

Ons beleid voor voedselverlies en voedselverspilling

Versie: maart 2026

Inhoud

1 CONTEXT EN DOEL VAN DIT BELEID	3
2 WELKE KEUZES MAKEN WE?	4
3 WAT ZIJN ONZE CONCRETE DOELEN?	7
4 WAT GAAN WE VERANDEREN?	7
5 HOE VOEREN WE DIT BELEID UIT?	8
6 HOE GAAN WE DIT BELEID MONITOREN?	8
7 WAT IS DE SCOPE VAN DIT BELEID?	9
8 WIE IS VERANTWOORDELIJK VOOR DIT BELEID?	9
9 HOE WORDEN STAKEHOLDERS BETROKKEN EN GEÏNFORMEERD?	10
<i>BIJLAGE: MATERIËLE IMPACTEN, RISICO'S EN OPPORTUNITEITEN</i>	11

1 CONTEXT EN DOEL VAN DIT BELEID

Bij Colruyt Group willen we de milieu-impact van onze producten beperken. Dit beleid beschrijft hoe we voedselverlies en voedselverspilling bij Colruyt Group voorkomen en beperken.

Jaarlijks gaat in de wereld 1,3 miljard ton voedsel verloren, goed voor een derde van de totale voedselproductie. Alle land, tijd, energie, grondstoffen en kosten die nodig zijn om voedsel te produceren, vervoeren, koelen en/of bereiden, gaan zo verloren. Dat heeft een negatieve impact op klimaat, biodiversiteit en armoede.

We willen vooral voeding verkopen en zoeken naar het optimum tussen verkoop en voedselverlies. Om (verse) voeding te kunnen verkopen moet je afval en voedselverliezen maken. Het is dus onvermijdelijk in onze retailactiviteiten dat producten niet (op tijd) verkocht geraken. We hebben er – ook economisch – alle belang bij om dat aandeel te beperken.



We zoeken het optimum tussen verkoop en voedselverlies

De onvermijdelijke reststroom willen we met een zo hoog mogelijke waarde valoriseren volgens 'de ladder van Moerman', van meest naar minst gewenste bestemming is dat: menselijke consumptie, dierlijke consumptie, herwerken tot nieuwe producten, productie van (bio)energie en als laatste restafval verbranden.

Voedselverlies vermijden past binnen ons doel om spaarzaam om te springen met de natuurlijke hulpbronnen die we hebben. Door prio te geven aan de schenkingen aan de Voedselbanken, hebben we bovendien een positieve sociale impact door voeding toegankelijker te maken voor kwetsbare doelgroepen.

2 WELKE KEUZES MAKEN WE?

1 We beperken het economisch voedselverlies in onze eigen activiteiten tot het minimum.

Definitie economisch (voedsel)verlies van Colruyt Group:

elk voedingsproduct dat we aankochten maar niet als voorbestemd kunnen verkopen, ongeacht de bestemming van het voedingsproduct.

In onze retailactiviteiten is voedsel niet enkel voedsel maar ook een handelsproduct. Elk verkoopsartikel dat, om eender welke reden, niet verkocht wordt, betekent een economisch verlies voor het bedrijf, ongeacht of het al dan niet nog wordt opgegeten door mens of dier.

We proberen er in de eerste plaats voor te zorgen dat er zo weinig mogelijk voedsel in onze rekken blijft liggen. Dankzij doordacht voorraadbeheer en optimale bewaring, bijvoorbeeld. We stemmen het versaanbod in onze winkels – en dus onze voorraad – af op de verwachte vraag. Zo voorzien we niet te weinig, want we willen iedereen kunnen bedienen, maar ook niet te veel, want anders dreigen producten de vervaldatum te naderen en onverkoopbaar te worden.



➤ Charcuterieproducten bij Colruyt Laagste Prijzen: via doordacht voorraadbeheer zorgen we ervoor dat zo weinig mogelijk in de rekken blijft liggen.

2 We vermijden dat voedsel waar we een economisch verlies op lijden verloren gaat voor menselijke (of dierlijke) consumptie.

Definitie voedselverlies (food loss):

elke reductie in het voor menselijke (en dierlijke) consumptie beschikbare voedsel ten gevolge van inefficiënties in de toeleveringsketen, van oogst tot en met consumptie (vb. door slechte logistiek, gebrek aan technologie, te weinig vakmanschap, onvoldoende toegang tot de afzetmarkt ...).

