voor eigen merken is onze hefboom om verder te verduurzamen echter veel groter. We maken voor eigen merken dan ook gebruik van meer specifieke maatregelen - zie punt 3. Hoe implementeren we dit beleid?.

Vele business partners die A- merken aanleveren beschikken over duurzaamheidsprogramma's en – actieplannen, met hen willen we slimme keuzes maken waar we elkaar kunnen versterken in meer duurzaam sourcen. Dit door het nemen van bijkomende maatregelen of het opzetten van gemeenschappelijke duurzaamheidsprojecten.

*E. Welke maatregelen we nemen in het kader van duurzaam sourcen willen we aligneren met ons beleid en keuzes inzake bevoorradingszekerheid*

Nog meer dan vroeger wordt bevoorradingszekerheid een strategische noodzaak die ook een beleid en doordachte keuzes vraagt. Hierbij komen vaak ook duurzaamheidsvraagstukken bij kijken.

We aligneren zo veel als mogelijk hoe we meer duurzaam sourcen en bevoorradingszekerheid op termijn willen invullen tot een coherent geheel. Bij het maken van concrete keuzes aangaande sourcingsregio of business partners nemen we waar relevant beide mee in de afweging en maken we heldere, onderbouwde keuzes waar nodig.

### **3. Doelstellingen**

Colruyt Group heeft 17 eigen duurzaamheidsdoelstellingen. Meer duurzaam sourcen draagt bij tot verschillende van deze kwantitatieve en kwalitatieve doelstellingen op niveau van Colruyt Group:

Circulaire producten met focus op verpakkingen en voedselverlies

- We verhogen geleidelijk ons aandeel circulaire verpakkingen
- We reduceren voedselverlies en voedselverspilling

Milieu-impact van onze producten verminderen

- Tegen 2030 weren we ontbossing en conversie van landgebruik voor producten uit risicovolle ketens

- Tegen 2027 heeft 77% van onze business partners (volgens aankoopcijfer) science based klimaatplannen
- We verminderen de broeikasgasuitstoot van onze verkochte producten

#### Sociaal verantwoord aankopen

- We ijveren voor mensenrechten door schendingen actief te identificeren en te remediëren
- We verhogen mee de levensstandaard van landbouwers verbonden aan risico-producten
- We dragen bij aan verbeterde leefomstandigheden van dieren gekweekt voor consumptie

## 4. Veranderingen

- **Versterking en verdere implementatie van due diligence-processen:** meer systematische risicoanalyses, traceerbaarheid en opvolging
- **Gericht en gestructureerd uitbreiden van dialoog, uitwisseling en samenwerking met business partners** om ons beleid duurzaam sourcen te realiseren.
- **Verder uitwerken van een business partner beleid rond duurzaamheid.** Dat vraagt dat we beschikken over een bruikbare segmentatie qua duurzaamheid (maturiteit, sterktes en zwaktes, prio's...) van onze business partners. We zetten dit op een pragmatische en werkbare manier op.
- **Verdiepen van de kennis, het vakmanschap en de attitude van aankopers rond duurzaam sourcen** en hoe we omgaan met business partners. Zowel voor day to day business als in het kader van lange termijn relaties die we opbouwen met leveranciers. We werken een ethisch charter uit voor onze aankopers waarin we principes en engagementen opnemen over hoe we met business partners omgaan. Dit gebaseerd op de 9 samenwerkingsprincipes die gepubliceerd zijn ([Onze samenwerkingsprincipes | Colruyt Group](#)). Ten slotte krijgen onze aankopers regelmatig updates en briefings over duurzaam sourcen, en nemen ze deel aan externe informatiemomenten of trainingen.

## 5. Hoe zullen we dit beleid implementeren?

We implementeren ons beleid duurzaam sourcen volgens 3 ambitieniveaus:

- Duurzaamheidsvereisten stellen aan onze business partners als voorwaarde om te kunnen samenwerken
- Alternatieve aankoopstrategieën binnenbrengen
- Business partner samenwerkingen opzetten

### 5.1 Duurzaamheidsvereisten stellen aan onze business partners als voorwaarde om te kunnen samenwerken

Dit zijn, meestal éézijdige, verwachtingen die Colruyt Group oplegt aan zijn business partners met betrekking tot duurzaamheid om de belangrijkste negatieve duurzaamheidsimpacten weg te werken.