Voedingsproducten die onverkoopbaar zijn geworden zijn vaak nog perfect consumeerbaar. Ze zijn al geproduceerd, verwerkt, vervoerd en verpakt waarbij kostbare grondstoffen en energie gebruikt zijn.

Daarom kiezen we ervoor om deze nog consumeerbare voedselverliezen te herbestemmen voor menselijke (of dierlijke) consumptie. Zo voorkomen we voedselverspilling en reduceren we de daarbij horende negatieve impacten op milieu en maatschappij. De reductie van voedselverspilling wordt door wetenschappers beschouwd als één van de meest zinvolle bijdrages aan de strijd tegen de klimaatverandering en het verlies aan biodiversiteit.

3 Door prio te geven aan de schenkingen aan de Voedselbanken hebben we een positieve sociale impact door voeding toegankelijker te maken voor kwetsbare doelgroepen.

Het reduceren van voedselverlies en voedselverspilling is een toepassing van principes uit de circulaire economie én draagt bij aan de reductie van de milieu-impact van de producten die we verkopen. Daarnaast engageren we ons met Colruyt Group ook om onze hefboomen in te zetten voor doelgroepen in een kwetsbare context.

We hebben daarom een doelstelling gevalideerd met betrekking tot het toegankelijk maken van evenwichtige en duurzame voeding. Door onverkoopbare maar nog perfect consumeerbare voedingsproducten te schenken aan de Voedselbanken realiseren we zowel een milieu- als een sociale doelstelling. Een win-win die aansluit bij onze holistische kijk op het verduurzamen van onze productwaardeketens.



Colruyt Group schenkt meer dan 10.000 ton voedsel per jaar via lokale voedselorganisaties. Daarmee zijn we de sterkste en meest structurele partner in België voor de Belgische Federatie van de Voedselbanken, Foodsavers en la Croix Rouge. [Klik hier om het persbericht te lezen.](#)



4 Indien voedselverlies niet meer geschikt is voor menselijke noch dierlijke consumptie, dan willen we die reststromen zo hoog mogelijk valideren volgens de Ladder van Moerman.

Definitie voedselverspilling (food waste): elk voedselverlies dat eindigt als afval (incl. compost, vergisting, bio-energie productie, verbranden, storten ...).

De Ladder van Moerman is een model van een cascade van waardebehoud dat laat zien hoe voedsel/grondstoffen zo hoogwaardig mogelijk gebruikt kunnen worden. Het voorkomen van verspilling is de meest wenselijke situatie en als dat niet mogelijk is, het verwerken tot nieuwe grondstoffen voor veevoer of hoogwaardige materialen. Recycling, composteren of verbranden van voedsel zijn de minst wenselijke opties.

Ladder van Moerman



5 We willen ook samenwerken met leveranciers, producenten, consumenten en overheden, om voedselverlies in de hele keten verder te verminderen.

Aangezien het zwaartepunt van voedselverlies voor en na ons in de keten ligt, is het zeer relevant om ook daar aan de slag te gaan. We willen onze klanten helpen om minder voedsel te verspillen via informatie over bewaartechnieken, workshops, recepten, sensibiliseren rond 'koken met restjes' ...



➤ We inspireren onze klanten om minder voedsel te verspillen, bv. door tips mee te geven over mealprepping in onze Colruyt-folder.

3 WAT ZIJN ONZE CONCRETE DOELEN?

We verkopen jaarlijks minstens **97,4 %** van onze verse producten.

Ten opzichte van basisjaar 2023: 97,2 %

Tegen 2030 bestemmen we minstens **50 %** van onze niet-verkochte, maar nog consumeerbare producten voor menselijke of dierlijke consumptie.

Ten opzichte van basisjaar 2023: 44,7 %

Beide doelstellingen zijn van toepassing op alle verkooppunten en distributiecentra van Colruyt Laagste Prijzen, Okay en Bio-Planet in België.

4 WAT GAAN WE VERANDEREN?

De veranderingen waar Colruyt Group op inzet om voedselverliezen te vermijden, te reduceren en te valoriseren gaan over:

- het optimaliseren van assortimenten en stockbeheer;
- een herbevoorrading, logistiek en transport die rekening houdt met de houdbaarheid;
- verpakken i.f.v. houdbaarheid;
- actief op zoek gaan naar de beste bestemming voor voedselverlies;
- aangepaste productieprocessen;
- innovatie en business development.