Concreet stellen we volgende vereisten:

- Letter of Commitment (LOC) en Code of Conduct (COC) voor alle eigenmerk business partners, gebaseerd op het Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) gedragscode. De controle op de naleving ervan focust op hoog-risicolanden waar de bescherming van mensenrechten niet vanzelfsprekend is en gebeurt via sociale audits door erkende auditbureaus. Bij non-conformiteit wordt contact opgenomen met de producent of leverancier en ondersteuning geboden. Een stopzetting van de samenwerking volgt in principe bij ernstige schendingen of bij gebrek aan welwillendheid van de partner om samen te werken aan verbetering.
- Klimaatdoelstellingen in lijn met het ambitieniveau en de voorschriften van het Science Based Targets initiative (SBTi)
- Erkende certificaten voor producten met een risico op een hoge impact op mens en milieu. Voor onze eigenmerk producten zijn dit:
  - ✓ Chocolade en producten die cacao bevatten: Bio, Fairtrade en Rainforest Alliance
  - ✓ Hout en papier: Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC), Forest Stewardship Council (FSC) en Der Blaue Engel
  - ✓ Katoen: Global Organic Textile Standard (GOTS)
  - ✓ Koffie: Bio, Fairtrade en Rainforest Alliance (RFA)
  - ✓ Palm- en palmpitolie: Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

- ✓ Soja: Bio, ProTerra en Round Table on Responsible Soy Association (RTRS), en compensatie via RTRS-credits
- ✓ Gekweekte vis, schaal- en schelpdieren: Aquaculture Stewardship Council (ASC) en Bio
- ✓ Wilde vis, schaal- en schelpdieren: Marine Stewardship Council (MSC) en positieve beoordeling door het ILVO (Instituut voor Landbouw en Visserijonderzoek) of International Seafood Sustainability Foundation (ISFF) voor tonijn in conserven

Sinds eind 2025 staat een leverancierspagina 'become a supplier' op de corporate website ([Leverancier worden voor Colruyt Group | Colruyt Group](#)). Dit is één centrale ingang voor kandidaat- leveranciers en de plek waar de laatste versies van business partner requirements beschikbaar zijn. Onze duurzaamheidsvereisten worden opgenomen in de contractuele overeenkomsten met business partners.

## 5.2 Alternatieve aankoopstrategieën binnenbrengen

De manier waarop wij contracteren kan business partners ook effectief ondersteunen in hun verdere verduurzaming en onze relatie met hen. Sommige maatregelen passen we vandaag al toe, een aantal andere werkwijzen in de markt willen we verder verkennen.

Het alternatieve zit hem hoofdzakelijk in het gegeven dat we andere afspraken maken dan degene die standaard gelden, en dit over:

- tijdsduur van onze samenwerking
- prijszetting upstream in de keten: we betalen aan onze business partners een vaste of stabiele prijs, duurzaamheidspremies of een living income of wage voor de producenten aan het begin van de toeleveringsketen
- volumes die ketenpartners aanleveren en wij afnemen

## 5.3 Business partner samenwerkingen opzetten

Dit zijn maatregelen waar het binnenbrengen van alternatieve aankoopstrategieën aangevuld worden met één of meerdere duurzaamheidsinitiatieven rond mens, milieu of dierenwelzijn. Een voorwaarde om van een business partner samenwerking te spreken is dat wijzelf als afnemer actief bijdragen aan het duurzaamheidsinitiatief en dat dit dus samen met partners wordt uitgewerkt en opgezet.

## 6. Wie is verantwoordelijk?

De verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het beleid duurzaam sourcen werd toegewezen aan de binnen Colruyt Group aangeduide **Business Lead** Geert Roels, CPO Colruyt Group. De Business Lead neemt eigenaarschap over de realisatie van het beleid, alsook de overeenkomstige doelstellingen en bepaalt de nodige veranderingen & acties. Het is de verantwoordelijkheid van het Service Center Sustainability onder leiding van de **Corporate Sustainability Officer** An Wynants om de nodige rapportering te verzorgen en zo mee te waken over de effectiviteit van de uitvoering van het beleid.

De eindverantwoordelijkheid over de uitvoering van het overkoepelende duurzaamheidsbeleid van Colruyt Group ligt uiteindelijk bij het **Directiecomité** van Colruyt Group onder leiding van de CEO Stefan Goethaert.

## 7. Hoe worden stakeholders betrokken en geïnformeerd?

Alle stakeholders kunnen de website consulteren voor verdere info over onze aanpak en concrete realisaties. Ook in het jaarverslag van Colruyt Group staat informatie over het beleid, de doelstellingen en de acties die we nemen om onze waardeketens te verduurzamen.

Met onze business partners werken we zowel pro-actief als operationeel samen.

Pro-actief: we gaan in overleg over trends en evoluties in om de waardeketens in de sector te verduurzamen en we onderzoeken nut en noodzaak van (pre-competitieve) samenwerkingen

Operationeel: business partners worden geïnformeerd via communicatie van de kwaliteitsvereisten, interne firmastandpunten, voorwaarden in tenders,...

Public Affairs verdedigt onze visie bij de sectorfederaties en neemt de basisprincipes steeds mee in de lobby rond duurzame producten.