- De verpakking van het Boni-witloof heeft microperforaties, waardoor de groente twee keer langer houdbaar blijft. Klik op de afbeelding hierboven om ons beleid rond slimme verpakkingen te lezen.

5 HOE VOEREN WE DIT BELEID UIT?

We hebben een lange historiek aan acties en projecten. We gaan die voortzetten en uitbreiden in toekomstige iteraties van plan – do – check – act cyclussen. Deze focussen op uitbreiding, bijsturingen en optimalisaties van:

- **assortiment op maat van elke winkel en zijn klanten;**
- **de variabelen in de prognoses voor geautomatiseerde bevoorrading;**
- **optimale koude keten van bij de leverancier over de distributiecentra tot in de winkels;**
- **innovatieve bewaar technologieën en verpakkingen die de houdbaarheid verlengen;**
- **monitoring, beheer en bestemming van voedingswaren enkele dagen voor hun vervaldag;**
- **samenwerking met de Voedselbanken;**
- **pilootprojecten om het potentieel te onderzoeken van het opwaarderen van voedselreststromen tot nieuwe producten.**

6 HOE GAAN WE DIT BELEID MONITOREN?

Het beleid werd opgemaakt onder leiding van de binnen Colruyt Group aangeduide **Business Lead** voor voedselverlies en voedselverspilling, **Jo Willemys**, **COO Food Retail**.

In een stuurgroep worden periodiek de in dit beleid geformuleerde doelstellingen en de daaraan gekoppelde indicatoren en targets opgevolgd. Het Service Center Sustainability bereidt telkens de nodige rapportering voor. De betrokken projectverantwoordelijken rapporteren er bovendien over de vooruitgang en effectiviteit van de betreffende veranderingen en acties.

Jaarlijks doorlopen we het volgende proces:

- We volgen onze **materiële IRO's** nauw op en doen minstens een lichte update op jaarbasis van de dubbele materialiteitsanalyse, inclusief voor voedselverlies en voedselverspilling. Eventuele wijzigingen integreren we in onze duurzaamheidsstrategie.
- We evalueren de **voortgang op onze doelstellingen** rond voedselverlies en voedselverspilling via de gekoppelde indicatoren en targets.
- We bepalen op basis hiervan wat er aan het bestaande **beleid rond voedselverlies en voedselverspilling** dient te worden aangepast of toegevoegd. Indien nodig, worden strategische keuzes bijgesteld en bijkomende **doelstellingen en indicatoren** geformuleerd. Deze nieuwe doelstellingen worden gevalideerd door het Directiecomité. Ten slotte worden ook de gerelateerde **roadmaps** bijgestuurd.

7 WAT IS DE SCOPE VAN HET BELEID?

Organisatiescope

Alle Food-activiteiten (retail en productie) van Colruyt Group en de eigen distributiecentra zijn in scope van dit beleid. Potentieel zitten zowel de upstream waardeketen, de eigen activiteiten als de downstreamwaardeketen in scope.

In eerste instantie focussen we op alle verkooppunten en distributiecentra van Colruyt Laagste Prijzen, Okay en Bio-Planet in België.

Productscope

Alle Food-producten zijn in scope, zowel kort houdbare als lang houdbare. We focussen meer op kort houdbare producten omdat daar de grootste hefboomen zitten om voedselverlies en -verspilling te reduceren.

Onder Colruyt Group wordt verstaan Colruyt Group NV, inclusief alle entiteiten waarin een meerderheidsparticipatie wordt aangehouden. Bovendien dragen de bestuurders die Colruyt Group vertegenwoordigen in participaties de waarden van deze policy ook uit, en streven zij ernaar deze Colruyt Group Policy daar ook maximaal toe te passen.

8 WIE IS VERANTWOORDELIJK VOOR DE VALIDATIE EN IMPLEMENTATIE VAN DIT BELEID?

De verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het beleid voedselverlies werd toegewezen aan de binnen Colruyt Group aangeduide **Business Lead** voor voedselverlies, **Jo Willemys, COO Food Retail**.

De Business Lead neemt eigenaarschap over de realisatie van het beleid, alsook de overeenkomstige doelstellingen en bepaalt de nodige veranderingen en acties. Het is de verantwoordelijkheid van het Service Center Sustainability onder leiding van de **Corporate Sustainability Officer** 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.



Jo Willemys
Business Lead Voedselverlies

9 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 verpakkingen te verduurzamen.

Als retailer nemen we heel wat initiatieven om ervoor te zorgen dat voedingsproducten niet verloren gaan tijdens de productie, het transport of de verkoop. En ook eenmaal een product verkocht is, willen we niet dat het onnodig bij het afval belandt. Door **klanten te sensibiliseren**, dragen we ook in die fase van de voedselketen ons steentje bij. Met Too Good To Go-labels en gerichte communicatiecampagnes, bijvoorbeeld. Het 'kijk, ruik en proef'-label op onze eigenmerkproducten is een herinnering om eten niet zomaar weg te gooien wanneer de houdbaarheidsdatum verstreken is.

Met de **Voedselbanken** (en gelijkaardige organisaties) onderhouden we een langetermijnrelatie op basis van gelijkwaardigheid.

Ook met leveranciers, kennisinstellingen, sectorfederaties, providers van oplossingen en belangengroepen werken we proactief samen om ons beleid concreet verder vorm te geven en te realiseren.

We wensen als belangrijke Belgische speler constructief mee te werken aan het bedenken, voorbereiden en uitwerken van nieuwe wetgeving en fungeren graag in ieder stadium van het wetgevend proces als klankbord.



Met dit label van [Too Good To Go](#) moedigen we onze klanten aan om hun zintuigen te gebruiken voor ze een product weggooien.

Bijlage: **Materiële impacten, risico's en opportuniteiten (IRO's) waarop het beleid betrekking heeft**

Onze **materiële impacten, risico's en opportuniteiten** werden bepaald aan de hand van een **dubbele materialiteitsanalyse** die we uitvoerden in het voorjaar van 2024.

In deze oefening ligt de focus op twee dimensies: financiële materialiteit en impactmaterialiteit. **Financiële materialiteit** richt zich op de thema's die een directe invloed hebben op de economische waarde en prestaties van Colruyt Group, zoals risico's en opportuniteiten die financiële resultaten kunnen beïnvloeden. **Impactmaterialiteit** daarentegen kijkt naar hoe de activiteiten van Colruyt Group sociale, milieu- en economische gevolgen hebben voor de bredere maatschappij en de planeet.

Door beide perspectieven te integreren, krijgen we een **breder en dieper begrip van de relevante duurzaamheidsthema's** die zowel de financiële prestaties van Colruyt Group beïnvloeden als de impact die het bedrijf heeft op de maatschappij en het milieu.

Dit helpt ons bij:

- het verder integreren van duurzaamheid in de **strategie en besluitvormingsprocessen** van Colruyt Group en de verdere onderbouw van de duurzaamheidsdoelstellingen;
- het mitigeren van **duurzaamheidsrisico's** en het grijpen van **opportuniteiten** die financiële gevolgen kunnen hebben voor Colruyt Group;
- het verschaffen van een vollediger beeld aan investeerders en andere stakeholders door **te rapporteren en communiceren** over de relevante duurzaamheidsthema's. De materialiteitsanalyse vormt namelijk de basis van de duurzaamheidsrapportage, zoals vastgelegd in de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Voor **voedselverlies en voedselverspilling** zijn dit onze materiële impacten, risico's en opportuniteiten:

- Impact van landbouwteelt op voedselverlies in de waardeketen (overaanbod, 'lelijke groenten en fruit' ...).
- Impact van de afstand tot het land van sourcing op transport, verpakking en uiteindelijk voedselverlies.
- Impact van logistieke en transportactiviteiten van voeding op voedselverlies.
- Impact van de portiegroottes van voeding die Colruyt Group verkoopt op voedselverlies bij de consument.
- Impact van de breedte van ons assortiment (om consumentenverwachtingen na te komen) op voedselverlies in de winkels.
- Impact van onze promoties op voedselverlies bij de producent.
- Impact van het hergebruiken van reststromen uit voeding op de hoeveelheid voedselverlies (bv. broodresten gebruiken om champignons te kweken of gekneusde appels verwerken tot appelsap).
- Impact van voedselgebruik bij de consument op voedselverspilling.
- Opportuniteiten van het verminderen van voedselverlies op verkoopsaantallen en voorraad van Colruyt Group (bv. aanpassen van aanbod volgens wat voorhanden is (halve broden, diepvriesbroden ...), snelverkoop ...).